



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Ekonomist
Modul: Tehnični komercialist

**POSLOVNI NAČRT PODJETJA FABRIKA,
DOMEN KLINAR, S. P.**

Mentor/-ica: dr. Barbara Grintal, univ. dipl. org.
Lektor/-ica: Jasmina Spahalić

Kandidat/-ka: Anita Poplašen

Kranj, junij 2019

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju dr. Barbari Grintal za strokovne nasvete in spodbudo pri izdelavi diplomske naloge.

Hvala Domnu Klinarju iz podjetja Fabrika za pomoč in nasvete ter oporo pri izdelavi diplomskega dela.

Zahvaljujem se tudi lektorici Jasmini Spahalić, ki je mojo diplomsko nalogo jezikovno in slovnično pregledala.

IZJAVA

»Študent/ka Anita Poplašen izjavljam, da sem avtor/ica tega diplomskega dela, ki sem ga napisal/a 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 diplomski nalogi predstavljamo poslovni načrt, ki predstavlja temelj za nove kot tudi za že obstoječe podjetnike. V osnovi je poslovni načrt namenjen kot smernik, po katerem se orientiramo in ohranjamo smer, kar predstavlja ustvarjanje dobička.

V poslovnem načrtu opisujem podjetje Fabrika, Domen Klinar, s. p., ki ponuja spletno aplikacijo, ki bi v bližnji prihodnosti prihodnjim odjemnikom omogočala bolj pregledno in prijazno uporabo. Spletna aplikacija je obetajoč izdelek, saj bo omogočala predvsem boljši nadzor in izvajanje praktičnega izobraževanja prihodnjih delodajalcev, namenjena bo tudi iskalcem zaposlitve za boljše možnosti zaradi samopromocije.

V nalogi je ravno tako prikazana točka preloma, kar prikazuje graf rentabilnosti pri doseženih 14 sklenjenih pogodbah.

Na področju, kjer obstaja močna konkurenca, lahko v podjetju z inovativnim izdelkom, ki predstavlja praktičnost, predvsem pa nižje stroške, olajša vstop na ciljni trg in uspešno trženje spletne aplikacije.

KLJUČNE BESEDE

Poslovni načrt, podjetnik, izdelek, graf rentabilnosti, točka preloma

ABSTRACT

In my thesis I will present a business plan, which is the basis for new and existing entrepreneurs. Basically, our business plan serves as a directional indicator, by which we orient and sustain a direction, which is the creation of a profit.

In the business plan I will present the company Fabrika, Domen Klinar s.p., which offers a web application that would allow future customers to be more transparent and friendly in the future. A web application is a promising product, since it will enable, in particular, better control and practical training.

The breakdown point is also shown in the task, which shows the profitability graph for the 14 concluded contracts.

In an area where there is strong competition, we believe that with an innovative product that represents practicality, and above all lower costs, we will enter the target market and successfully stand behind our product.

KEYWORDS:

Business Plan, Entrepreneur, Product, Graph of profitability, Breaking point

KAZALO

1 UVOD.....	8
1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA	8
1.2 CILJI NALOGE.....	8
1.3 PREDSTAVITEV PODJETJA.....	8
2 POSLOVNI NAČRT.....	9
2.1 KAJ JE POSLOVNI NAČRT?.....	9
2.2 ČEMU JE NAMENJEN POSLOVNI NAČRT?	9
2.3 KOMU JE POSLOVNI NAČRT NAMENJEN?	9
2.4 KDO LAHKO POMAGA PRI SESTAVI POSLOVNEGA NAČRTA?.....	10
2.5 DESET KORAKOV DO USPEŠNEGA NAČRTA	10
3 PODJETNIK.....	10
3.1 KDO JE PODJETNIK?	10
3.2 USPEŠNI PODJETNIK.....	11
4 POSLOVNI NAČRT podjetja računalniške storitve fabrika, domen klinar, s. p.	11
4.1 OPIS PODJETJA.....	11
4.1.1 PRILOŽNOSTI IN STRATEGIJA	12
4.1.2 KONKURENČNA PREDNOST	12
4.1.3 VODSTVENI KADER	12
4.1.4 DOBIČKONOSNOST	13
4.1.5 FINANČNI VIRI	13
4.2 PODJETJE, STORITEV, DEJAVNOST.....	13
4.2.1 PODJETJE.....	13
4.2.2 STORITEV	14
4.2.3 DEJAVNOST.....	14
4.3 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA.....	15
4.3.1 TRŽNO OBMOČJE	15
4.3.2 SWOT ANALIZA.....	15
4.3.3 ANALIZA CILJNIH KUPCEV	16
4.3.4 ANALIZA KONKURENCE	17
4.4.1 POSLOVNA LOKACIJA	17
4.4.2 NAČRTOVANJE STROJEV, OPREME IN PREVOZNIH SREDSTEV	18
4.4.3 NAČRT ZAPOSLOVANJA.....	18
4.4.4 NADZOR KAKOVOSTI.....	19
4.4.5 UPOŠTEVANJE PREDPISOV ZAKONODAJE.....	19
4.5 NAČRTI TRŽENJA IN PRODAJE	19
4.5.1 TRŽNO SPOROČILO PODJETJA.....	19
4.5.2 POLITIKA CEN.....	20
4.5.3 PLAČEVANJE	20
4.5.4 PROMOCIJSKA DEJAVNOST	20
4.6.1 PREDSTAVITEV ZAPOSLENIH V PROJEKTU.....	21
4.6.2 ORGANIZACIJA.....	21
4.6.3 LASTNIŠTVO IN INVESTITORJI.....	21

4.8 FINANČNE PROJEKCIJE.....	22
4.8.1 OTVORITVENA BILANCA STANJA	22
4.8.2 IZRAČUN AMORTIZACIJE	23
4.8.3 PRIKAZ MESEČNIH STROŠKOV	24
4.8.4 PRAG RENTABILNOSTI.....	25
4.8.5 GRAF TOČKE PRELOMA.....	26
4.8.6. OCENA TVEGANJA.....	27
5 FINANČNI NAČRT ZA NASLEDNIJH 5 LET	28
5.1 PRIHODKI V PRVEM LETU	28
5.2 NAČRTOVANI PRIHODKI	28
5.3 STROŠKI PODJETJA.....	29
5.4 SKUPNI ZNESEK STROŠKOV.....	30
5.5 POSLOVNI IZID.....	30
6 ZAKLJUČEK	31
7 VIRI IN LITERATURA	32

KAZALO SLIK

Slika 1: Organigram podjetja	21
Slika 2: Diagram poteka dela.....	22

KAZALO TABEL

Tabela 1: Osnovni podatki podjetja Fabrika.....	14
Tabela 2: Swot analiza	15
Tabela 3: Znesek inventarja	18
Tabela 4: Otvoritvena bilanca stanja	23
Tabela 5: Izračun amortizacije.....	24
Tabela 6: Prikaz mesečnih stroškov	25
Tabela 7: Izračun praga rentabilnosti	26
Tabela 8: Izkaz poslovnega izida 1.1.2018-31.12.2018	26
Tabela 9: Prihodki v 1. letu	28
Tabela 10: Načrtovani prihodki.....	28
Tabela 11: Stroški podjetja	29
Tabela 12: Skupni znesek stroškov	30
Tabela 13: Poslovni izid	30

KRATICE IN AKRONIMI

S.P.: Samostojni podjetnik

1 UVOD

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Vsako podjetje si želi uspešnega zagona in nadaljnjega stabilnega delovanja, pri čemer bi stremeli k čim boljšemu uspehu in cilju – pridobivanju dobička. Vendar danes obstoji ogromno podjetij, ki si konkurirajo, zato morajo mala podjetja tudi spretno delovati in vedeti, kako obstati na trgu, poleg naslednjega koraka, na primer vlaganja v nadaljnji razvoj izdelka ali storitve.

Podjetje, ki ga obravnavamo, vidi uspešno poslovanje ravno v priložnosti, da na trgu ni vzpostavljenega sistema, ki bi vsem dijakom in študentom zagotavljal enake možnosti pri pridobivanju praktičnih znanj iz različnih področij.

1.2 CILJI NALOGE

V nalogi bomo na podlagi analize poslovanja in predvidevanj prikazali donosno, predvsem pa izvedljivo aktivnost prodaje aplikacije.

Namen naloge je ugotoviti, ali je poslovna ideja prodaje spletne aplikacije ekonomsko upravičena ter ugotoviti, ali je omenjena ideja dobičkonosna v obdobju do dveh let. Kot cilj bomo predstavili poslovni načrt, s katerim bomo ugotovili ekonomsko upravičenost poslovne ideje in ki bo služil kot načrt poslovanja v prihodnosti.

1.3 PREDSTAVITEV PODJETJA

Podjetje Računalniške storitve Fabrika, Domen Klinar, s. p., je podjetje, ki je bilo leta 2017 ustanovljeno z namenom trženja poslovne ideje – trženje spletne aplikacije. Trenutno je v podjetju zaposlena ena oseba, in sicer računovodkinja. Na področju razvoja in trženja deluje Domen Klinar, lastnik in direktor podjetja.

Glede na to, da sta v podjetju zaposleni le dve osebi, in sicer direktor in računovodkinja, je trenutno podjetje usmerjeno le v nadaljnji razvoj spletne aplikacije. Zaradi tega razloga tudi v prihodnje nima podjetje namena odpirati drugih projektov. Dejavnost, s katero se predstavlja podjetje, je trenutno nadaljnji razvoj spletne aplikacije, s katero si bodo delodajalci lažje poiskali točno določen profil zaposlitvenega kadra in s katero bi kadar koli dostopali do baze podatkov, ki bi jim omogočala vpogled v opise novih kandidatov za zaposlitev. Iskalcem zaposlitve (dijaki, študentje in ostali iskalci) pa bo omogočena boljša samo-promocija zaradi verodostojnih izkušenj ter kompetenc, kar bo razvidno v aplikaciji in s tem si bodo še povečali možnost za pridobitev delovnega mesta.

Dejavnosti, s katerimi se ukvarja podjetje Fabrika, so:

- oblikovanje spletnih strani,
- namestitev in vzdrževanje programske in strojne opreme,
- svetovanje,

- vzpostavitev in namestitve računalniških omrežij,
- izdelava varnostnih kopij,
- sinhronizacija podatkov.

2 POSLOVNI NAČRT

2.1 KAJ JE POSLOVNI NAČRT?

»Poslovni načrt opredeljuje metode vodenja določene dejavnosti v določenem obdobju v prihodnosti.« (Stutely, 2003, str. 8)

Kot navaja Richard Stutely (2003, str. 8), je poslovni načrt skupek metod izbranih aktivnosti v določenem obdobju v prihodnosti. Kot izbrano aktivnost ima opravljanje posla s strani ene osebe oziroma velike multinacionalke. Lahko se nanaša na celotno podjetje ali pa samo na oddelek. Kot obdobje v prihodnosti pa je mišljenih lahko prvih šest mesecev na začetku delovanja podjetja ali pa celotno trajanje določenega projekta, vendar je običajno obdobje načrta, ki ga obravnavamo, tri do pet let splošnega načrta.

2.2 ČEMU JE NAMENJEN POSLOVNI NAČRT?

S poslovnim načrtom si podjetnik bolj kritično predstavlja sam razvoj ideje, ali je sploh smiselna in ali bo lahko pridobil kupce ter kako bo lahko konkuriral številnim podjetjem, poleg tega pa si vizualizira še ovire, ki mu pretijo na poti in skuša najti ugodne rešitve za reševanje teh. Sam poslovni načrt je pripravljen tako, da naj bi ustrezal različnim prihodnjim skupinam možnih kupcev, ki bi sodelovali s podjetnikom, saj bi pri nepopolnem načrtovanju tako izpolnjevali potrebe samo določene skupine kupcev. Če prihodnjih odjemalcev ponudba ne zanima, s povratnimi informacijami podjetnik ugotovi razlog in razmisli, zakaj stvar še ne obstaja. (Kos, 2017)

2.3 KOMU JE POSLOVNI NAČRT NAMENJEN?

Poslovni načrt si poleg prihodnjih skupin kupcev lahko ogledajo tudi zaposleni, ki bodo sodelovali v poslu, saj jim pomaga prikazati, ali bo posel donosen na določenem trgu, podjetnika usmerja pri organizaciji načrtovanih dejavnosti in predstavlja pomemben dokument za pridobivanje finančnih sredstev. Seveda so še vedno v prvi vrsti investitorji, s katerimi si podjetnik želi sodelovanja, saj mu bodo ti omogočili uresničitev samega zagona podjetja oziroma ustvarjanja dobička. (Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, 2018)

2.4 KDO LAHKO POMAGA PRI SESTAVI POSLOVNEGA NAČRTA?

Stutely (2003, str. 17) meni, da celotna ekipa prispeva k dobremu poslovnemu načrtu, v prvi vrsti je še vedno odgovorna oseba direktor podjetja ali poslovne enote. Samo delo se razporedi med več ljudi, s tem pa vsebina pridobi posebna znanja s strani strokovnjakov področij. Posledično skupni pristop pripomore k širšemu sodelovanju, razumevanju načrta in predanosti načrta podjetju.

2.5 DESET KORAKOV DO USPEŠNEGA NAČRTA

Da si podjetnik pridobi čim boljše možnosti za zagotavljanje finančnih virov, (Stutely 2003, str. 12) predlaga, da za pisanje načrta upošteva naslednje korake:

1. Opredelitev svoje poslovne dejavnosti.
2. Opredelitev trenutnega stanja posla.
3. Opredelitev trga, konkurence in položaja podjetja na trgu.
4. Opredelitev lastnih ciljev v času izvajanja načrta.
5. Izpopolnitev strategije za doseg ciljev.
6. Najti tveganja in priložnosti.
7. Razvoj strategije za zmanjševanje tveganj in izkoriščanje priložnosti.
8. Pretvorba strategij v delovne načrte.
9. Napoved prihodkov in odhodkov ter izdelava finančnega načrta.
10. Dokončno izoblikovanje načrta.

3 PODJETNIK

3.1 KDO JE PODJETNIK?

S pojmom podjetnik se sreča vsak, ki se želi ukvarjati s svojim poslom, pri tem pa prevzemati odgovornosti, ki obravnavajo samo vodstvo, lastništvo in proizvodnjo.

»Podjetnik je vsak človek, ki išče ali ustvarja tržne možnosti in podjetniške priložnosti, ustvarja podjetja ali vodi njihovo poslovanje ter vlaga vanje samega sebe ali kapital ali pa vse skupaj.« (Špilak, 1999, str. 39)

Žižek (2000, str. 28) meni, da je podjetnik »oseba, ki vidi, kar so drugi spregledali, in ukrepa, medtem ko se drugi obotavljajo. Podjetnik aktivno išče in prepozna priložnosti, razvija nove ideje in jih skuša uresničiti. Pripravljen je sprejemati tveganje, ki je znotraj razumnih meja. Je trdno prepričan v uresničitev svoje podjetniške ideje in zato vложи svoj čas, denar, trdo delo in pogosto tudi ugled. Podjetnik je inovator, razvijalec in uresničevalec, ki je sposoben prepoznati ali vzbuditi tržno potrebo in na njeni osnovi z razvojem izvedljive in tržno zanimive podjetniške ideje ustvariti podjetniško priložnost. Z vzpostavitvijo organizacije in z vložkom časa, naporov, denarja in spretnosti v procesu uresničevanja podjetniške priložnosti ustvarja dodano

vrednost. Pri tem priznava tveganje na konkurenčnih trgih in v primeru uspeha požanje nagrado (predvsem finančno) za vložene napore.«

3.2 USPEŠNI PODJETNIK

Podjetnik naj bi zajemal določene lastnosti, ki bi mu pripomogle k premagovanjem različnih bremen v poslovnem svetu.

- vztrajnost,
- kreativnost,
- tveganje,
- nadarjenost,
- vizionarstvo,
- sposobnost soočanja s kritikami,
- poslanstvo,
- skromnost,
- preprostost,
- osredotočenost. (Brandon Gaille, 2013)

Vsak podjetnik, ki je šele nastopil poslovno pot ali podjetnik v polnem razcvetu, se mora zavedati, da je podjetništvo ustvarjalno in polno nepredvidljivih okoliščin, ki jih poskuša predvideti in se nanje primerno odzvati. Tako bo odločno stal za svojimi dejanji in postajal uspešnejši z vsakim izvedenim poslom.

4 POSLOVNI NAČRT PODJETJA RAČUNALNIŠKE STORITVE FABRIKA, DOMEN KLINAR, S. P.

4.1 OPIS PODJETJA

Podjetje Računalniške storitve Fabrika, Domen Klinar, s. p., je podjetje, ki je bilo leta 2017 ustanovljeno z namenom trženja poslovne ideje – prodaja spletne aplikacije. Trenutno je v podjetju zaposlena ena oseba, in sicer računovodkinja. Računovodstvo za podjetje predstavlja stransko dejavnost in tudi v prihodnosti ne bo predstavljala osrednjega vira dohodka za obstoj tega, vendar bo pomembna podpora osrednji dejavnosti, kar pa je razvoj spletnih aplikacij s primarno nalogo izboljšati sistem praktičnega izobraževanja na vseh področjih ter narediti sistem pregleden ter prijazen vsem, ki v takem sistemu sodelujejo.

V podjetju imajo tudi vizijo, da bi tak sistem postal stalna praksa vseh podjetij, ki se ozirajo v prihodnost ter s tem v svoj kolektiv privabljajo pripravnike, ki na koncu izobraževanja predstavljajo konkreten vir zaposlitvenega kadra s pomembnimi izkušnjami ter praktičnimi znanji za zaposlitev. Hkrati so zagovorniki sistema, ki

nagrajuje tako mentorje (materialno) kot pripravnike (z znanjem), da se eden drugemu, čim bolj posvetijo.

4.1.1 PRILOŽNOSTI IN STRATEGIJA

Priložnost za uspešno poslovanje vidijo ravno v omenjeni aplikaciji, ker v tem trenutku ni vzpostavljenega sistema, ki bi vsem dijakom in študentom zagotavljal enake možnosti pri pridobivanju praktičnih znanj iz različnih področij. Pri iskanju podobnih in konkurenčnih rešitev podjetje ni našlo sistema, ki bi na tak način ponujal ali zagotavljal verodostojnih informacij na področju praktičnega usposabljanja. Že na splošno je zaslediti slab nadzor ter izvajanje praktičnega izobraževanja.

Med okvirnimi razgovori z delodajalci je bilo zaslediti, da je velika težava ravno v tem, ko izšolan kader nima dovolj praktičnih znanj, kar pomeni, da ob koncu izobraževanja ni zaposljiv, pa čeprav je v izobraževalnih programih predvideno zadostno število ur, ki naj bi omogočala pripravo pripravnika na delo.

Spletna aplikacija z uporabo dijakom in študentom odpira možnost samo-promocije na trgu dela. Na podlagi ovrednotenja uspešnosti praktičnega izobraževanja delodajalcu predstavi realno sliko o zmožnostih pripravnika. Po drugi strani pa pripravnik lahko sam preveri potrebe po določenih iskanih profilih. Pri iskanju zaposlitve ima na takšen način to izvedeno izobraževanje večjo težo zaradi vnaprej določenih smernic in nadzora. Po mnenju podjetja bi dijaki in študentje v času iskanja zaposlitve za razmeroma majhno mesečno naročnino pridobili veliko število ponudb na trgu dela.

4.1.2 KONKURENČNA PREDNOST

Po hitrem pregledu trga ter sorodnih produktov ni bilo zaslediti primernih spletnih aplikacij ter usmeritev, ki bi urejala to področje ter ponujala nadzor nad praktičnim izobraževanjem. Ugotovljeno je bilo, da je porabljenih veliko sredstev ter časa, tako delodajalcev kot iskalcev zaposlitve, vendar ni rdeče niti, ki bi zagotavljala pregleden ter učinkovit sistem porabe teh sredstev. Na tem področju so stvari nerazčiščene in z izjemo redkih izjem, programov ne izvajajo dosledno. Tudi potencialnim strankam podjetja Fabrika bi tovrstna spletna aplikacija prinesla določeno prednost ter ob upoštevanju dejstva, da delodajalci, kot možne stranke same izšolajo kader, že v času rednega izobraževanja, ki ga potrebujejo, in s tem znižajo stroške uvajanja, saj je na trgu dela takoj mogoč usposobljen delavec.

4.1.3 VODSTVENI KADER

Na področju vodstva trenutno na vseh področjih deluje direktor sam, tako na področju razvoja kot na področju trženja. Računovodstvo in finance so prepuščene zaposleni računovodkinji. Za vsako od omenjenih področij bi bilo treba čez čas zaposliti strokovnjaka, ki bi posamezno področje obvladal v celoti.

4.1.4 DOBIČKONOSNOST

Glede na to, da potencialne stranke podjetja Fabrika namenjajo veliko sredstev v izobraževanje kadrov že po vstopu v delovno razmerje, bi na tem področju, s tako spletno aplikacijo, lahko veliko prihranili. Z uporabo te aplikacije ter dolgoročnim izvajanjem praktičnega izobraževanja skozi to aplikacijo bi si podjetja zagotovila bolj stabilno ter pravilno izobraženo delovno silo že takoj po nastopu delovnega razmerja. Na način, ki si ga je podjetje zamislilo, bi v primeru potreb lahko v sistemu našli tudi druge profile poklicev, za katere se pripravniki niso izobraževali pri dotičnem podjetju.

4.1.5 FINANČNI VIRI

Potrebni finančni viri za poslovanje podjetja temeljijo na oceni stroškov za vzpostavitev spletnih strežnikov ter nakup licenc računalniških programov, ki bodo potrebni za izdelavo ter uspešno distribucijo aplikacije. Stroške ter investicije zagona bo direktor pokril iz lastnih sredstev, v nadaljevanju, če bi se podjetje širilo, pa bi sredstva zagotavljal stabilen denarni tok na podlagi naročin, saj samega programa ne bi prodajali v celoti, kar zagotavlja za stranko manjši in bolj razpršen strošek, kar tudi v današnjem času pomeni boljšo plačilno disciplino ter bolj zanesljiv finančni vir.

4.2 PODJETJE, STORITEV, DEJAVNOST

4.2.1 PODJETJE

Podjetje je bilo ustanovljeno 1. maja 2017, poslovni načrt pa bo služil bolj organiziranemu razvoju ter boljši poslovni usmeritvi podjetja.

Pravno organizacijska oblika podjetja je samostojni podjetnik. Podjetje predvsem razvija spletne aplikacije in ena od teh je bila pripravljena za sledenje in preglednost praktičnega usposabljanja dijakov, študentov ter ostalih oseb, katerih potreba je po dodatnem praktičnem izobraževanju ali prekvalifikaciji. Zaradi povpraševanja in dobrega odziva potencialnih strank so se odločili, da vse moči usmerijo v razvoj na tem področju.

Osnovni cilj podjetja Fabrika je zagotavljanje finančne vzdržnosti podjetja, ter ob uspešnem poslovanju prav tako strankam ponuditi spletno aplikacijo, s katero bodo prihranili denar ter povečali učinkovitost pri usposabljanju ter tudi pridobivanju novih kadrov.

Firma:	Fabrika, Domen Klinar, s. p.
Naslov:	Plavški Rovt 15
Poštna številka in kraj:	4270 Jesenice
Telefon:	+386 40 677 749
E-pošta:	domen.klinar@siol.com
Spletna stran:	www.practed.eu
Lastniki:	Domen Klinar
Direktor:	Domen Klinar

Tabela 1: Osnovni podatki podjetja Fabrika

4.2.2 STORITEV

Podjetje Fabrika stremi k temu, da bo ustrezalo čim večjemu številu poslovnih partnerjev in strank. S svojimi storitvami bi pripomogli k večji uspešnosti ter boljši finančni politiki na področju izobraževanja kadrov za potrebe vsakega podjetja, ki bi želelo imeti bolj urejeno politiko zaposlovanja ter s tem stabilno, učinkovito ter zadovoljno in novih ciljev željno delovno silo.

Zavedajo se, da je vsako podjetje zgotoba zase, kar pomeni, da bo zagotavljalo veliko prilagodljivost uslug podjetij ter da se bo znalo prilagoditi vsaki stranki posebej ter skupaj ugotoviti, katere prednosti so za stranke najbolj pomembne.

Aplikacija se že uporablja v internih izobraževanjih podjetja, kjer je zaposlen lastnik, podal je tudi že prve izsledke ter smernice, v katero smer si uporabniki želijo, da bi bil projekt usmerjen.

4.2.3 DEJAVNOST

Primarna dejavnost podjetja je trženje in nadaljnji razvoj aplikacije za celovito in pregledno vodenje ter nadzor nad praktičnim izobraževanjem v vseh panogah gospodarstva. Temu podjetje namenja največji delež pozornosti ter tudi posledično finančni delež naložbe, saj le tako lahko predstavlja podlago in temelje za stabilen razvoj podjetja.

Sekundarne dejavnosti, ki pa so neizbežno povezane s primarno dejavnostjo in so prav tako pomembne za uspešno poslovanje, pa je marketinški del podjetja, ki zagotavlja, da bo produkt podjetja na trgu viden in uspešno predstavljen.

Tretja dejavnost, ki prav tako nima zanemarljivega pomena, je računovodstvo. S tem ko bo posel ostal v družini, se bo prav gotovo nekaj prihranilo, hkrati pa se lahko podjetje zanese na lastno znanje in izkušnje. Pomembno je, da se z lastnimi finančnimi viri ravna odgovorno. Zato se je področje računovodstva podjetje odločilo obdržati pod svojo streho ter jo morda, kot stransko dejavnost, nekoliko razširiti in ponuditi trgu kot dodatno storitev.

4.3 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA

4.3.1 TRŽNO OBMOČJE

Sama lokacija podjetja za trg nima velikega pomena, bi pa vseeno ostala na primarni lokaciji zaradi bližine narave, ki ponuja zelo dobre pogoje za delo, kar samo po sebi pomeni umirjenost. Za sestanke s strankami, če bi se pokazala potreba, bi najeli poslovne prostore bližje Ljubljani.

Tržno območje bo vsaj na začetku predstavljala celotna Slovenija, kasneje pa bi lahko prestopili meje in razširili svojo ponudbo na tuje trge.

4.3.2 SWOT ANALIZA

Kot je v tabeli 2 predstavljeno, je velikost podjetja prednost, saj zaposleni komunicirajo neposredno in s tem hitreje ter tako posledično prihaja do manj popačenih informacij.

PREDNOSTI	SLABOSTI
Majhno podjetje	Konkurenca
Malo stroškov	Podvajanje strežnikov
Znanje in izkušnje preteklega dela	Malo zaposlenih v začetku – manj znanja
Predanost delu	Delo ob službi – malo časa
Lastna vizija in razvoj	En človek, več področij
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
Hitro prilagajanje trgu	Pomanjkanje določenih znanj iz področij
Unovčevanje znanj	Na začetku preobremenitev sodelujočih
Hitra rast podjetja	

Tabela 2: Swot analiza

Stroški so dejansko samo fiksni, kot je plača zaposlenih, naročnina za internet in električno. Najemnina prostora ni potrebna, saj se samo obratovanje podjetja izvaja v prostorih hiše, kjer živi lastnik.

Za sam zagon in nadaljnje delovanje podjetja se zaposleni zanašajo na lastno znanje in izkušnje, ki trenutno zadoščajo za izvajanje nadaljnega razvoja aplikacije.

Poleg vseh prednosti je podjetje usmerjeno v prihodnost, kjer ima cilj ponuditi kakovostno storitev, ki bi omogočala tako delodajalcem kot dijakom in študentom lažje ter bolj preprosto izvajanje zaposlovanja.

Sama aplikacija je zasnovana na način, ki bi ustrezala različnim profilom in s tem omogočala hitro prilagajanje trgu. Kot znanje, ki ga imajo zaposleni, bi se aplikacija kakovostno predstavila in s tem vzbudila zanimanje za možne stranke, kot so delodajalci in iskalci zaposlitve.

Ambicioznost bi, po prodoru na trg, zaposlene gnala v iskanje novih priložnosti razvoja različnih aplikacij, katere obseg dela bi omogočal postopno širitev podjetja.

Konkurenčnost se dojema kot izdelava podobne aplikacije drugih podjetij, ob katerih bi lahko aplikacija podjetja Fabrika kmalu postala premalo zanimiva za stranke.

Podvajanje strežnikov je namenjeno za zaščito ob izgubi podatkov, ki se samodejno shranijo na dodatnem strežniku, vendar to predstavlja strošek za podjetje.

Podjetje bi zaradi števila zaposlenih napredovalo zelo počasi, poleg tega bi se morali zaposleni odpovedati oziroma omejiti prosti čas zaradi dela ob službi in pokrivanja več področij.

Začetno število zaposlenih pomeni preobremenjenost, ki bo sicer s pridobitvijo delovne sile izzvenela ali se vsaj zmanjšala, ravno tako pa ponujeno znanje, ki ne bi bilo zadostno za določen napredek samega dela, kar bi se videlo v časovni izgubi in bi s tem samodejno nazadovali pri morbidnih konkurenčnih storitvah.

4.3.3 ANALIZA CILJNIH KUPCEV

Glede na naravo podjetja ter ponudbo so ciljni kupci podjetja, ki želijo v svoj razvoj vnesti novo metodo dela s pripravniki ter prav tako podjetja, ki tega sistema sploh še nimajo in bi jim skušali približati idejo podjetja, ki lahko močno vpliva na dolgoročni razvoj ter stabilnost podjetja. Sama narava ideje narekuje dejstvo, da bodo prihodnji kupci zavezani ter usmerjeni k prihodnosti. Če se bodo kupci zavedali potenciala spletne aplikacije, bi se po njej lahko povezali in našli sebi ustrezen kader, za katerega pa ni nujno, da se bo šolal pri njih.

Prav tako kot podjetja bi v sam proces iskanja zaposlitve aktivno vključili tudi pripravnike, ki bi po uspešno zaključenem praktičnem izpitu lahko pridobili ustrezne kompetence tudi v obliki priznanj in potrdil. S trdim delom bi lahko pridobili ugled ter s tem dali takim izkazom pomen in težo, kar bi pripravnikom oziroma potencialnim zaposlenim lahko bilo v veliko pomoč pri iskanju zaposlitve.

V celoti bi spletna aplikacija lahko bila vez med aktivnimi iskalci ter ponudniki zaposlitve v prihodnosti. Sodelovanje izven naše države pa bi prineslo širšo ponudbo na trgih dela ter ponudnikom zaposlitve zagotovilo ali določeno garancijo, da iskalec zaposlitve že ima znanja in izpolnjuje zahteve, ki pa jih je danes zelo težko odkriti, in za to potrebujemo velik postroj raznih kadrovske služb, ki skrbijo za stalen dotok nove delovne sile. Potencialni ciljni kupec bi bil tako rekoč vsaka pravna oseba, ki zaposluje, ali izvaja izobraževanje, ter hkrati vsak iskalec zaposlitve. Cena uporabe aplikacije bo določena na uporabnika, kar omogoča veliko fleksibilnost ter ponuja optimalni izkoristek vložka.

4.3.4 ANALIZA KONKURENCE

V podjetju se zavedajo, da je na področju računalniškega razvoja aplikacij velika konkurenca, ki bi lahko prevzela ideje tega. Vendar je na tem področju veliko odprtih in nerešenih vprašanj, kar pomeni, da prav tako ni konkretnih rešitev. Prednost pred konkurenco bi radi pridobili s širšim pogledom na problem, ki vsekakor obstaja in je rešljiv.

Dejstvo je tudi to, da na teh področjih podjetje še nima ustvarjene blagovne znamke, ki sama po sebi skrbi za dobro prodajo produkta, in se bo za prepoznavnost treba zelo potruditi.

Podjetja, ki so navedena, predstavljajo konkurenco, saj se ravno tako ukvarjajo z izdelavo spletnih strani in spletnih aplikacij, hkrati pa imajo veliko priporočil in so prepoznavni zaradi blagovne znamke. Navajamo nekaj podjetij: Sloway, Proapp, Kreativija, Dignitas, Hardcode. Slabost konkurenčnih podjetij je ravno v tem, da nihče od njih ni ustvaril približne aplikacije, ki bi omogočala delodajalcem in iskalcem zaposlitve vključitve v proces zaposlovanja.

Prednost bi iskali prav tako v stiku s strankami, ki bi implementirala svoje želje, kar pa za samo stranko ne bi predstavljalo dodatnega stroška. Največja prednost bo tako cena in pristop.

4.3 RAZVOJ IN PROIZVODNJA

4.4.1 POSLOVNA LOKACIJA

Sedež podjetja ostaja na naslovu Plavški Rovt 15, 4270 Jesenice. Ustrezna lokacija za sam razvoj pomeni ogromno in pripomore k boljšemu počutju zaposlenih. Direktor meni, da ustrezno delovno okolje izbrane lokacije spodbuja kreativnost in ustvarjalnost. Svoje poslovne partnerje bomo obiskovali na njihovih naslovih in jim nudili pomoč ter podporo. Zaradi tega lokacija podjetja za samo prodajo ni pomembna.

Izvajanje dejavnosti podjetja se vrši v prostoru dvostanovanjske hiše lastnika podjetja, kar v zagonu podjetja ne bo predstavljalo velikega stroška. Kabinet, kjer se izvaja dejavnost, je v mansardnem delu dvostanovanjske zgradbe. Na eni strani je velika steklena površina, ki omogoča, da je prostor svetel, hkrati pa pogled na naravo spodbuja ustvarjalnost pri delu. Sama oprema predstavlja poleg delovne površine tudi uporabo kakovostnih materialov, kar daje velik občutek udobja. Na delovni površini je računalniška oprema, podprta s tremi monitorji za lažje in preglednejše delo. Strežniki so postavljeni v ločenem prostoru z namenom, da hrup, ki ga povzročajo s hlajenjem, ne moti dela.

4.4.2 NAČRTOVANJE STROJEV, OPREME IN PREVOZNIH SREDSTEV

Pri načrtovanju opreme je prikazano čim več stroškov, ki so nastali ob ustanovitvi podjetja in ki se bodo še pojavili ob nadaljnjem razvoju.

Podjetje ima že urejen kabinet in v lasti računalniško mizo, programsko opremo ter osebni računalnik. Načrtovani so še dodatni stroški, in sicer nakup službenega avtomobila, strežniške omare s strežniki ter ostale opreme.

V tabeli 3 so navedene cene posameznih kosov s predvideno dobavo v trgovinah, s katerimi podjetje sodeluje in jim zaupa, hkrati pa nudijo najnižjo ceno za primerno kakovost.

Oprema	Dobavitelj	Q	Cena/kos (€)	Cena/Skupaj (€)
Strežniška omara	LAN-COM	1	458,25	458,25
Strežnik	imelBI.com	1	956,00	956,00
Prenosnik	imelBI.com	1	654,00	654,00
Računalniška miza	Lesnina	1	189,40	189,40
Priprava kabineta	Mojster	1	1.200,00	1.200,00
Službeni avto	Avto hiša	1	15.000,00	15.000,00
Ostala oprema	Trgovina	1	1.000,00	1.000,00
Programska oprema	imelBI.com	3	250,00	750,00
Skupaj:				20.207,65 €

Tabela 3: Znesek inventarja

Direktor se zaveda, da bo le s primerno opremo uspešno začel poslovno pot, kar pomeni, da je treba poskrbeti in vložiti tudi v kakovosten inventar. Med temi cenovno sicer izstopa službeni avtomobil, ki pa bo odtehtal svojo vrednost s koristnostjo, ravno tako kot ostali nujno potrebni kosi.

4.4.3 NAČRT ZAPOSLOVANJA

V samem začetku poslovanja oziroma v prvih treh letih podjetje ne načrtuje dodatnih zaposlovanj. V podjetju, ki je družinsko, sta trenutno zaposlena direktor in računovodkinja. Če bi se pokazala potreba po bolj kompleksnem izvrševanju nalog, kot je na primer oglaševanje, se bo v začetku najelo zunanega izvajalca, ki bo to delo opravil namesto zaposlenih.

Kasneje v obdobju treh do petih let pa bi zaposlili za vsako področje svojega strokovnjaka (oglaševanje in prodaja, nadzor kakovostim razvojni oddelek, spletna varnost). Okrepili bi tudi programersko ekipo ter uvedli 24-urni delovni čas podpore za pomoč uporabnikom. Kasnejše kadrovanje pa bo odvisno od potreb ter intenzitete razvoja podjetja.

4.4.4 NADZOR KAKOVOSTI

Nadzor kakovosti bo sprva opravljal lastnik sam vzporedno z razvijanjem aplikacije. V prihodnosti si podjetje želi, da bi na tem področju to delo opravljal strokovni notranji sodelavec, ki bi na tem področju zagotavljal kredibilnost ter stalni nadzor nad izvajanjem zastavljenih ciljev.

Mnenja in zadovoljstvo z uporabniško izkušnjo bodo uporabniki lahko izražali po vprašalnikih in anketah, ki bodo objavljeni v spletni aplikaciji. Te podatke bo podjetje uporabilo za smernice pri razvoju, kar bo izboljšalo uporabniško izkušnjo. Zaradi bolj osebnega pristopa pa bo podjetje še dodatno izvajalo redne razgovore s strankami ter njihova mnenja, pritožbe in pohvale redno obravnavali na krajših rednih tedenskih sestankih in temeljitih mesečnih sestankih. Večje redne posodobitve aplikacije pa bo vsakič, vsaj v bližnji prihodnosti, odobril tudi sam lastnik podjetja.

4.4.5 UPOŠTEVANJE PREDPISOV ZAKONODAJE

Kot na vseh različnih področjih se je potrebno tudi na področju računalništva držati določenih zakonov, saj bo le tako podjetje pravilno delovalo.

Zakoni, kateri so potrebni za splošno delovanje podjetja so:

- Zakon o ddv (ZDDV-1-NP11),
- Zakon o računovodstvu (ZR), stran 2491,
- Zakon o obligacijskih razmerjih (OZ-NPB3),
- Zakon o delovnih razmerjih (ZDR-1), stran 2771,
- Zakon o pokojninskem in invalidskem zavarovanju (ZPIZ-2-NPB7),
- Zakon o varstvu osebnih podatkov (ZVOP-1-UPB1), stran 12707,
- Zakon o varstvu potrošnikov (ZVPot-NPB10).

Specifični zakoni, ki so potrebni za delovanje na računalniškem področju:

- Zakon o poklicnem in strokovnem izobraževanju (ZPSI-1), stran 8495.

Potrebno bo upoštevati zakon, ki govori o izobraževanju dijakov na poklicnem področju, ter ustrezno prilagoditi programsko opremo, da bo zagotavljala transparentno preverjanje o upoštevanju vseh pravnih aktov.

4.5 NAČRTI TRŽENJA IN PRODAJE

4.5.1 TRŽNO SPOROČILO PODJETJA

Podjetje si želi ustvariti dobro podobo na trgu, ki mu bodo stranke zaupale in ki ga bodo priporočile tudi ostalim subjektom. Osnovno vodilo podjetja je poštenost ter predanost strankam. Na tak način si želi zagotoviti dolgoročno sodelovanje, saj se zaveda, da je pridobivanje novih strank veliko dražje kot pa obdržati obstoječe.

4.5.2 POLITIKA CEN

Glede na dejstvo, da konkurenčne ponudbe na trgu skorajda ni, bo to eden izmed glavnih in odločilnih dejavnikov pri osnovanju poslovanja. Lastnik nima namena prodati aplikacije kot celote, zato jo bo na trg ponudilo skozi mesečno naročnino. V sodelovanju s strankami se bo cena določala individualno glede na potrebe in zahteve stranke, okvirno pa bi na uporabnika mesečno naročnina znašala šest evrov za fizično osebo ter 100 evrov + 3 evre na uporabnika za pravno osebo. V prihodnosti, ko se bo prodaja povečevala in nekatere stranke ne bi potrebovale tako osebnega pristopa, bi v ponudbo dodali vnaprej pripravljene pakete za določeno število uporabnikov. Mogoče bi se bilo naročiti tudi na novice in novosti na področju izobraženih kadrov. Najbolj optimistični pogledi v prihodnost pa sami po sebi ponujajo poslovno priložnost, glede na predhodno ustvarjeno bazo podatkov tudi storitve opravljanja kadrovanja za zunanje partnerje. Te usluge bi zaračunavali na podlagi individualnih pogodb.

4.5.3 PLAČEVANJE

Plačevanje obveznosti bo podjetje popolnoma avtomatiziralo in omogočilo spletna nakazila na več načinov, kot se direktne bremenitve, plačevanje s kreditnimi karticami, neposredna nakazila na račun podjetja. Pomembno je, da stranki to ne bi predstavljalo dodatnih stroškov v obliki dragih provizij, hkrati pa iz lastnih izkušenj lahko kot posamezniki povemo, da cenimo prodajalčevo prilagodljivost glede plačevanja blaga in storitev, kar je v preteklosti večkrat botrovalo odločitvi, kje smo opravili nakup. Poslovanje bo izključno negotovinsko, kar samodejno pomeni boljše preglednost nad prejemki in odhodki.

Narava samega proizvoda narekuje, da bo zadostna plačilna disciplina iz tega vidika, ker bo plačevanje urejeno vnaprej in bo to pogoj za aktiven račun dostopa do aplikacije. Do odloga plačila bodo upravičene le zaupanja vredne stranke, ki bodo skozi določena merila lahko pridobile kreditne točke, s katerimi bodo lahko uveljavljale določene popuste in ugodnosti. Merilo za zaupanje bo prav gotovo na prvem mestu plačilna disciplina v preteklosti ter dolgoročnost pogodbe o sodelovanju.

4.5.4 PROMOCIJSKA DEJAVNOST

Promocija podjetja se bo v večini izvajala po spletu. S postavitvijo spletne strani, ki bi dostojno predstavljala podjetje, se bo zagotovo s tem ustvaril odločilen korak k prvi vzpostavitvi stika med stranko in ponudnikom. Podjetje načrtuje tudi predstavitev v obliki filma kot motivacijski pripomoček za pristop k projektu. V prvi vrsti se bo poudarila uporabnost ter prijaznost vmesnika do uporabnika, vsekakor pa prednosti, ki jih bo stranka ob uporabi aplikacije deležna, tako fizična kot pravna oseba.

Podjetje bi nase opozorilo na raznih izobraževalnih in kariernih sejmih. Projekt bi lastnik osebno predstavil tudi v izobraževalnih ustanovah, prav tako pa bi omogočal tudi osebne sprejeme ter svetovanja.

4.6 MENEDŽMENT, ORGANIZACIJA IN LASTNIŠTVO

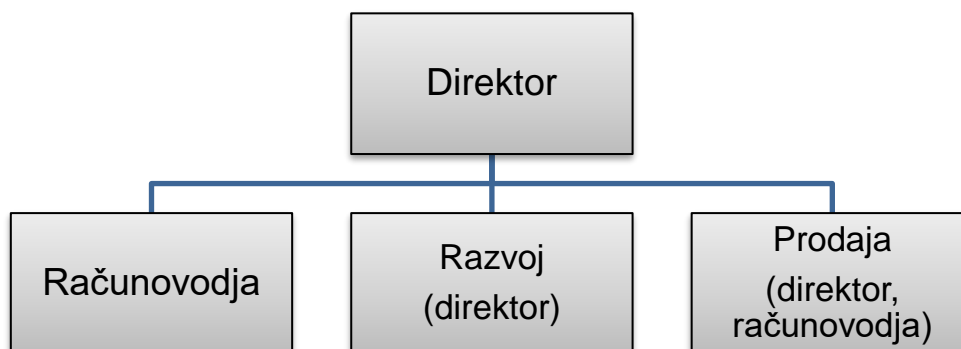
4.6.1 PREDSTAVITEV ZAPOSLENIH V PROJEKTU

Podjetje bo sprva organizirano tako, da bo lastnik kot direktor sam vodil in upravljal podjetje. Po izobrazbi gimnazijski maturant, trenutno v popoldanskem času opravlja študij elektroenergetike. Direktor je trenutno zaposlen še v podjetju Rail Cargo Carrier Slovenija, d. o. o., kjer opravlja funkcijo namestnika vodje oddelka. Omenjena zaposlitev predstavlja vir izkušenj za vodenje samostojnega podjetja. Prav tako direktor skozi obstoječo zaposlitev ter študij pridobiva izkušnje glede strokovnosti, ki je pomembna za prilagodljivost samega podjetja.

V podjetju je za opravljanje računovodskih storitev zaposlena računovodkinja, ki trenutno pridobiva strokovno znanje na B&B višji šoli, program Ekonomist.

4.6.2 ORGANIZACIJA

Slika 1 grafično prikazuje organizacijsko strukturo zaposlenih glede na znanje in področja dela.



Slika 1: Organigram podjetja

Kot je omenjeno, sta zaposlena dva, in sicer lastnik, kot direktor in računovodja. Direktor se poleg vodenja podjetja ukvarja še z razvojem in prodajo, pri katerem sodeluje tudi računovodja. Trenutna razporeditev je kar veliko breme za število zaposlenih, vendar se bo trenutna razporeditev razbremenila ob pridobitvi nove delovne sile.

4.6.3 LASTNIŠTVO IN INVESTITORJI

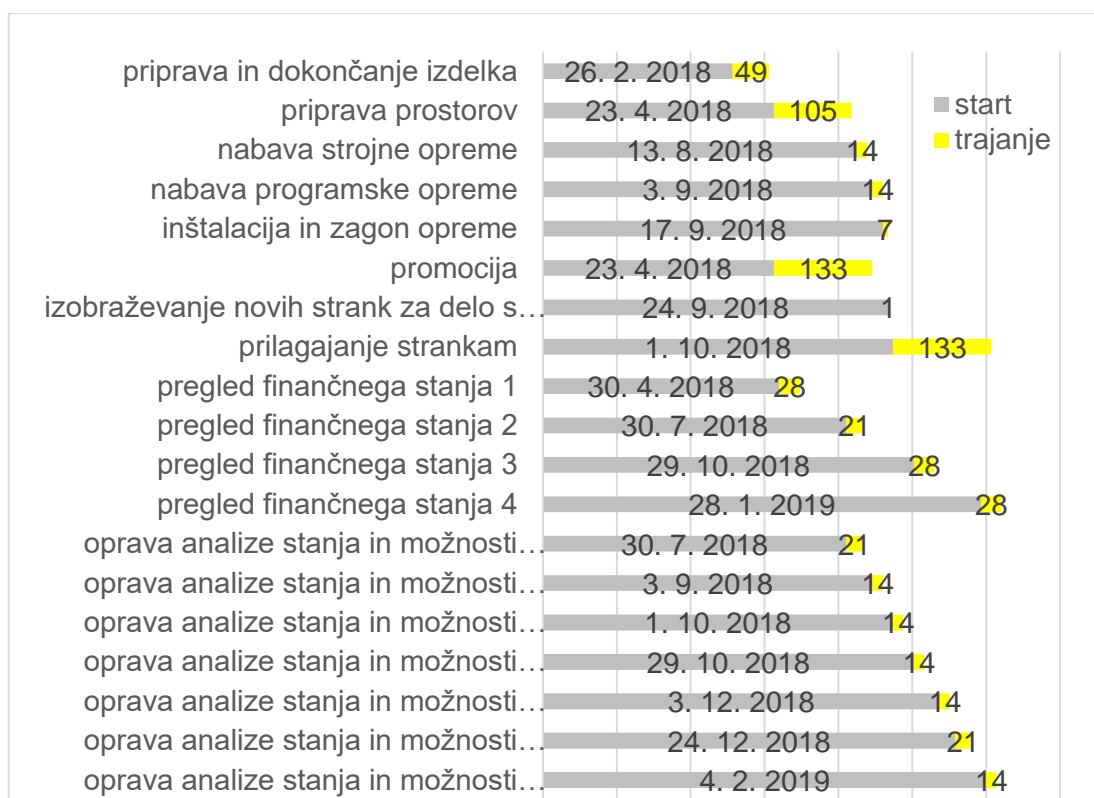
Direktor podjetja bo lastnik sam. Za zagon in pripravo prvih oglasov bo denar zagotovil iz lastnih sredstev, kar bo pomenilo, da na začetku ne bo potrebno zagotoviti dodatnih investorjev ali najemati kreditov.

V nadaljevanju možnost dokapitaliziranja s strani zunanjih investitorjev ne bo izvzeta. Pri izbiri med investitorjem ali kreditom bo lastnik verjetno izbral dokapitalizacijo s solastništvom v podjetju, seveda s skrbno izbranimi partnerji, ki bi jih kasneje vključili v proces dela.

4.7 TERMINSKI NAČRT

V terminskem načrtu so prikazane dejavnosti, ki se bodo izvajale v zvezi s projektom, kjer je naveden tudi njihov čas trajanja.

Pripravljen je enoletni načrt, s predpostavko začetka 1. aprila 2018. V terminskem načrtu so prikazane naloge, ki se bodo izvajale skozi celo leto. Zaradi teh bi se izboljšalo delo zaposlenih, storitve in imeli bi boljši pregled nad samim izvajanjem dela in uspešnosti poslovanja.



Slika 2: Diagram poteka dela

4.8 FINANČNE PROJEKCIJE

4.8.1 OTVORITVENA BILANCA STANJA

Bilanca stanja je izkaz premoženjskega stanja, imenovana aktiva na levi strani tabele in stanja do obveznosti do virov sredstev, imenovana pasiva, ki je na desni strani.

Obe strani morata biti uravnoteženi po temeljnem načelu bilančnega ravnovesja. V tabeli 4 pa je predstavljena otvoritvena bilanca na dan 1. 5. 2017.

SREDSTVA	VREDNOST
DOLGOROČNA SREDSTVA	
Strežniška omara	458,25 €
Strežnik	956,00 €
Prenosnik	654,00 €
Računalniška miza	189,40 €
Priprava kabineta	1.200,00 €
Službeni avto	15.000,00 €
Ostala oprema	1.000,00 €
Programska oprema	250,00 €
KRATKOROČNA SREDSTVA	
Denarna sredstva	3.000,00 €
SKUPAJ:	22.707,65 €

Tabela 4: Otvoritvena bilanca stanja

V otvoritveni bilanci podjetja so prikazana stalna sredstva, ki so sestavljena iz opredmetenih sredstev (vse, kar je naštet) in iz kratkoročnih sredstev, ki imajo v svojem poslovanju nestanovitno obliko, kar prikazujejo denarna sredstva. Vodi se enostavno knjigovodstvo, saj vrednost sredstev ne presega 25.000 EUR, poleg tega je zaposlena le ena oseba, računovodja.

4.8.2 IZRAČUN AMORTIZACIJE

Amortizacija predstavlja strošek, ki nastane ob obrabi osnovnih sredstev in s tem posledično niža njihovo nabavno vrednost. Amortizirana sredstva se običajno uporabljajo daljše obdobje, kot je poslovno leto, imajo omejeno dobo koristnosti in uporabljajo se za proizvodnjo ali dobavo proizvodov in storitev.

V tabeli 5 je prikazan mesečni in skupni letni izračun stroška amortizacije za opredmetena oziroma neopredmetena osnovna sredstva.

	ZNESEK IZ BILANCE STANJA	ŽIVLJENJSKA DOBA (mesecev)	ZNESEK AMORTIZACIJE (mesečno)	ZNESEK AMORTIZACIJ E (mesečno %)
Strežniška omara	458,25 €	120	3,82 €	1,65 %
Strežnik	956,00 €	48	19,92 €	8,62 %
Prenosnik	654,00 €	48	13,63 €	5,90 %
Računalniška miza	189,40 €	120	1,58 €	0,68 %
Službeni avto	15.000,00 €	84	178,57 €	77,29 %
Ostala oprema	1.000,00 €	120	8,33 €	3,61 %
Programska oprema	250,00 €	48	5,21 €	2,25 %
	SKUPAJ (mesečno)		231,05 €	100 %
	SKUPAJ (letno)		2.772,62 €	

Tabela 5: Izračun amortizacije

Življenjska doba ali doba koristnosti je določena na podlagi pričakovane fizične izrabe, tehničnega staranja, gospodarskega staranja in zakonskih ter drugih omejitev uporabe. Izbrana metoda amortiziranja je časovna amortizacija, saj je najbolj praktična, ker se obračunava glede na dobo koristnosti. Znesek amortizacije, ki znaša 2.772,62 €, predstavlja podjetju znesek, ki bo vplival na končni dobiček.

Najvišji mesečni strošek predstavlja za podjetje avtomobil, ki spada med sredstvo z daljšo življenjsko dobo, medtem ko računalniška in programska oprema, ki sta potrebni za nadgradnjo spletne aplikacije, spadata med sredstva z najnižjo življenjsko dobo, v skladu z nižjim mesečnim zneskom amortizacije. Letna vrednost amortizacije predstavlja za podjetje kar velik finančni zalogaj, glede na trenutno stanje, ki še ne prinaša nekega konkretnega mesečnega denarnega priliva, poleg vsega pa je treba poskrbeti za plačo zaposlenih in pokrivanje tekočih stroškov.

4.8.3 PRIKAZ MESEČNIH STROŠKOV

Strošek je finančno izražena poraba poslovne prvine. Delijo se na naravne vrste, med katere spadajo stroški delovnih sredstev, predmetov dela, storitev in stroški dela, ter na funkcionalne vrste. V tabeli 6 so prikazani stroški, ki so potrebni za samo delovanje podjetja in izvajanje dejavnosti.

	STROŠKI		SKUPAJ €	VARIABILNI DELEŽ	FIKSNI DELEŽ
	VARIABILNI	FIKSNI			
STROŠKI MATERIALA					
Pisarniški material	100 %	0 %	50,00 €	50,00 €	0,00 €
Drugi stroški materiala	50 %	50 %	100,00 €	50,00 €	50,00 €
Stroški energije in goriva	30 %	70 %	250,00 €	75,00 €	175,00 €
STROŠKI STORITEV					
Naročnina internet	0 %	100 %	60,00 €	0,00 €	60,00 €
Delo (kilometrina)	80 %	20 %	300,00 €	240,00 €	60,00 €
Računovodske in finančne storitve	0 %	100 %	108,23 €	0,00 €	108,23 €
Reklama in propaganda	80 %	20 %	200,00 €	160,00 €	40,00 €
AMORTIZACIJA	0 %	100 %	231,05 €	0,00 €	231,05 €
STROŠKI DAJATEV	0 %	100 %	68,00 €	0,00 €	68,00 €
			€	575,00 €	792,28 €

Tabela 6: Prikaz mesečnih stroškov

Največji del stroškov v podjetju predstavlja fiksni delež, saj so prisotni ves čas delovanja, medtem ko variabilni nastajajo priložnostno. Glede na odstotke bo poudarek variabilnih stroškov na reklami in propagandi, saj si bo podjetje s tem povečalo možnosti pridobitve potencialnih strank, poleg teh bo potreben še sam prevoz, ki bo namenjen sestankovanjem s prihodnjimi strankami. Vendar kot je omenjeno, variabilni stroški bodo nastajali po potrebi.

4.8.4 PRAG RENTABILNOSTI

Prag rentabilnosti predstavlja točko, na kateri podjetje posluje s pozitivno ničlo oziroma, ko ne posluje z dobičkom ali izgubo. V tabeli 7 so navedeni fiksni stroški, ki ostajajo nespremenjeni, variabilni pa tu predstavljajo povprečen znesek, medtem ko dohodek narašča vzporedno s številom strank.

ŠTEVILO STRANK	DOHODEK	STROŠKI	VARIABILNI STROŠKI	FIKSNI STROŠKI
1	300 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €
2	600 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €
3	900 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €
4	1.200 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €
5	1.500 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €
6	1.800 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €
7	2.100 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €
8	2.400 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €
9	2.700 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €
10	3.000 €	1.367,28 €	575,00 €	792,28 €

Tabela 7: Izračun praga rentabilnosti

Prag rentabilnosti ima podjetje namen doseči že v prvem letu, in sicer s sklenitvijo pogodbe s petimi strankami.

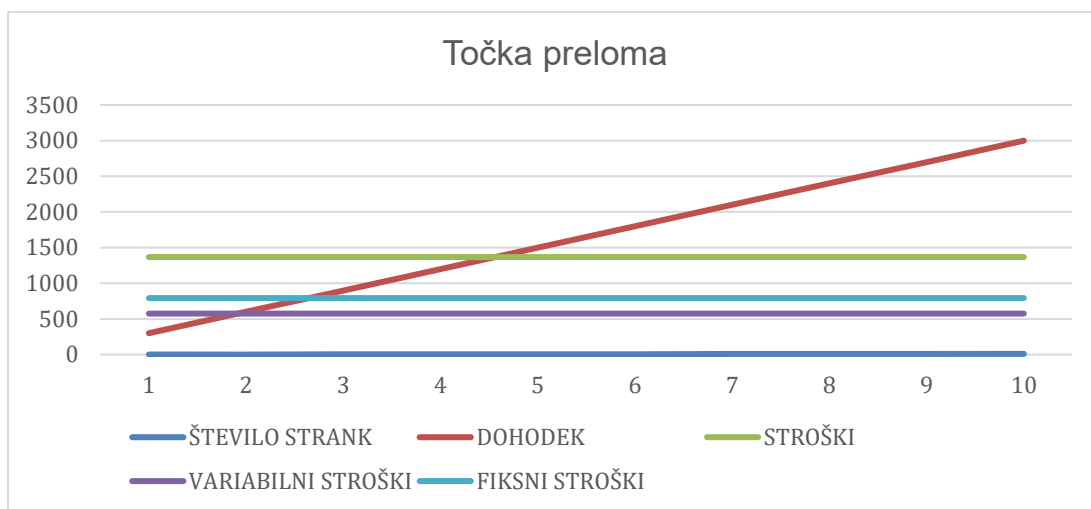
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
del 76	A. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	110	0,00	300,00
40, 41, 43, 44, 47, 48, del 70, 72	G. POSLOVNI ODHODKI	127	1.090,47	1.599,30
47	II. Stroški dela	139	0,00	399,37

Tabela 8: Izkaz poslovnega izida 1. 1. 2018–31. 12. 2018

V sliki 3, ki je povzeta iz poslovnega izida, sta predstavljena promet prejšnjega in tekočega leta. Razvidno je negativno poslovanje obeh let, saj kot že omenjeno, se podjetje ukvarja z nadgradnjo spletne aplikacije, ki trenutno obremenjuje zaposlene v tolikšnem obsegu, da jim čas ne dopušča, da bi se ukvarjali z izvajanjem rednih aktivnosti, kot je opravljanje računalniških storitev.

4.8.5 GRAF TOČKE PRELOMA

Točka preloma je pomemben podatek za podjetnika, saj je iz nje razvidna dolžina poti, ki je potrebna, da se začne ustvarjati dobiček.



Graf 1 - Točka preloma

Graf rentabilnosti nam pove, da bomo prag rentabilnosti dosegli pri 4.200,00 € prihodka oziroma ko bomo uspeli skleniti pogodbo s 14 strankami. Konkurenca je na vseh področjih, tako tudi računalniško področje ni izvzeto, vendar zaposleni v podjetju verjamejo v inovativnost storitve in da bodo z njo premagali to oviro.

4.8.6. OCENA TVEGANJA

Podvajanje strežnikov je neizogiben strošek, vendar nujno potreben za zaščito pred morebitno izgubo podatkov, ki bodo potrebni za delovanje podjetja in izvajanje poslov, izguba podatkov bi sicer povzročila stagnacijo podjetja in s tem občutne posledice za zaposlene in poslovanje.

Začetno število zaposlenih pomeni preobremenjenost, ki bo sicer s pridobitvijo delovne sile izzvenela ali pa se vsaj zmanjšala, ravno tako pa ponujeno znanje, ki ne bi bilo zadostno za določen napredek samega dela, kar bi se videlo v časovni izgubi in bi s tem samodejno nazadovali pri morbidnih konkurenčnih storitvah. Vendar je ta situacija le začasna, dokler se ne bi vzpostavile prve transakcije, ki bi nato omogočale možnost novih zaposlenih.

Podjetje za potrebe pri izvajanju projekta mogoče ne bo moglo zaposliti ali najeti dovolj strokovno usposobljenih ljudi, saj bo namreč v začetni fazi stremelo k čim manjšim stroškom, kar pomeni, da si ne bo moglo privoščiti dragih svetovalcev iz strokovnih področij, temveč bodo zaposleni težave reševali sami. To lahko pripelje do prevelikega obsega dela ter posledično preobremenjenosti zaposlenih. Vendar se prav tako v podjetju zavedajo, da je za začetek treba vložiti veliko truda in zaposleni se bodo na takšne situacije kar najbolje pripravili.

5 FINANČNI NAČRT ZA NASLEDNJIH 5 LET

5.1 PRIHODKI V PRVEM LETU

V tabeli 8 je predstavljen predviden prihodek, ki ga podjetje načrtuje v prvem letu poslovanja.

ŠT. STRANK	CENA NA STRANKO	FIZIČNA PRAVNA OSEBA ali	MESEČNI PRIHODEK	LETNI PRIHODEK
50	6 €	FIZIČNA	300 €	3.600 €
10	300 €	PRAVNA	3.000 €	36.000 €
		SKUPAJ	3.300 €	39.600 €

Tabela 9: Prihodki v 1. letu

V prvem letu poslovanja podjetje načrtuje omenjeno število strank glede na prepoznavnost storitve. Prihodki v višini 39.600 € pripomorejo, v tem letu predstaviti pozitiven poslovni izid.

5.2 NAČRTOVANI PRIHODKI

V tabeli 9 so zajeti načrtovani prihodki, katere si obeta podjetje v naslednjih letih.

	FIZIČNA OSEBA	PRAVNA OSEBA	PRIHODEK
2. LETO	5.148 €	46.332 €	51.480 €
3. LETO	4.356 €	39.204 €	43.560 €
4. LETO	4.356 €	39.204 €	43.560 €
5. LETO	4.792 €	43.124 €	47.916 €

Tabela 10: Načrtovani prihodki

Drugo leto podjetje načrtuje 30 % rast prihodkov fizičnih oseb in najmanj toliko pravnih oseb, medtem ko v tretjem letu poslovanja pričakuje rahel upad, in sicer je načrtovanih 20 % fizičnih oseb in vsaj toliko pravnih oseb. Četrto leto naj bi predstavljalo podobno stanje kot v tretjem letu, v petem letu pa se znova pričakuje 10 % rast prihodkov, tako fizičnih kot tudi pravnih oseb.

5.3 STROŠKI PODJETJA

V tabeli 10 so povzeti stroški, ki bodo spremljali poslovanje podjetja in predstavljajo fiksne in variabilne stroške.

	STROŠKI		SKUPAJ €	VARIABILNI DELEŽ	FIKSNI DELEŽ
	VARIABILNI	FIKSNI			
STROŠKI MATERIALA					
Pisarniški material	100 %	0 %	50,00 €	50,00 €	0,00 €
Drugi stroški materiala	50 %	50 %	100,00 €	50,00 €	50,00 €
Stroški energije in goriva	30 %	70 %	250,00 €	75,00 €	175,00 €
STROŠKI STORITEV					
Naročnina internet	0 %	100 %	60,00 €	0,00 €	60,00 €
Delo (kilometrino)	80 %	20 %	300,00 €	240,00 €	60,00 €
Računovodske in finančne storitve	0 %	100 %	108,23 €	0,00 €	108,23 €
Reklama in propaganda	80 %	20 %	200,00 €	160,00 €	40,00 €
AMORTIZACIJA	0 %	100 %	231,05 €	0,00 €	231,05 €
STROŠKI DAJATEV	0 %	100 %	68,00 €	0,00 €	68,00 €
			€	575,00 €	792,28 €

Tabela 11: Stroški podjetja

Glede na optimiziranje davčne osnove ob koncu leta predstavljajo podjetniku stroški pomembno vlogo, s tem, da velik del teh odpade na amortizacijo, gorivo in kilometrino, kar daje vedeti, da bo pri teh postavkah treba paziti in jih obdržati v načrtovanih okvirih.

5.4 SKUPNI ZNESEK STROŠKOV

Tabela 11 zajema skupni znesek mesečnih oziroma letnih stroškov, s katerimi deluje podjetje.

STROŠEK	MESEČNO	LETNO
Pisarniški material	50,00 €	600,00 €
Drugi stroški materiala	100,00 €	1.200,00 €
Stroški energije in goriva	250,00 €	3.000,00 €
Naročnina internet	60,00 €	720,00 €
Delo (kilometrina)	300,00 €	3.600,00 €
Računovodske in finančne storitve	108,23 €	1.298,76 €
Reklama in propaganda	200,00 €	2.400,00 €
Amortizacija	231,05 €	2.772,60 €
Stroški dajatev	68,00 €	816,00 €
SKUPAJ	1.367,28 €	16.407,36 €

Tabela 12: Skupni znesek stroškov

Največji del stroškov bo predstavljalo samo delo oziroma kilometrina, saj bo sama prodaja oziroma ponudba najema storitve strankam temeljila na bazi sestankov s prihodnjimi strankami. Sorazmerno s samo vožnjo tako tudi ne bo zanemarljiv strošek energije in goriva, ravno tako tudi amortizacija predstavlja velik finančni zalogaj.

5.5 POSLOVNI IZID

Podjetje si s kalkulacijo poslovnega izida zagotavlja zanesljiv vpogled v zmožnost aplikacije v naslednjih petih letih, kar prikazuje tabela 12.

IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA (v €)	1. LETO	2. LETO	3. LETO	4. LETO	5. LETO
A) PRIHODKI	39.600	51.480	43.560	43.560	47.916
B) ODHODKI	16.407,36	17.227,73	18.089	18.994	19.943
POSLOVNI IZID	23.192,64	34.252,27	25.470,89	24.566,43	27.972,75

Tabela 13: Poslovni izid

Glede na načrtovanje prihodkov vsako leto podjetje prav tako načrtuje rast odhodkov za 5 % letno.

Strategija zakupa aplikacije odjemnikom obeta lepo prihodnost za podjetje, ki si jo je zamislilo. V načrtu je upoštevan manjši odstotek odstopanja od načrtovanega, kar ne bi pomenilo večjih sprememb v poslovanju in se podjetje lahko zanaša na poslovni izid, ki ga je zasnovalo.

6 ZAKLJUČEK

Podjetje Fabrika je podjetje, ki se ukvarja z računalniškimi storitvami. Podjetje je ustvarilo spletno aplikacijo, ki je trenutno v poskusnem obdobju, kjer se je že izkazala kot zanesljiva in koristna. Namenjena bo delodajalcem, ki bodo z aplikacijo lažje našli sebi ustrezen profil delovne sile in namenjena bo tudi iskalcem zaposlitve, ki se bodo z aplikacijo še dodatno ovrednotili kot ustrezni kandidati za zaposlitev.

Analiza trga je pokazala, da ni podobnega izdelka oziroma storitve, ki bi podobno ponujala na trgu, s tem pa bi postala še bolj privlačna tudi zaradi povpraševanja, saj je bilo ugotovljeno, da je takšna aplikacija nujno potrebna in zagotovo ima velik potencial.

Sam razvoj spletne aplikacije bo potekal v prostorih lastnikove hiše, ki bo sicer v domačem okolju spodbujala kreativnost pri delu, zaposleni bodo pa vsaj na začetku obremenjeni zaradi obsega dela.

Spletno aplikacijo bodo potencialne stranke lahko najele, in sicer plačevale bodo mesečno naročnino. Cena se bo določala individualno, glede na potrebe in zahteve stranke. Ko bi se obseg najema aplikacije povečal do takšnega obsega, da ne bi bil več potreben tako osebni pristop s strankami, bi ponudili vnaprej pripravljene pakete za določeno število uporabnikov.

Podjetje na začetku nima namena pridobiti nove delovne sile, saj se hoče ogniti prevelikim stroškom, dokler se ne bi aplikacija uspešno izkazala na trgu, kar pomeni, da bosta direktor in računovodja veliko bolj obremenjena zaradi samega obsega dela in tekočih dejavnosti v podjetju.

Iz bilance stanja je razvidno, da je potrebnih 22.707,65 € za izvrševanje dejavnosti, ki predstavljajo samostojnemu podjetniku z enim zaposlenim kar veliko finančno breme. Direktor se zaveda, da je vsak začetek težak in da se tega zaveda tudi njegov računovodja, kar pomeni nekaj odrekanj do pričakovanih prihodkov. Prve poravnave stroškov bo direktor pokril sam, dokler se ne bodo ustvarile prve transakcije, s katerimi se bodo stroški plačevali. Načrtovan je letni promet v višini 23.192,64 €, kar bi predstavljal pozitiven poslovni izid glede na višino stroškov, ki bi znašali 16.407,36 €. Spletna aplikacija, ki jo je podjetje ustvarilo, bi glede na pozitiven poslovni izid predstavljala odlično poslovno priložnost za obstoj in nadaljnjo širitev podjetja v prihodnosti.

7 VIRI IN LITERATURA

Bojnec, Š., Čepar, Ž., Kosi, T., Nastav, B. (2007). *Ekonomika podjetja*. Koper: Fakulteta za management

Stutley, R. (2003). *Uspešen poslovni načrt*. Ljubljana: Primath

Špilak, Š. (1999). *Podjetniški priročnik*. Murska Sobota: Pomurska založba

Žižek, J. (2000). *Vloga podjetništva v zadnjih desetletjih 20. stoletja*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo

SPLETNI VIRI:

Katere lastnosti mora imeti uspešen podjetnik? Pridobljeno 20.06.2019 z naslova <https://brandongaille.com/10-traits-successful-entrepreneurs/>

Poslovni načrti. Pridobljeno 31.12.2018 z naslova <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/poslovni-nacrt>

Priprava poslovnega načrta. Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport. Pridobljeno 31.12.2018 z naslova http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/odrasli/Gradiva_ESS/DRP/DRP_23Priprava.pdf

PRILOGA

Priloga 1: Izkaz poslovnega izida 1. 1. 2018–31. 12. 2018

v EUR s centi

Konto	Postavka	Oznaka za AOP	Znesek	
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
1	2	3	4	5
del 76	A. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	110	0,00	300,00
del 76	I. Čisti prihodki od prodaje na domačem trgu	111	0,00	300,00
del 76	II. Čisti prihodki od prodaje na trgu EU	115	0,00	0,00
del 76	III. Čisti prihodki od prodaje na trgu izven EU	118	0,00	0,00
60, del 61, 63	B. POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	121	0,00	0,00
60, del 61, 63	C. ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	122	0,00	0,00
79	Č. USREDSTVENI LASTNI PROIZVODI IN LASTNE STORITVE	123	0,00	0,00
del 76	D. SUBVENCIJE, DOTACIJE, REGRESI, KOMPENZACIJE IN DRUGI PRIHODKI, KI SO POVEZANI S POSLOVNIMI UČINKI	124	0,00	0,00
del 76	E. DRUGI POSLOVNI PRIHODKI	125	0,00	0,00
60, 61, 63, 76, 79	F. KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA	126	0,00	300,00
40, 41, 43, 44, 47, 48, del 70, 72	G. POSLOVNI ODHODKI	127	1.090,47	1.599,30
40, 41, del 70	I. Stroški blaga, materiala in storitev	128	273,90	669,93
del 70	1. Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala	129	0,00	0,00
40	2. Stroški porabljenega materiala	130	0,00	65,57
41	3. Stroški storitev	134	273,90	604,36
47	II. Stroški dela	139	0,00	399,37
del 47	1. Stroški plač	140	0,00	301,82
del 47	2. Stroški pokojninskih zavarovanj	141	0,00	21,88
del 47	3. Stroški drugih socialnih zavarovanj	142	0,00	26,71
del 47	4. Drugi stroški dela	143	0,00	48,96
43, 72	III. Odpisi vrednosti	144	0,00	0,00
43	1. Amortizacija	145	0,00	0,00
del 72	2. Prevrednotovalni poslovni odhodki pri neopredmetenih sredstvih in opredmetenih osnovnih sredstvih	146	0,00	0,00
del 72	3. Prevrednotovalni poslovni odhodki pri	147	0,00	0,00

	obratnih sredstvih			
44,48	IV. Drugi poslovni odhodki	148	816,57	530,00