

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,  
MARIBOR

**DIPLOMSKO DELO**

**RAZISKAVA TRGA IN POSLOVNI NAČRT  
PODJETJA »ZAČUTI GLASBO«, S. P.**

Kandidatka: Sonja Greiner

Študentka izrednega študija

Številka indeksa: 11190260128

Program: Ekonomist

Mentor: Franjo Šauperl, univ. dipl. ekon.

Maribor, junij 2012

## IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Sonja Greiner, št. indeksa 11190260128, sem avtorica diplomske naloge z naslovom **Raziskava trga in poslovni načrt podjetja Začuti glasbo, s. p.**, ki sem jo napisala pod mentorstvom Franja Šauperla, univ.dipl.ekon..

S svojim podpisom zagotavljam da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbel/a, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne –kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili,
- skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, junij 2012

Podpis študentke:

# **ZAHVALA**

Zahvaljujem se svojemu mentorju gospodu Franju Šauperlu, univ. dipl. ekon., za pomoč, potrpežljivost in strokovno svetovanje pri pripravi diplomske naloge.

Zahvalila bi se tudi vodstvu šole in vsem predavateljem, ki so mi predali veliko znanja ter gospe Mirjani Ivanuša-Bezjak za usmerjanje v času študija.

Hvala lektorju Nejcu Turnšku za lektoriranje diplomskega dela.

Rada bi se zahvalila prijatelju Blažu Ribiču, ki mi je nesebično pomagal na poti mojega študija in tudi pri diplomski nalogi ter mi stal ob strani in me bodril ves ta čas.

Zahvalila bi se moji mami, očetu, babici in prijateljicam, ki so verjeli vame in mi stali ob strani. Hvala za potrpežljivost in ljubezen.

Hvala tudi vsem mojim sošolkam in sošolcem in za vso vašo pomoč in lepe trenutke, ki smo jih preživeli skupaj.

Nazadnje bi se zahvalila gospe Mojci Kosi, ki je v meni videla nekaj, kar sama nisem. Brez vas ne bi bila tukaj, kjer sem danes. Hvala.

## POVZETEK

V diplomski nalogi predstavljamo raziskavo trga in poslovni načrt za podjetje Začuti glasbo, s.p.. Podjetje bo ponujalo storitve različnih vrst plesa, torej plesne tečaje v naši plesni šoli.

Diplomska naloga je nadgradnja poslovnega načrta, ki smo ga izdelali kot izpitni izdelek pri predmetu Podjetništvo in ga priredili za potrebe diplomskega dela. Dodan je teoretični del o tem, kaj je podjetništvo, podjetniška ideja in kaj poslovni načrt. Temu sledi raziskovalni del, kjer smo s pomočjo anketnega vprašalnika opravili raziskavo trga o potrebah po naši načrtovani ponudbi.

Ugotavljali smo tudi, kje so naše prednosti, kakšno ciljno skupino dosegamo in kakšne so želje in potrebe naših potencialnih tečajnikov.

Da bi ugotovili ali je naša podjetniška ideja tudi poslovna priložnost, smo izdelali poslovni načrt za ustanovitev novega podjetja. Določili smo cilje, strategijo, tržišče, načrt organizacije človeških virov, pogoje poslovanja in kritična tveganja, probleme in protiukrepe. Naredili smo tudi finančni načrt za novo nastalo podjetje.

**Ključne besede:** ples, plesni tečaji, poslovni načrt, raziskava trga, podjetniška ideja, poslovna priložnost, finančni načrt, poslovna uspešnost.

# **ABSTRACT**

## **Market study and business plan for the company »Feel the music«, Ltd.**

In this thesis we present a market study and business plan for the company Feel the music, Ltd. Company will offer services of different types of dance and dancing in the dance school.

Thesis is the upgrading of the business plan which was made as a product exam in the subject Entrepreneurship and adapted for the needs of the thesis. Added to the theoretical part of what is entrepreneurship, entrepreneurial idea and what is the business plan. Followed by the research part where we used a questionnaire conducted market survey about the needs of our planned range.

We also determined the location of the advantages of our target group is achieved and what are the wishes and needs of our prospective students.

To determine whether it is our business idea also a business opportunity we have produced a business plan to start a new company. We set goals, market, strategy, plan to organize a human resources, business conditions and the risk of critical problems and countermeasures. We also make a financial plan for newly formed company.

**Key words:** dance, dance classes, business plan, market research, business idea, business opportunity, financial plan, business effectiveness.

# KAZALO

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 UVOD.....                                                            | 10 |
| 1.1 <i>Opredelitev obravnavane zadeve</i> .....                        | 10 |
| 1.2 <i>Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela</i> .....      | 10 |
| 1.3 <i>Predpostavke in omejitve</i> .....                              | 11 |
| 1.4 <i>Predvidene metode raziskovanja</i> .....                        | 11 |
| 2 PODJETNIŠTVO .....                                                   | 12 |
| 2.1 <i>Pojem podjetništva</i> .....                                    | 12 |
| 2.2 <i>Podjetniška ideja</i> .....                                     | 12 |
| 2.2 <i>Poslovni načrt</i> .....                                        | 13 |
| 3 RAZISKOVALNI DEL.....                                                | 15 |
| 3.1 <i>Opredelitev problema za raziskavo</i> .....                     | 15 |
| 3.2 <i>Priprava na raziskavo</i> .....                                 | 15 |
| 3.3 <i>Vprašalnik za raziskavo</i> .....                               | 15 |
| 3.4 <i>Analiza anketnih odgovorov</i> .....                            | 16 |
| 3.5 <i>Sklepne ugotovitve</i> .....                                    | 37 |
| 4   POSLOVNI NAČRT.....                                                | 38 |
| 4.1 <i>Smoter cilji in strategija poslovanja</i> .....                 | 38 |
| 4.1.1 <i>Smoter poslovanja</i> .....                                   | 38 |
| 4.1.2 <i>Cilji poslovanja</i> .....                                    | 38 |
| 4.1.3 <i>Strategija poslovanja</i> .....                               | 39 |
| 4.2 <i>Panoga, podjetje in ponudba</i> .....                           | 39 |
| 4.2.1 <i>Panoga</i> .....                                              | 39 |
| 4.2.2 <i>Organizacijska oblika</i> .....                               | 39 |
| 4.2.3 <i>Predmet ponudbe</i> .....                                     | 39 |
| 4.3   TRŽIŠČE .....                                                    | 40 |
| 4.3.1 <i>Analiza trga</i> .....                                        | 40 |
| 4.3.2 <i>Analiza konkurence</i> .....                                  | 41 |
| 4.3.3 <i>Analiza možnosti in ovir, ter prednosti in slabosti</i> ..... | 42 |
| 4.3.4 <i>Načrt tržnih ciljev</i> .....                                 | 42 |
| 4.3.5 <i>Načrt tržne strategije</i> .....                              | 43 |
| 4.3.6 <i>Cenovna politika</i> .....                                    | 44 |

|       |                                                                                      |    |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.3.7 | <i>Napoved prodaje</i> .....                                                         | 46 |
| 4.3.8 | <i>Nabava</i> .....                                                                  | 48 |
| 4.3.9 | <i>Drugi tržni dejavniki</i> .....                                                   | 49 |
| 4.4   | <i>Načrt organizacije in človeških virov</i> .....                                   | 50 |
| 4.4.1 | <i>Načrt organizacije</i> .....                                                      | 50 |
| 4.4.2 | <i>Vodilni kader</i> .....                                                           | 50 |
| 4.5   | <i>Pogoji poslovanja</i> .....                                                       | 52 |
| 4.5.1 | <i>Znanje</i> .....                                                                  | 52 |
| 4.5.2 | <i>Poslovni prostori</i> .....                                                       | 52 |
| 4.5.3 | <i>Oprema</i> .....                                                                  | 52 |
| 4.5.4 | <i>Drugi pogoji poslovanja</i> .....                                                 | 53 |
| 4.6   | <i>Kritična tveganja in problemi ter načrt ukrepov</i> .....                         | 53 |
| 4.6.1 | <i>Kritična tveganja in problemi</i> .....                                           | 53 |
| 4.6.2 | <i>Ukrepi za odpravo kritičnih tveganj in problemov</i> .....                        | 53 |
| 4.7   | <i>Finančni načrt</i> .....                                                          | 54 |
| 4.7.1 | <i>Uporabljene predpostavke in izhodišča</i> .....                                   | 54 |
| 4.7.2 | <i>Načrt stroškov poslovanja in finančnih dohodkov za prvo leto poslovanja</i> ..... | 55 |
| 4.7.3 | <i>Načrt stroškov (računalniški izpis v prilogi)</i> .....                           | 56 |
| 4.7.4 | <i>Načrt izkaza poslovnega izida (računalniški izpis v prilogi)</i> .....            | 56 |
| 4.7.5 | <i>Načrt kazalcev poslovanja (računalniški izpis v prilogi)</i> .....                | 56 |
| 4.7.6 | <i>Načrt izkaza denarnega toka (računalniški izpis v prilogi)</i> .....              | 56 |
| 4.7.7 | <i>Načrt praga rentabilnosti-donosnosti (točka preloma)</i> .....                    | 56 |
| 4.7.8 | <i>Komentar k finančnemu načrtu</i> .....                                            | 56 |
| 4.8   | <i>Terminski plan</i> .....                                                          | 57 |
| 5     | <i>ZAKLJUČEK</i> .....                                                               | 58 |
| 6     | <i>UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI</i> .....                                          | 59 |
| 6.1   | <i>Literatura</i> .....                                                              | 59 |
| 6.2   | <i>Spletni viri</i> .....                                                            | 60 |
| 7     | <i>PRILOGA</i> .....                                                                 | 61 |
| 7.1   | <i>Anketni vprašalnik</i> .....                                                      | 61 |
| 7.2   | <i>Finančni načrt</i> .....                                                          | 64 |

## KAZALO SLIK

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| Slika 1: Plesni par .....              | 40 |
| Slika 2: Prikaz družabnega plesa ..... | 45 |

## KAZALO TABEL

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Tabela 1: Odgovori na 1. Vprašanje .....    | 16 |
| Tabela 2: Odgovori na 2. vprašanje .....    | 17 |
| Tabela 3: Odgovori na 3. vprašanje .....    | 18 |
| Tabela 4: Odgovori na 4. Vprašanje .....    | 19 |
| Tabela 5: Odgovori na 5. Vprašanje .....    | 20 |
| Tabela 6: Odgovori na 6. Vprašanje .....    | 21 |
| Tabela 7: Odgovori na 7. Vprašanje .....    | 22 |
| Tabela 8: Odgovori na 8. Vprašanje .....    | 23 |
| Tabela 9: Odgovori na 9. Vprašanje .....    | 24 |
| Tabela 10: Odgovori na 10. Vprašanje .....  | 28 |
| Tabela 11: Odgovori na 11. Vprašanje .....  | 29 |
| Tabela 12: Odgovori na 12. Vprašanje .....  | 30 |
| Tabela 13: Odgovori na 13. Vprašanje .....  | 31 |
| Tabela 14: Odgovori na 14. Vprašanje .....  | 32 |
| Tabela 15: Odgovori na 15. Vprašanje .....  | 33 |
| Tabela 16: Odgovori na 16. Vprašanje .....  | 34 |
| Tabela 17: Swot analiza .....               | 42 |
| Tabela 18: Želeni tržni delež .....         | 42 |
| Tabela 19: Prodajna kalkulacija .....       | 44 |
| Tabela 20: Napoved prodaje .....            | 47 |
| Tabela 21: Vrednostna napoved .....         | 48 |
| Tabela 22: Napoved nabave .....             | 49 |
| Tabela 23: Kadrovska projekcija .....       | 50 |
| Tabela 24: Načrt bruto plač .....           | 51 |
| Tabela 25: Prehrana in regres .....         | 51 |
| Tabela 26: Skupaj stroški zaposlencev ..... | 51 |
| Tabela 27: Obstoječa oprema .....           | 52 |

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 28: Načrtovana oprema.....                                                        | 52 |
| Tabela 29: Finančna konstrukcija in viri naložbe.....                                    | 53 |
| Tabela 30: Načrt virov in naložb .....                                                   | 53 |
| Tabela 31: Načrt stroškov poslovanja in finančnih dohodkov za prvo leto poslovanja ..... | 55 |
| Tabela 32: Terminski plan.....                                                           | 57 |

## KAZALO GRAFOV

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Graf 1: Spol anketirancev .....                                      | 16 |
| Graf 2: Starost anketirancev .....                                   | 17 |
| Graf 3: Status anketirancev.....                                     | 18 |
| Graf 4: Zanimanje za ples.....                                       | 19 |
| Graf 5: Vključenost v plesno šolo .....                              | 20 |
| Graf 6: Število obiskov plesne šole .....                            | 21 |
| Graf 7: Želeni termin obiskov .....                                  | 22 |
| Graf 8: Primeren dan za obisk plesne šole .....                      | 23 |
| Graf 9: Nikakor me ne zanima .....                                   | 25 |
| Graf 10: Ne zanima me.....                                           | 25 |
| Graf 11: Neodločen .....                                             | 26 |
| Graf 12: Zanima me.....                                              | 26 |
| Graf 13: Zelo me zanima .....                                        | 27 |
| Graf 14: Način plesa .....                                           | 28 |
| Graf 15: Zanimanje za individualne ure, sami, z učiteljem plesa..... | 29 |
| Graf 16: Termini individualne ure.....                               | 30 |
| Graf 17: Plesni vikendi .....                                        | 31 |
| Graf 18: Želena cena tečaja .....                                    | 32 |
| Graf 19: Vzroki za učenje plesa .....                                | 33 |
| Graf 20: Nikakor me ne zanima .....                                  | 34 |
| Graf 21: Ne zanima me.....                                           | 35 |
| Graf 22: Neodločen .....                                             | 35 |
| Graf 23: Zanima me.....                                              | 36 |
| Graf 24: Zelo me zanima .....                                        | 36 |

# 1 UVOD

## 1.1 *Opredelitev obravnavane zadeve*

Na področju Podravske regije je že veliko plesnih šol, vendar menimo, da je dovolj prostora za novo plesno šolo z imenom »ZAČUTI GLASBO« .

Življenje posameznikov je vse bolj stresno in napeto, ples pa je tista dejavnost, ki na eni strani odpravlja stres, hkrati pa nas sprošča in blagodejno vpliva na naše počutje ter krepi našo fizično kondicijo. Vse več ljudi se tega zaveda, zato je povpraševanje po plesnih tečajih iz leta v leto večje.

Vemo, da ima večina plesnih šol tečaje v popoldanskem času, zato bomo v plesni šoli »ZAČUTI GLASBO« uvedli določene tečaje tudi v dopoldanskem in popoldanskem času ter našim strankam omogočili individualne ure v terminu, ki si ga bodo lahko sami izbrali.

## 1.2 *Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela*

**Namen** diplomske naloge je na osnovi raziskave trga in pripravljenega poslovnega načrta preveriti, ali je poslovna ideja plesne šole lahko tudi poslovna priložnost.

### **Cilji:**

- pripraviti anketo, s pomočjo katere bomo ugotovili, katera bo naša glavna ciljna skupina in kateri plesi so najbolj zaželeni,
- ugotovitev prednosti in slabosti plesne šole,
- ugotovitev glavnih tveganj plesne šole in določitev ukrepov, s pomočjo katerih bomo zmanjšali tveganja,
- priprava poslovnega načrta za ugotavljanje, ali je poslovna priložnost tudi poslovna ideja.

### **Osnovne trditve:**

- kljub veliki količini plesnih šol v mestu, je še zmeraj prostor za novo plesno šolo,
- osebni pristop je naša »dodana vrednost«,

- vse več ljudi si želi izboljšati svoje plesno znanje,
- individualne ure so tisto, kar nas razlikuje od večine drugih plesnih šol
- s plesno šolo lahko dosežemo dejavnosti primeren rezultat.

### **1.3 *Predpostavke in omejitve***

Osnovna predpostavka je vedno večje povpraševanje po plesnih tečajih.

Omejitve so se delno pojavile pri neizpolnjevanju anketnih vprašalnikov.

### **1.4 *Predvidene metode raziskovanja***

Predvidena metoda raziskovanja je anketiranje. Izvajalo se je osebno in preko elektronske pošte ter z vnaprej pripravljenim anketnim vprašalnikom.

## **2 PODJETNIŠTVO**

### ***2.1 Pojem podjetništva***

Podjetništvo je proces ustvarjanja nečesa novega, drugačnega in vrednega. Je tudi gonilna sila napredka in razvoja, ki v zadnjem času prinaša največ delovnih mest in dodane vrednosti. V središču tega procesa je podjetnik, ki s svojim obnašanjem, intuicijo, vizijo, trdim delom, močno željo po uspehu, socialnim in človeškim kapitalom ter preteklimi izkušnjami premika meje napredka in gradi svoje sanje. Zato predstavlja njegov uspeh tudi prispevek k uspehu lokalnega okolja in celotne družbe.

Za izgradnjo in vodenje uspešnega podjetja, kar so sanje vsakega podjetnika, pa je potrebno poleg navedenih aktivnosti in lastnosti tudi ogromno znanja. Ravno znanje je danes tisto, ki podjetjem v vse hitrejšem spreminjanju okolja, razmer delovanja in naraščajoče konkurence zagotavlja dolgoročno konkurenčno prednost ter dobičkonosno rast (Ruzzier, et.al., 2008, 9).

Podjetništvo je proces, ki mu podjetniki namenjajo svoj čas in prizadevanja, prevzemajo pripadajoča finančna, psihična in družbena tveganja za ustvarjanje nečesa novega, vrednega in prejema pripadajoče nagrade v obliki denarja, osebnega zadovoljstva in neodvisnosti (Antončič, et.al., 2002, 30).

### ***2.2 Podjetniška ideja***

Brez idej ni podjetništva. Zato je za podjetnika inovativnost ali ustvarjalnost, s čimer poimenujemo sposobnost rojevanja idej, neobhodna značilnost in sposobnost (Šauperl, 2009, 37). Večina idej je enostavnih in ni nujno, da je ideja enkratna. Je način in je oblika, ko se nam prikazujejo stvari in pojmi (Šauperl, 2009, 25) in je hkrati rezultat človekovega mišljenja. Dobro je, da jih je veliko za več različnih primerov reševanja podjetniških problemov. Neumnih idej ni!

Podjetniška ideja je predpogoj katerekoli podjetniške aktivnosti, pa naj bo to razvoj novega izdelka, nov način trženja izdelka, nov projekt ali nastanek novega podjetja. Vendar pa vsaka

podjetniška ideja ne pomeni nujno tudi podjetniške priložnosti. Samo »dobra« podjetniška ideja podjetniku ne zagotavlja uspeha, potrebno jo je preveriti in preoblikovati v podjetniško priložnost. Poznamo več načinov, kako preveriti neko idejo. Eden izmed njih je sistematično generiranje podjetniških idej, pa tudi prizadevanje za povečanje ustvarjalnosti posameznika (<http://www.mestomladih.si/spodbujamo-inovativnost/podjetniska-ideja-se-ni-poslovna-priloznost/263>, 17.05.2012).

Kot vir za razvijanje podjetniških idej koristimo lastno znanje, znanje drugih, literaturo, izobraževanje in usposabljanje, sejme, poslovne in druge obiske, ekskurzije, razstave, ustvarjalne delavnice, spletne strani itd (Šauperl, 2009, 26).

## **2.2 Poslovni načrt**

Poslovni načrt je dokument, ki ga zapiše podjetnik ali podjetniška skupina pred pričetkom nekega novega posla in/ali pred ustanovitvijo novega podjetja, oziroma pri nadaljevanju ali razvoju posla v obstoječem podjetju (Ruzzier, et.al., 2008, 283). Pogosto gre za skupek delovnih načrtov, kot so trženje, finance, proizvodnja in kadri (Antončič, et.al., 2002, 186).

Poslovni načrt začrta potek posla in vseh z njimi povezanih aktivnostmi za tri ali pet let v naprej. Lahko bi rekli, da poslovni načrt poleg cilja predvideva tudi različne poti, po katerih lahko pridemo do cilja (Ruzzier, et.al., 2008, 283).

Poslovni načrt ima več funkcij. Osnovne so:

- Načrtovanje in usposabljanje podjetnika.
  - Stimuliranje investitorjev.
  - Informativna funkcija za uspešen proces.
  - Dokumentiranje za pravne potrebe.
  - Kontroling kot način spremljave novih projektov
- ([http://www.businessincubation.si/shared\\_files/poslovni\\_nacrt\\_-\\_prirocnikptp.pdf](http://www.businessincubation.si/shared_files/poslovni_nacrt_-_prirocnikptp.pdf), 17.05.2012).

Odgovarja pa na vprašanja:

- Kje smo v tem trenutku?

- Kaj je naš cilj?
- Katere aktivnosti moramo storiti, da bi ta cilj dosegli?
- Koliko sredstev potrebujemo za naše aktivnosti?

## **3 RAZISKOVALNI DEL**

### ***3.1 Opredelitev problema za raziskavo***

Vse več ljudi si po napornem delovnem dnevu ali tednu želi sprostitve in nekaj, kar jih bo napolnilo z energijo. Ples je zagotovo ena izmed dejavnosti, kjer lahko pozabimo na vse težave in hkrati veliko naredimo za svoje telo in duha. V Mariboru je udeležba v plesnih šolah iz leta v leto večja, tako med mladimi kot med starejšimi ljudmi.

Z našo raziskavo smo želeli ugotoviti, ali ljudi zanima ples in vključitev v plesno šolo na področju Maribora. Želeli smo pridobiti tudi osnovne informacije o tem, ali je lahko naša podjetniška ideja tudi podjetniška priložnost.

### ***3.2 Priprava na raziskavo***

Za raziskavo trga smo pripravili anketni vprašalnik, ki je bil anketirancem predstavljen osebno ali preko elektronske pošte. Ciljna skupina so občani Maribora in bližnje okolice. Anketni vprašalnik je za nas zelo pomemben, saj je od podatkov iz ankete odvisno, kako se bomo v prihodnje odločili.

### ***3.3 Vprašalnik za raziskavo***

Anketni vprašalnik obsega 16 vprašanj. Anketa je bila izvedena na območju Maribora, in sicer zajema vse starosti. Anketirali smo 80 ljudi. Z anketnim vprašalnikom smo želeli izvedeti zanimanje anketirancev za ples, katere zvrsti plesov bi si želeli obiskovati, časovni termini in dnevi, ki so jim za obisk plesne šole najbolj zanimivi, ali jih zanimajo tudi individualne ure plesa in seveda tudi zakaj se želijo naučiti plesa. Anketni vprašalnik je v prilogah diplomskega dela.

### 3.4 Analiza anketnih odgovorov

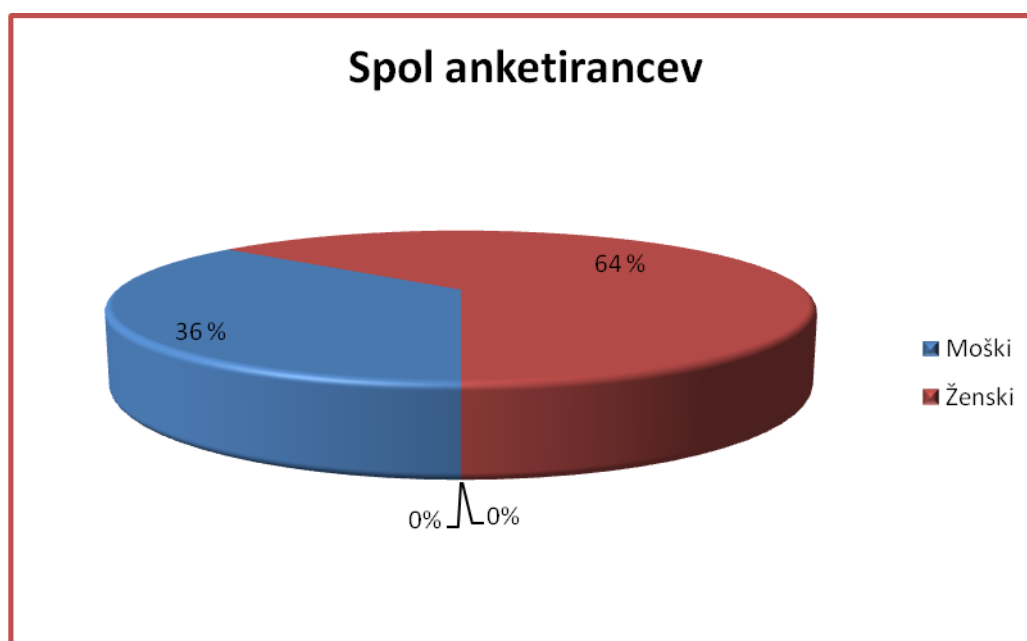
#### VPRAŠANJA IN ODGOVORI ANKETIRANCEV

##### 1. VPRAŠANJE: SPOL ANKETIRANCEV

| Spol anketirancev | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|-------------------|-----------|-------------------|
| Moški             | 29        | 36 %              |
| Ženski            | 51        | 64 %              |
| <b>Skupaj</b>     | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 1: Odgovori na 1. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 1: Spol anketirancev

Vir: Lasten

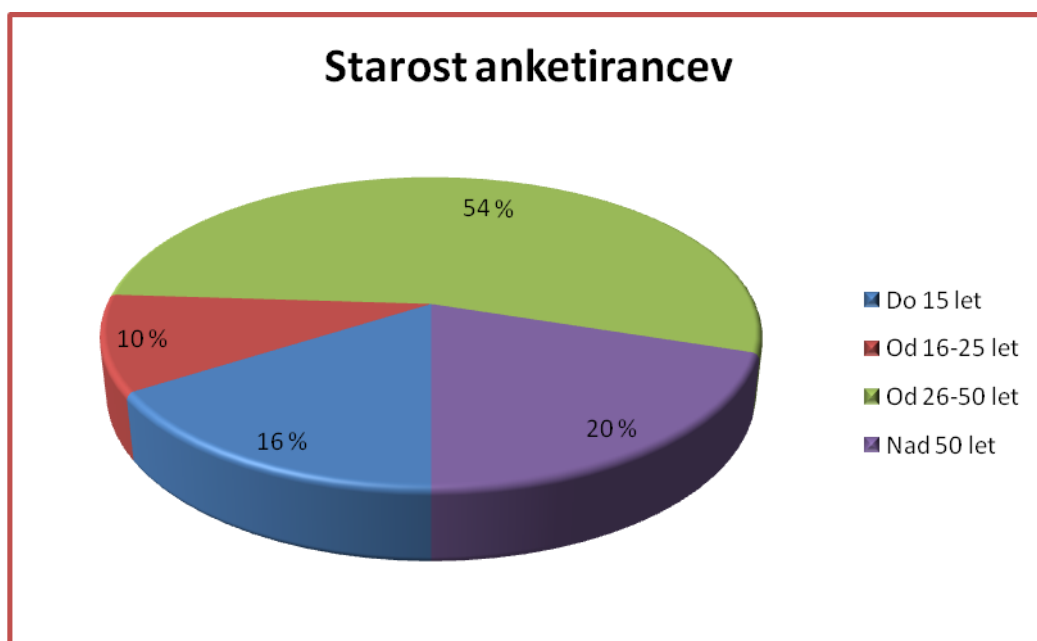
Anketni vprašalnik je izpolnilo 80 anketirancev. Od tega je anketo izpolnilo 51 žensk in 29 moških.

## 2. VPRAŠANJE: STAROST ANKETIRANCEV

| Starost anketirancev | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|----------------------|-----------|-------------------|
| Do 15 let            | 13        | 16 %              |
| Od 16-25 let         | 8         | 10 %              |
| Od 26-50 let         | 43        | 54 %              |
| Nad 50 let           | 16        | 20 %              |
| <b>Skupaj</b>        | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 2: Odgovori na 2. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 2: Starost anketirancev

Vir: Lasten

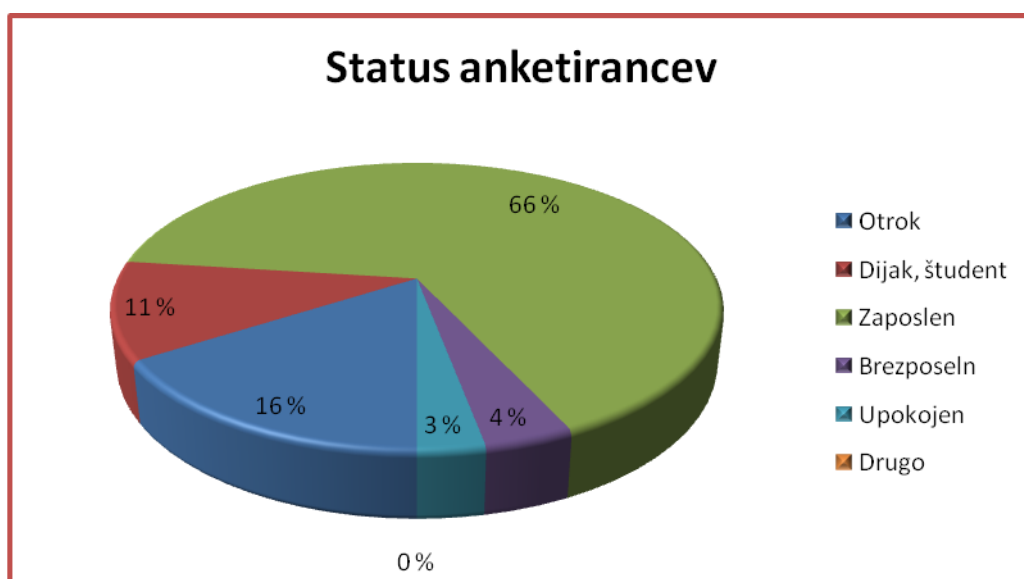
Z vprašanjem o starosti smo ugotovili, da je bilo največ anketirancev starih od 26-50 let, temu so sledili anketiranci stari nad 50 let, nato do 15 let, in najmanj je bilo starih od 16-25 let. Iz podatkov je torej razvidno, da je pri anketi sodelovalo največ ljudi srednjih let.

### 3. VPRAŠANJE: STATUS ANKETIRANCEV

| Status anketirancev | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|---------------------|-----------|-------------------|
| Otrok               | 13        | 16 %              |
| Dijak, študent      | 9         | 11 %              |
| Zaposlen            | 53        | 66 %              |
| Brezposeln          | 3         | 4 %               |
| Upokojen            | 2         | 3 %               |
| Drugo               | 0         | 0 %               |
| <b>Skupaj</b>       | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 3: Odgovori na 3. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 3: Status anketirancev

Vir: Lasten

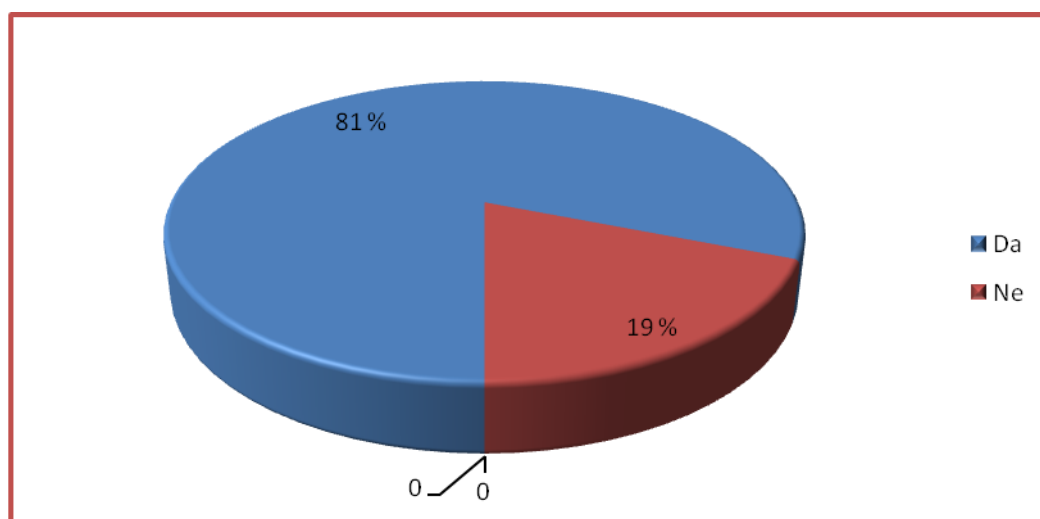
Največ naših anketirancev je zaposlenih in sicer 66 %. Otrok do 15 let je izpolnilo anketo v 16 %, dijakov, študentov v 11 % in najmanj je izpolnilo anketo upokojevcev, 3 %. V rubriki drugo ni izpolnil anketni vprašalnik noben anketiranec.

#### 4. VPRAŠANJE: VAS ZANIMAJO PLESI?

| Zanimanje za ples | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|-------------------|-----------|-------------------|
| Da                | 65        | 81 %              |
| Ne                | 15        | 19 %              |
| <b>Skupaj</b>     | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 4: Odgovori na 4. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 4: Zanimanje za ples

Vir: Lasten

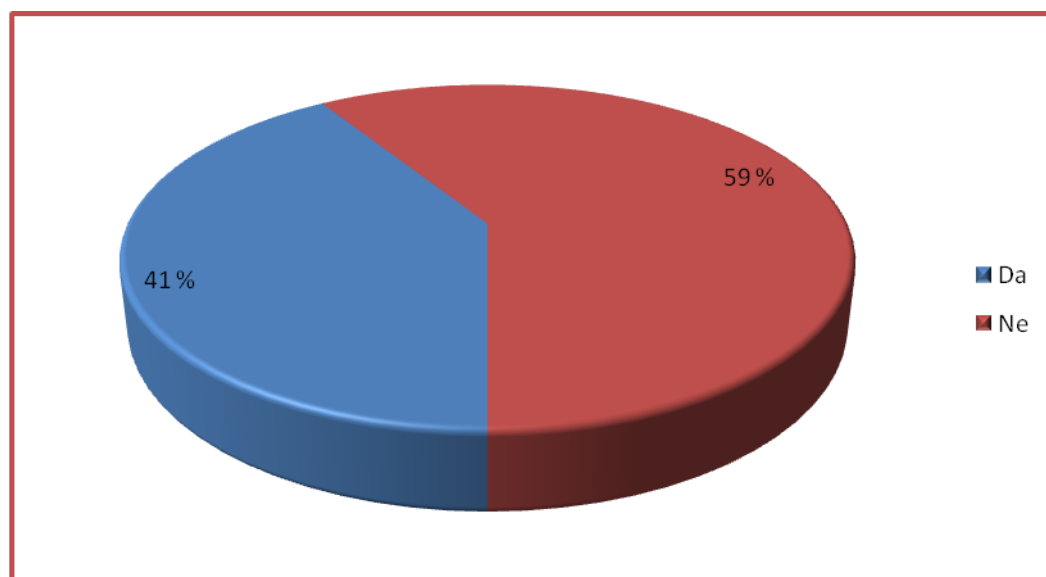
Za ples se zanima kar 81 % anketiranih, kar je za nas zelo ugoden podatek. Le 19 % anketiranih se ne zanima za ples in udeležbo v plesni šoli.

## 5. VPRAŠANJE: STE ŽE BILI, ALI STE VKLJUČENI V KATERO PLESNO ŠOLO?

| Vključenost v plesno šolo | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|---------------------------|-----------|-------------------|
| Da                        | 33        | 41 %              |
| Ne                        | 47        | 59 %              |
| <b>Skupaj</b>             | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 5: Odgovori na 5. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 5: Vključenost v plesno šolo

Vir: Lasten

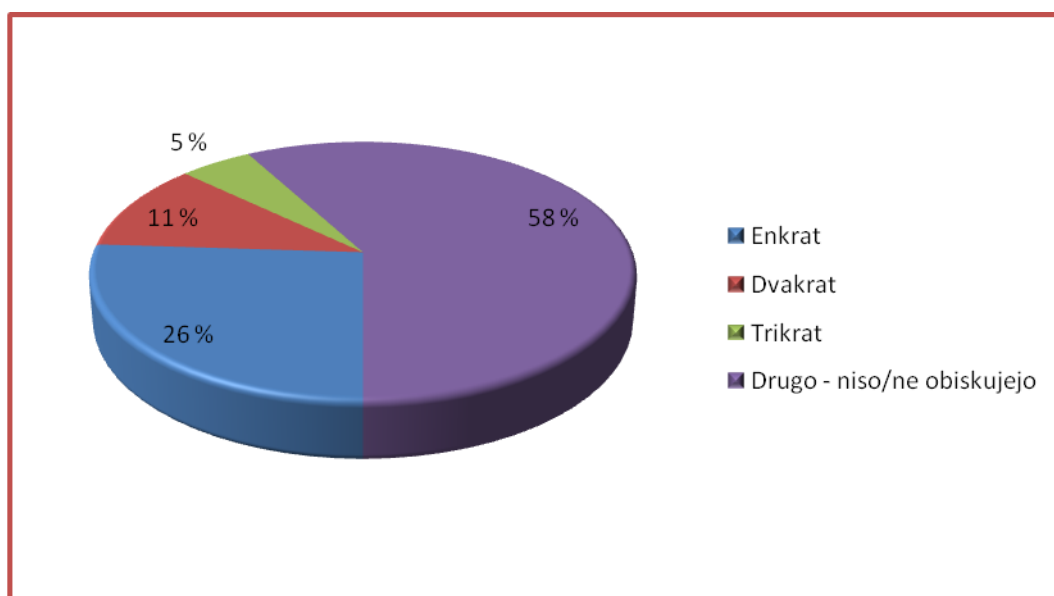
Na vprašanje o vključenosti v plesno šolo, torej ali so bili vključeni ali so še vključeni v katero plesno šolo, je 59 % anketiranih odgovorilo, da še v plesno šolo niso bili vključeni. 41 % ljudi pa je odgovorilo, da so plesne tečaje že obiskovali, torej so bili vključeni v plesne šole.

**6. VPRAŠANJE: ČE DA, KOLIKOKRAT NA TEDEN STE JO, ALI JO OBISKUJETE?**

| Število obiskov                        | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|----------------------------------------|-----------|-------------------|
| Enkrat na teden                        | 21        | 26 %              |
| Dvakrat na teden                       | 9         | 11 %              |
| Trikrat na teden                       | 4         | 5 %               |
| Drugo – niso/ne obiskujejo plesne šole | 46        | 58 %              |
| <b>Skupaj</b>                          | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 6: Odgovori na 6. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 6: Število obiskov plesne šole

Vir: Lasten

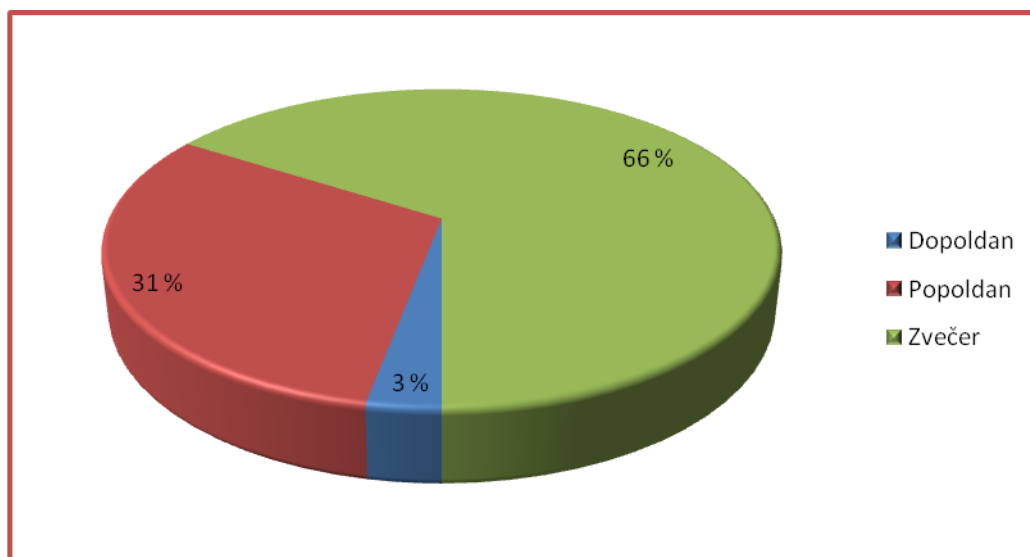
Ker je velik odstotek anketiranih odgovorilo, da plesno šolo še niso obiskovali, je tudi tukaj pri odgovoru na vprašanje drugo (niso/ne obiskujejo) odgovorilo 58 % anketirancev. Enkrat na teden je obiskovalo plesno šolo 26 % anketiranih, dvakrat na teden 11 % anketiranih in trikrat na teden 5 % anketiranih.

## 7. VPRAŠANJE: KDAJ BI ŽELELI OBISKOVATI PLESNO ŠOLO, ČE BI LAHKO IZBIRALI?

| Želeni termin obiskov | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|-----------------------|-----------|-------------------|
| Dopoldan              | 2         | 3 %               |
| Popoldan              | 25        | 31 %              |
| Zvečer                | 53        | 66 %              |
| <b>Skupaj</b>         | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 7: Odgovori na 7. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 7: Želeni termin obiskov

Vir: Lasten

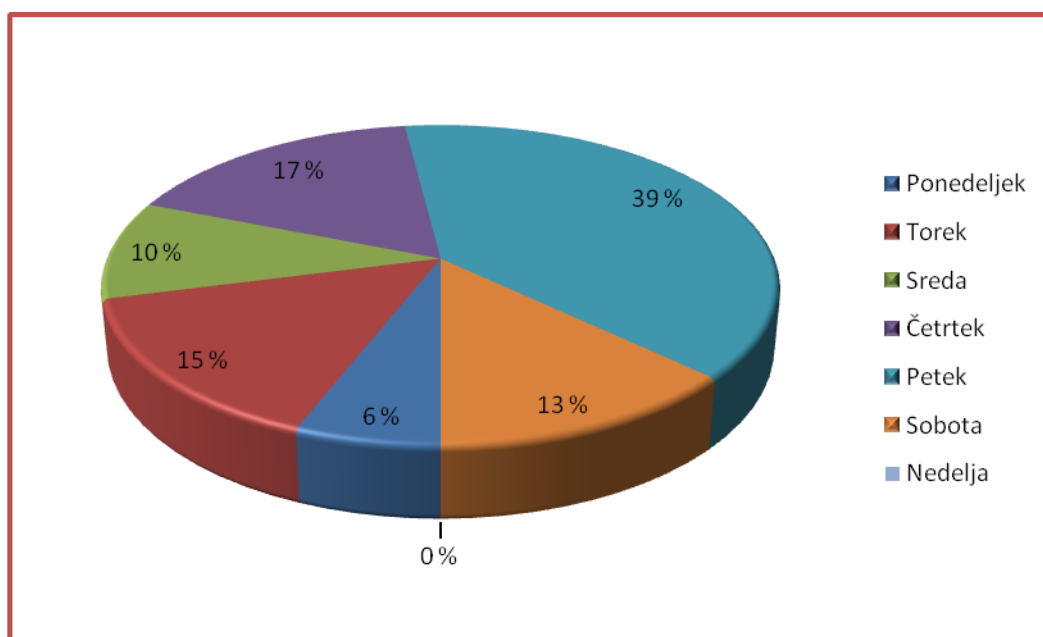
Pri tem vprašanju smo ugotovili, da si največ ljudi želi obiskovati plesne tečaje zvečer, torej 66 %. Popoldan si želi obiskovati plesno šolo 31 % ljudi in le 3 % ljudi bi si želelo obiskovati plesno šolo v dopoldanskem času. Iz podatkov je torej razvidno, da je za plesne tečaje najbolj primeren večerni čas.

**8. VPRAŠANJE: KATERI DAN V TEDNU JE ZA VAS NAJBOLJ PRIMEREN  
ZA OBISKOVANJE PLESNIH VAJ ( možnih je več odgovorov)?**

| <b>Primeren dan za obisk<br/>plesne šole</b> | <b>Odgovori</b> | <b>Delež v odstotkih</b> |
|----------------------------------------------|-----------------|--------------------------|
| Ponedeljek                                   | 6               | 6 %                      |
| Torek                                        | 14              | 15 %                     |
| Sreda                                        | 10              | 10 %                     |
| Četrtek                                      | 16              | 17 %                     |
| Petek                                        | 37              | 39 %                     |
| Sobota                                       | 12              | 13 %                     |
| Nedelja                                      | 0               | 0 %                      |
| <b>Skupaj</b>                                | <b>95</b>       | <b>100 %</b>             |

Tabela 8: Odgovori na 8. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 8: Primeren dan za obisk plesne šole

Vir: Lasten

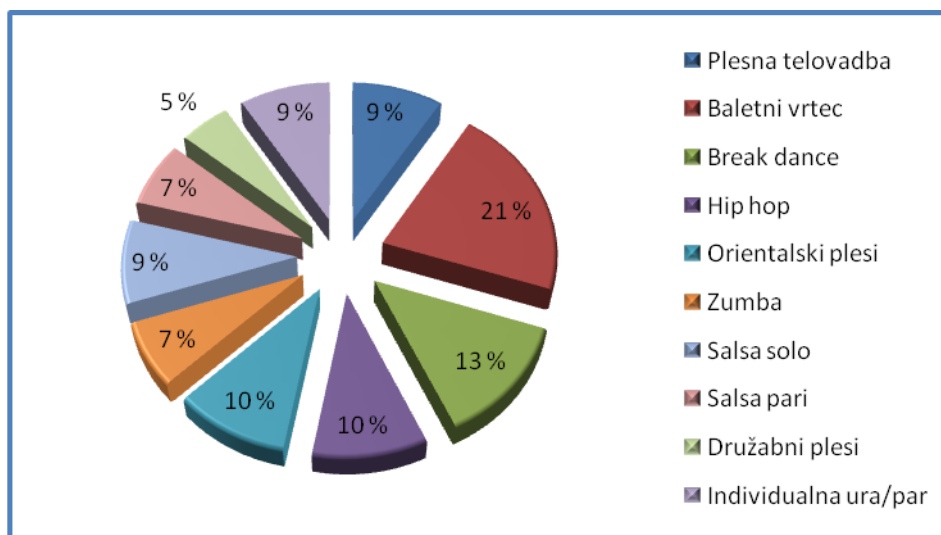
Pri tem vprašanju je bilo več možnih odgovorov. Najbolj primeren dan za obiskovanje plesne šole je po odgovorih anketirancev petek, ki ima 39 %, temu sledi četrtek z 17 % odgovorov, 15 % anketirancev bi obiskovalo plesno šolo v torek, 13 % v soboto, 10 % v sredo in 6 % v ponedeljek. V nedeljo nihče od anketiranih ne bi obiskoval plesnih tečajev.

## 9. VPRAŠANJE: KATERA VRSTA PLESA VAS NAJBOLJ ZANIMA?

| Vrsta plesa          | 1-nikakor me ne zanima | 2-ne zanima me | 3-neodločeno | 4-zanima me | 5-zelo me zanima |
|----------------------|------------------------|----------------|--------------|-------------|------------------|
| Plesna telovadba     | 25                     | 9              | 11           | 13          | 22               |
| Baletni vrtec        | 58                     | 13             | 3            | 1           | 4                |
| Break dance          | 35                     | 12             | 15           | 9           | 5                |
| Hip hop              | 29                     | 10             | 19           | 14          | 7                |
| Orientalški plesi    | 28                     | 9              | 19           | 22          | 4                |
| Zumba                | 19                     | 11             | 19           | 12          | 17               |
| Salsa solo           | 25                     | 17             | 11           | 14          | 9                |
| Salsa pari           | 19                     | 12             | 13           | 21          | 14               |
| Družabni plesi       | 13                     | 6              | 10           | 27          | 21               |
| Individualna ura/par | 24                     | 7              | 14           | 19          | 12               |

Tabela 9: Odgovori na 9. vprašanje

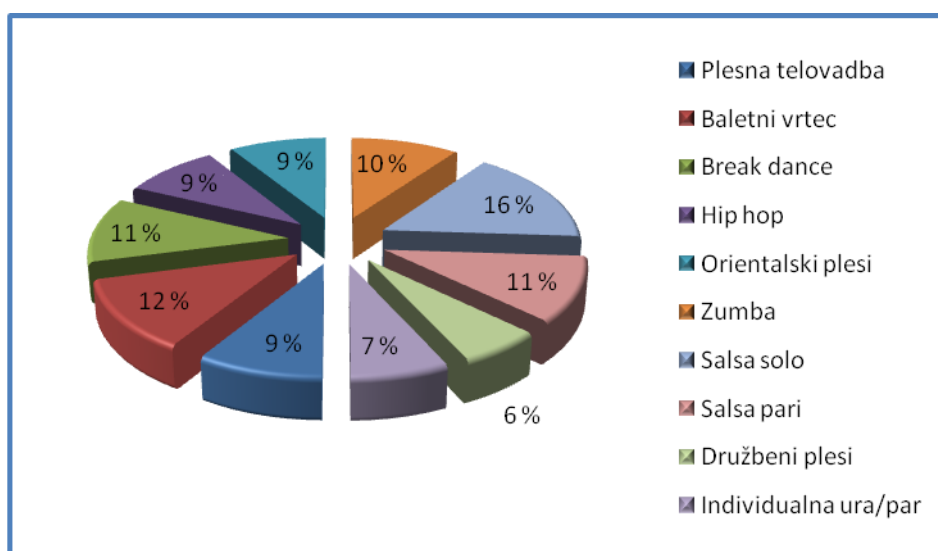
Vir: Anketa



Graf 9: Nikakor me ne zanima

Vir: Lasten

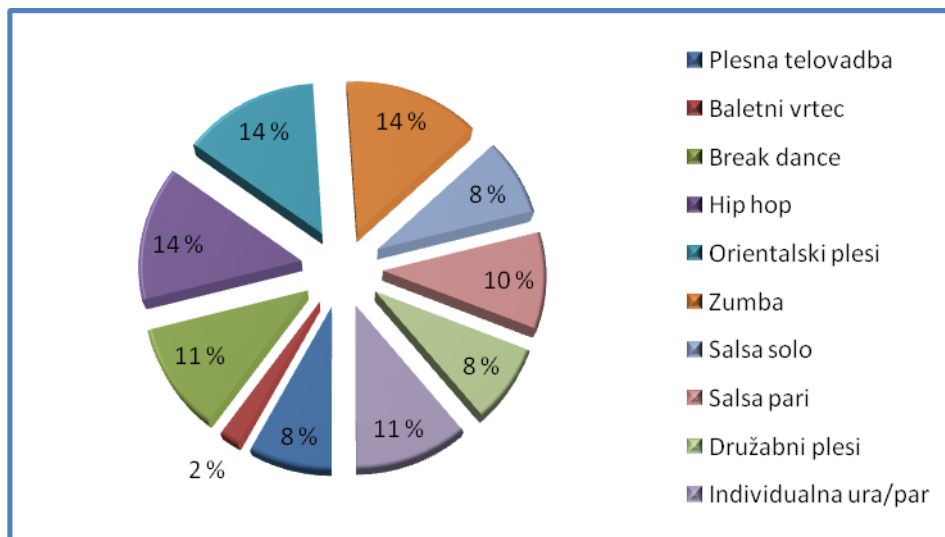
Graf prikazuje, da je med anketiranimi najmanj zanimanja za baletni vrtec s 21 % deležem, takoj za njim pa so: break dance, hip hop in salsa solo. Vzrok za to lahko iščemo v tem, da so naši anketiranci v večini stari od 26-50, prej naštetih pa so plesni tečaji za otroke in mladino.



Graf 10: Ne zanima me

Vir: Lasten

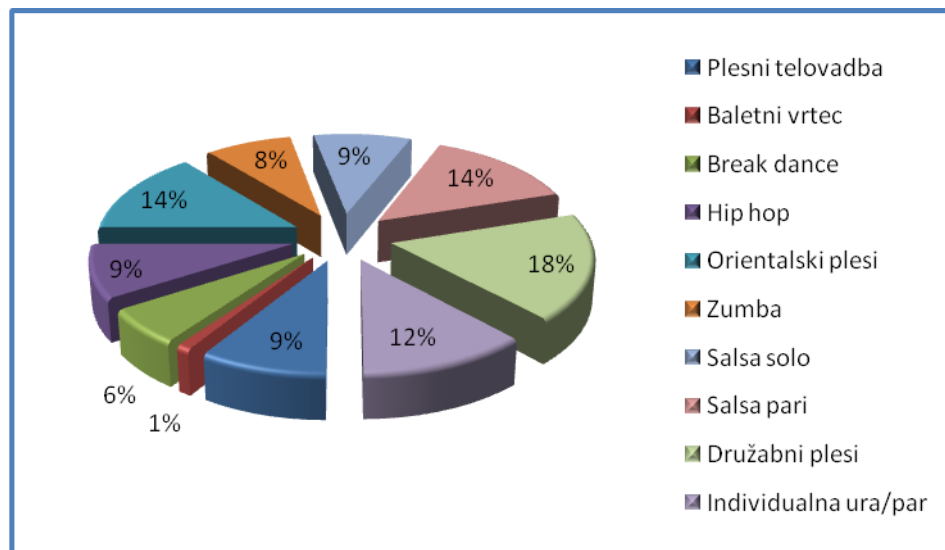
Anketiranih v 16 % ne zanima ples salsa solo, pridružujeta se mu z 12 % baletni vrtec in z 11 % break dance in salsa pari, temu pa sledi v 10 % zumba.



Graf 11: Neodločen

Vir: Lasten

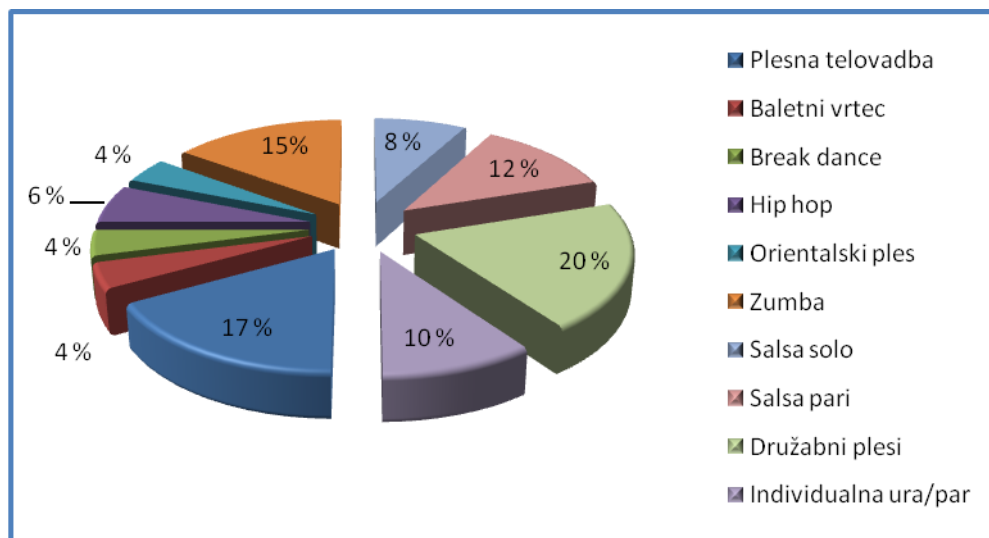
Neodločenih za zanimanje o vrsti plesa je 14 % anketiranih za hip hop, orientalski ples in zumbo. Z 11 % sledita individualna ura/par in break dance, 8 % anketiranih je neodločnih za plesno telovadbo, salsa solo in družabne plese.



Graf 12: Zanima me

Vir: Lasten

Z rezultati ankete smo ugotovili, da ljudi zanimajo družabni plesi z 18 %, 14 % anketiranih zanimajo orientalski plesi in salsa pari, nato sledi 12 % zanimanje za individualno uro/pari in 9 % anketiranih zanima plesna telovadba, hip hop in salsa solo.



Graf 13: Zelo me zanima

Vir: Lasten

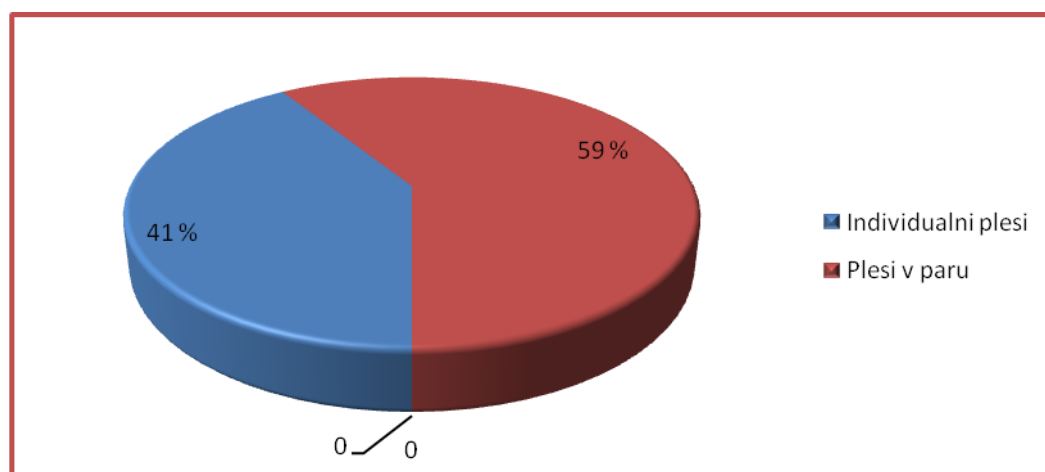
Največje zanimanje imajo anketiranci za družabne plese v 20 %, z 17 % sledi plesna telovadba, z 15 % pa plesna zvrst zumba.

# 10. VPRAŠANJE: VAS ZANIMAJO INDIVIDUALNI PLESI ALI PLESI V PARU?

| Način plesa        | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|--------------------|-----------|-------------------|
| Individualni plesi | 33        | 41 %              |
| Plesi v paru       | 47        | 59 %              |
| <b>Skupaj</b>      | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 10: Odgovori na 10. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 14: Način plesa

Vir: Lasten

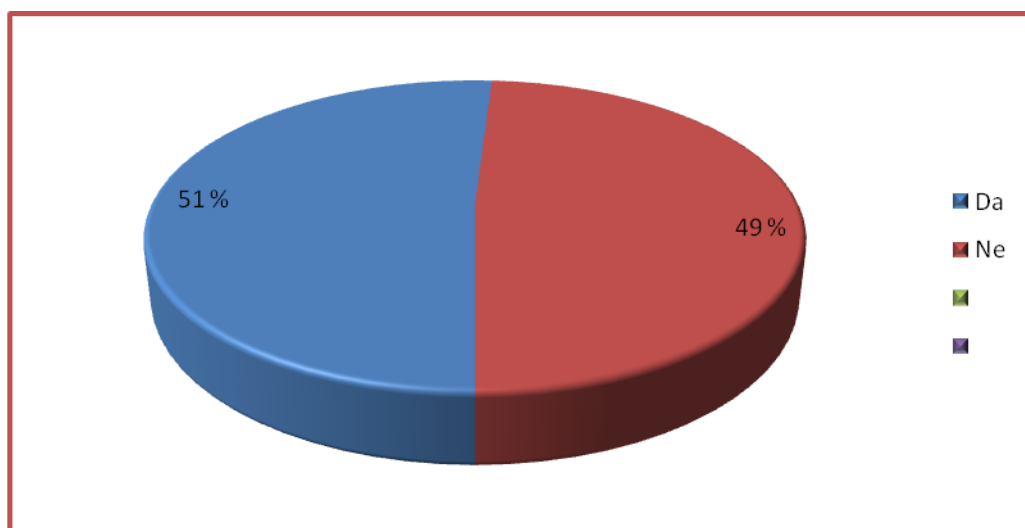
Več kot polovica anketiranih, torej 59 %, se zanima za plese v paru, kar je verjetno tudi pogojeno s tem, da je večina anketiranih srednjih let. Za individualni ples ja zainteresiranih 41 % anketiranih.

**11. VPRAŠANJE: VAS ZANIMAJO INDIVIDUALNE URE NA KATERIH BI SE UČILI SAMI Z UČITELJEM/UČITELJICO PLESA?**

| <b>Zanimanje za individualne ure</b> | <b>Odgovori</b> | <b>Delež v odstotkih</b> |
|--------------------------------------|-----------------|--------------------------|
| Da                                   | 41              | 51 %                     |
| Ne                                   | 39              | 49 %                     |
| <b>Skupaj</b>                        | <b>80</b>       | <b>100 %</b>             |

Tabela 11: Odgovori na 11. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 15: Zanimanje za individualne ure, sami, z učiteljem plesa

Vir: Lasten

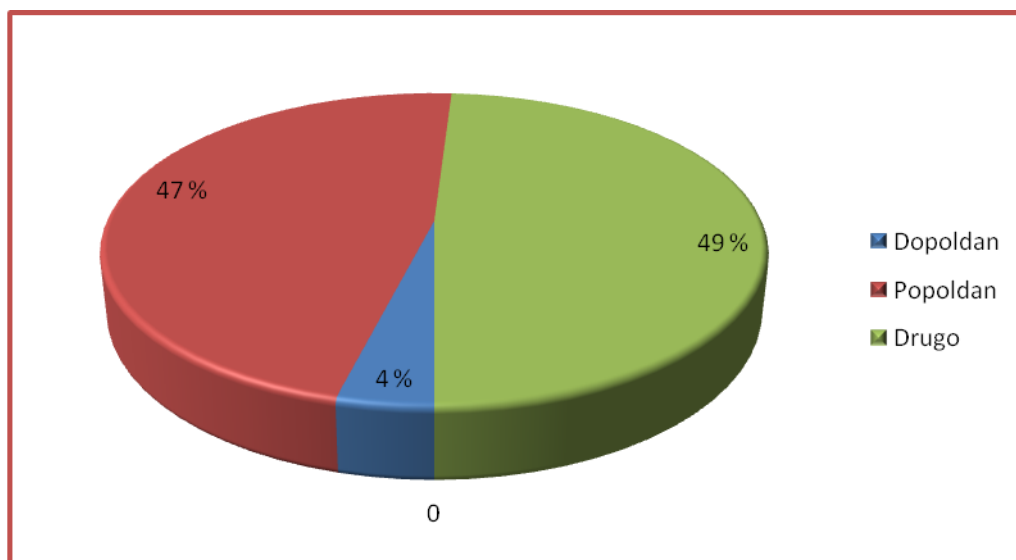
Pri odgovorih na vprašanje o zanimanju za individualne ure z učiteljem plesa, je 51 % anketiranih odgovorilo pritrdilno, 49 % anketiranih pa ni zainteresiranih za tovrstno učenje plesa.

## 12. VPRAŠANJE: ČE DA, KATERI TERMIN BI IZBRALI ZA INDIVIDUALNE URE?

| Termini individualne ure | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|--------------------------|-----------|-------------------|
| Dopoldan                 | 3         | 4 %               |
| Popoldan                 | 38        | 47 %              |
| Drugo                    | 39        | 49 %              |
| <b>Skupaj</b>            | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 12: Odgovori na 12. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 16: Termini individualne ure

Vir: Lasten

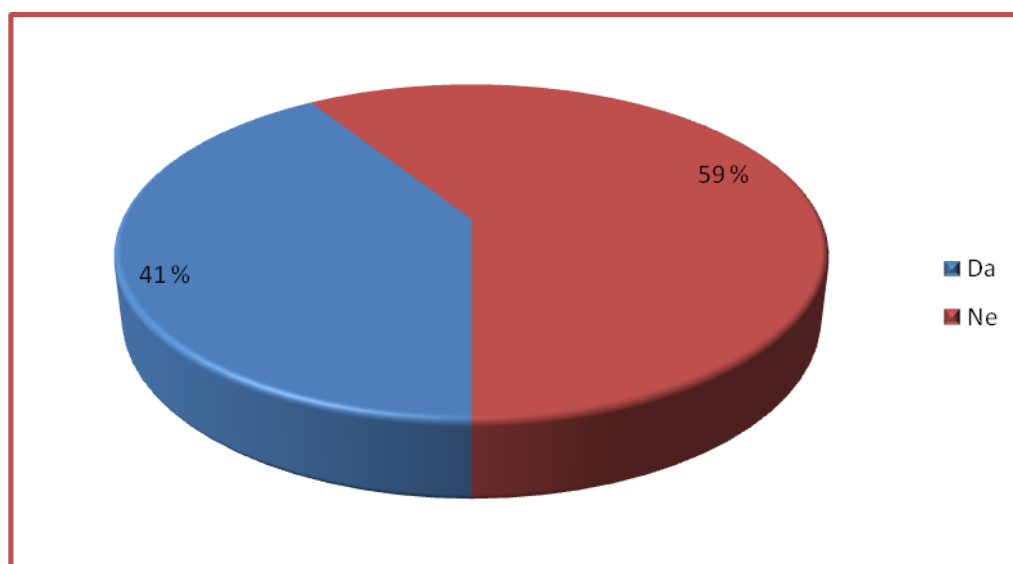
V rubriki drugo je 49 % anketiranih odgovorilo, da niso zainteresirani za tovrstno učenje plesa. V dopoldanskem času bi obiskovali takšne ure sami z učiteljem 47 % anketiranih in v dopoldanskem času 4 % anketiranih.

**13. VPRAŠANJE: BI VAS ZANIMALI T.I. PLESNI VIKENDI (INTENZIVNI 2 DNEVNI TEČAJI), KI BI SE PRIREJALI V SLOVENIJI ALI V TUJINI?**

| Plesni vikendi | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|----------------|-----------|-------------------|
| Da             | 33        | 41 %              |
| Ne             | 47        | 59 %              |
| <b>Skupaj</b>  | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 13: Odgovori na 13. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 17: Plesni vikendi

Vir: Lasten

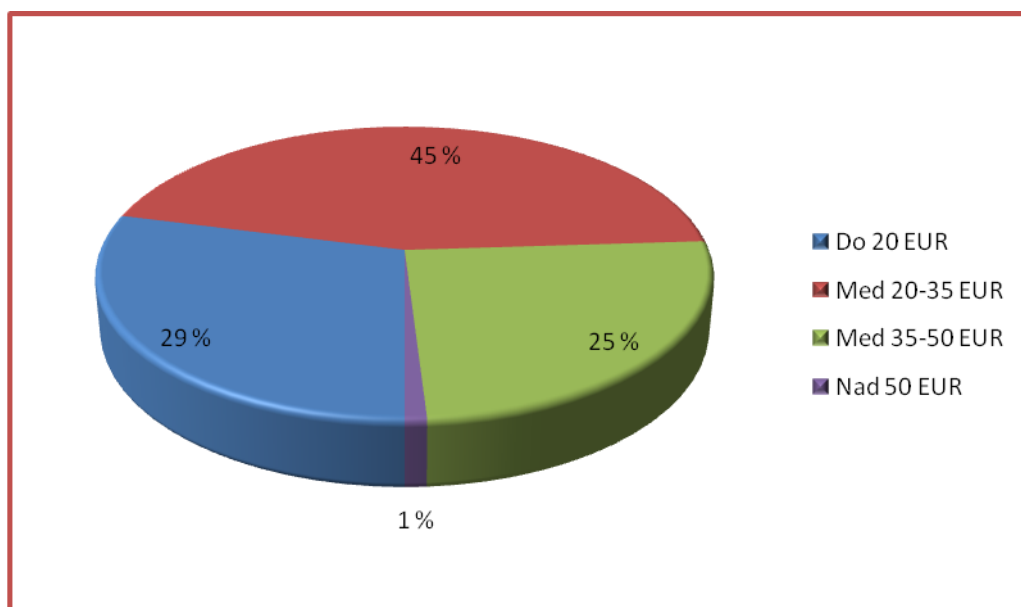
Po odgovorih iz ankete bi se 41 % anketiranih udeleževalo plesnih vikendov pri nas in v tujini, 59 % anketiranih pa je na to vprašanje odgovorilo z ne, torej da se ne bi udeleževali takšnih večdnevni tečajev.

#### 14. VPRAŠANJE: KOLIKO DENARJA BI BILI PRIPRAVLJENI PLAČATI ZA PLES?

| Želena cena tečaja | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|--------------------|-----------|-------------------|
| Do 20 EUR          | 23        | 29 %              |
| Med 20-35 EUR      | 36        | 45 %              |
| Med 35-50 EUR      | 20        | 25 %              |
| Nad 50 EUR         | 1         | 1 %               |
| <b>Skupaj</b>      | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 14: Odgovori na 14. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 18: Želena cena tečaja

Vir: Lasten

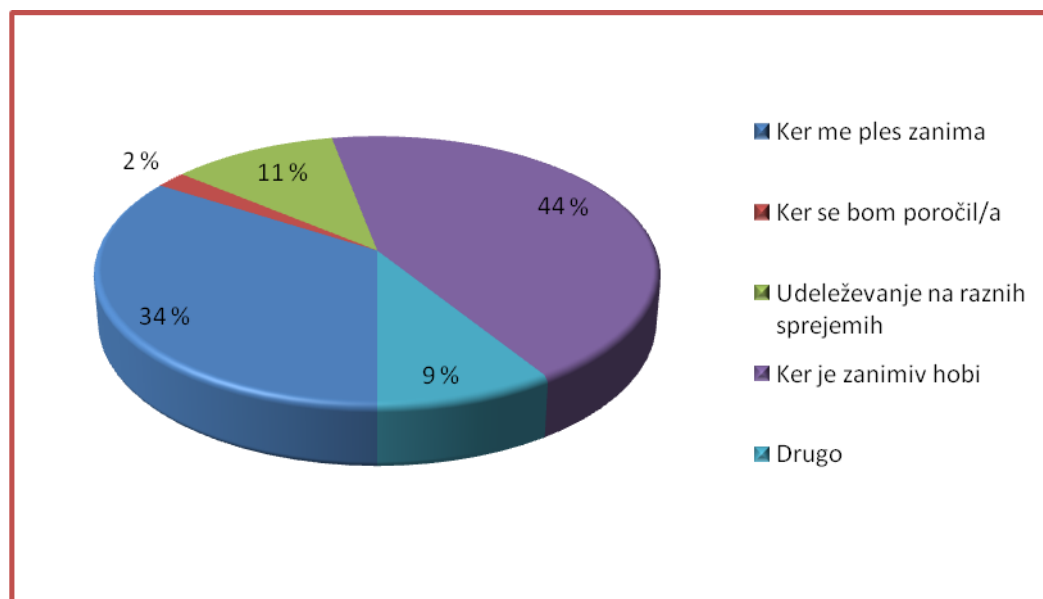
Graf nam prikazuje, da bi bilo največ anketiranih pripravljenih plačati med 20-35 EUR, kar predstavlja 45 % anketiranih. 29 % anketiranih bi odštelo za tovrstno dejavnost do 20 EUR, med 35-50 EUR je za ples pripravljenih plačati 25 % anketiranih in le 1 % nad 50 EUR.

## 15. VPRAŠANJE: ZAKAJ BI SE RADI NAUČILI PLESA?

| Vzroki za učenje plesa                                 | Odgovori  | Delež v odstotkih |
|--------------------------------------------------------|-----------|-------------------|
| Ker me ples zanima                                     | 27        | 34 %              |
| Ker se bom poročil/a                                   | 2         | 2 %               |
| Udeleževanje na raznih sprejemih-zaželeno znanje plesa | 9         | 11 %              |
| Ker mi je zanimiv hobi                                 | 35        | 44 %              |
| Drugo                                                  | 7         | 9 %               |
| <b>Skupaj</b>                                          | <b>80</b> | <b>100 %</b>      |

Tabela 15: Odgovori na 15. vprašanje

Vir: Anketa



Graf 19: Vzroki za učenje plesa

Vir: Lasten

Z odgovori smo ugotovili, da je 44 % anketiranih odgovorilo, da je ples zanimiv hobi. Za ples se zanima 34 % anketiranih in 11 % anketirancev bi se radi naučili plesa, ker se udeležujejo

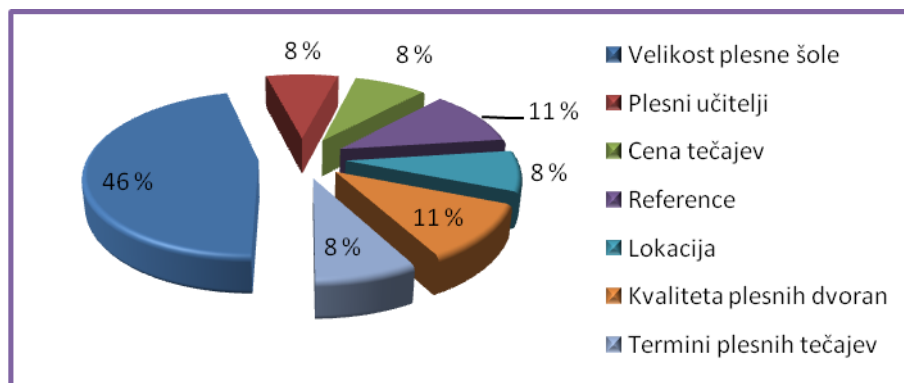
raznih sprejemov, kjer je zaželeno plesno znanje. V rubriki drugo je odgovorilo 9 % anketiranih. Želja, da bi se naučili plesa zaradi poroke, je v deležu 2 % anketiranih.

#### 16. VPRAŠANJE: KAJ VAM JE POMEMBNO PRI PONUDNIKU PLESA?

|                          | 1-nikakor me ne zanima | 2- ne zanima me | 3- neodločeno | 4-zanima me | 5-zelo me zanima |
|--------------------------|------------------------|-----------------|---------------|-------------|------------------|
| Velikost plesne šole     | 17                     | 22              | 26            | 12          | 2                |
| Plesni učitelji          | 3                      | 4               | 9             | 29          | 34               |
| Cena tečajev             | 3                      | 4               | 8             | 38          | 28               |
| Reference                | 4                      | 2               | 16            | 33          | 22               |
| Lokacija                 | 3                      | 2               | 14            | 35          | 26               |
| Kvaliteta plesnih dvoran | 4                      | 2               | 20            | 41          | 11               |
| Termini plesnih tečajev  | 3                      | 4               | 3             | 40          | 32               |

Tabela 16: Odgovori na 16. vprašanje

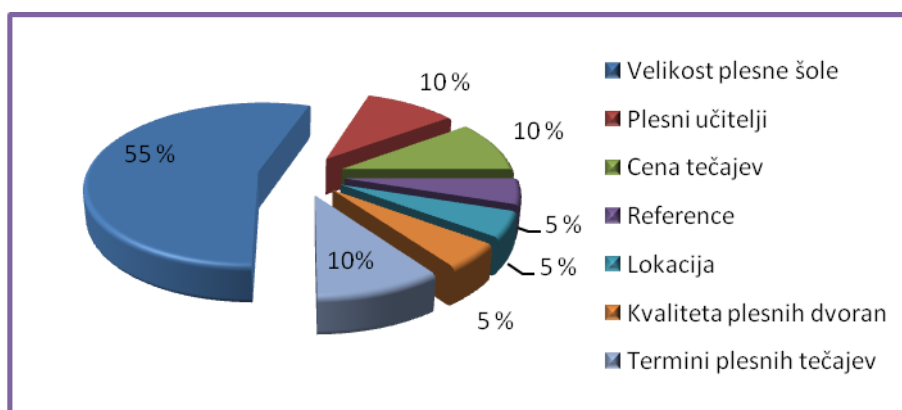
Vir: Anketa



Graf 20: Nikakor me ne zanima

Vir: Lasten

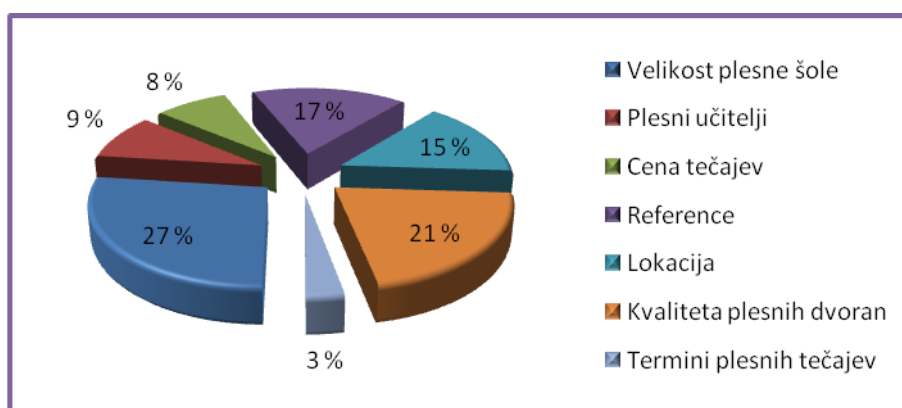
Naših anketirancev nikakor ne zanima velikost plesne šole, saj jih je tako odgovorilo na to vprašanje kar 46 % vprašanih. Sledi kvaliteta plesnih dvoran in reference z 11 %, ter z 8 % si sledijo plesni učitelji, cena tečajev, lokacija in termini plesnih tečajev.



Graf 21: Ne zanima me

Vir: Lasten

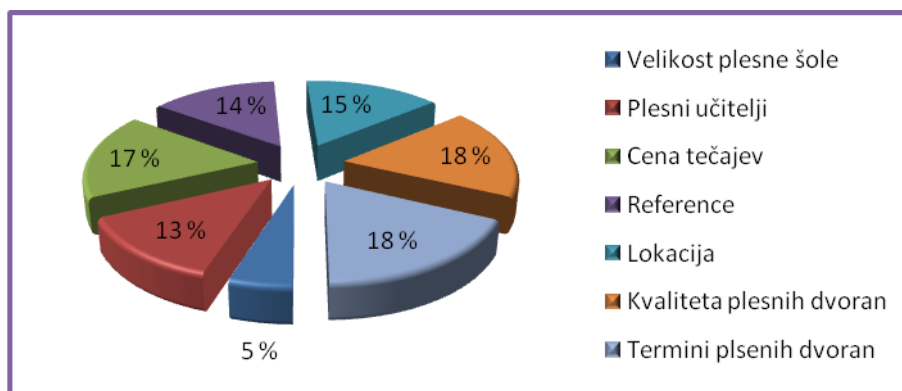
55 % anketiranih ne zanima velikost plesne šole, v 10 % jih ne zanima plesni učitelj, cena tečajev in termini plesnih tečajev. 5 % pa jih ne zanima o referencah, lokaciji in kvaliteti plesnih dvoran.



Graf 22: Neodločen

Vir: Lasten

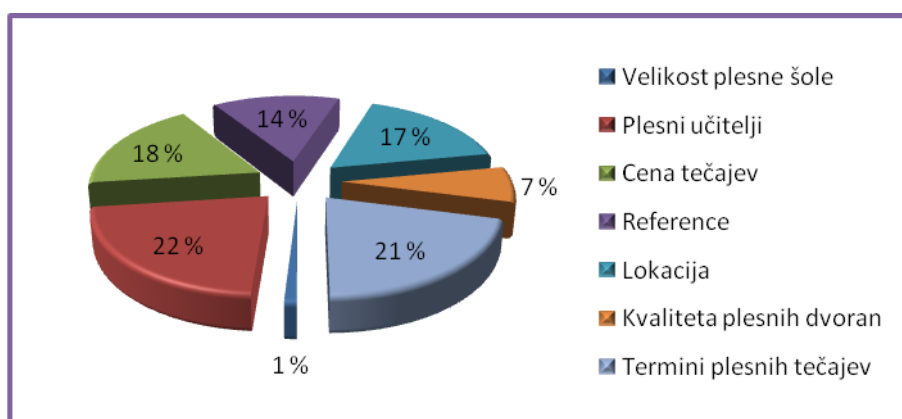
Neodločenih za velikost plesne šole je 27 % anketiranih, temu sledi z 21 % kvaliteta plesnih dvoran, z 17 % reference in z 15 % lokacija.



Graf 23: Zanima me

Vir: Lasten

Z 18 % so anketirani odgovorili, da jih zanima kvaliteta plesne šole in termini plesnih tečajev. Anketirance zanima tudi cena tečajev, in sicer v 17 % in lokacija plesne šole, ki predstavlja 15 % delež.



Graf 24: Zelo me zanima

Vir: Lasten

Anketirance z 22 % najbolj zanimajo plesni učitelji, nadalje z 21 % termini plesnih tečajev, z 18 % cena tečajev in s 17 % lokacija.

### **3.5 Sklepne ugotovitve**

Z raziskavo smo pridobili veliko koristnih informacij in tako ugotovili, ali je na področju Maribora in okolice zanimanje za ples veliko in bo zato naša podjetniška ideja lahko prerasla v podjetniško priložnost.

S pomočjo ankete smo naredili analizo trga in prišli do pomembnih ugotovitev na podlagi katerih bomo lahko ustrezno pripravili začetek poslovanja plesne šole.

Glavnina anketirancev je zaposlenih posameznikov, starih med 26 in 50 let. Med anketiranimi je kar 81% takšnih, ki jih ples zanima, približno polovica pa takšnih, ki se še nikoli niso vključili v plesno šolo. Ugotovili smo, da bo potrebno večino plesnih tečajev izvajati v večernih urah in delno tudi v popoldanskih urah; najboljši dan za plesne tečaje pa je petek ali četrtek. Glavnina anketirancev bi se odločila za obiskovanje družabnih plesov, salse in orientalskih plesov. Dodatno smo ugotovili, da je anketirancem zelo pomemben pravi termin, reference in lokacija same plesne šole.

## **4 POSLOVNI NAČRT**

### **4.1 *Smoter cilji in strategija poslovanja***

#### **4.1.1 *Smoter poslovanja***

Podjetje se bo ukvarjalo s plesnimi tečaji. Cilj plesne šole je, da bo imela zadovoljne in plesno izpopolnjene tečajnike, ki živijo ali pa se učijo na področju Maribora in okolice. Namen poslovanja plesne šole je širjenje plesnega znanja in stabilno poslovanje, ki bo prinašalo primeren dobiček ob koncu vsakega poslovnega leta.

#### **4.1.2 *Cilji poslovanja***

Naš osnovni cilj je postati prepoznavna plesna šola. Naša naloga bo, da s kvalitetnimi tečaji pripeljemo še več tečajnikov in s tem omogočimo dolgoročno stabilno rast podjetja. Vsak podjetnik ima kratkoročne in dolgoročne cilje, ki pa jih lahko doseže le z aktivnim delom, pozitivnim razmišljanjem in zaupanjem vase in v sodelavce.

Kratkoročni cilji: - doseči prepoznavnost na trgu,

- prevzem tečajnikov od konkurence,
- pridobitev drugih tečajnikov,
- en zaposlen,
- letni promet prvega leta 76.400 EUR,
- prvo leto doseči 10 % dobiček.

Dolgoročni cilji: - razširitev ponudbe,

- povečanje zaposlenih na skupno tri zaposlence,
- plesni tečaji za maturante,
- obdržati stalne tečajnike in pridobiti nove,
- povečat promet v četrtem letu nad 90.000 €.

#### **4.1.3 Strategija poslovanja**

Svoje cilje bomo skušali doseči s kvalitetno in profesionalno storitvijo, z inovativnostjo in prilagodljivostjo. V konkurenčnem poslovnem okolju se moramo pravilno odločati, to pa lahko dosežemo le z informacijami, ki jih imamo na razpolago in so le-te točne in pravočasne. Pravilne poslovne odločitve so ključ do uspeha. Celotna tržna strategija našega podjetja bo usmerjena v pridobivanje in ohranjanje tečajnikov ter zadovoljevanje njihovih potreb in želja.

### **4.2 Panoga, podjetje in ponudba**

#### **4.2.1 Panoga**

Podjetje sodi v storitveno dejavnost – plesni tečaji.

#### **4.2.2 Organizacijska oblika**

Podjetje bo registrirano kot samostojni podjetnik (s. p.).

Naziv podjetja bo: »ZAČUTI GLASBO«, Sonja Greiner s.p.  
Dalmatinska 13  
Maribor

#### **4.2.3 Predmet ponudbe**

Predmet ponudbe so plesni tečaji.



Slika 1: Plesni par

Vir: <http://www.blingcheese.com/image/code/1/step+up.htm>, 21.05.2012

## **4.3 TRŽIŠČE**

### **4.3.1 Analiza trga**

#### ***Tržni segment kupcev (ciljne skupine)***

Ciljna skupina so otroci, mladina in odrasli.

#### ***Lokacija kupcev doma***

Naša dejavnost je osredotočena na trženje plesnih tečajev na področju Maribora in okolice.

#### ***Lokacija kupcev v tujini***

Delovali bomo samo na področju Slovenije.

#### ***Značilnosti trga***

Gre v glavnem za tečajnike, ki se bodo po opravljenem tečaju vrnili, v kolikor bodo zadovoljni s tečajem in v kolikor jim bomo na novem tečaju ponudili novo znanje.

#### ***Nakupne navade kupcev***

Vsi tečajniki si želijo kvalitetne tečaje, na katerih bodo lahko izpopolnili svoje plesno znanje.

Pomembno je, da na naših tečajih predstavljamo nove primerne vsebine v skladu z modernimi svetovnimi smernicami, saj bomo le tako zadovoljili specifičen okus naših tečajnikov.

#### **4.3.2 Analiza konkurence**

##### ***Ključni konkurenti***

Naši glavni konkurenti so: Plesna šola Pingi, Plesna šola Rolly, Zappleši.si, Plesna šola Urška in Plesna šola Salsero.

##### ***Značilnosti vodilne konkurence***

Glavni konkurenti so na trgu prisotni že več let, kar pomeni, da so bolj prepoznavni, boljše organizirani, imajo večji sloves in več stalnih tečajnikov.

##### ***Prednosti konkurence***

Prednosti se kažejo v daljši prisotnosti in uveljavljenosti na trgu, večji finančni moči, veliki izbiri različnih plesnih tečajev in večjemu številu usposobljenega kadra.

##### ***Slabosti konkurence***

Konkurenca težje svoje utečene tečaje spreminja in se težje prilagaja individualnim željam posameznih tečajnikov. Tako, na primer, težje pripravijo program standardnih plesov za tri pare, ki bi se dogajal sredi dneva.

##### ***Cene konkurence***

Pri vseh konkurentih so podobne cene storitve.

##### ***Način prodaje pri konkurenci***

Direktna prodaja.

##### ***Tržni nastop konkurence***

Direktni marketing, oglasi na internetu in oglasna sporočila na radiu.

### 4.3.3 Analiza možnosti in ovir, ter prednosti in slabosti

| MOŽNOSI (priložnosti) +                                                                                                                                                                                                                                                             | OVIRE (nevarnosti) -                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-prevzem tečajnikov</li> <li>-širok krog potencialnih strank</li> <li>-porast povpraševanja po plesnih tečajih</li> <li>-veliko novih plesnih zvrsti, ki se pojavljajo v svetu</li> <li>-želja po izpopolnjevanju plesnega znanja</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-pojav nove konkurence</li> <li>-nezadovoljni kupci</li> <li>-dvig cene</li> <li>-močna konkurenca</li> <li>-višja cena najema prostora za plesno šolo</li> </ul>      |
| PREDNOSTI +                                                                                                                                                                                                                                                                         | SLABOSTI -                                                                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-prilagodljivost</li> <li>-kvaliteta storitev</li> <li>-želja po uspehu</li> <li>-fleksibilni delavni čas, tudi sobote in nedelje</li> <li>-izkušnje v stroki</li> </ul>                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-neizkušenost v podjetništvu</li> <li>-majhna finančna moč</li> <li>-neuveljavljenost na trgu</li> <li>-majhnost podjetja</li> <li>-preveliko povpraševanje</li> </ul> |

Tabela 17: Swot analiza

Vir: Lasten

### 4.3.4 Načrt tržnih ciljev

#### *Želeni tržni delež*

|             | leto 1 | leto 2 | leto 3 | leto 4 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|
| do 5 %      | X      |        |        |        |
| od 5 – 15 % |        | X      | X      |        |
| Nad 15 %    |        |        |        | X      |

Tabela 18: Želeni tržni delež

Vir: Lasten

#### *Želeni ciljni tržni segmenti*

To so tisti, ki želijo plesati, pa do danes svojega plesnega znanja še niso izpopolnili, bodisi zaradi pomanjkanja časa, neprimernih terminov plesnih vaj ali pa preprosto zato, ker so se ustrašili tečajev z veliko tečajniki v velikih plesnih šolah.

### ***Želene oblike prodaje***

Plesna šola se bo posluževala samostojne prodaje v višini 100 %.

### ***Želene lokacije prodaje doma***

Lokacija storitev je Maribor z okolico.

### ***Želene lokacije prodaje v tujini***

Prodaja naših storitev se ne bo odvijala v tujini.

### ***Cenovna politika***

Cenovna politika bo temeljila na podlagi proučitve cen konkurence in ne bo bistveno odstopala.

### ***Politika konkurenčnosti***

Politika konkurenčnosti se bo kazala v kakovosti naših storitev.

## **4.3.5 Načrt tržne strategije**

### ***Strategija izkoriščanja možnosti in prednosti ter premagovanja ovir in slabosti***

Veliko dodatnega izobraževanja in, v primeru povečanega obsega dela, zaposlitev dodatnih plesnih učiteljev. Možnost izkoriščanja subvencij za zagon novega podjetja in morebitni najem bančnega kredita pod ugodnimi pogoji.

### ***Strategija pridobivanja in ohranjanja kupcev***

Skrb za zadovoljstvo naših tečajnikov bo povečala nenehno vračanje istih tečajnikov k našim novim tečajem. Nove tečajnike bomo pridobivali na podlagi ustnega izročila naših zadovoljnih tečajnikov in z drugimi marketinškimi pristopi.

### ***Strategija konkurenčnosti***

Spremljali bomo razvoj konkurence in se ji prilagajali v ceni.

### ***Strategija vstopanja na trg, reklamiranja in promoviranja***

Glavnino našega promoviranja bomo usmerili na razne internetne portale in na vedno bolj popularna socialna omrežja, kot sta Facebook in Twitter.

### ***Strategija rasti obsega trženja***

Prevzemanje tečajnikov od konkurence.

### ***Strategija razvoja trženjske kulture***

Med našimi tečajniki želimo graditi odnos, ki bo temeljil na medsebojnem spoštovanju in zaupanju.

### ***Strategija post prodajnih aktivnosti***

Zadovoljstvo naših tečajnikov bomo merili s pomočjo anketnih vprašalnikov ob koncu vsakega tečaja in na podlagi osebnega pogovora.

#### **4.3.6 Cenovna politika**

##### ***Cenovna politika***

Cenovna politika bo v celoti odvisna od cen naše konkurence, delno pa tudi od fiksnih stroškov, kot so najemnina poslovnih prostorov, cena energentov, ipd..

##### ***Podjetniška kalkulacija izbranega reprezentanta***

Kalkulacijske osnove:

- izbrani reprezentant je družabni ples,
- delež kalkuliranega reprezentanta v strukturi prihodka: 22 %,
- planirana količina letnega reprezentanta: 240 kom.

| <b>Postavka</b>          | <b>Algoritem</b>                          | <b>Vrednost</b> |
|--------------------------|-------------------------------------------|-----------------|
| Strošek materiala        | /                                         | 0,00 EUR        |
| Strošek dela             | $22.464,00 \times 22 \% : 240$            | 20,59 EUR       |
| Strošek poslovanja       | $(46.775,00 - 22.464) \times 22 \% : 240$ | 22,29 EUR       |
| = Lastna cena            | $20,59 + 22,29$                           | 42,88 EUR       |
| Želen dobiček (30 %)     | $42,88 \times 30 \%$                      | 12,86 EUR       |
| = Prodajna cena brez DDV | $42,88 + 12,86$                           | 55,74 EUR       |

Tabela 19: Prodajna kalkulacija

Vir: Lasten

Komentar: Kalkulirana cena po principih podjetniške kalkulacije, kjer bi naj bilo kritje stroškov dela in poslovanja krito z deležem reprezentanta v strukturi prodaje na enoto storitve, kaže, da je ob 30 % želenem dobičku naša prodajna cena brez DDV 55,74 EUR. Tako

ugotavljamo, da imamo še pozitivno razliko do predvidene prodajne cene, ki bi naj bila 70 EUR; iz tega lahko ugotovimo, da imamo do predvidene prodajne cene še toliko razlike, da bomo lahko sprejeli tudi morebitne višje stroške dela ali poslovanja, oz. da lahko še dodatno povečamo razliko v ceni in ustvarimo večji dobiček pri našem reprezentantu in tako izboljšamo skupni dobiček podjetja, saj vemo, da pri drugih plesnih tečajih ne bomo ustvarili takšne razlike v ceni.



Slika 2: Prikaz družabnega plesa

Vir: [http://www.plesnitecaj.si/nadaljevalni\\_plesni\\_tecaj.html](http://www.plesnitecaj.si/nadaljevalni_plesni_tecaj.html), 22.05.2012

### **Cenik**

Cenik nekaterih naključnih reprezentantov:

|                  |                 |
|------------------|-----------------|
| Hip-hop          | 8 vaj – 50,00 € |
| Salsa solo       | 8 vaj – 45,00 € |
| Orientalni plesi | 8 vaj – 45,00 € |
| Break dance      | 8 vaj – 55,00 € |
| Družabni ples    | 8 vaj – 70,00 € |

#### **4.3.7 Napoved prodaje**

##### ***Osnove za napoved realistične prodaje***

Osnova za napoved realistične prodaje storitev je poznavanje trga, poznavanje konkurence in velikega povpraševanja.

##### ***Pogoji za pesimistično napoved***

Vzrok za pesimistično napoved je gospodarska recesija, povečanje konkurence, upad povpraševanja.

##### ***Pogoji za optimistično napoved***

Gospodarska rast, propad konkurence, povečano povpraševanje.

##### ***Izbira prodajnih poti***

Direktna prodaja in prodaja preko interneta.

##### ***Prodajni pogoji***

Takojšnje plačilo.

##### ***Način in stroški distribucije***

Stroškov distribucije nimamo.

## ***Napoved prodaje***

### 1. Količinska napoved

| Vrsta prodaje           | EM  | Leto 1 | Leto 2 | Leto 3 | Leto 4 |
|-------------------------|-----|--------|--------|--------|--------|
| Plesna telovadba        | kom | 100    | 110    | 115    | 120    |
| Baletni vrtec           | kom | 100    | 110    | 115    | 120    |
| Break dance             | kom | 100    | 110    | 115    | 120    |
| Hip hop                 | kom | 100    | 110    | 115    | 120    |
| Orientalški plesi       | kom | 100    | 110    | 115    | 120    |
| Zumba                   | kom | 240    | 264    | 276    | 288    |
| Salsa solo              | kom | 100    | 110    | 115    | 120    |
| Salsa pari              | kom | 240    | 264    | 276    | 288    |
| Družabni plesi          | kom | 240    | 264    | 276    | 288    |
| Individualna<br>ura/par | kom | 100    | 110    | 115    | 120    |

Tabela 20: Napoved prodaje

Vir: Lasten

## 2. Vrednostna napoved

| Vrsta prodaje                | Cena  | Leto 1           | Leto 2            | Leto 3            | Leto 4            |
|------------------------------|-------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Plesna telovadba             | 40,00 | 4.000,00         | 4.400,00          | 4.600,00          | 4.800,00          |
| Baletni vrtec                | 50,00 | 5.000,00         | 5.500,00          | 5.750,00          | 6.000,00          |
| Break dance                  | 55,00 | 5.500,00         | 6.050,00          | 6.325,00          | 6.600,00          |
| Hip hop                      | 50,00 | 5.000,00         | 5.500,00          | 5.750,00          | 6.000,00          |
| Orientalni plesi             | 45,00 | 4.500,00         | 4.950,00          | 5.175,00          | 5.400,00          |
| Zumba                        | 50,00 | 12.000,00        | 13.200,00         | 13.800,00         | 14.400,00         |
| Salsa solo                   | 45,00 | 4.500,00         | 4.950,00          | 5.175,00          | 5.400,00          |
| Salsa pari                   | 65,00 | 15.600,00        | 17.160,00         | 17.940,00         | 18.720,00         |
| Družabni plesi               | 70,00 | 16.800,00        | 18.480,00         | 19.320,00         | 20.160,00         |
| Individualna ura/par         | 35,00 | 3.500,00         | 3.850,00          | 4.025,00          | 4.200,00          |
| <b>Skupaj realna napoved</b> | /     | <b>76.400,00</b> | <b>84.040,00</b>  | <b>87.860,00</b>  | <b>91.680,00</b>  |
| <b>Skupaj pesim. napoved</b> | /     | <b>61.120,00</b> | <b>67.232,00</b>  | <b>70.288,00</b>  | <b>73.344,00</b>  |
| <b>Skupaj optim.napoved</b>  | /     | <b>91.680,00</b> | <b>100.848,00</b> | <b>105.432,00</b> | <b>110.016,00</b> |
| <b>Povp.mes.real.promet</b>  | /     | <b>6.366,67</b>  | <b>7.003,34</b>   | <b>7.321,67</b>   | <b>7.640,00</b>   |

Tabela 21: Vrednostna napoved

Vir: Lasten

### 4.3.8 Nabava

#### *Predmet nabave*

Predmet nabave je potrošni material, kot so glasbeni CD-ji, DVD-ji.

#### *Ključni dobavitelji*

Ključni dobavitelji so glasbene trgovine in druge trgovine, ki se ukvarjajo s prodajo glasbenih CD-jev in DVD-jev.

### ***Osnove za napoved nabave***

Napoved nabave je odvisna od števila tečajnikov.

### ***Napoved nabave***

| Vrsta nabave  | Leto 1          | Leto 2          | Leto 3          | Leto 4          |
|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| CD-ji         | 1.255,00        | 1.381,00        | 1.443,00        | 1.506,00        |
| DVD-ji        | 1.800,00        | 1.980,00        | 2.070,00        | 2.160,00        |
| <b>Skupaj</b> | <b>3.055,00</b> | <b>3.361,00</b> | <b>3.513,00</b> | <b>3.666,00</b> |

Tabela 22: Napoved nabave

Vir: Lasten

### ***Pogoji nabave***

Material bomo plačevali sproti.

#### ***4.3.9 Drugi tržni dejavniki***

##### ***Predstavitev dejavnosti***

Sonja Greiner s. p. PLESNA ŠOLA »ZAČUTI GLASBO«

Dalmatinska 13

Maribor

##### ***Reklama***

Zaradi večje prepoznavnosti plesne šole in pridobitve tečajnikov, bomo še pred otvoritvijo plesne šole vložili 2.000,00 € v reklamne namene.

##### ***Drugi tržni vplivni dejavniki***

Ekonomski: gospodarska kriza, vpliv konkurence, nihanje povpraševanja.

Tehnološki: pričetek poslovanja bo v najetih prostorih, ki jih bomo morali ustrezno pobarvati ter opremiti z ustrezno glasbeno opremo nižjega cenovnega razreda. Drugih vlaganj v prvih dveh letih ne pričakujemo.

Vpliv državnih organov: država omogoča subvencijo v višini 4.500,00 € za samozaposlitev. Načrtovana podjetnica je namreč do pričetka delovanja plesne šole prijavljena na Zavodu za zaposlovanje kot iskalec zaposlitve.

## 4.4 Načrt organizacije in človeških virov

### 4.4.1 Načrt organizacije

#### **Makroorganizacijska oblika**

Podjetje bo registrirano kot samostojni podjetnik (s.p.).

#### **Mikroorganizacijski postopki**

Upravljanje podjetja bo izvajala samostojna podjetnica. Nove tečajnike bomo vpisovali na podlagi osebnega obiska in telefonskih naročil. Ključni mikroorganizacijski elementi so evidenca tečajnikov, vplačil, oblikovanje urnikov, vodenje listin za obračun poslovanja ipd.

### 4.4.2 Vodilni kader

Podjetnica bo avtorica poslovnega načrta sama, saj študira na Višji strokovni šoli Academia. Podjetnica trenutno nima zaposlitve. Dolgoročno bo potrebno zaposliti administratorko za polovični delovni čas, ki bo pomagala pri komuniciranju s tečajniki ter dodatne plesne učitelje, ki bodo omogočili dvig kvalitete naših plesnih tečajev.

#### **Kadrovska projekcija**

| Delovno mesto               | izobrazba | Datum<br>zaposlitve | Leto 1*  | Leto 2   | Leto 3   | Leto 4   |
|-----------------------------|-----------|---------------------|----------|----------|----------|----------|
| Direktor in<br>izvajalec    | VI.       | 01.09. leta 1       | 1        | 1        | 1        | 1        |
| Izvajalec                   | V.        | 01.09. leta 2       | /        | 1        | 1        | 1        |
| administratorica            | V.        | 01.09. leta 2       | /        | 1        | 1        | 1        |
| <b>Skupaj<br/>zaposleni</b> |           |                     | <b>1</b> | <b>3</b> | <b>3</b> | <b>3</b> |

\*Polno leto upoštevamo šolsko leto, to je od 1. 9. do 31. 8.

Tabela 23: Kadrovska projekcija

Vir: Lasten

### *Načrt bruto plač*

| Delovno mesto               | izobrazba | Bruto<br>plača/mes. | Leto 1           | Leto 2           | Leto 3           | Leto 4           |
|-----------------------------|-----------|---------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Direktor in<br>izvajalec    | VI.       | 1.872,00            | 22.464,00        | 22.464,00        | 22.464,00        | 22.464,00        |
| Izvajalec                   | V.        | 1.326,00            | /                | 15.912,00        | 15.912,00        | 15.912,00        |
| Administratorka             | V.        | 624,00              | /                | 7.488,00         | 7.488,00         | 7.488,00         |
| <b>Skupaj<br/>zaposleni</b> |           |                     | <b>22.464,00</b> | <b>45.864,00</b> | <b>45.864,00</b> | <b>45.864,00</b> |

Tabela 24: Načrt bruto plač

Vir: Lasten

| Vrsta<br>prejemka | €/mesec   | Leto 1     | Leto 2       | Leto 3       | Leto 4       |
|-------------------|-----------|------------|--------------|--------------|--------------|
| Prehrana          | 80        | 880        | 2.640        | 2640         | 2.640        |
| Regres            | 700/letno | /          | 1.400        | 1.400        | 1.400        |
| <b>Skupaj</b>     |           | <b>800</b> | <b>4.040</b> | <b>4.040</b> | <b>4.040</b> |

Tabela 25: Prehrana in regres

Vir: Lasten

### **Skupaj stroški zaposlencev:**

| Leto 1        | Leto 2        | Leto 3        | Leto 4        |
|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>23.264</b> | <b>49.904</b> | <b>49.904</b> | <b>49.904</b> |

Tabela 26: Skupaj stroški zaposlencev

Vir: Lasten

### *Računovodski in drugi strokovni posli*

Računovodske posle nam bo vodil zunanji računovodski servis, katerega mesečni strošek bo znašal v povprečju **100,00 €**.

## 4.5 Pogoji poslovanja

### 4.5.1 Znanje

Zaradi zvišanja nivoja izobraževanja tečajnikov se bo potrebno udeleževati dodatnih izobraževanj pri nas in v tujini. Za dodatna izobraževanja bomo letno porabili vsaj 1.000,00 €. Po potrebi pa bomo ta znesek povečali v nadaljnjih letih.

### 4.5.2 Poslovni prostori

Poslovni prostori bodo najeti. Poslovni prostori so v zelo dobrem stanju, mesečna cena najema znaša 1.000,00 €.

### 4.5.3 Oprema

**Obstoječa oprema, ki bo ob startu evidentirana kot osnovno sredstvo s. p.**

| vrsta opreme           | EM   | število  | vrednost v €    |
|------------------------|------|----------|-----------------|
| Osebno vozilo          | kos  | 1        | 8.300,00        |
| Računalniška oprema    | kos  | 1        | 700,00          |
| Pisarniška oprema      | grt. | 1        | 350,00          |
| <b>Skupna vrednost</b> |      | <b>3</b> | <b>9.350,00</b> |

Tabela 27: Obstoječa oprema

Vir: Lasten

### **Načrtovana oprema**

| vrsta opreme           | EM  | število  | Cena/€          | plan/datum |
|------------------------|-----|----------|-----------------|------------|
| Glasbena oprema        | kos | 1        | 300,00          | Leto 1     |
| Glasbena oprema        | kos | 1        | 750,00          | Leto 3     |
| Druga oprema           | kos | 4        | 400,00          | Leto 2     |
| <b>Skupna vrednost</b> |     | <b>6</b> | <b>1.450,00</b> |            |

Tabela 28: Načrtovana oprema

Vir: Lasten

Načrtovano opremo, glasbeno opremo, bo potrebno nabaviti pred pričetkom poslovanja plesne šole, torej pred 01.09. leta 1 ( **300,00 €** ).

### ***Finančna konstrukcija in viri naložbe***

| Naložbe                        | Leto 1             | Leto 2            | Leto 3            | Leto 4            |
|--------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Oprema                         | 9.350,00 €         | 400,00 €          | 750,00 €          | /                 |
| Znanje                         | 1.000,00 €         | 1.000,00 €        | 1.000,00 €        | 1.000,00 €        |
| <b>Skupaj osnovna sredstva</b> | <b>10.350,00 €</b> | <b>1.400,00 €</b> | <b>1.750,00 €</b> | <b>1.000,00 €</b> |

Tabela 29: Finančna konstrukcija in viri naložbe

Vir: Lasten

### ***Načrt virov za naložbo***

| Viri               | Leto 1           | Leto 2            | Leto 3            | Leto 4            |
|--------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Lastna sredstva    | 5.850,00 €       | 1.400,00 €        | 1.750,00 €        | 1.000,00          |
| Subvencije         | 4.500,00 €       | /                 | /                 | /                 |
| Kredit             | /                | /                 | /                 | /                 |
| <b>Skupaj viri</b> | <b>10.350,00</b> | <b>1.400,00 €</b> | <b>1.750,00 €</b> | <b>1.000,00 €</b> |

Tabela 30: Načrt virov in naložb

Vir: Lasten

#### ***4.5.4 Drugi pogoji poslovanja***

##### ***Načrtovanje konkurenčne prednosti***

Naše delo bo temeljilo na kvalitetnih storitvah.

##### ***Ukrepi za zagotavljanje kakovosti***

Kakovost naših storitev bomo zagotavljali z dodatnim izobraževanjem zaposlenih.

#### ***4.6 Kritična tveganja in problemi ter načrt ukrepov***

##### ***4.6.1 Kritična tveganja in problemi***

Zavedamo se, da se določenim problemom in morebitnim tveganjem ne bomo zlahka izognili. Kritična tveganja so, kot smo že prej omenjali, vedno večja konkurenca, preveliki stroški poslovanja, kvalitetnejši tečaji naših glavnih konkurentov, ipd.. Glede na začetno število zaposlenih, lahko eno glavnih kritičnih tveganj predstavlja tudi poškodba nosilca dejavnosti.

##### ***4.6.2 Ukrepi za odpravo kritičnih tveganj in problemov***

Dolgoročno bo potrebno narediti izbor več različnih učiteljev, saj bomo le tako lahko pokrili morebitne izpade v primeru poškodbe ali bolniškega dopusta nosilca dejavnosti.

## **4.7 *Finančni načrt***

### **4.7.1 *Uporabljene predpostavke in izhodišča***

Pri finančnem načrtovanju smo naredili prikaz za prva štiri leta poslovanja podjetja. Izhajali smo iz pesimistične napovedi prodaje za prvo in iz realistične napovedi delovanja plesne šole za ostala tri leta, stroškov nabave, stroškov dela in poslovanja ter načrtovanih naložb v opremo.

#### 4.7.2 Načrt stroškov poslovanja in finančnih dohodkov za prvo leto poslovanja

| vrsta stroškov                          | mesečni znesek  | letni znesek     | opombe |
|-----------------------------------------|-----------------|------------------|--------|
| <b>A.SPREMENLJIVI –DIREKTNI STROŠKI</b> |                 |                  |        |
| 1.nabavna vrednost mat.                 | 254,58          | 3.055,00         |        |
| 2.stroški proizvodnih storitev          |                 |                  |        |
| 3.spremenljivi del bruto plač           |                 |                  |        |
| 4.pogodbeno ali avtorsko delo           | 708,00          | 8.500            |        |
| 5.drugi spremenljivi stroški            |                 |                  |        |
| <b>skupaj spremenljivi stroški</b>      | <b>962,58</b>   | <b>11.555</b>    |        |
| <b>B. STALNI-FIKSNI STROŠKI</b>         |                 |                  |        |
| 1.stalni del bruto plač                 | 1.872,00        | 22.464,00        |        |
| 2.davki in prispevki na BOD             | 297,00          | 3.571,00         |        |
| 3.režijske tuje storitve                | 100,00          | 1.200,00         |        |
| 4.režijski material in DI               | 62,50           | 750,00           |        |
| 5.amortizacija                          | 155,83          | 1.870,00         |        |
| 6.energija in PTT                       | 100,00          | 1.200,00         |        |
| 7.najemnina                             | 1.000,00        | 12.000,00        |        |
| 8.reklama                               | 166,67          | 2.000,00         |        |
| 9.zavarovanje                           | 70,00           | 840,00           |        |
| 10.drugi stroški – v tem:               |                 |                  |        |
| potni stroški                           |                 |                  |        |
| prehrana                                | 73,33           | 880,00           |        |
| regres                                  |                 |                  |        |
| ostalo                                  |                 |                  |        |
| <b>skupaj stalni stroški</b>            | <b>3.897,33</b> | <b>46.775,00</b> |        |
| <b>C. FINANČNI ODHODKI</b>              |                 |                  |        |
| finančni odhodki za obresti             |                 |                  |        |
| drugi finančni odhodki                  |                 |                  |        |
| <b>skupaj finančni odhodki</b>          |                 |                  |        |
| <b>SKUPNI STROŠKI IN ODHODKI</b>        | <b>4.859,91</b> | <b>58.330,00</b> |        |

Tabela 31: Načrt stroškov poslovanja in finančnih dohodkov za prvo leto poslovanja

Vir: Lasten

#### **4.7.3 Načrt stroškov (računalniški izpis v prilogi)**

#### **4.7.4 Načrt izkaza poslovnega izida (računalniški izpis v prilogi)**

#### **4.7.5 Načrt kazalcev poslovanja (računalniški izpis v prilogi)**

#### **4.7.6 Načrt izkaza denarnega toka (računalniški izpis v prilogi)**

#### **4.7.7 Načrt praga rentabilnosti-donosnosti (točka preloma)**

#### **4.7.8 Komentar k finančnemu načrtu**

**Poslovni izid ali izkaz uspeha** nam pove, kako je podjetje poslovalo v določenem obdobju s prikazom prihodkov in odhodkov, ali je ustvarilo dobiček ali izgubo, ki predstavlja razliko med prihodki in odhodki. V našem primeru plesna šola posluje pozitivno vsa 4 leta. V prvem letu znaša dobiček 2.091,90 €, v drugem letu 3.647,00 € (zaposlitev dveh novih delavcev), v tretjem letu znaša 6.248,00 € in v četrtem letu 8.773,20 €.

**Gospodarnost** nam kaže razmerje med celotnimi prihodki in odhodki. Kazalec gospodarnosti je večji kot 1 in je v prvem letu 1,05 kar pomeni, da je za 5 % več prihodkov kot odhodkov (podjetje je poslovalo z dobičkom), v drugem letu je kazalec gospodarnosti 1,06 (zaradi zaposlitve dodatnih delavcev), v tretjem letu znaša kazalec gospodarnosti 1,10 in v četrtem letu 1,15.

**Donosnost prihodkov** je v prvem letu 4,56 %, v drugem letu 5,79 %, v tretjem letu 9,48 % in v četrtem letu 12,76 %. To predstavlja primerno donosnost, še posebej v tretjem in četrtem letu.

**Denarni tok** je zapis v denarju, ki je na voljo v določenem trenutku. Denarni tok tvorijo prejemki (prilivi) in izdatki (odlivi). Vpliva na to, kakšna bo plačilna sposobnost podjetja. Naše podjetje bo glede na poslovalni načrt likvidno.

**Prag rentabilnosti** je točka, kjer se izenačijo prihodki in odhodki. V našem primeru je to v 1. letu pri 94,37 % realizaciji načrtovane prodaje, v 2. letu pri 93,97 %, v 3. letu pri 90,12 % in v 4. letu pri 86,71 % realizaciji prodaje.

**Izkaz stanja ali bilanco stanja** si lahko predstavljamo kot »tehtnico« z uravnoteženim stanjem med tehtancem in utežmi in tako prikazuje izkaz stanja uravnoteženost sredstev na eni strani in virov sredstev na drugi strani. Ta uravnoteženost je pomembna za presojo bonitete podjetja. Ključno vrednost v oceni bonitete predstavlja stalno premoženje in trajni viri premoženja ter dolgoročne rezervacije. V našem primeru predstavlja stalno premoženje po prvem letu poslovanja 89 % skupnega premoženja in trajni viri ter dolgoročne rezervacije 100 % vseh virov premoženja, kar je nadvse ugodna slika.

#### 4.8 *Terminski plan*

| Dejavnosti                              | Termin           |
|-----------------------------------------|------------------|
| Priprava poslovnega načrta              | Junij leta 0     |
| Ureditev poslovnih prostorov            | Avgust leta 0    |
| Nabava opreme                           | Avgust leta 0    |
| Podpis pogodb-najemne pogodbe           | Avgust leta 0    |
| Ustanovitev podjetja                    | September leta 1 |
| Začetek poslovanja                      | September leta 1 |
| Zaposlitev izvajalca in administratorke | September leta 2 |

Tabela 32: Terminski plan

Vir: Lasten

## 5 ZAKLJUČEK

Namen tega diplomskega dela je bil preveriti poslovno idejo o ustanovitvi novega podjetja, ki se bo ukvarjalo s plesnim izobraževanjem posameznikov. V ta namen smo opravili raziskavo trga ter pripravili poslovni načrt novo nastalega podjetja.

Raziskava trga je potekala s pomočjo anketnih vprašalnikov. V analizi odgovorov smo spoznali, da je zanimanje za plesno izobraževanje na območju mesta Maribor in okolice zelo veliko. Na podlagi ankete smo pridobili nekaj dodatnih informacij, ki nam bodo v primeru ustanovitve podjetja zelo pomagale.

V poslovnem načrtu plesne šole Začuti glasbo, s. p. smo preučili naše priložnosti in ovire, ki se pojavljajo na trgu, spoznali smo naše glavne prednosti in slabosti pri vstopu na tržišče. Določili smo naše ciljne skupine ter preučili konkurente. Prišli smo do spoznanja, da je na področju mesta Maribor in v okolici precej plesnih šol, in da med njimi vlada precejšnja konkurenčnost in velika tekmovalnost. To bo precej otežilo naš začetek, hkrati pa je to priložnost, da se dokažemo in odvezamemo tržni delež obstoječim plesnim šolam. Na podlagi izdelanega finančnega načrta, v katerem smo zajeli vse prilive in odlive podjetja, smo ugotovili, da bo to podjetje poslovalo uspešno.

S poslovnim načrtom podjetja »Začuti glasbo«, s. p. smo izvedeli, kakšno pot bomo morali izbrati, da bo naše poslovanje uspešno in dobičkonosno. Ugotovili smo, da je naša podjetniška ideja prav tako lahko tudi podjetniška priložnost.

Diplomsko delo predstavlja plod znanja, ki si ga je avtorica pridobila na Višji strokovni šoli Academia. S študijem predmeta podjetništvo je avtorica prišla do številnih novih spoznanj, ki so ji ob nadgradnji poslovnega načrta razširili obzorje in prikazali jasno sliko o ustanovitvi novega podjetja. Diplomsko delo avtorici pomeni pomemben korak v njenem življenju, saj ji kaže pot, s katero bo lahko uresničila svoje cilje – torej povezala hobi z zaposlitvijo.

## 6 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

### 6.1 Literatura

1. Antončič, B., Hisrich, R., Petrin, T., Vahčič, A.: *Podjetništvo*, GV založba, Ljubljana, 2002.
2. Cepec, J., Ivanc, T., Kežmah, U., Rašković, M.: *Pot v podjetništvo s.p. ali d.o.o.*, GV založba, Ljubljana, 2010.
3. Drnovšek, M., Stritar, R., Vahčič, A.: *Osnove podjetništva: priročnik za pripravo poslovnega načrta*, EF, Ljubljana, 2005.
4. GEA College: skupina avtorjev: *Kako razviti uspešno malo podjetje*, Ljubljana, 1999.
5. Glas, M., Pšeničny, V.: *Podjetništvo – izziv za 21. stoletje*, Gea College , Ljubljana, 2000.
6. Pšeničny, V.: *Podjetništvo, podjetnik, podjetniška priložnost, podjetniški proces, podjem*, GEA College – Visoka strokovna šola za podjetništvo, Portorož, 2000.
7. Šauperl, F.: *Podjetništvo*, Academia, Maribor 2009.
8. Tomažič, A.: *Velika priložnost*, GV Založba, Ljubljana, 2008.
9. Ule, M., Kline, M.: *Psihologija tržnega komuniciranja*, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana, 1996.

## **6.2 Spletni viri**

1. <http://www.blingcheese.com/image/code/1/step+up.htm>, dne 21.05.2012
2. [http://www.businessincubation.si/shared\\_files/poslovni\\_nacrt\\_-\\_prirocnikptp.pdf](http://www.businessincubation.si/shared_files/poslovni_nacrt_-_prirocnikptp.pdf), dne 17.05.2012
3. <http://www.mestomladih.si/spodbujamo-inovativnost/podjetniska-ideja-se-ni-poslovna-priloznost/263>, dne 17.05.2012
4. [http://www.plesnitecaj.si/nadaljevalni\\_plesni\\_tecaj.html](http://www.plesnitecaj.si/nadaljevalni_plesni_tecaj.html), dne 22.05.2012

## 7 PRILOGA

### 7.1 Anketni vprašalnik

#### ANKETA

Pozdravljeni!

Sem Sonja Greiner, izredna študentka Višje strokovne šole Academia v Mariboru. Ker pripravljam diplomsko nalogo z naslovom Raziskava in poslovni načrt podjetja Začuti glasbo, s.p. vas prosim za pomoč in rešitev kratkega anketnega vprašalnika. Za reševanje boste porabili manj kot 5 minut.

Podatki, pridobljeni z anketnim vprašalnikom, bodo uporabljeni izključno v moji diplomski nalogi. Vprašalnik je anonimen, odgovore pa mi lahko posredujete osebno ali preko elektronske pošte: greiner.sonja@gmail.com. Že vnaprej se vam zahvaljujem.

**1. SPOL:**

- a.) Ženski
- b.) Moški

**2. STAROST:**

- a.) Do 15
- b.) 16-25
- c.) 26-50
- d.) Nad 50

**3. STATUS:**

- a.) Otrok
- b.) Dijak, študent
- c.) Zaposlen
- d.) Brezposeln
- e.) Upokojen
- f.) Drugo\_\_\_\_\_

**4. VAS ZANIMAJO PLESI?**

- a.) Da
- b.) Ne

5. **STE ŽE BILI, ALI STE VKLJUČENI V KATERO PLESNO ŠOLO?**  
 a.) Da  
 b.) Ne
6. **ČE DA, KOLIKOKRAT NA TEDEN STE JO, ALI JO OBISKUJETE?**  
 a.) Enkrat  
 b.) Dvakrat  
 c.) Drugo \_\_\_\_\_
7. **KDAJ BI ŽELELI OBISKOVATI PLESNO ŠOLO, ČE BI LAHKO IZBIRALI?**  
 a.) Dopoldan  
 b.) Popoldan  
 c.) Zvečer
8. **KATERI DAN V TEDNU JE ZA VAS NAJBOLJ PRIMEREN ZA OBISKOVANJE PLESNIH VAJ?**  
 a.) Ponedeljek  
 b.) Torek  
 c.) Sreda  
 d.) Četrtek  
 e.) Petek  
 f.) Sobota  
 g.) Nedelja
9. **KATERA VRSTA PLESA VAS NAJBOLJ ZANIMA? (VPIŠITE ŠTEVILA OD 1 DO 5, PRI ČEMER JE 1-NIKAKOR ME NE ZANIMA, 2-NE ZANIMA ME, 3-NEODLOČEN, 4-ZANIMA ME, 5-ZELO ME ZANIMA)**

| Vrsta plesa          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------|---|---|---|---|---|
| Plesna telovadba     |   |   |   |   |   |
| Baletni vrtec        |   |   |   |   |   |
| Break dance          |   |   |   |   |   |
| Hip hop              |   |   |   |   |   |
| Orientalni plesi     |   |   |   |   |   |
| Zumba                |   |   |   |   |   |
| Salsa solo           |   |   |   |   |   |
| Salsa pari           |   |   |   |   |   |
| Družabni plesi       |   |   |   |   |   |
| Individualna ura/par |   |   |   |   |   |

10. **VAS ZANIMAJO:**  
 a.) Individualni plesi ali

b.) Plesi v paru

**11. VAS ZANIMAJO INDIVIDUALNE URE NA KATERIH BI SE UČILI SAMI Z UČITELJEM/UČITELJICO PLESA?**

- a.) Da
- b.) Ne

**12. ČE DA, KATERI TERMIN BI IZBRALI ZA INDIVIDUALNE URE?**

- a.) Dopoldanski
- b.) Popoldanski
- c.) Drugo \_\_\_\_\_

**13. BI VAS ZANIMALI TUDI T.I. PLESNI VIKENDI (INTENZIVNI 2 DNEVNI TEČAJI), KI BI SE PRIREJALI V SLOVENIJI ALI V TUJINI?**

- a.) Da
- b.) Ne

**14. KOLIKO DENARJA NA MESEC BI BILI PRIPRAVLJENI PLAČATI ZA PLES?**

- a.) Do 20 EUR
- b.) Med 20-35 EUR
- c.) Med 35-50 EUR
- d.) Nad 50 EUR

**15. ZAKAJ BI SE RADI NAUČILI PLESA?**

- a.) Ker me ples zanima
- b.) Ker se bom poročil/a
- c.) Ker se velikokrat udeležujem raznih sprejemov kjer je zaželeno plesno znanje
- d.) Ker mi je to zanimiv hobi
- e.) Drugo \_\_\_\_\_

**16. KAJ VAM JE POMEMBNO PRI PONUDNIKU PLESA (VPIŠITE ŠTEVILA OD 1 DO 5, PRI ČEMER JE 1-NIKAKOR ME NE ZANIMA, 2-NE ZANIMA ME, 3-NEODLOČEN, 4-ZANIMA ME, 5-ZELO ME ZANIMA)?**

|                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------|---|---|---|---|---|
| Velikost plesne šole     |   |   |   |   |   |
| Plesni učitelji          |   |   |   |   |   |
| Cena tečajev             |   |   |   |   |   |
| Reference                |   |   |   |   |   |
| Lokacija                 |   |   |   |   |   |
| Kvaliteta plesnih dvoran |   |   |   |   |   |
| Termini plesnih tečajev  |   |   |   |   |   |

Hvala za sodelovanje!

## 7.2 *Finanční náčrt*