



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija

Program: Poslovni sekretar

Modul: Spletno poslovanje

POSLOVNA IDEJA ZA IZDELAVO KOMPRES ZA VEČKRATNO UPORABO

Mentorica: dr. Barbara Grintal, univ. dipl. org.

Kandidatka: Amanda Čebašek

Lektorica: Manja Belina, prof. mag. slov. in prof. mag. špan.

Kranj, maj 2022

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici dr. Barbari Grintal za pomoč pri izdelavi diplomskega dela.

Zahvaljujem se tudi lektorici Manji Belina, ki je moje diplomsko delo jezikovno in slovnično pregledala.

Zahvala gre tudi Meliti Macedoni za pomoč v zvezi z informacijami o gastrostomi in sodelovanju v intervjuju. Posebna zahvala pa gre tudi mojemu partnerju Klemnu Kranjcu in hčerkama Uli in Taji za vso potrpežljivost in podporo, ki so mi jo nudili v času pisanja diplomskega dela.

IZJAVA

Študentka Amanda Čebašek izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Barbare Grintal.

Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.

Dne _____

Podpis: _____

POVZETEK

V času, ko podjetja od svojih zaposlenih zahtevajo vedno več vloženega dela in časa, veliko ljudi razmišlja o tem, da bi se podali na lastno poslovno pot. V kolikor imamo lastno podjetje, lažje razporejamo svoj čas, odločitve in uspehi pa so samo naši. Vsakemu od nas se je kdaj porodila poslovna ideja, za katero smo bili prepričani, da se jo splača realizirati. Pot od ideje do realizacije je dolga. Če se je ne lotimo pravilno in sistematično, se lahko hitro zgodi, da ostanemo pri ideji in je nikoli ne realiziramo. Z dobrim poslovnim načrtom dobimo vpogled v to, kakšna pot nas čaka. Izdelan poslovni načrt nas vodi po tej poti korak za korakom. Poslovna ideja, ki se je porodila pred pisanjem diplomskega dela, je izdelava in prodaja bombažnih kompres za večkratno uporabo. V diplomskem delu smo najprej preučili pisne in spletne vire. Potem smo raziskali trg in izvedli intervju s potencialno stranko. Informacije, ki smo jih pridobili, smo uporabili za izdelavo poslovnega načrta, s pomočjo katerega se nameravamo podati na lastno poslovno pot.

KLJUČNE BESEDE

- poslovni načrt
- poslovna ideja
- bombažne komprese za večkratno uporabo
- gastrostoma

ABSTRACT

At a time when companies are demanding more and more work and time from their employees, many people are thinking about embarking on their own business path. If you have your own company, it is easier to allocate your time, and decisions and successes are only yours. Each of us once had a business idea that we were convinced was worth realizing. The path from idea to realization is long. If we do not tackle it properly and systematically, it can quickly happen that we stick to the idea and never realize it. With a good business plan, we get an insight into what path awaits us. The prepared business plan guides us along this path step by step. The business idea that was born before writing my dissertation is the production and sale of reusable cotton compresses. In the thesis we first studied written and online sources. We then researched the market and conducted an interview with a potential customer. We used the information we obtained to create a business plan, with the help of which we intend to embark on our own business path.

KEYWORDS

- business plan
- business idea
- reusable cotton compresses
- gastrostomy

KAZALO

1	UVOD	1
1.1	Predstavitev problema.....	1
1.2	Namen in cilji naloge	1
1.3	Predstavitev okolja	2
1.4	Predpostavke in omejitve	2
1.5	Metode dela	2
2	PODJETNIŠTVO IN POSLOVNI NAČRT	4
2.1	Podjetniška ideja	4
2.1.1	Podjetništvo.....	4
2.1.2	Podjetniška ideja	4
2.2	Poslovni načrt.....	5
2.3	Pravne oblike delovnih razmerij.....	7
2.3.1	Osebnno dopolnilno delo.....	8
2.4	Spletne platforme za prodajo izdelkov	9
2.4.1	Etsy	10
2.4.2	Amazon.....	10
2.5	Spletno oglaševanje	11
2.5.1	Družabna omrežja	12
2.5.2	Google oglasi	12
3	POSLOVNI NAČRT ZA IZDELAVO KOMPRES ZA VEČKRATNO UPORABO.....	13
3.1	Predstavitev podjetja in proizvoda	13
3.1.1	Podjetje Tubie Clouds	13
3.1.2	Bombažne komprese za večkratno uporabo.....	13
3.2	Raziskava in analiza trga.....	14
3.2.1	Ciljni kupci	14
3.2.2	Intervju	15
3.2.3	Napoved prodaje podjetja za 5 let	16
3.3	Razvoj in izdelava izdelka	17
3.4	Načrt oglaševanja in prodaje	18
3.4.1	Vstop na trg.....	18
3.4.2	Prodaja in oglaševanje	19
3.5	Management in lastništvo.....	19
3.6	Finančne projekcije	19
3.6.1	Začetni strošek	20
3.6.2	Prispevki.....	20
3.6.3	Amortizacija.....	20
3.6.4	Oglaševanje in prodaja na Etsy	20
3.6.5	Finančna projekcija v prvih petih letih poslovanja	21
3.7	Ocena tveganj in problemov	22
3.8	Terminski načrt.....	22
3.9	Možnosti nadaljnjega razvoja	24

4	ZAKLJUČKI.....	26
5	LITERATURA IN VIRI	27
	PRILOGE	31

KAZALO SLIK

Slika 1: 10 korakov do uspešnega načrta	6
Slika 2: Oblika poslovnega načrta	7
Slika 3: Kompresse za večkratno uporabo	13
Slika 4: Gastro-stoma.....	14
Slika 5: SWOT analiza	22
Slika 6: Pas in komprese za gastrostomo.....	24
Slika 7: Zaponka za cevko.....	24
Slika 8: Otroški body z odprtino za cevko	25

KAZALO TABEL

Tabela 1: Dela, ki jih je mogoče opravljati preko ODD	9
Tabela 2: Okvirni stroški s prodajo na platform Etsy	10
Tabela 3: Okvirni stroški za prodajo izdelkov Amazonu	11
Tabela 4: Napoved prodaje v prvem letu poslovanja	16
Tabela 5: Napoved prodaje v letih 2-5.....	17
Tabela 6: Stroški materiala za izdelavo in odpremljanje kompres.....	18
Tabela 7: Finančna projekcija v prvem letu poslovanja.....	21
Tabela 8: Finančna projekcija v letih 2-5	21
Tabela 9: Terminski načrt	23

POJMOVNIK

gastrostoma: odprtina na predelu trebuha, ki je narejena kirurško ali endoskopsko in omogoča enteralno hranjenje, direktno v želodec po v za ta namen vstavljeni cevki.

KRATICE IN AKRONIMI

ZDA:	Združene države Amerike
ODD:	Osebno dopolnilno delo
S. P.:	Samostojni podjetnik
DDV:	Davek na dodano vrednost
EU:	Evropska unija

1 UVOD

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

V današnjem svetu se vedno več ljudi odloča za ustanovitev lastnega podjetja in realizacijo svojih poslovnih idej. Ivanuša-Bezjak (1996) navaja, da je podjetništvo v bistvu prizadevanje za doseg čim večjega finančnega uspeha ob čim manjšem tveganju. To je proces ustvarjanja nove vrednosti, v katerem podjetnik preskuša svoje poslovne sposobnosti in spretnosti. Z rastjo spletnih platform je realizacija poslovne ideje mogoča hitro in z nizkimi stroški. Zaradi možnosti spletne prodaje in oglaševanja je mogoče na trg vstopiti hitro in enostavno. Zelo pomembno je, da najdemo poslovno idejo, s katero trg še ni zasičen. Če želimo zmanjšati tveganje, se na začetku poslovne poti lahko odločimo za katero od dopolnilnih oblik samozaposlitve. Tako lahko z minimalnimi stroški izvedemo svojo poslovno idejo. Ker ob tem ohranimo svojo redno zaposlitev, je finančno tveganje majhno. V Sloveniji obstaja več možnosti dopolnilne samozaposlitve, s pomočjo poslovnega načrta pa podjetnik lahko izbere tisto, ki je zanj prava. V prihodnosti računamo na to, da bomo posel razvili do te mere, da nam bo predstavljal glavni vir dohodka.

V publikaciji »Kako razviti uspešno podjetje 1« Glas (1999) navede dve odlični misli: »Kdor ne planira, planira neuspeh.« in »Uspešen posel temelji na dobrem načrtu in učinkoviti akciji.«. Pred izvedbo poslovne ideje se želimo temeljito pripraviti, zato bomo pripravili poslovni načrt. Poslovni načrt nas s standardno strukturo vodi čez vsa področja, ki so nujna za uspešen začetek poslovne poti.

Osebe, ki imajo vstavljeno gastrostomo, se srečujejo s problemom iztekanja tekočin iz želodca in posledično z vnetji v okolici gastrostome. V Sloveniji se za namen ohranjanja suhe in čiste okolice gastrostome večinoma uporabljajo sterilne komprese, ki so fiksirane z uporabo belih samolepilnih obližev v traku. Sterilne komprese pogosto niso dovolj vpojne in dražijo kožo, veliko pacientov pa se srečuje tudi z vnetji, ki so posledica alergijskih reakcij na bele samolepilne obliže v traku. V tujini (ZDA, Velika Britanija) se za ta namen pogosteje uporabljajo komprese za večkratno uporabo, narejene iz blaga. Ker ponudnikov tovrstnih kompres v Sloveniji in Evropski uniji (EU) praktično ni, smo dobili poslovno idejo, s katero bi izdelali in ponudili tovrstne komprese na spletni platformi z unikatnimi izdelki (Etsy). V diplomskem delu želimo izdelati poslovni načrt za realizacijo poslovne ideje.

1.2 NAMEN IN CILJI NALOGE

Namen diplomskega dela je preučitev možnosti realizacije poslovne ideje – izdelave kompres za večkratno uporabo. Z raziskavo bomo najprej preučili trg. Raziskali bomo možnosti dopolnilnih delovnih razmerij v Sloveniji. Preverili bomo, na kakšen

način lahko ponudimo naše izdelke na spletni platformi Etsy. Zanimale pa nas bodo tudi možnosti spletnega oglaševanja naših izdelkov.

Predviden rezultat diplomskega dela je pripravljen poslovni načrt, ki nam bo pomagal pri realizaciji naše poslovne ideje.

1.3 PREDSTAVITEV OKOLJA

Do poslovne ideje za izdelavo in prodajo kompres za večkratno uporabo smo prišli med pogovorom z mamo otroka, ki take komprese že uporablja. Ker ustreznih kompres v Sloveniji in Evropi ni na voljo, jih je primorana naročati iz ZDA. Ker so tovrstne komprese bistveno boljše od ostalih alternativ, smo se odločili, da jih izdelamo in ponudimo trgu sami.

Na začetku se bomo osredotočili samo na ta izdelek. Celoten poslovni proces od nabave materiala, izdelave končnega produkta, trženja in do prodaje izdelkov bo izvajala samo ena oseba, ki bo hkrati tudi nosilka dejavnosti. Za namen zagona novega podjetja in preizkusa poslovnega modela bomo poslovno pot začeli ob stalni redni zaposlitvi nosilke dejavnosti. Dejavnost pa bomo izvajali preko dopolnilne samozaposlitve.

1.4 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE

Predpostavljamo, da ima poslovna ideja velik potencial in da začetni stroški ne bodo previsoki. Predpostavljamo tudi, da vsaj na začetku ne moremo pričakovati visoke prodaje, zato planiramo začetek poslovne poti preko dopolnilnega delovnega razmerja, ki bi ga lahko opravljali poleg redne zaposlitve.

Omejitve, s katerimi se bomo srečali pri obravnavi problema, so specifičen trg, na katerem bomo s svojimi izdelki prisotni (ljudje, ki imajo gastrostomo, in skrbniki oseb z gastrostomo). Omejitev bo v tem primeru predstavljala manj obsežna raziskava trga v poslovnem načrtu.

1.5 METODE DELA

Pri izdelavi diplomskega dela bomo uporabili naslednje metode:

- metoda preučevanja pisnih virov,
- metoda nestrukturiranega intervjuja z mamo otroka z gastrostomo,
- metoda opisovanja,
- metoda analize.

Preden se bomo lotili priprave poslovnega načrta, nas bo zanimalo, kakšne vrste poslovnih načrtov obstajajo. Ker težko predvidimo, kako uspešna bo naša poslovna ideja takoj po realizaciji, bomo raziskali možnosti dopolnilnih razmerij v Sloveniji. Dotaknili se bomo možnosti prodaje izdelkov na spletni platformi Etsy in raziskali možnosti spletnega oglaševanja naših izdelkov.

2 PODJETNIŠTVO IN POSLOVNI NAČRT

2.1 PODJETNIŠKA IDEJA

2.1.1 Podjetništvo

Ivanuša-Bezjak (1996) v svoji knjigi dobro razloži, kaj podjetništvo je. Poudari, da je podjetništvo tiha želja vsakega posameznika, ki si želi samostojnega odločanja in samostojnih izzivov. Veliko ljudi se odloči, da bo zapustilo službovanje v sistemih, kjer je njihovo delo v veliki meri neustvarjalno, pasivno in jim ne prinaša zadovoljstva. Samostojno podjetništvo pa prinaša izziv, da sami sprejemajo odločitve in odgovornost za le-te.

Pšeničny (2000) pravi, da je podjetniški proces sestavljen iz treh glavnih prvin podjetništva:

- podjetnik,
- poslovna priložnost in
- sredstva.

Pri tem pa podjetnika opiše kot posameznika ali tim, ki lahko prepozna, izkoristi in uresniči poslovno priložnost. Z lastno inovativnostjo, vloženim časom, delom, sredstvi in znanjem idejo tudi izvede in ustvari (dodano) vrednost.

Podjetništvo se je z leti veliko spremenilo. Pšeničny (2000) primerja razlike med staro in novo šolo podjetništva. Izpostavi, da medtem ko stara šola na prvo mesto postavlja podjetnika samega, pri novi šoli v ospredje stopi podjetništvo kot proces. Pri podjetniškem procesu gre za iskanje priložnosti, prilagajanje v vsakem času in sledenje dolgoročnim ciljem. Ob tem pa je treba vključevati tudi tuja sredstva in vire, upravljati povezave in tekoče nagrajevati dosežke.

2.1.2 Podjetniška ideja

Začetka uspešne poslovne poti in podjetništva si ne moremo zamisliti brez dobre podjetniške ideje. Berginc (1996) navaja, da podjetniška ideja ne zagotavlja poslovnega uspeha, dokler ni tržno in finančno preverjena. Podjetniška ideja lahko z razvojem postane podjetniška priložnost takrat, ko ustreza temu, da bo njena realizacija zadovoljila kupca, podjetniku pa prinesla zadovoljiv dobiček. Večini podjetnikov se ideje porodijo iz lastnega okolja (trenutna zaposlitev, hobiji, kopiranje in izboljšave idej drugih). Malo ljudi se poda v namensko iskanje idej za lastno poslovno priložnost.

2.2 POSLOVNI NAČRT

Ko imamo izdelano podjetniško idejo, za katero smo prepričani, da bo prerastla v uspešno poslovno priložnost, se lotimo izdelave poslovnega načrta, s katerim idejo preizkusimo v teoriji in si začrtamo poslovno pot. Stutely (2003) kot definicijo poslovnega načrta navaja, da »poslovni načrt opredeljuje metode vodenja določene dejavnosti v določenem obdobju v prihodnosti«. Priporoča, da si pred načrtovanjem zastavimo tri osnovna vprašanja, ki bodo vodila naše načrtovanje:

- Kje smo zdaj?
- Kje bi radi pristali?
- Kako bomo prišli tja?

Pri pisanju poslovnega načrta se moramo zavedati pomembnosti le-tega. Poslovni načrt ni nikoli namenjen sam sebi, ampak mora biti vodilo, ki nam bo v pomoč na vsakem koraku naše poslovne poti. Glas (1999) ugotavlja, da je priprava dobrega poslovnega načrta prelomna točka na poslovni poti, ker z dobrim poslovnim načrtom preidemo iz razmišljanja o poslu na uresničevanje naše poslovne ideje. Podjetnik mora poslovni načrt napisati sam in ob pisanju poskrbeti, da ima poslovni načrt pravo vsebino, natančne opise posla in plan izvedbe. Med pomembne dele poslovnega načrta pa vsekakor umeščamo tudi finančne projekcije.

Stutely (2003) za pomoč pri pisanju poslovnega načrta navaja deset korakov do uspešnega načrta. Koraki so prikazani na sliki 1. Ko predelamo strategije v delovne načrte in napovemo prihodke, odhodke in denarni tok, se vrnemo na šesti korak in ponovno raziščemo morebitna nova tveganja in priložnosti. Ko so vsi koraki za nami in je pred nami napisan dober poslovni načrt, sledita zadnja dva koraka, ki ju avtor navaja kot pridobitev morebitnih odobritev in uporaba poslovnega načrta.



Slika 1: 10 korakov do uspešnega načrta
(Vir: Stutely, 2003)

Glas (1999) v priročniku za pomoč pri pripravi poslovnega priročnika predlaga, kako naj izgleda poslovni načrt. Na sliki 2 je prikazana oblika poslovnega načrta, kot jo predlaga.



Slika 2: Oblika poslovnega načrta
(Vir: Glas, 1999)

2.3 PRAVNE OBLIKE DELOVNIH RAZMERICIJ

Na spletnem mestu Inšpektorata Republike Slovenije za delo (2022) navajajo informacije o delovnih razmerjih v Sloveniji. Za zakonito opravljanje dela mora v vsaki državi obstajati delovnoppravna podlaga, po kateri se delo lahko opravlja. V Sloveniji je temeljna pravna podlaga za opravljanje dela zaposlitev za nedoločen čas. S tako obliko zaposlitve so določene pravice in obveznosti delodajalca in delavca. Delavec ima tako zagotovljeno pravno, ekonomsko in socialno varnost, hkrati pa ima s pogodbo o zaposlitvi obveznosti do delodajalca, ki se jih mora za čas zaposlitve držati. Osrednji zakon, ki ureja delovna razmerja v Sloveniji, je Zakon o delovnih razmerjih (ZDR-1). Poleg tega, da obravnava pogodbe za opravljanje dela za nedoločen čas, s posebnimi odločbami ureja začasno in občasno delo dijakov in študentov ter delo upokoјencev.

Ob redni zaposlitvi za nedoločen čas se delavec lahko odloči za dodatno delo ob redni zaposlitvi. Na tak način se lahko posameznik brez večjega tveganja poda na

svojo poslovno pot. Za zaslužek ob rednem delu se v Sloveniji posameznik lahko odloči za naslednje oblike dela:

- osebno dopolnilno delo (ODD),
- podjemna pogodba,
- avtorska pogodba
- popoldanski s. p.

Za prodajo izdelkov končnim strankam obliki dela preko podjemne in avtorske pogodbe nista ustrezni. Zato bomo v nadaljevanju podrobneje predstavili ODD in popoldanski s. p.

2.3.1 Osebno dopolnilno delo

Na spletnih straneh eUprave Republike Slovenije (b. l.) navajajo, da se ODD lahko opravlja samo za določena dela. Ta dela so v zakonu ločena na dela, ki se opravljajo za znane naročnike in so napisana pod točko A, in na dela, ki se opravljajo za večinoma neznane naročnike in so navedena pod točko B.

V tabeli 1 smo zbrali dela, ki se lahko opravljajo preko ODD. Medtem ko lahko delavec dela v skupini A opravlja le za fizične osebe, lahko dela v skupini B opravlja tudi za pravne osebe (podjetja, samostojni podjetniki).

Za zakonito opravljanje ODD je pred pričetkom opravljanja dela treba pridobiti vrednotnico. V primeru del v skupini A mora vrednotnico kupiti naročnik dela, v primeru del v skupini B pa izvajalec dela.

Skupina A	Skupina B
občasna pomoč v gospodinjstvu, pomoč pri čiščenju stanovanja ali stanovanjske stavbe, vzdrževanje pripadajočih zunanjih površin	izdelovanje in prodaja izdelkov domače in umetnostne obrti, ki niso namenjeni zaužitju, v skladu z zakonom, ki ureja obrtno dejavnost
občasno varstvo otrok, pomoč starejšim, bolnim in invalidom na domu, spremstvo oseb, ki potrebujejo nego	izdelovanje, popravilo in prodaja izdelkov, ki niso namenjeni zaužitju in jih je možno izdelovati na domu pretežno ročno ali po pretežno tradicionalnih postopkih
občasne inštrukcije kot pomoč pri izpolnjevanju šolskih ali študijskih obveznosti	nabiranje in prodaja gozdnih sadežev in zelišč v njihovi osnovni obliki
občasno prevajanje in lektoriranje	mletje žita, žganje apna ali oglja na tradicionalen način in prodaja
občasno izvajanje umetniških oziroma drugih kulturnih vsebin na dogodkih	
občasna pomoč pri oskrbi hišnih živali na domu lastnika živali	

Tabela 1: Dela, ki jih je mogoče opravljati preko ODD
(Vir: eUprava Republike Slovenije, b. l.)

2.3.2 Popoldanski s. p.

Na spletnih straneh znanstveno-raziskovalnega središča Bistra Ptuj (*b. l.*) je navedeno, da izraz popoldanski s. p. ni pravni termin. Izraz se uporablja za označevanje samostojnega podjetnika, ki ob delu opravlja dodatno dejavnost. Prispevke za socialna zavarovanja ima tako plačana preko osnovne zaposlitve za nedoločen čas. Velja tudi, da tako vrsto zaposlitve lahko opravlja samo oseba, ki je v delovnem razmerju za polnih 40 ur na teden. Pri popoldanskem s. p. ne gre za obliko dela, ampak obliko podjetja, pravni status je enak pravnemu statusu rednega s. p., prav tako imata enake dolžnosti in pravice. Zaradi relativno nizkih stroškov je taka oblika podjetja idealna za začetek podjetniške poti. Ob uspešnem začetnem poslovanju se dejavnost lahko razširi na polni delovni čas ali pa se podjetnik kasneje odloči za kakšno od drugih oblik podjetja.

2.4 SPLETNE PLATFORME ZA PRODAJO IZDELKOV

Z razvojem interneta in spletnih okolij so postale možnosti za prodajo lastnih izdelkov neomejene. Podjetnik se lahko odloči za lastno spletno trgovino ali ponudi svoje izdelke na katerih od obstoječih spletnih platform (Etsy, Amazon, Ebay). Na začetku poslovne poti se lahko zaradi optimiziranja stroškov odločimo tudi za

neposredno prodajo preko družabnih omrežij (Facebook, Instagram), kjer se s potencialnimi kupci dogovorimo za prodajo v osebni sporočilu. Izdelke lahko ponudimo tudi na brezplačnih straneh, kot je bolha.com.

Preden sprejmemo odločitev, kje bomo svoje izdelke prodajali, je pomembno, da naredimo raziskavo trga. Preverimo, na kakšen način prodajajo enake ali podobne izdelke drugi ponudniki. Velika verjetnost je, da bodo potencialne stranke iskale te izdelke na istih platformah.

2.4.1 Etsy

Na spletni strani spletne trgovine Etsy (b. l.) je navedeno, da gre za globalno spletno tržnico, ki združuje ljudi, ki izdelujejo, prodajajo, kupujejo in zbirajo unikatne stvari. Gre za skupnost, ki se zavzema za mala podjetja, ljudi in planet.

Etsy je velika spletna tržnica, kjer vsako leto na milijone kupcev naredi milijarde prometa. Prodajalec plača zelo nizko vsoto za vsak produkt, ki ga želi objaviti na tržnici, ostale provizije (obdelava plačila, transakcije in zunanje oglaševanje) pa samo, če je kakšen od objavljenih izdelkov tudi prodan.

Kupci zaupajo nakupovanju na tržnici Etsy, saj z dolgo tradicijo velja za varno in zanesljivo spletno mesto za nakupovanje. Za prodajalce pa je idealno mesto za začetek poslovne poti, saj lahko z nizkimi in predvidljivimi stroški stopijo na velik trg. V tabeli 2 smo prikazali okvirne stroške, ki jih ima prodajalec, ki ponuja svoje izdelke na spletni tržnici Etsy.

Provizija za objavo izdelka Izdelek je objavljen na spletni strani 4 mesece oziroma dokler se ne prodaja.	0,19 €/izdelek
Provizija za opravljeno transakcijo	6,5 %
Provizija za procesiranje plačila	4 % + 0,30 €
Provizija za zunanje oglaševanje Etsy plačuje za oglaševanje produktov na spletu preko oglaševanja Offside Adds. Če se prodaja zgodi zaradi klika na ta oglas, je treba plačati še provizijo za oglaševanje.	15 %

*Tabela 2: Okvirni stroški s prodajo na platformi Etsy
(Vir: Etsy, b. l.)*

2.4.2 Amazon

Izdelke lahko ponudimo in prodajamo tudi preko spletne trgovine Amazon. Kot lahko preberemo na spletni strani Amazona (2022), več kot polovico izdelkov, ki jih lahko

najdemo pri njih, ponujajo neodvisni prodajalci. Pri Amazonu ponujajo dva različna paketa za prodajo. V tabeli 3 lahko vidimo primerjavo med paketi.

	Individualni paket	Profesionalni paket
Stroški	0,99 €/prodani izdelek + dodatni stroški	39,99 €/mesec + dodatni stroški
Paket je primeren, če:	mesečno bo prodanih manj kot 40 izdelkov	mesečno bo prodanih več kot 40 izdelkov
	se še odločate, kaj boste prodajali	želite oglaševati svoje izdelke in uporabljati napredna prodajna orodja
	ne planirate oglaševanja izdelkov ali uporabe naprednih prodajnih orodij	želite pozicionirati svoje izdelke med top izdelki
Ostali stroški	<ul style="list-style-type: none"> • Napotitvena provizija (odvisna od vrste blaga, v povprečju med 8 in 15 %, a ne manj kot 0,30 €) • Izpolnitvena provizija (zaračunana, kadar pakiranje, pošiljanje in stike s strankami prepustimo Amazonu, za majhne in lahke pakete je znesek 2,35 € in dodatnih 0,12 € doplačila za stroške inflacije in goriva) 	

*Tabela 3: Okvirni stroški za prodajo izdelkov Amazonu
(Vir: Amazon, 2022)*

2.5 SPLETNO OGLAŠEVANJE

Oglaševanje in planiranje oglaševanja predstavlja pomemben del poslovnega načrta. Ko razvijemo poslovno idejo, izdelamo in ponudimo svoje izdelke končnim kupcem, moramo pomisliti tudi na to, kako bodo potencialni kupci našli naše izdelke. Kadar ponujamo specifične izdelke, ki so namenjeni manjši skupini specifičnih kupcev, pa sta čas in razmislek, ki ga vložimo v predstavitev in oglaševanje izdelka, končnim kupcem še posebej pomembna.

Na začetku lahko izdelek predstavimo na družabnih omrežjih v skupinah, kjer je združenih več oseb, ki bi tovrstne izdelke potrebovale, ali v trgovinah z medicinskimi pripomočki.

Ko izdelke začnemo prodajati na spletni tržnici ali v lastni spletni trgovini, pa je pomembno, da začnemo razmišljati tudi o bolj konkretnem oglaševanju izdelkov preko lastnih profilov na družabnih omrežjih ali zakupa oglasnega prostora.

2.5.1 Družabna omrežja

Življenja brez družabnih omrežij si danes ne znamo več predstavljati. Vsako resno podjetje se ne more več izogniti družabnim omrežjem za promoviranje svojega podjetja in izdelkov. Podjetje mora v prvi vrsti poskrbeti, da je njihovo podjetje na družabnih medijih (Instagram, Facebook ipd.) predstavljeno privlačno in da skrbi za to, da so dovolj časa prisotni na njih z objavami in komunikacijo s svojimi sledilci in potencialnimi kupci. Družabna omrežja lahko podjetje izkoristi za predstavitev novih proizvodov in promocijske aktivnosti. Preko njih pa lahko pridobijo tudi veliko pomembnih povratnih informacij s strani kupcev.

2.5.2 Oglasi Google

Oglaševanje preko iskalnika Google je eno izmed najbolj pogostih načinov oglaševanja, ki ga uporabljajo podjetja. Na straneh Googla (b. l.) navajajo vse informacije v zvezi z zakupom oglaševanja v iskalniku Google. Skoraj ni človeka, ki ne bi uporabljal Googla za iskanje stvari, ki jih želi kupiti. Z zakupom oglaševanja se oglas podjetja pojavi na vrhu iskalnih zadetkov vsakokrat, ko nekdo išče podjetje, ki je podobno našemu, ali izdelke, ki jih prodajamo tudi mi. Oglaševanje Google se plačuje od vsakega klika na naš oglas, ki potencialno stranko pripelje na našo spletno stran. Stroške oglaševanja si vsak lahko prilagodi sam, saj se lahko odloči, koliko mesečno bi želel nameniti oglaševanju. Oglase lahko po potrebi zaženemo ali ustavimo.

3 POSLOVNI NAČRT ZA IZDELAVO KOMPRES ZA VEČKRATNO UPORABO

3.1 PREDSTAVITEV PODJETJA IN PROIZVODA

3.1.1 Podjetje Tubie Clouds

Podjetje Tubie Clouds se bo ukvarjalo s proizvodnjo in prodajo bombažnih kompres za večkratno uporabo. Storitve bomo na začetku izvajali preko ODD. Ko pridobimo zadostno število strank in zadovoljiv promet, pa bomo dejavnost preoblikovali v popoldanski ali polni s. p. Konkurence na področju ponudbe tovrstnih kompres v Sloveniji ni, v Evropi pa je majhna in predvsem omejena na Veliko Britanijo. Ker Velika Britanija ni več članica EU, predpostavljamo, da bomo s svojo ponudbo zaradi nižjih carinskih dajatev konkurenčnejši.

Podjetje bo izdelke proizvajalo in odpremljalo na stalnem naslovu ustanoviteljice Amande Čebašek v za to prilagojenih prostorih.

3.1.2 Bombažne komprese za večkratno uporabo

Bombažne komprese za večkratno uporabo, ki so prikazane na sliki 3, so namenjene zaščiti okolice gastrostome pri odraslih in otrocih. Gastrostomo uporabljajo in potrebujejo osebe, ki zaradi bolezni delno ali v celoti niso zmožne sprejemati hrane preko ust.



Slika 3: Kompresse za večkratno uporabo
(Vir: Tubielove, 2022)

Na sliki 4 je prikazana gastrostoma, zaščitena z bombažno kompresno. Ker vsebina želodca v manjši meri izteka iz gastrostome, je to območje podvrženo pogostim težavam z vnetji in okužbami. Z bombažnimi kompresami poskrbimo, da se morebitni izločki vpijajo v kompresno in na ta način ohranjamo kožo suho in zdravo. V primerjavi z običajnimi netkanimi kompresami za enkratno uporabo so bombažne komprese boljše iz več vidikov:

- so pralne in jih lahko uporabimo večkrat,
- so udobne in ne dražijo kože,
- so bolj vpojne in
- jih ni treba fiksirati na kožo z medicinskim trakom (veliko bolnikov ima težavo z reakcijami na lepilo, odstranitev lepilnega medicinskega traku ni prijetna).



Slika 4: Gastrostoma
(Vir: Tubielove, 2022)

3.2 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA

3.2.1 Ciljni kupci

Izdelek, ki ga bo naše podjetje izdelovalo in prodajalo, so bombažne komprese za večkratno uporabo, namenjene zaščiti okolice gastrostome. Tako so naše potencialne stranke osebe, ki imajo vstavljen gastrostomo. Informacije o natančnem ali približnem številu oseb z gastrostomo v Sloveniji ni zavedene. V zborniku o celostni obravnavi pacienta z gastrostomo in jejunostomo Štemberger Kolnik in ostali (2009) navajajo, da je za izpeljavo gastrostome osnovni razlog nezadostna količina zaužite hrane. Navajajo tudi najpogostejša zdravstvena stanja, pri katerih bolnik lahko potrebuje hranjenje ali dohranjevanje preko gastrostome:

- bolezni grla in požiralnika (tumorji, poškodbe, vnetja),
- bolezni z nevrološkimi vzroki, možganska kap, maligne bolezni glave, poškodbe glave, možganske operacije, multipla skleroza, parkinsonova bolezen, huda demenca),
- kritično bolni (nezavest, poltravma, opekline),
- gastrointestinalne bolezni (pankreatitis, vnetje črevesja, sindrom kratkega črevesja, malabsorbcija),
- otroci (prirojene anomalije zgornjih prebavil, hud gastroezofagealni refluks, Chronova bolezen in bolezni, navedene v prejšnjih alinejah).

Ocenjujemo, da je oseb z gastrostomo v Sloveniji dovolj, da bi naša poslovna ideja lahko uspela. Podatka o številu oseb z gastrostomo v Sloveniji nimamo. Na spletni strani Discover Magazin Reardon (2017) navaja, da je v ZDA 444.000 oseb z gastrostomo, populacija ZDA je po podatkih, pridobljenih na strani Worldometer (2022), 334.819.722. Populacija z gastrostomo tako predstavlja 0,0013 %. Če ta podatek prenesemo na Slovenijo, kjer je po podatkih Worldometer (2022) 2.079.493 ljudi, lahko ocenimo, da je oseb z gastrostomo 2703. V EU po podatkih Wikipedije (2022) prebiva 447.000.000 ljudi, ocenjena populacija z gastrostomo je 581.100 oseb. Število oseb z gastrostomo se ves čas spreminja, saj veliko bolnikov potrebuje gastrostomo le kratek čas, dokler se ne vzpostavi normalni način prehranjevanja. Ker bomo izdelke ponudili v prodajo tudi na spletni tržnici Etsy, pa računamo tudi na kupce iz evropskih držav.

3.2.2 Intervju

Za namen raziskave trga smo za pomoč prosili mamo otroka z vstavljenjo gastrostomo. Z njo smo izvedli nestrukturiran intervju, ki ga dodajamo kot priložo diplomskemu delu. Poleg tega, da ima Melita izkušnje z nego gastrostome, tovrstne komprese že uporablja. Z intervjujem smo pridobili pomembne informacije za naš poslovni načrt:

- uporaba bombažnih kompres je bistveno zmanjšala število vnetij in okužb v okolici gastrostome in izboljšala kakovost življenja njenega otroka,
- komprese nakupuje preko spletne tržnice Etsy od prodajalcev iz ZDA, ker ustrezne ponudbe v Sloveniji ali EU ni zasledila. V zadnjem času opaža, da se pojavlja tudi nekaj ponudnikov iz Velike Britanije, ker pa to območje ni več del EU, se za nakup zaradi majhne razlike v stroških ni odločila. Velik del stroška za nakup kompres zaradi nakupa v ZDA predstavljajo carinske dajatve, zato bi ob ustrezni ponudbi komprese kupovala pri slovenskem ponudniku,
- po njenih lastnih izkušnjah take komprese v Sloveniji pozna in uporablja majhno število ljudi z gastrostomo. Ker je sama zelo zadovoljna z njimi, bi jih z veseljem priporočila naprej,

- zanimanje in navdušenje nad kompresami je izkazalo tudi zdravstveno osebo, ki obravnava njenega otroka,
- v primeru ustrezne ponudbe bi kupovala komprese vsakih 6 mesecev v kompletu po 10 kosov.

Iz informacij, ki smo jih pridobili, lahko sklepamo, da trg v Sloveniji in Evropi obstaja, konkurenca na trgu pa je majhna. Ker produkta ne pozna velik delež potencialnih strank, pa bo pomembno, da se jim izdelki na začetku ustrezno predstavijo. Ker je izdelava kompres enostavna, moramo biti pozorni tudi na potencialne nove konkurente, ki bi lahko prevzeli naše ideje.

3.2.3 Napoved prodaje podjetja za 5 let

Da bi lažje napovedali prodajo v prvih petih letih poslovanja podjetja, smo na straneh Etsy (2022) poiskali prodajalca, ki prodaja izključno bombažne komprese za večkratno uporabo. Trgovina PiQuuHandMade (2022) je na spletni tržnici Etsy prisotna od meseca julija leta 2016. V tem času je bilo po objavljenih podatkih realiziranih 2629 prodaj. Kompresse ponujajo v kompletih po 3–10 kosov. Ker gre za ponudnika iz Velike Britanije, si upamo trditi, da bi v petih letih lahko z našo ponudbo, če upoštevamo tudi prodajo, ki bo opravljena preko drugih kanalov, dosegli prodajo 2217 kompletov, v katerih bi bilo povprečno 5 kompres. Ceno posamezne komprese smo na podlagi aktualnih cen tovrstnih kompres postavili na 5,00 € z vključenimi davki brez vključene poštnine.

Pričakujemo, da se bo prodaja v prvem letu okvirno poviševala za 10 % na mesec, v drugem letu 10 % na kvartal, v tretjem 5 % na kvartal in v četrtem in petem letu za 10 % na leto. Napoved prodaje za prvo leto smo prikazali v tabeli 4, napoved za naslednja štiri leta pa v tabeli 5. Uporabili smo povprečno količino in ceno, ki smo ju določili predhodno.

Napoved prodaje v prvem letu poslovanja													
Mesec	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	avg	sept	okt	nov	dec	Σ
Ocenjena količina prodaje	5	8	9	10	11	12	13	15	16	18	20	22	159
Skupaj kosov	25	40	45	50	55	60	65	75	80	90	100	110	795
Ocenjena vrednost prodaje (€)	125	200	225	250	275	300	325	375	400	450	500	550	3975

Tabela 4: Napoved prodaje v prvem letu poslovanja
(Lastni vir)

Napoved prodaje v letih 2–5												
Leto/ kvartal	2					3					4	5
	Q1	Q2	Q3	Q4	Σ	Q1	Q2	Q3	Q4	Σ		
Ocenjena količina prodaje	84	92	101	111	388	117	123	129	136	505	555	610
Skupaj kosov	420	460	505	555	1940	585	615	645	680	2525	2775	3050
Ocenjena vrednost prodaje (€)	2100	2300	2525	2775	9700	2925	3075	3225	3400	12625	13875	15250

Tabela 5: Napoved prodaje v letih 2–5
(Lastni vir)

3.3 RAZVOJ IN IZDELAVA IZDELKA

Kompresse so izdelane iz treh slojev. Dva sloja predstavlja bombažna flanela, tretji sloj pa bombažna tkanina, ki je lahko potiskana ali ne. Pred izbiro ustreznega materiala za izdelavo je treba material preizkusiti. Material mora biti obstojen za pranje na visokih temperaturah in sušenje v sušilnem stroju. Ker se različni materiali lahko tudi drugače spremenijo (skrčijo), je dobro, da material pred krojenjem in šivanjem tudi operemo.

Iz materiala izrežemo ustrezne oblike, združimo tri sloje in jih obšijemo. Za varno in enostavno namestitev kompres na komprese pritrdimo plastične pritiskače.

Obstaja več vrst gastrostom. Kompresse so primerne za vse. Zunanji del gastrostome se ne razlikuje glede na starost in velikost bolnika (odrasli, otrok, dojenček). Zato bomo na začetku na trgu ponudili samo eno dimenzijo kompres v premeru 6 cm. V kolikor bo stranka izrazila željo po drugačni dimenziji, ji bomo komprese izdelali po naročilu. Ponudba bo vsebovala enobarvne komprese in komprese z vzorci. Vzorce bomo spreminjali glede na zaloge blaga in jih prilagajali povpraševanju.

Izdelke bomo izdelovali sami. Vsaj na začetku potrebe po zaposlovanju ne vidimo. Potrebne šivalne stroje in prostor, za katerega ne plačujemo najemnine, že imamo od prej in ne predstavljajo stroška za začetek poslovanja. Za začetek poslovanja bo treba kupiti material, ki ga potrebujemo za komprese (bombažna flanela, bombažna tkanina v različnih vzorcih in plastični pritiskači). Potrebovali bomo tudi material, namenjen pošiljanju izdelkov. Kompresse bomo zapakirali v tanjši papir in jih končnim kupcem pošiljali v manjših kartonskih embalažah, ker ne želimo uporabljati preveč

plastične embalaže, izdelki pa tudi niso v nevarnosti, da se pri transportu poškodujejo.

V tabeli 6 smo prikazali stroške, ki jih ima podjetje z materialom za izdelavo in odpremljanje izdelkov, če stranka naroči komplet petih kompres. V stroške nismo vključili stroškov elektrike in morebitnih potnih stroškov. Te stroške in strošek ODD bomo kot mesečne stroške upoštevali pri finančnih projekcijah. Na spletnih straneh Sveta metraže (2022) smo preverili cene nakupa bombažne flanele, bombažnega poplina in plastičnih pritiskačev. Pri bombažni tkanini smo upoštevali 1 cm odpadne tkanine na vsaki strani izrezanega kroga za izdelavo kompres. Iz enega krojaškega metra bomba

žne flanele po ceni 10,90 € bomo lahko izdelali kroge za 102 kompresi (204/2 – za vsako kompreso potrebujemo 2 kroga iz bombažne flanele), iz enega metra bombažnega poplina po ceni 9,90 € dobimo 216 krogov. Cena 30 kom plastičnih pritiskačev je 3,30 €. Na spletni strani Pickpack shop (2022) smo našli ponudbo za manjšo kartonasto embalažo (15 x 15 cm) s ceno 0,36 €/kos. Ovojni klobučni papir smo našli na straneh Redoljub (2022). Cena papirja je 47,34 € za 890 pol po 60 x 80 cm. Eno polo bi lahko uporabili za 4 pošiljke. Zneske smo zaokrožili navzgor, prikazani so v tabeli 6, vsi zneski vključujejo DDV.

Stroški materiala za izdelavo in odpremljanje kompres		
Material za izdelavo	Strošek/kos	Strošek/5 kosov
Bombažna flanela	0,11 €	0,55 €
Bombažni poplin	0,05 €	0,25 €
Plastični pritiskač	0,11 €	0,55 €
Material za pošiljanje	Strošek/paket	
Kartonasta embalaža	0,36 €	
Klobučni papir	0,02 €	
Skupni stroški/paket s petimi kompresami	1,73 €	

Tabela 6: Stroški materiala za izdelavo in odpremljanje kompres
(Lastni vir)

Stroške materiala nameravamo kasneje znižati z nakupom večjih količin materiala ali z izbiro novih in ugodnejših dobaviteljev.

3.4 NAČRT OGLAŠEVANJA IN PRODAJE

3.4.1 Vstop na trg

Pred vstopom na trg bomo odprli profil podjetja na Facebooku in Instagramu. Prav tako bomo odprli račun na spletni tržnici Etsy, kjer bomo za začetek objavili 10

kompres z različnimi vzorci. Naš naslednji korak bo vstop na trg, kjer bomo z minimalnimi stroški poskusili pridobiti čim več kupcev. Osredotočili se bomo na potencialne kupce v Sloveniji. Kontaktirali bomo skrbnike tistih skupin na Facebooku, kjer so člani potencialni bolniki ali skrbniki oseb z gastrostomo, in jim ponudili 10-% popust za njihove člane. Prvim 100 osebam, ki bodo sledile naši strani Facebook ali Instagram in bodo poslale svoje podatke, bomo poslali brezplačni vzorec komprese. 100 vzorcev kompres pa bomo po vnaprejšnjem dogovoru poslali gastroenterološkim ambulantam in jih prosili, da jih poklonijo pacientom z gastrostomo. Vsaki osebi, ki bo objavila mnenje o naših kompresah in nas označila v objavi, bomo podarili 20-% popust za nakup kompres.

3.4.2 Prodaja in oglaševanje

Prodaja se bo na začetku izvajala zgolj preko spletne tržnice Etsy. Mogoča pa bo tudi po dogovoru preko zasebnih sporočil Facebook in Instagram ter elektronske pošte. Ceno smo oblikovali glede na cene, ki jih imajo ostali ponudniki. V kolikor ne bomo dosegali prodajnih ciljev, pa bomo cene za krajše obdobje tudi spustili.

Odločili se bomo tudi za zunanje oglaševanje na Etsy, ker želimo z majhnimi stroški hitro doseči tudi stranke iz EU.

3.5 MANAGEMENT IN LASTNIŠTVO

Vsa dela v podjetju bo opravljala ena oseba, ki bo zadolžena tako za izdelavo, prodajo in oglaševanje izdelkov. Delo bo na začetku opravljala ob redni zaposlitvi. V kolikor bo podjetje poslovalo dovolj uspešno, bo oseba dejavnost spremenila v redni ali popoldanski s. p., zapustila obstoječo zaposlitev ali začela delati za krajši delovni čas.

Računovodske storitve bomo opravljali sami, če nam bo znanje to omogočalo, drugače pa bomo poiskali zunanje računovodstvo.

3.6 FINANČNE PROJEKCIJE

Pri raziskavi in analizi trga smo napovedali pričakovano prodajo v naslednjih petih letih. Ko smo opisovali razvoj in izdelavo izdelkov, smo predvideli stroške materiala za izdelavo in odpremo artiklov. Stroške materiala smo za namen finančne projekcije povišali za 10 % in tako predvideli tudi stroške elektrike in pisarniškega materiala. Stroška z mobilno telefonijo ne bomo imeli, ker nam te stroške plačuje podjetje, v katerem smo polno zaposleni. Preden smo naredili finančno projekcijo za naslednjih 5 let, smo morali predvideti še ostale stroške. Kot prilogi diplomskega dela smo priložili tudi bilanco stanja in izkaz poslovnega izida za 2. in 3. leto poslovanja (2024 in 2025). Bilance in izkaza poslovnega izida za prvo leto

poslovanja nismo pripravljali, ker nam je računovodja podala informacijo, da se bilanca stanja za ODD ne pripravlja.

3.6.1 Začetni strošek

Naš začetni strošek bo investicija v izdelavo in odpremo 200 kompres, ki jih bomo brezplačno podarili bolnikom z gastrostomo. 100 kompres bomo uporabnikom družabnih omrežij poslali po pošti, 100 pa jih bomo osebno dostavili eni ali več ambulantam gastroenterologije za njihove paciente. Strošek izdelave ene komprese je 0,27 €. Pošiljanje po Sloveniji je po aktualnem ceniku Pošte Slovenije (2022) 1,60 €. Skupni začetni strošek tako znesse 214 €.

3.6.2 Prispevki

V prvem letu bomo poslovali preko ODD. Na spletnih straneh Finančne uprave Republike Slovenije (2022) smo poiskali podatke o stroških, ki jih ta oblika dela predvideva. Za opravljanje ODD je obvezni mesečni strošek nakupa vrednotnica. V času naše raziskave je ta znesek znašal 11,47 €. ODD lahko opravljamo, dokler naš polletni prihodek ne preseže trikratnika povprečne mesečne neto plače v Sloveniji. Na dan raziskave je ta znašal 3810,90 €.

V drugem letu bomo po naših projekcijah preseгли prihodke za ODD in bomo za namen nadaljnjega poslovanja odprli popoldanski s. p. Po podatkih v publikaciji na spletni strani Finančne uprave Republike Slovenije (2022) znašajo mesečni prispevki za popoldanski s. p. v letu 2022 81,04 €.

3.6.3 Amortizacija

Potrebne šivalne stroje imamo že na voljo na lokaciji podjetja, zato nakupa teh nismo šteli v začetne stroške. Ker pa bomo morali stroje in opremo v podjetju popravljati in posodabljeni, bomo v ta namen mesečno predvideli 20 € stroška amortizacije.

3.6.4 Oglaševanje in prodaja na Etsy

Predpostavljamo, da bomo z izbiro zunanjega oglaševanja, ki ga bomo zakupili na spletni tržnici Etsy, pridobili 5 % strank, ki bodo kupile naše izdelke preko Etsy. Od prometa teh nakupov bomo za oglaševanje plačali 15 % od zneska nakupa. Hkrati bomo imeli objavljenih 10 izdelkov, mesečni strošek za objavo izdelkov bo znesel 1,9 €, od vsakega nakupa bomo imeli strošek v višini 6,5 % za transakcijo in 0,3 € + 4 % za procesiranje plačila.

3.6.5 Finančna projekcija v prvih petih letih poslovanja

V tabeli 7 smo prikazali finančno projekcijo v prvem letu poslovanja podjetja po mesecih. Uporabili smo podatke iz projekcije prihodkov in upoštevali stroške, ki jih bo imelo podjetje s tekočim poslovanjem. Kot je razvidno iz tabele, bomo začetne stroške pokrili v dobrih dveh mesecih po začetku poslovanja. V zadnjem stolpcu je prikazan izkaz poslovanja po odšteti tekočih stroških.

Finančna projekcija v prvem letu poslovanja							
Začetni stroški	214						
Mesec	Prihodki	Stroški					
		Vredn.	Material	Amort.	Oglaš.	Etsy	Izkaz
Jan	125	11,47	9,51	20	0,93	3,52	79,57
Feb	200	11,47	15,22	20	1,5	5,63	146,18
Mar	225	11,47	17,12	20	1,68	6,33	168,4
Apr	250	11,47	19,03	20	1,87	7,04	192,5
Maj	275	11,47	20,93	20	2,06	7,74	212,8
Jun	300	11,47	22,83	20	2,25	8,44	235,01
Jul	325	11,47	24,73	20	2,44	9,15	257,21
Avg	375	11,47	28,54	20	2,81	10,56	301,62
Sep	400	11,47	30,44	20	3	11,26	323,83
Okt	450	11,47	34,25	20	3,37	12,67	368,24
Nov	500	11,47	38,06	20	3,75	14,08	412,64
Dec	550	11,47	41,86	20	4,12	15,49	457,06
Skupaj	3975	137,64	302,57	240	29,81	111,93	3155,06

Tabela 7: Finančna projekcija v prvem letu poslovanja
(Lastni vir)

Finančna projekcija v letih 2–5 je prikazana v tabeli 8.

Finančna projekcija v letih 2–5							
Leto	Prihodki	Stroški					
		Pop. s. p.	Material	Amort.	Oglaš.	Etsy	Izkaz
2.	9700	972,48	738,36	240	72,75	273,15	7403,25
3.	12625	972,48	961,01	240	94,687	355,52	10001,3
4.	13875	972,48	1056,17	240	104,062	390,72	11111,57
5.	15250	972,48	1160,83	240	114,37	429,44	12332,88

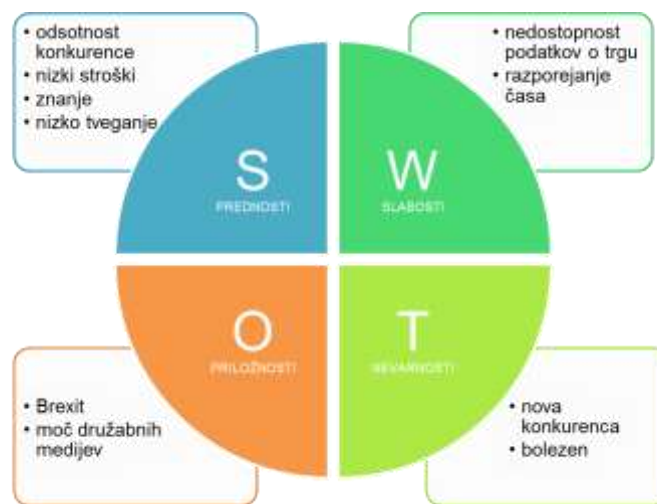
Tabela 8: Finančna projekcija v letih 2–5
(Lastni vir)

3.7 OCENA TVEGANJ IN PROBLEMOV

Oceno tveganj in problemov smo prikazali na sliki 5 s pomočjo analize SWOT. Kos (2022) navaja, da je analiza SWOT ena izmed najpogostejših in popularnih analiz v sklopu poslovnih ved. Z analizo SWOT poiščemo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti. Pri tem se prednosti in slabosti nanašajo na notranje, priložnosti in nevarnosti pa na zunanje dejavnike. Na notranje dejavnike lahko vplivamo, medtem ko lahko zunanje dejavnike zgolj izkoristimo v svoj prid.

Na spletni strani Wikipedije (2022) opišejo posamezne komponente analize SWOT:

- prednosti so karakteristike podjetja, ki predstavljajo prednost pred konkurenco,
- slabosti so karakteristike, ki postavljajo podjetje v slabši položaj pred konkurenco,
- priložnosti so elementi v okolju, ki jih podjetje lahko izkoristi v svoj prid,
- nevarnosti pa so elementi v okolju, ki lahko podjetju povzročijo težave.



Slika 5: Analiza SWOT
(Lastni vir)

Naše prednosti vidimo v odsotnosti konkurence tako v Sloveniji kot v EU. S pravim pristopom lahko dosežemo veliko število potencialnih strank, ki se bodo ob odsotnosti konkurence lažje odločile za nakup naših izdelkov. Stroški z realizacijo poslovne ideje so nizki, saj so vezani zgolj na potrebni material, medtem ko znanje za izdelovanje izdelkov že imamo. Ker se bomo s poslom ukvarjali ob redni zaposlitvi za polni delovni čas, pa tudi ne tvegamo izgube rednega mesečnega dohodka.

Slabosti sta nedostopnost podatkov o dejanskem številu oseb z gastrostomo v Sloveniji in morebitne težave z razporejanjem časa med redno zaposlitvijo s polnim

delovnim časom, družino in novim poslom. Zato razmišljamo o prehodu na polovični delovni čas, ko bodo prihodki iz poslovanja podjetja to omogočali.

Priložnosti vidimo v izhodu Velike Britanije iz EU (Brexit), saj večina obstoječih ponudnikov bombažnih kompres za večkratno uporabo v Evropi prihaja od tam. Priložnost predstavlja tudi razširjena uporaba družabnih omrežij med splošno populacijo, to lahko izkoristimo v svoj prid in brez stroškov pridemo do zaželenih ciljnih skupin in jim predstavimo naše izdelke.

Nevarnost predstavlja možnost pojava nove konkurence, tukaj je pomembno, da pridobimo čim večjo prepoznavnost, preden se pojavijo novi konkurenti. Ker podjetje sloni zgolj na eni osebi, pa nevarnost predstavljajo tudi bolezni, saj ni nikogar, ki bi ob bolniški odsotnosti prevzel izdelavo izdelkov. Pomembno je, da imamo vnaprej pripravljeno zalogo izdelkov, s katero bomo nadomestili morebitno bolniško odsotnost.

3.8 TERMINSKI NAČRT

S poslovanjem želimo začeti takoj, ko bo to mogoče. Pripravili smo terminski načrt, ki smo ga prikazali v tabeli 9.

Terminski načrt	
Julij in avgust 2022	<ul style="list-style-type: none"> • oblikovanje prototipa • testiranje materialov
September in oktober 2022	<ul style="list-style-type: none"> • testiranje izdelkov pri prostovoljcih iz ciljne skupine • priprava logotipa
November in december 2022	<ul style="list-style-type: none"> • nabava materiala • izdelava 300 kosov bombažnih kompres • ureditev dokumentacije za ODD • registracija na spletni tržnici Etsy • priprava profilov na družabnih medijih • vzpostavitev kontakta z gastroenterološkimi ambulantami in skrbniki skupin na Facebooku
Januar 2023	<ul style="list-style-type: none"> • začetek prodaje in promocije bombažnih kompres za večkratno uporabo • odpošiljanje brezplačnih vzorcev
Julij 2023	<ul style="list-style-type: none"> • medletni pregled rezultatov poslovanja • priprava plana za naprej
December 2023	<ul style="list-style-type: none"> • letni pregled poslovanja
Januar 2024	<ul style="list-style-type: none"> • odprtje popoldanskega s. p.

Tabela 9: Terminski načrt
(Lastni vir)

3.9 MOŽNOSTI NADALJNJEGA RAZVOJA

Bombažne komprese za večkratno uporabo niso edini izdelek, ki olajša ravnanje z gastrostomo. Kasneje lahko našo ponudbo razširimo s pasovi za gastrostomo, pas je prikazan na sliki 6, in zaponkami na sliki 7, s katerimi lahko pritrdimo hranilno cevko na oblačila in preprečimo nenamerno odstranitev cevke in povečamo udobje bolnika z gastrostomo, ki potrebuje kontinuirano dnevno ali nočno hranjenje. V ponudbo lahko dodamo tudi oblačila za najmlajše, ki imajo narejeno odprtino za gastrostomo in omogočajo staršem hitrejši in lažji dostop. Primer otroškega bodija z odprtino za cevko gastrostome je prikazan na sliki 8.



Slika 6: Pas in komprese za gastrostomo
(Vir: Fashiontubies, 2022)



Slika 7: Zaponka za cevko
(Vir: Tubieprecious, 2022)



*Slika 8: Otroški bodi z odprtino za cevko
(Vir: AdaptableSnapables, 2022)*

Ko bo podjetje poslovalo dovolj uspešno, bomo razmislili tudi o dodatnem oglaševanju preko oglasov Google in prodaji na straneh Amazona. Po potrebi nameravamo zaposliti tudi dodatno delovno silo za pomoč pri izdelavi in odpremi izdelkov.

4 ZAKLJUČKI

V diplomskem delu smo raziskovali možnosti realizacije lastne poslovne ideje. Preučili smo pisne in spletne vire in s pomočjo informacij, ki smo jih pridobili, pripravili poslovni načrt za realizacijo poslovne ideje. Na ta način smo dobili pomembne informacije, ki nam bodo v pomoč pri izdelavi, prodaji in trženju naših izdelkov.

Z raziskavo smo potrdili naše domneve, da na trgu obstaja velik potencial. Prodaja tovrstnih izdelkov je razširjena predvsem v ZDA. Nekaj ponudbe najdemo tudi v Veliki Britaniji, kar pa rezidentom EU predstavlja visoke stroške z davki in carinjenjem. Intervju z mamo otroka z gastrostomo nam je razkril, da si starši želijo, da bi izdelke lahko kupovali pri slovenskem dobavitelju in jih tako dobili hitreje in ceneje.

Z oblikovanjem finančnih projekcij smo dobili vpogled v to, kakšno prodajo lahko pričakujemo v naslednjih petih letih in kakšni so stroški, ki jih bomo imeli s poslovanjem. V prvem letu pričakujemo okoli 3975 EUR prihodkov. Ob ustreznem oglaševanju naše ponudbe pričakujemo, da bomo v petem letu poslovanja prihodke povečali na 15250 EUR.

V terminskem načrtu smo podali konkretne korake za začetek poslovanja. Preden vstopimo na trg, bomo izdelali prototipe produkta in testirali vzdržljivost in primernost materialov. Oblikovali bomo strani na družabnih medijih in poskrbeli za kakovostne fotografije produktov, ki jih bomo uporabili na družabnih medijih in na spletni tržnici Etsy. Pripravili bomo začetno količino izdelkov in promocijske vzorce.

Oblikovali bomo blagovno znamko Tubie Clouds. V prvem letu poslovanja bomo račune izdajali preko ODD. V naslednjih letih pričakujemo višje prihodke, zato bomo za namen poslovanja odprli popoldanski s. p. Izdelke bomo ponujali neposredno preko družabnih medijev in na spletni tržnici Etsy, kjer se bomo odločili tudi za zakup oglaševanja naših izdelkov. Začetek prodaje in promocije nameravamo izvesti v januarju 2023. Poslovanje podjetja bomo preverili po šestih mesecih poslovanja in po potrebi uvedli dodatne oglaševalske akcije.

Ugotovili smo, da je naša poslovna ideja dobra in hitro izvedljiva. V prvih letih poslovanja pa ne moremo pričakovati zadostnih donosov, da bi lahko pustili redno zaposlitev. Dokler donosi ne bodo zadovoljivi, nameravamo posel opravljati poleg redne zaposlitve. Prihodke nameravamo v prihodnosti povečevati s širitvijo ponudbe s pasovi in zaponkami za gastrostomo in oblačili, prilagojenimi za otroke z gastrostomo.

5 LITERATURA IN VIRI

- AdaptableSnapables (2022). Etsy. Pridobljeno 29.5.2022 z naslova https://www.etsy.com/listing/788697236/short-sleeve-g-tube-bodysuit?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=g+tube+belt+for+toddler&ref=sc_gallery-1-1&plkey=567ec4a7595ae99ac326b066dd0cad082fd2aad1%3A788697236.
- Amazon (2022). *Become an Amazon seller*. Pridobljeno 8.5.2022 z naslova https://www.amazon.com/b/?_encoding=UTF8&ld=AZUSSOA-sell&node=12766669011&ref_=nav_cs_sell.
- Bernik, J., Berginc, J. et.al. (1996). *Razvijanje podjetniških idej*. Ljubljana: GEA College
- Etsy (b. l.). *What is Etsy?*. Pridobljeno 12.5.2022 z naslova <https://www.etsy.com/>.
- eUprava Republike Slovenije (b. l.). *Osebno dopolnilno delo*. Pridobljeno 10.3.2022 z naslova <https://e-uprava.gov.si/podrocja/delo-upokojitev/delo/osebno-dopolnilno-delo.html>.
- Fashiontubies (2022). Etsy. Pridobljeno 29.05.2022 z naslova https://www.etsy.com/listing/769749301/feeding-tube-belt-g-tube-protective-belt?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=g+tube+belt&ref=sr_gallery-2-32&organic_search_click=1.
- Finančna uprava Republike Slovenije (2022). *Davki za začetnike*. Pridobljeno 30.05.2022 z naslova https://www.fu.gov.si/fileadmin/Internet/Davki_in_druge_dajatve/Podrocja/Dohodnina/Dohodek_iz_dejavnosti/Opis/Davki_za_zacetnike_-_fizicne_osebe_ki_opravljajo_dejavnost.pdf.
- Finančna uprava Republike Slovenije (b. l.). *Opravljam osebno dopolnilno delo*. Pridobljeno 30.05.2022 z naslova https://www.fu.gov.si/zivljenjski_dogodki_prebivalci/opravljam_osebno_dopolnilno_delo/.
- Glas, M. (1999). *Moj poslovni načrt: kako naj pripravim poslovni načrt za uspešen posel?*. Ljubljana: Zavod republike Slovenije za zaposlovanje

- Google (b. l.). *Razširite poslovanje z Google Ads*. Pridobljeno 11.5.2022 z naslova https://ads.google.com/intl/sl_si/getstarted/?subid=si-sl-ha-aw-sk-c-bau!o3~CjwKCAjwve2TBhByEiwAaktM1NIZCzIBy3uBrq9us98t49btYMKKXydVq2c92wRb3PITIJGM05weOBoCFWwQAvD_BwE~61330854386~kwd-3846115185~1485457364~581665259913&utm_source=aw&utm_medium=ha&utm_campaign=si-sl-ha-aw-sk-c-bau!o3~CjwKCAjwve2TBhByEiwAaktM1NIZCzIBy3uBrq9us98t49btYMKKXydVq2c92wRb3PITIJGM05weOBoCFWwQAvD_BwE~61330854386~kwd-3846115185~1485457364~581665259913&gclid=CjwKCAjwve2TBhByEiwAaktM1NIZCzIBy3uBrq9us98t49btYMKKXydVq2c92wRb3PITIJGM05weOBoCFWwQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds.
- Inšpektorat Republike Slovenije za delo (2022). *Delovna razmerja in druge oblike dela*. Pridobljeno 8.5.2022 z naslova <https://www.gov.si/podrocja/zaposlovanje-delo-in-upokojitev/delovna-razmerja-in-druge-oblike-dela/>.
- Ivanuša-Bezjak, M. (1996). *Kaj moram vedeti: O podjetništvu*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- Kos B. (21.07.2017). *Kako napisati poslovni načrt*. Pridobljeno 29.4.2022 z naslova <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/kako-napisati-poslovni-nacrt>.
- Kos, B. (b. l.). *SWOT analiza*. Pridobljeno 30.05.2022 z naslova <https://www.blazkos.com/swot-analiza/>.
- Pickpack shop (b. l.). *Kartonska škatla*. Pridobljeno 29.05.2022 z naslova <https://www.pickpack-shop.si/kartonska-skatla-p0.0-150x150x150mm>.
- PiQuuHandMade (2022). Etsy. Pridobljeno 29.5.2022 z naslova https://www.etsy.com/shop/PiQuuHandMade?ref=condensed_trust_header_title_sold.
- Pošta slovenije (b. l.). *Informativni izračun poštne*. Pridobljeno 30.05.2022 z naslova <https://eportal.posta.si/Sites/lzracunPostnine/>.
- Pšeničny, V. (2000). *Od podjema do rasti*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.

- Reardon, C. (14.9.2021). *Why 'smart' feeding tubes can benefit patients and the environment*. Pridobljeno 13.06.2022 z naslova <https://www.discovermagazine.com/health/why-smart-feeding-tubes-can-benefit-patients-and-the-environment>.
- Rebernik, M. et al. (2020). *Raznolikost podjetniških motivov: GEM Slovenija 2019*. Maribor: Univerzitetna založba univerze
- Redoljub (b. l.). *Papir Klobučni*. Pridobljeno 30.05.2022 z naslova <https://www.redoljub.si/skladiscenje-pakiranje-posiljanje/ovojni-papir/papir-klobucni-30g-60x80cm-bel-15kg-890-pol>.
- Stutley, R. (2003). *Uspešen poslovni načrt*. Ljubljana: Primath
- Svet metraže (2022). Pridobljeno 29.05.2022 z naslova <https://svetmetraze.si/>.
- Štemberger Kolnik, T. et al. (2009). *Celostna obravnava pacienta z gastrostomo in jejunostomo in posebnosti prehranjevanja: zbornik predavanj*. Ljubljana: Zbornica zdravstvene in babiške nege Slovenije – Zveza strokovnih društev medicinskih sester, babic in zdravstvenih tehnikov Slovenije in Sekcija medicinskih sester v enterostomalni terapiji.
- Tubielove (2022). Pridobljeno 28.05.2022 z naslova <https://tubielove.com/>.
- Tubieprecious (2022). Etsy. Pridobljeno 29.5.2022 z naslova https://www.etsy.com/listing/1237863979/tubie-clip-g-tube-clip-catheter-tube?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=g+tube+clip&ref=sr_gallery-1-19&sts=1&organic_search_click=1.
- Vidic, F. et al. (1999). *Kako razviti uspešno podjetje 1*. Ljubljana: GEA College.
- Wikipedia (2022). *Demographics of the European Union*. Pridobljeno 13.6.2022 z naslova https://en.wikipedia.org/wiki/Demographics_of_the_European_Union.
- Wikipedia (2022). *SWOT analysis*. Pridobljeno 10.3.2022 z naslova https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis.

- Worldometer (2022). *Slovenia population*. Pridobljeni 13.06.2022 z naslova <https://www.worldometers.info/world-population/slovenia-population/>.
- Worldometer (2022). *United States population*. Pridobljeno 13.06.2022 z naslova <https://www.worldometers.info/world-population/us-population/>
- ZRS Bistra Ptuj (b. l.). *Razlike med polnim in popoldanskim s.p.*. Pridobljeno 8.5.2022 z naslova <https://bistra.si/spodbujanje-podjetnistva/podjetnik-zacetnik/razlike-med-polnim-in-popoldanskim-s-p>.

PRILOGE

Priloga 1: Intervju z Melito Macedoni, mamo otroka z gastro-stomo

Kot mi je znano, vaš otrok za hranjenje potrebuje gastro –stomo, mi lahko prosim poveste več o tem?

Res je, Otis ima zaradi zdravstvenih potreb vstavljeno gastro-stomo. Sicer večino obrokov poje normalno, preko ust. Gastro-stoma pa nam je v veliko pomoč, kadar ne želi jesti ali vzeti zdravil, ki jih potrebuje. Ker mora zaradi svoje osnovne bolezni prejemati hrano vsake 3 ure podnevi in ponoči, ga tako ponoči ne rabimo zbujati, izzognemo pa se tudi pogostim hospitalizacijam, če začne hrano zavračati. Uporabljali jo bomo še veliko let.

Ste imeli kdaj težave z vnetji v okolici gastro-stome?

Da, po vstavitvi gastro –stome smo se srečevali s številnimi vnetji okolice. Zaradi nekaterih smo morali biti hospitalizirani in kasneje zelo pogosto obiskovali gastroenterologe. Zaradi osnovne Otisove bolezni, je zaradi imunske oslabiljenosti nagnjen k pogostejšim bakterijskim okužbam s hujšim potekom. Zelo nas je skrbelo, da bi morali zaradi okužb, gastro-stomo odstraniti, saj si uspešnega vodenja njegove bolezni brez nje ne upamo predstavljati.

Za zaščito okolice gastro-stome uporabljate bombažne komprese za večkratno uporabo. Kako ste prišli na to idejo?

Ravno zaradi prej omenjenih vnetij, sem iskala vse možnosti, kako bi jih lahko omilili. Kompresse za enkratno uporabo, ki smo jih uporabljali, so dražile njegovo kožo, niso bile dovolj vpojne, medicinski lepilni trak pa mu je povzročil alergijsko reakcijo. Na Facebooku sem članica skupine, kjer smo združeni starši bolnikov in bolniki z Glikogenozo 1b (redka metabolna bolezen), Izpostavila sem svojo zaskrbljenost in jih prosila za nasvet. Vsi so se strinjali, da je uporaba bombažnih kompres ključna za ohranjanje čiste in zdrave gastro-stome, zato sem se odločila za nakup.

Kje jih kupujete?

Naročim in kupim jih na Etsy-ju. Ko sem jih prvič kupovala sem jih našla samo tamin to od prodajalca iz Združenih držav Amerike. Kar pomeni, da za 10 bombažnih kompres, ki so enostavne za izdelavo plačam z vsemi stroški tudi do 80€. Kasneje sem jih sicer zasledila tudi pri prodajalcih v Veliki Britaniji, vendar sem se zaradi majhne razlike v stroških vseeno ponovno odločila za preverjeno kvaliteto.

Se vam zdi, da te komprese ostali bolniki z gastro-stomo v Sloveniji poznajo in uporabljajo?

Prepričana sem, da jih pozna in uporablja zelo malo ljudi v Sloveniji. Zdravniki in medicinske sestre s katerimi sem imela opravka v zadnjih treh letih, so vedno izkazali zanimanje in nepoznavanje kompres, ko sva bila z Otisom na kontrolnih pregledih. Mi je pa na zadnjem pregledu medicinska sestra omenila, da je imela še enega pacienta, ki je ravno tako imel bombažno kompreso,

Bi komprese kupovali pri nas, če bi jih imeli na voljo? Bi jih priporočili drugim staršem?

Seveda, z veseljem bi se odločila za nakup kompres od Slovenskega podjetja, predvsem, če bi to pomenilo, da bi jih prejela hitreje in ceneje. Prav tako bi komprese priporočila vsem z gastro-stomo.

Vam je pomembno iz kakšnih materialov so komprese?

Seveda, pomembno je, da jih lahko operem na visokih stopinjah in tako odstranim microbe. Sem pa na začetku kupovala komprese iz bambusove flanele, potem pa je ponudnik te odstranil iz ponudbe in ponuja samo še bombažne komprese. Sama razlike med materiali ne opazim, oboje so se izkazale za trpežne in smo jih uporabljali dolgo časa.

Kako pogosto kupujete ali bi kupovali nove komprese?

Do sedaj sem jih kupovala nekje enkrat na leto. Kompresse se po številnih pranjih obrabijo, težje je zaupati v njihovo sterilnost, veliko pa jih tudi izgubimo. Če bi obstajala možnost nakupa kompres v Sloveniji, bi se za nakup odločala pogosteje. Vsakih 6 mesecev bi potrebovali 10 novih kompres.

Najlepša hvala za vaš čas in pomoč.

Priloga 2: Bilanca stanja za leti 2024 in 2025

v EUR s centi

Postavka	Znesek	
	Tekočega leta- 2025	Prejšnjega leta- 2024
SREDSTVA	54,64	34,88
A. DOLGOROČNA SREDSTVA	0	0
I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne časovne razmejitve	0	0
1. Neopredmetena sredstva	0	0
2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitve	0	0
II. Opredmetena osnovna sredstva	0	0
III. Naložbene nepremičnine	0	0
IV. Dolgoročne finančne naložbe	0	0
1. Dolgoročne finančne naložbe, razen posojil	0	0
2. Dolgoročna posojila	0	0
V. Dolgoročne poslovne terjatve	0	0
B. KRATKOROČNA SREDSTVA	54,64	34,99
I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	0	0
II. Zaloge	54,64	34,99
1. Material	54,64	34,99
2. Nedokončana proizvodnja	0	0
3. Proizvodi	0	0
4. Trgovsko blago	0	0
5. Predujmi za zaloge	0	0
III. Kratkoročne finančne naložbe	0	0

1. Kratkoročne finančne naložbe, razen posojil	0	0
2. Kratkoročna posojila	0	0
IV. Kratkoročne poslovne terjatve	0	0
V. Denarna sredstva	0	0
C. KRATKOROČNE AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	0	0
Zunajbilančna sredstva	0	0
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	8.443,26	12.213,78
A. PODJETNIKOV KAPITAL	8.443,26	12.213,78
I. Začetni podjetnikov kapital	1.000	1.000
II. Prenosi stvarnega premoženja med opravljanjem dejavnosti	0	0
III. Pritoki in odtoki denarnih sredstev	0	0
IV. Revalorizacijske rezerve	0	0
V. Rezerve, nastale zaradi vrednotenja po pošteni vrednosti	0	0
VI. Podjetnikov dohodek	7.443,26	11.213,78
VII. Negativni poslovni izid	0	0
B. REZERVACIJE IN DOLGOROČNE PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	0	0
1. Rezervacije	0	0
2. Dolgoročne pasivne časovne razmejitev	0	0
C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	0	0
I. Dolgoročne finančne obveznosti	0	0
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	0	0
Č. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	0	0
I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	0	0
II. Kratkoročne finančne obveznosti	0	0
III. Kratkoročne poslovne obveznosti	0	0

D. KRATKOROČNE RAZMEJITVE	PASIVNE	ČASOVNE	0	0
Zunajbilančne obveznosti			0	0

Priloga 3: Izkaz poslovnega izida za leti 2024 in 2025

v EUR s centi

Postavka	Znesek	
	Tekočega leta- 2025	Prejšnjega leta-2024
A. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	12.625	9.700
I. Čisti prihodki od prodaje na domačem trgu	12.625	9.700
II. Čisti prihodki od prodaje na trgu EU	0	0
III. Čisti prihodki od prodaje na trgu izven EU	0	0
B. POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	0	0
C. ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	0	0
Č. USREDSTVENI LASTNI PROIZVODI IN LASTNE STORITVE	0	0
D. SUBVENCije, DOTACIJE, REGRESI, KOMPENZACIJE IN DRUGI PRIHODKI, KI SO POVEZANI S POSLOVNIMI UČINKI	0	0
E. DRUGI POSLOVNI PRIHODKI	0	0
F. KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA	12.625	9.700
G. POSLOVNI ODHODKI	2.623,70	2.256,74
I. Stroški blaga, materiala in storitev	1.411,22	1.044,26
1. Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala	0	0
2. Stroški porabljenega materiala	961,01	698,36
3. Stroški storitev	450,21	345,90
II. Stroški dela	0	0
1. Stroški plač	0	0
2. Stroški pokojninskih zavarovanj	0	0
3. Stroški drugih socialnih zavarovanj	0	0
4. Drugi stroški dela	0	0

III. Odpisi vrednosti	240	240
1. Amortizacija	240	240
2. Prevrednotovalni poslovni odhodki pri neopredmetenih sredstvih in opredmetenih osnovnih sredstvih	0	0
3. Prevrednotovalni poslovni odhodki pri obratnih sredstvih	0	0
IV. Drugi poslovni odhodki	972,48	972,48
1. Prispevki za socialno varnost podjetnika	972,48	972,48
2. Ostali stroški	0	0
H. DOBIČEK IZ POSLOVANJA	11.213,78	7.443,26
I. IZGUBA IZ POSLOVANJA	0	0
J. FINANČNI PRIHODKI	0	0
I. Finančni prihodki iz deležev	0	0
II. Finančni prihodki iz danih posojil	0	0
III. Finančni prihodki iz poslovnih terjatev	0	0
K. FINANČNI ODHODKI	0	0
Finančni odhodki za obresti (upoštevano že v II. in III.)	0	0
I. Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih naložb	0	0
II. Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	0	0
III. Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	0	0
L. DRUGI PRIHODKI	0	0
I. Subvencije, dotacije in podobni prihodki, ki niso povezani s poslovnimi učinki	0	0
II. Ostali prihodki	0	0
M. DRUGI ODHODKI	0	0
N. Podjetnikov dohodek	11.213,78	7.443,26
O. Negativni poslovni izid	0	0

*POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH NA PODLAGI DELOVNIH UR V OBRAČUNSKEM OBDOBJU (na dve decimalki)	0	0
ŠTEVILO MESECEV POSLOVANJA	12	12