

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

POSLOVNI NAČRT ZA PODJETJE PAMETNI VIDEO D.O.O.

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani Črtomir Brezavšček, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor diplomskega dela z naslovom Poslovni načrt za podjetje Pametni video d.o.o., pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem mag. Rokom Stritarjem.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem o poskrbel(-a), da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v zaključni strokovni nalogi/diplomskem delu/specialističnem delu/magistrskem delu/doktorski disertaciji, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in o pridobil(-a) vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisal(-a);
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predložene zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne _____

Podpis avtorja: _____

KAZALO

UVOD	1
1 POVZETEK POSLOVNEGA NAČRTA	2
1.1 „ELEVATOR PITCH“	2
1.2 KRATEK OPIS POSLOVNE PRILOŽNOSTI.....	2
1.3 KONKURENČNA PREDNOST IN STRATEGIJA.....	3
1.4 CILJNI TRGI IN TRŽNI SEGMENTI.....	3
1.5 EKONOMIKA IN DOBIČKONOSNOST	3
1.6 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI.....	4
2 OPIS PODJETJA	4
2.1 PROIZVODI OZIROMA STORITVE PODJETJA	4
2.1.1 iCVR HD kamera	4
2.1.2 ICVR D1 kamera.....	5
2.1.3 ICST kamera.....	5
2.1.4 ICVR pretvornik.....	6
2.1.5 ICST pretvornik.....	6
2.1.6 VideoIQ VIEW programska oprema.....	6
2.2 POSLOVNI MODEL PODJETJA	6
2.3 IME PODJETJA IN BLAGOVNE ZNAMKE.....	6
3 ANALIZA TRGA	7
3.1 OPREDELITEV POTREBE, ZAZNANE V TRŽNI PRILOŽNOSTI.....	7
3.2 KUPCI	8
3.2.1 Primarni kupci	8
3.2.2 Sekundarni kupci.....	8
3.3 KONKURENCA	8
3.3.1 Mars Commerce d.o.o.	9
3.3.2 Mobicom d.o.o.	9
3.3.3 Coting d.o.o.	9
3.3.4 Org. Tend d.o.o.....	9
3.3.5 Loop d.o.o.....	10
3.4 OBSEG TRGA IN TRENDI	10
4 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI	11

4.1	UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI	11
4.2	UTEMELJITEV KONKURENČNE PREDNOSTI.....	11
4.3	VELIKOST TRŽNEGA DELEŽA	12
5	NAČRT TRŽENJA.....	12
5.1	IZDELKI IN STORITVE (S Poudarkom na trženjskem delu)	12
5.1.1	Analitika na osnovi zaznavanja vzorcev	12
5.1.2	Shranjevanje videa v kameri	13
5.2	CENOVNA STRATEGIJA.....	13
5.3	TRŽNE POTI	14
5.4	TRŽENJSKO KOMUNICIRANJE.....	14
6	NAČRT PROIZVODNEGA ALI STORITVENEGA PROCESA.....	15
6.1	KLJUČNI FAKTORJI POSLOVNEGA PROCESA.....	15
6.2	IZVEDBENI PROCES.....	15
6.3	KOSOVNICA	15
6.4	POTREBE PO ZAPOSLENIH IN DELOVNI ČAS.....	16
6.5	ZUNANJI SODELAVCI IN ZUNAJ NAJETA PODJETJA.....	16
6.6	PRAVNA VPRAŠANJA IN POTREBNA DOVOLJENJA	16
6.7	KLJUČNE TEHNOLOGIJE	17
7	DOLGOROČNA STRATEGIJA PODJETJA.....	17
7.1	VIZIJA IN POSLANSTVO	17
7.2	OPREDELITEV MERLJIVIH CILJEV ZA PRVIH 5 LET POSLOVANJA.....	17
7.3	IDENTIFICIRANJE PRILOŽNOSTI ZA RAST PODJETJA (V OKVIRU PRVIH 10 LET POSLOVANJA)	17
8	VODSTVENA SKUPINA IN KADRI.....	18
8.1	VODSTVO PODJETJA	18
8.2	KLJUČNI KADRI.....	18
8.3	NAČRT ZAPOSLOVANJA	18
8.4	POLITIKA ZAPOSLOVANJA IN NAGRAJEVANJA V PODJETJU	18
8.5	ORGANIZACIJSKA STRUKTURA.....	19
9	SPLOŠNI TERMINSKI PLAN	19
9.1	KLJUČNE AKTIVNOSTI.....	19
9.1.1	Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu	19
9.1.2	Ključne aktivnosti po prvem poslovnem letu.....	19

9.2	TERMINSKI NAČRT	19
10	FINANČNI NAČRT	20
10.1	PRIHODKI IN PREDPOSTAVKE ZA IZRAČUN: CENA, KOLIČINA	20
10.2	VARIABILNI STROŠKI	21
10.3	FIKSNI STROŠKI	21
10.4	TOČKA PRELOMA	21
10.5	DOBIČEK	22
10.6	OPREDELITEV OPREME TER DENARJA, POTREBNEGA ZA ZAGON POSLOVANJA	22
10.7	VIRI FINANCIRANJA IN DELEŽI V PODJETJU	23
10.8	ANALIZA DONOSNOSTI	23
11	ANALIZA OBČUTLJIVOSTI	23
11.1	KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI	23
11.2	OBČUTLJIVOST DOBIČKA S SPREMINJANJEM KLJUČNEGA ALI REPREZENTATIVNEGA PROIZVODA (SIMULACIJE)	24
	SKLEP	25
	LITERATURA IN VIRI	26

KAZALO TABEL

Tabela 1:	Kosovnica proizvodov	16
Tabela 2:	Prihodki in dobiček v prvih petih letih poslovanja	17
Tabela 3:	Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu	19
Tabela 4:	Količina prodanih proizvodov v prvih petih letih	20
Tabela 5:	Prihodki v prvih petih letih poslovanja	21
Tabela 6:	Prispevki za kritje v prvih petih letih poslovanja	22
Tabela 7:	Kazalniki donosnosti za prvih pet let	23

UVOD

Diplomsko delo, ki je pred vami, je osnovano kot poslovni načrt podjetja po imenu Pametni video d.o.o. Podjetje se bo ukvarjalo s trženjem in distribucijo pametnih video nadzornih kamer ter bo nudilo tudi svetovanje ter pomoč pri izgradnji končnega sistema s pri nas kupljenimi kamerami. Podjetje bo ponujalo enega izmed tehnološko najnaprednejših načinov tehničnega varovanja trenutno na voljo.

Primarni namen tega poslovnega načrta je oceniti poslovno priložnost, ugotoviti ali je smiselno v Sloveniji ustanoviti podjetje kot je Pametni video d.o.o. ter oceniti potencial takšnega podjetja za nadaljnjo rast in razvoj.

Ob izdelavi poslovnega načrta sem tudi dodobra spoznal trg profesionalnih nadzornih video sistemov, spoznal konkurenco in njene značilnosti ter se tudi seznanil s trendi, ki na tem področju prevladujejo v svetu in katerih pojav lahko pričakujemo tudi pri nas.

Poslovni načrt je sestavljen z veljavno predlogo, ki se uporablja na Ekonomski fakulteti za sestavo poslovnega načrta. Vsebuje 11 poglavij. V prvem poglavju najprej najdete kratek povzetek glavnih ugotovitev. Temu sledi podrobnejši opis podjetja, kjer se podrobneje spoznate z glavnimi izdelki ter samim podjetjem. Sledi analiza trga video nadzornih sistemov. Tu se ukvarjamo s potrebami, ki jih zadovoljuje naše podjetje na trgu, spoznamo pa tudi kupce ter glavno konkurenco. V nadaljevanju sledi utemeljitev tržne priložnosti, kjer bodo predstavljene tudi konkurenčne prednosti in načrtovani tržni delež podjetja. Peto poglavje je namenjeno načrtu trženja, tu boste seznanjeni na kaj bo podjetje dalo poudarek pri trženju izdelkov, kako bo komuniciralo s trgom ter kakšna bo predstavljena cenovna strategija podjetja. V naslednjem poglavju se bomo ukvarjali z načrtom proizvodnega oz. storitvenega procesa. Opredelil bom glavne faktorje poslovnega procesa ter ga tudi podrobneje opisal. V tem poglavju bomo tudi predstavili kosovnico izdelkov, potrebe po zaposlenih in delovni čas, predstavil bom tudi zunanje sodelavce in zunaj najeta podjetja, seznanili se bomo s pomembnimi pravnimi vprašanji ter s ključnimi tehnologijami, ki so potrebne za delovanje podjetja. V sedmem poglavju se bomo ukvarjali z dolgoročno strategijo podjetja. Predstavljena bosta tako vizija kot poslanstvo podjetja, opredelil bom merljive cilje za prvih 5 let poslovanja ter identificiral priložnosti za rast podjetja. Sledi osmo poglavje, v katerem vas bomo seznanili s ključnimi kadri ter potrebami in politiko zaposlovanja. Nato sledi tako pisni kot grafični prikaz ključnih aktivnosti za prvo poslovno leto ter tudi predstavitev glavnih aktivnosti po prvem letu poslovanja. V desetem poglavju bom predstavil finančni načrt podjetja. Podrobneje bodo opredeljene količine ter cene, variabilni stroški, stalni stroški, predstavljena bo točka preloma za posamezen proizvod, prikazal vam bom prispevke za kritje po proizvodu ter načrtovane dobičke za prvih 5 let, opredelil bom opremo in denar, ki sta potrebna za zagon podjetja ter za konec poglavja še predstavil kazalnike donosnosti prav tako za prvih 5 let poslovanja. V zadnjem enajstem poglavju pa bom izdelal analizo občutljivosti. Predstavljena

bodo vsa glavna kritična tveganja in problemi ter za konec še s pomočjo različnih simulacij prikazal občutljivost dobička glede na spremembe v prodani količini izdelkov.

Cilj tega poslovnega načrta je omogočiti uspešno ustanoviti podjetja Pametni video d.o.o. ter mu tudi povečati možnosti za uspešno poslovanje in rast.

1 POVZETEK POSLOVNEGA NAČRTA

1.1 „ELEVATOR PITCH“

Kot je razvidno iz poročila o delu policije v Sloveniji za leto 2001 (Policija, 2002) in poročila o delu policije v Sloveniji za leto 2011 (Policija, 2012), se je v zadnjih desetih letih število prijav kaznivih dejanj povečalo za skoraj 19 %. To je tudi eden od dejavnikov, da smo v Sloveniji dobro sprejeli zasebno varovanje. Leta 2012 je bilo na portalu Bizi.si (Podjetja - N80.100, 2012) registriranih 123 aktivnih podjetij, ki delujejo na tem področju. Eden od način varovanja, ki ga nudijo nekatera od teh podjetja je tudi videonadzor.

V podjetju Pametni video d.o.o. bomo varnostnim podjetjem nudili pametne nadzorne kamere podjetja VideoIQ, s katerimi je mogoče zgraditi za upravljanje preprost a trenutno najzanesljivejši video nadzorni sistem, ki ga je mogoče dobiti na trgu. Poleg samih izdelkov bomo tudi nudil pomoč in svetovanje pri izdelavi celotnih sistemov s pomočjo kamer, ki jih prodajamo.

Podjetje se bo v svojih prvih letih osredotočilo na prodajo vsem podjetjem, ki se ukvarjajo z izgradnjo ter prodajo končnih sistemov ter rešitev video nadzora. Kasneje pa se bo osredotočilo tudi na končne porabnike.

Prihodke bo podjetje ustvarjalo s prodajo izdelkov prej omenjenega podjetja VideoIQ, podjetje pa bo ob izdelkih ponujalo tudi svetovanje in pomoč pri izgradnji sistemov, katero bomo ob nakupu naših izdelkov prišlo zraven brezplačno.

Na trg bo podjetje vstopilo s petimi različnimi vrstami proizvodov. Ponudba se zna v prihodnosti tudi razširiti, odvisno od novih proizvodov, ki jih bo razvilo podjetje VideoIQ v prihodnosti.

1.2 KRATEK OPIS POSLOVNE PRILOŽNOSTI

Poslovna priložnost izhaja iz števila prijavljenih kaznivih dejanj zoper premoženje v Sloveniji. Le teh je bilo v lanskem letu zabeleženih 55.082, od tega je za nas najpomembnejši podatek o številu vlomov, ki smo jih lansko leto zabeležili 13.363 (Policija, 2012). Prav tako pa je pomemben dejavnik za priložnost tudi to, da pri nas še ne uporabljamo nadzornih sistemov, ki uporabljajo najnovejše tehnološke pridobitve, kot so video analitika ter shranjevanje videa v

kameri. Prav te tehnološke pridobitve se na globalnem trgu kažejo kot glavni in najpomembnejši trendi za video nadzorne sisteme v prihodnosti, zato vidim zdaj pravi trenutek, da slovenski trg bolje seznanim z najnovejšimi tehnološkimi pridobitvami, kar se zadeva video nadzora.

Priložnost je tako v ponudbi kamer, ki varnostnim podjetjem ter končnim uporabnikom omogoča izgradnjo zanesljivejšega varnostnega sistema. Po ocenah strokovnjakov so standardne nadzorne kamere nadzirane manj kot 5 % celotnega časa (Gally, 2010). To pomeni, da se trenutno bolj uporabljajo kot pasivno preprečevanje neželenih dogodkov ter za forenzične dokaze. VideoIQ kamere pa s pomočjo svoje analitike nudijo avtomatsko opozarjanje na sumljive dogodke v realnem času in tako zagotavljajo proaktivno delovanje sistema.

1.3 KONKURENČNA PREDNOST IN STRATEGIJA

Konkurenčna prednost našega podjetja je poznavanje najnovejših tehnologij in trendov na globalnih trgih ter ponudba kvalitetnega izdelka, ki tem trendom tudi sledi in zagotavlja trenutno na trgu najzanesljivejšo zaščito pri preprostosti inštalacije in nastavljanja ter manjšim potrebam po omrežni infrastrukturi, saj imajo naše kamere vsaj 90 % manjšo potrebo po pasovni širini od standardnih kamer. S spremljanjem trga video nadzora in sodelovanjem s proizvajalcem nadzornih kamer VideoIQ bomo ob pojavu novosti le tega nemudoma predstavili tudi na našem trgu in tako našim strankam zagotavljali vedno naprednejše rešitve na področju video nadzora.

1.4 CILJNI TRGI IN TRŽNI SEGMENTI

Podjetje bo kupce delilo v dve skupini. Med primarne kupce bodo sodili inštalaterji in integratorji nadzornih sistemov ter varnostna podjetja. Kot sekundarne kupce štejemo končne uporabnike. Na primarne kupce se bo podjetje osredotočilo v prvih dveh letih. S pomočjo predstavitev naših izdelkov bomo primarne kupce seznanili z vsemi značilnostmi naših izdelkov in kakšne sisteme je z njimi mogoče sestaviti. Sekundarnim kupcem pa se bomo posvetili po drugem letu poslovanja s sodelovanjem naših primarnih kupcev.

1.5 EKONOMIKA IN DOBIČKONOSNOST

Podjetje bo v prvem polletju poslovalo z izgubo nato pa bo v vsakem naslednjem mesecu zabeležilo dobiček. Skupno bo podjetje v prvem letu poslovanja zabeležilo izgubo vendar se bodo stvari v drugem letu močno popravile in podjetje bo konec leta zabeležilo 14.818 € dobička. Ta trend rasti se bo nadaljeval vse do 5. poslovnega leta. Po petem letu poslovanja bo dobiček tako znašal 36.915 €. Kazalnik ROE, ki je pomemben z vidika investiranja v podjetje bo v drugem letu dosegel svoj vrh in bo znašal 3,40 ter bo v naslednjih letih počasi upadal. Interna stopnja donosa pa bo znašala 60,2 %.

1.6 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI

Direktor podjetja ter edini zaposleni v prvih dveh letih bom jaz sam, ki bom tako skrbel za predstavitev izdelkov našim primarnim kupcem ter skrbel za prejemanje ter izvajanje naročil in opravljal tudi vse druge dejavnosti v podjetju.

V tretjem letu poslovanja, ko bomo začeli proizvode tržiti tudi končnim uporabnikom bomo tudi zaposlili novega delavca, ki bo zadolžen za ta tržni segment. Dodatne zaposlene se planira tudi zaposlovati po petem letu poslovanja, ko se bo podjetje začelo širiti tudi na ostale trge držav bivše Jugoslavije.

2 OPIS PODJETJA

2.1 PROIZVODI OZIROMA STORITVE PODJETJA

Podjetje bo distribuiralo in tržilo pametne video nadzorne kamere ter pretvornike ameriškega proizvajalca VideoIQ. Kupcem bomo nudili tudi svetovanje in pomoč pri izgradnji končnih video nadzornih sistemov, ki bodo vsebovali naše izdelke. Podjetje bo v prvih petih letih delovalo izključno na slovenskem trgu kasneje pa se načrtuje tudi vstop na trge ostalih držav nekdanje Jugoslavije.

Na trg bo podjetje vstopilo s petimi skupinami izdelkov. Ta ponudba se bo skozi leta ob razvoju novih tehnologij pri podjetja VideoIQ najverjetneje tudi povečevala. Glavni proizvodi bodo tri vrste nadzornih kamer, nudili pa bomo tudi dve vrsti pretvornikov katerih funkcija je nadgradnja že vgrajenih analognih kamer z VideoIQ »pametjo«.

2.1.1 iCVR HD kamera

Zmogljivejša kamera v ponudbi namenjena je za nadzor večjih območji oziroma za nadzor manjših kjer so pomembne tudi najmanjše podrobnosti. Ponuja sliko 1080p HD ločljivosti (1920x1090) z edinstveno VideoIQ analitiko s pomočjo katere sistem avtomatsko prepozna osebe in vozila na opazovanem območju ter nas opozori o morebitnih sumljivih obnašanjih teh oseb oz. vozil. Kamera se avtomatično kalibrira in je sposobna opozarjanja na nevarnost v realnem času. Vsebuje vgrajen disk (do 750 GB), na katerega lahko shranimo tudi za več mesecev videa, uporablja unikatno VideoIQ inteligenco, ki je sposobna slediti in približati pogled na sumljive osebe oz. vozila. Kamera je sposobna opozarjanja na alarme preko elektronske pošte, vgrajen ima dvosmerni avdio, vsebuje t.i. »head and shoulder« analitiko za boljše prepoznavanje ljudi v notranjih prostorih, primerna je za kakršnekoli razmere saj ima opravljene IP66 teste kakovosti, vsebuje lahko motoriziran fokus leč ter nudi odlično delovanje tako v nočnih, kot v slabih vremenskih razmerah. Na voljo je v naslednjih izvedenkah:

- 320 GB disk
- 750 GB disk
- 320 GB disk, namenjena nizkim temp. (-30 C)
- 750 GB disk, namenjena nizkim temp. (-30 C)
- 250 GB disk, brez motoriziranega fokusa
- 250 GB disk, brez motoriziranega fokusa, namenjena nizkim temp. (-30 C)
- 500 GB disk, brez motoriziranega fokusa
- 500 GB disk, brez motoriziranega fokusa, namenjena nizkim temp. (-30 C)

2.1.2 ICVR D1 kamera

Šibkejša a cenejša oblika kamere, namenjena nadzoru manjših območjih kjer vse podrobnosti niso tako pomembne. Ponuja sliko D1 resolucije (704x480) ter kot vsi VideoIQ izdelki vsebuje njihovo značilno video analitiko za prepoznavanje sumljivih oseb oz. vozil. Kamera vsebuje vgrajen disk (do 500 GB), sposobnost opozarjanja na alarme preko elektronske pošte, dvosmerni avdio, t.i. »head and shoulder« analitiko za boljše prepoznavanje ljudi v notranjih prostorih ter se avtomatsko kalibrira. Na voljo je tudi z debelejšo lečo za globlji a ožji pogled. Zagotavlja odlično delovanje tako v nočnih, kot v slabih vremenskih razmerah. Na voljo je v naslednjih izvedenkah:

- 160 GB disk, za notranje prostore, 3-10mm leča
- 500 GB disk, za notranje prostore, 3-10mm leča
- 160 GB disk, za zunaj, 3-10mm leča
- 160 GB disk, za zunaj, 3-10mm leča, za nizke temp.
- 160 GB disk, za zunaj, 18-50mm leča
- 160 GB disk, za zunaj, 18-50mm leča, za nizke temp.
- 500 GB disk, za zunaj, 3-10mm leča
- 500 GB disk, za zunaj, 3-10mm leča, za nizke temp.
- 500 GB disk, za zunaj, 18-50mm leča
- 500 GB disk, za zunaj, 18-50mm leča, za nizke temp.

2.1.3 ICST kamera

Kamera izdelana za uporabo v sistemih s centraliziranim shranjevanjem videa, zato tudi nima vgrajenega diska. Tako kot ostale se tudi ta kamera zanaša na VideoIQ analitiko brez potreb po kakršnih koli kalibracijah. Ima sposobnost obveščanja o alarmih preko elektronske pošte, vgrajen ima dvosmerni avdio, vsebuje tudi t.i. »head and shoulder« analitiko za boljše prepoznavanje ljudi v notranjosti, vsebuje podporo za upravljalno programsko opremo drugih proizvajalcev, omogoča odlično delovanje tako v nočnih, kot v slabih vremenskih razmerah. Na voljo je v naslednjih izvedenkah:

- HD 1080p,

- HD 1080p, za nizke temp.
- D1, za znotraj
- D1, za zunaj
- D1, za zunaj, nizke temp.

2.1.4 ICVR pretvornik

Namen iCVR pretvornikov je nadgradnja klasičnih analognih kamer z VideoIQ analitiko. To storimo s preprostim priklopom kamere na pretvornik. Vsebuje vgrajen disk (do 500 GB), dvosmeren avdio, primeren je za vgraditev v kakršnemkoli okolju. Na voljo sta izvedenki z 160 GB ter 500 GB diskom.

2.1.5 ICST pretvornik

Funkcijo ima isto kot iCVR pretvorniku, s to razliko, da ne vsebuje diska saj je namenjen za sisteme z centraliziranim načinom shranjevanja podatkov, ter da podpira programsko opremo za upravljanje kamer drugih proizvajalcev. Na voljo je le v eni izvedenki.

2.1.6 VideoIQ VIEW programska oprema

Je napredna programska oprema za upravljanjem s kamerami v sistemu. Nudi nastavitve kamere ter nastavitve pravil za sprožanje alarmov. Avtomatično opozarja operaterja ob sprožitvi alarma, omogoča hitro iskanje določenih dogodkov, objektov ali oseb na posnetkih. Omogoča istočasen ogled videa 16-ih kamer v živo. Omogoča tudi arhiviranje posnetkov v sistemu. Priložena je k vsakemu VideoIQ produktu.

2.2 POSLOVNI MODEL PODJETJA

Podjetje bo delovalo kot distributer produktov VideoIQ katerega primarni kupci bodo integratorji in inštalaterji varnostnih sistemov ter varnostna podjetja. Kasneje se bo skupaj s sodelovanjem teh primarnih kupcev lotilo tudi trženja končnim uporabnikom. Dodana vrednost primarnim kupcem bo predstavljala možnost izgradnje zanesljivejšega in visoko kakovostnega varnostnega sistema s primerljivimi ali v nekaterih primerih celo nižjimi stroški, kot jih imajo s standardnimi video nadzornimi sistemi. Omogočali bomo tudi nadgradnjo že obstoječih analognih sistemov z VideoIQ analitiko. Medtem ko bo končnemu kupcu dodatno vrednost predstavljalo predvsem kvalitetnejše zavarovana lastnina in ob tem zmanjševanje skrbi ter stroškov povezanih z neželenimi dogodki.

2.3 IME PODJETJA IN BLAGOVNE ZNAMKE

Podjetje se bo imenovalo Pametni video d.o.o. ter bo uporabljalo blagovno znamko VideoIQ, ki je za svoje izdelke na raznih sejmih prejelo že več nagrad v kategoriji video analitike.

Njihovi proizvodi so že uveljavljena na trgih Severne Amerike medtem, ko so v Evropi prisotna trenutno predvsem v Veliki Britaniji ter na Švedskem.

3 ANALIZA TRGA

3.1 OPREDELITEV POTREBE, ZAZNANE V TRŽNI PRILOŽNOSTI

V Sloveniji se je panoga zasebnega varovanja dobro uveljavila, kar nam tudi govori podatek, da je v Sloveniji letos na portalu Bizi.si registriranih 123 aktivnih podjetji, ki se ukvarjajo z zagotavljanjem enega od načinov zasebnega varovanja (Podjetja - N80.100, 2012). Vendar pa je število zabeleženih kaznivih dejanj zoper premoženje kljub temu še zmeraj visoko. Leta 2011 je bilo zabeleženih 55.082 primerov te vrste kaznivih dejanj med katerimi je bilo, kar 13.363 od njih je bilo vlomov (Policija, 2012). To pomeni, da se je v povprečju na mesec zgodilo v Sloveniji več kot 1000 vlomov, kater bi bilo mogoče s kvalitetnim varnostnim sistemom preprečiti. Eden od načinov preprečevanja vlomov je tudi video nadzor.

Na trgu obstaja veliko ponudnikov video nadzora, cene sistemov se zelo razlikujejo in z njimi tudi kvaliteta. Naše kamere bodo zadovoljevale potrebo po kvalitetnemu in cenovno sprejemljivemu profesionalnem video nadzoru, ki omogoča edinstveno proaktivno zaščito in je trenutno najučinkovitejša rešitev na trgu pri zmanjševanje stroškov, ki nastajajo zaradi tatvin in vandalizma. Medtem, ko bomo za že obstoječe analoge nadzorne sistemom ponujali pretvornike za nadgraditev katerekoli kamere z VideoIQ analitiko in tako omogočali kupcem izboljšati učinkovitost njihovih starih nadzornih sistemov.

Tržno priložnost pa vidim tudi v tem, da VideoIQ produkti sledijo vsem trendom na globalnih trgih. Kot 5 glavnih trendov na trgu video nadzora za prihodnost Pirani (2011) navaja:

- IP (digitalni) video: Postaja vedno bolj prisoten na trgu saj za razliko od analognih sistemov omogoča prikaz videa v visokih resolucijah. Poleg tega pa so tudi stroški digitalnega omrežja nižji od analognih.
- HD kamere: Kamere visoke ločljivosti so sposobne prikazati kakovostnejšo sliko ter so sposobne pokriti večje območje, kar pomeni da potrebujemo manjše število kamer, ki pa so sposobne prikazati več detajlov.
- Wireless: Največja prednost tega načina je, da so potrebe po izgradnji omrežja praktično nične.
- Video analitika: imenujemo kombinacijo računalniške analize ter videa, sem spada vsako prepoznavanje objektov in obveščanje uporabnika o nepravilnostih.
- Konvergenca: Se nanaša na programsko opremo, ki je sposobna upravljati in nadzirati sisteme z večjim številom kamer ter omogoča preprosto iskanje zelenih posnetkov.

3.2 KUPCI

Kupce lahko razdelimo v dve skupini. Med primarne spadajo varnostna podjetja ter inštalaterji in integratorji varnostnih sistemov. Kot sekundarne pa obravnavamo končne uporabnike.

3.2.1 Primarni kupci

So podjetja, ki med svojimi storitvami nudijo končnim uporabnikom tudi sisteme tehničnega varovanja, kot so video nadzor in drugi alarmni sistemi. S ponudbo naših kamer jim bomo omogočili izgradnjo zanesljivejšega sistema jim tudi omogočili nižje stroške pri izgradnje sistema ter jim povečali avtomatizacijo procesov.

V prvih dveh letih se bo podjetje predvsem osredotočilo na prodajo izdelkov temu tipu kupcev. Medtem, ko se bo kasneje s sodelovanjem s temi podjetji osredotočilo na širitev prodaje med končnimi uporabniki.

3.2.2 Sekundarni kupci

Končni uporabniki video nadzornih sistemov se delijo v 6 sektorjev (Gouaillier & Fleurant, 2009):

- Bančno, finančni sektor
- Javni sektor
- Industrija
- Izobraževalni sektor
- Transportni sektor
- Maloprodajni sektor

Trženje naših izdelkov tem sektorjem se bomo lotili v 3. letu poslovanja, ko se bomo že dobro zasedrali pri naših primarnih kupcih. S sodelovanjem primarnih kupcev se bomo nato osredotočili na trženje izdelkov posameznim sektorjem za katere bomo ugotovili, da imajo dovolj velik potencial za rast. V ta namen bomo pripravili posebne prezentacije, ki bodo osredotočene posebej na prednosti uporabe naših izdelkov za izbran sektor.

3.3 KONKURENCA

Konkurenca so podjetja, ki zastopajo ostale večje proizvajalce nadzornih kamer. V glavnem so to podjetja, ki se ukvarjajo s prodajo različnih proizvodov za namen tehničnega varovanja. Zaradi značilnosti naših kamer, kjer se stroški izgradnje omrežja prenesejo na ceno proizvoda in ker se večina ostalih podjetij ukvarja tudi s prodajo drugih izdelkov in storitev pa velikost prihodkov in dobička ni ravno najboljši kazalnik za primerjavo našega podjetja s konkurenco.

3.3.1 Mars Commerce d.o.o.

Podjetje je bilo ustanovljeno leta 1993. Njihova glavna dejavnost je uvoz, distribucija in prodaja opreme, saj so v tem trenutku eden največjih distributerjev opreme za video nadzor v Sloveniji. Zastopajo proizvajalce kot so JVC Professional, Dedicated Micros, Videotec, Videx, Stagnoli (O Mars Commerce, 2012). Prihodki podjetja, ki so leta 2008 znašali 1.564.150 € so leta 2011 znašali višji in sicer 1.654.856 €. A kljub temu je opazen upad dobička, ki je leta 2008 znašal 170.720 €, leta 2011 pa se je znižal na 117.416 €. (JOLP – Mars Commerce, 2012)

3.3.2 Mobicom d.o.o.

Podjetje deluje že od leta 1993 ter nudijo slovenskemu tržišču rešitve tehničnega varovanja, rešitve s področja tehničnega inženiringa ter izdelke priznanih proizvajalcev. Poleg varnostnih kamer nudijo tudi protivlomne sisteme ter izdelke za kontrolo vstopa. So zastopniki priznanih proizvajalcev nadzornih kamer kot so Pelco, ADS, Sanyo (O Mobicomu, 2012). Pri prihodkih od prodaje ter predvsem pri velikosti dobičku je od leta 2008 opazen padec. Prihodki od prodaje, ki so leta 2008 znašali 1.762.293 € so leta 2011 padli na 1.106.120 €. Medtem, ko je dobiček leta 2008 znašal 273.312 € in je do leta 2010 padel na samo 18.231 €, a v letu 2011 jim je uspelo, kljub zmanjšanju prihodka, dobiček vseeno povečati na 70.769 € (JOLP – Mobicom, 2012).

3.3.3 Coting d.o.o.

Coting d.o.o. že od leta 1991 posluje, kot specializirano podjetje za distribucijo opreme za tehnično varovanje. Oprema, ki jo tržijo je prisotna na velikem številu objektov, kot so državne ustanove, veliki gospodarski in trgovski objekti, banke, casinoji... So zastopniki japonskega podjetja Ikegami ter Vivotek (O Cotingu, 2012). Prihodki od podjetja so leta 2008 znašali 1.584.764 € dobiček pa 12.951 €. Sledil je dve leti padajoči trend vendar so se tako prihodki od prodaje kot dobiček leta 2011 ponovno dvignili na nivo iz leta 2008. 2011 so prihodki od prodaje tako znašali 1.523.012 € dobiček pa je znašal 11.464 € (JOLP –Coting, 2012).

3.3.4 Org. Tend d.o.o.

Podjetje ustanovljeno 1999 ponuja strankam, med katere spadajo predvsem druga podjetja, različne informacijske rešitve za izboljšanje poslovnih procesov. Deluje na več področjih. Na trgu video nadzora so pomembni, ker so zastopnik proizvajalca nadzornih kamer Mobotix (O Org. Tendu, 2012). V zadnjih letih je opazen padajoči trend prihodkov od prodaje, ki so leta 2008 znašali 2.277.670 €, leta 2010 pa znašali 1.757.235 €. A ta padajoči trend je bil lani prekinjen z rahlo rastjo prihodkov od prodaje, ki so tako znašali 1.768.733 €. Pri dobičku, ki je leta 2009 znašal 12.038 € je opazen velik padec v letu 2010. Takrat je dobiček znašal le še

3.751 €, a se je v lanskem letu nekoliko povzpел in je znašal 4.547 €. (JOLP – Org. Tend, 2012).

3.3.5 Loop d.o.o.

Leta 2001 ustanovljen Loop-Darko Novak s.p. se je specializiral za video nadzorne rešitve. Leta 2002 so pridobili zastopstvo za Geovision ter leta 2005 še zastopstvi za Acti in Arecontvision. Posvečali so se naprednim rešitvam iz področja video nadzora ter asortima izdelkov dopolnjevali z nadpovprečno kvalitetnimi izdelki dosegljivimi za razumen denar. Bili so med prvimi v ponujanju IP rešitev, ki so jih leta 2005 dopolnili z megapixel ponudbo proizvajalca Arecont vision. Letna prodaja in obseg dela sta preseгла okvirje s.p.-ja, zato so leta 2007 ustanovili LOOP Maribor d.o.o. Ta je v celoti prevzel dejavnost s.p.-ja ter pričel z razvojem lastne rešitve za mobilni video nadzor (GPRS/EDGE/UMTS/HSDPA) in IP vmesnikov za analogne domofonske sisteme (O Loopu, 2012). Pri prihodkih od prodaje je v zadnjih letih opazen rahel padajoči trend saj so le ti leta 2008 znašali 1.003.421 € medtem, ko so leta 2011 zabeležili 984.780 €. Tudi pri dobičku je opazen padajoči trend, predvsem je opazen kar velik padec dobička v letu 2011. Dobiček je leta 2010 znašal 55.190 €, v letu 2011 pa je padel na 38.545 €. (JOLP –Loop, 2012).

3.4 OBSEG TRGA IN TRENDI

Prihodki konkurenčnih podjetij niso najbolj primeren način ugotavljanja velikosti trga, saj se ta podjetja ukvarja tudi z prodajo produktov na drugih področjih ter tudi zaradi same narave naših kamer, ki imajo višje cene na račun vgrajenega diska, ki pri standardnih sistemih spada pod stroške omrežja. Zato sem s pomočjo ankete, ki sem jo opravil med našimi primarnimi kupci, pridobil podatke o povprečnem številu nadzornih kamer vgrajenih v en video nadzorni sistem ter podatke o številu izgrajenih nadzornih sistemov na leto za posamezno podjetje. Ta dva podatka sem zmnožil in ugotovil koliko kamer posamezno podjetje na leto vgradi v svoje video nadzorne sisteme. S seštevkem vseh nadzornih kamer vgrajenih na leto vseh podjetjih, katera so sodelovala v anketi, sem ugotovil, da je celotno število vgrajenih in prodanih nadzornih profesionalnih video kamer v Sloveniji na leto približno 18.400. Dejanska številka je verjetno nekoliko večja saj v anketi niso sodelovala vsa podjetja, ki se ukvarjajo z izgradnjo video nadzornih sistemov, vendar bom za oceno velikosti trga uporabil to številko saj zajema vse večje predstavnike na tem področju.

Zaradi varčevalnih ukrepov in, ker je še vedno moč čutiti vpliv gospodarske krize je predvsem opaziti manjše povpraševanje po sistemih z večjim številom kamer (nad 17 kamer), medtem, ko je povpraševanje po manjših sistemih (17 in manj kamer) še vedno visoko čeprav v zadnjih letih ni opaziti rasti.

Iz ankete sem tudi ugotovil, da je ponudba digitalnih sistemov v Sloveniji praktično že prehitela ponudbo analognih. Iz tega lahko sklepamo, da se v Sloveniji hitro sledimo najnovejšim tehnološkim trendom.

Na globalni ravni pa je opaziti, da trg video nadzora kljub krizi vztrajno raste. Rast je predvsem izrazita na trgu Ip sistemov kjer se je rast prodaje leta 2011 v primerjavi z 2010 povečala za več kot 30 %. Trend rasti pa naj bi se po napovedih nadaljeval tudi v prihodnosti (IMS Research, 2011). V naslednjih dveh letih pri nas še ne pričakujem neke drastične rasti trga tako, da se bo na leto še zmeraj prodalo in montiralo približno 18.400 nadzornih kamer, a kasneje pričakujem tudi v Sloveniji sledenje globalnim trendom rasti ter pričakujem povečanje povpraševanja tudi pri izgradnji večjih sistemov predvsem z megapixel kamerami ter video analitiko.

4 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI

4.1 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI

Kot sem ugotovil iz ankete je povpraševanje po manjših video nadzornih sistemih trenutno dokaj konstantno medtem, ko pa je ponudba digitalnih sistemov že presegla ponudbo analognih, kar pomeni da v Sloveniji hitro sledimo novejšim tehnološkim pridobitvam. VideoIQ proizvodi kljub dražjim cenam kamer, ne potrebujejo zmogljivih ter dragih omrežij za delovanje. Glede na to, da ima vedno več podjetij že izgrajena omrežja v katerem so povezani vsi računalniki v podjetju je možno brez dodatnih nadgradenj uporabiti kar ta omrežja in s tem še dodatno prihranimo pri stroških. V raziskavi narejeni leta 2008, kjer je bila izdelana primerjava sistemov, ki uporabljajo VideoIQ kamer s sistemi, ki uporabljajo standardne IP kamere, so ugotovili, da je za manjše sisteme z do 17 kamerami VideoIQ ugodnejša ter kvalitetnejša rešitev (Galvin, 2008). Poleg tega pa VideoIQ izdelki sledijo vsem najpomembnejšim trendom, ki se pojavljajo na globalnem trgu. V tem vidim dobro priložnost za vstop na trg ter graditi na prepoznavnosti podjetja na začetku predvsem s cenejšimi kamerami D1 ločljivosti ter se pripraviti na močnejše trženje HD kamer v prihodnjih letih.

4.2 UTEMELJITEV KONKURENČNE PREDNOSTI

Podjetje bo ponujalo kvalitetne kamere HD 1080p ter D1 ločljivosti z odličnim delovanjem v kakršnemkoli vremenu ter tudi v nočnih razmerah. Od konkurenčnih izdelkov se bo ločilo predvsem po tem, da potrebuje za delovanje le minimalno omrežno infrastrukturo, po svoji preprostosti inštalacije, po sposobnosti samodejne kalibracije ter po tem, da omogoča najbolj zanesljivo opozarjanje na sumljive aktivnosti z najnižjo stopnjo lažnih alarmov, kar naredi naše nadzorne kamere trenutno najzanesljivejše na trgu. Strankam bomo ponujali sistem, ki za delovanje potrebuje minimalno vpletenost človeškega faktorja ter jim z vsemi prej omenjenimi značilnostmi zagotovili nižje stroške, ki nastajajo zaradi kraja in vandalizma. Večja varnost pa se bo tudi odražalo pri bolj brezskrbnem in manj stresnem poslovanju.

4.3 VELIKOST TRŽNEGA DELEŽA

V Sloveniji po večini prevladujejo manjši video nadzorni sistemi, ki vsebujejo od 4 do 16 kamer. Zato se bomo v prvih dveh letih bolj posvetili prodaji iCVR D1 kamer, ki je cenejša ter bolj primerna za manjše sisteme. iCVR HD kamere bomo uporabljali predvsem za nadzor večjih območij kjer lahko z njimi nadomestimo 3 ali več standardnih kamer zato bo v prvih dveh letih njihova prodaja nižja. Od tretjega leta naprej, ko se bomo lotili trženja tudi končnim kupcem pa bomo dali večji poudarek iCVR HD kameri saj predvidevamo, da se bodo svetovni trendi, ki vidijo prihodnost v uporabi kamer visoke ločljivosti pojavili tudi pri nas.

V prvem letu naj bi tržni delež znašal približno 240 prodanih izdelkov od tega 60 pretvornikov in 180 kamer, kar znaša skoraj 1 % vseh vgrajenih profesionalnih nadzornih kamer v Sloveniji na leto. Podrobneje po vrstah izdelkov pa predvidevam prodajo za prvo leto tako: 30 iCST ter 30 iCVR pretvornikov za nadgradnjo že obstoječih sistemov, 30 iCST kamer, 90 iCVR D1 ter 60 iCVR HD kamer. V naslednjem letu se bo tržni delež zaradi večje prepoznavnosti povečala na 460 prodanih izdelkov. Od tega bo kamer 360 kosov, kar znaša skoraj 2 % vseh nadzornih kamer vgrajenih na leto v Sloveniji. Delež se bo povečal predvsem na račun iCVR D1 kamer ter iCVR HD kamer tako, da bo prodaja po proizvodih izgledala takole: 50 iCST ter 50 iCVR pretvornikov, 60 iCST kamer, 180 iCVR D1 kamer ter 120 iCVR HD kamer. V tretjem letu se planiram predvsem posvetiti trženju HD kamere ter končnim uporabnikom predstaviti vse njihove prednosti ter med njimi povečati povpraševanje po njih. Planirana prodaja za 3 leto je 690 prodanih proizvodov in sicer 50 iCVT ter 50 iCVR pretvornikov, 100 iCST kame, 250 iCVR D1 kamer ter 240 iCVR HD kamer. V naslednjih letih se planira počasi opustiti prodajo pretvornikov ter se samo posvetiti prodaji kamer. Predvsem se bomo še osredotočili na rast prodaje iCVR HD kamere medtem, ko se bo prodaja D1 ter iCST kamer počasi ustalila.

5 NAČRT TRŽENJA

5.1 IZDELKI IN STORITVE (S POUARKOM NA TRŽENJSKEMU DELU)

VideoIQ kamere in pretvorniki odlikuje kvalitetna izdelava, kvalitetna slika ter delovanje v kakršnihkoli pogojih. Vendar se po teh značilnostih ne razlikuje dosti od ostalih podobnih visokokakovostnih izdelkov na trgu. Glavna prednost izdelkov pred konkurenco je VideoIQ analitike v kombinaciji z vgrajenim hibridnim diskom, čemur bomo tudi pri trženju izdelkov posvečali največjo pozornost.

5.1.1 Analitika na osnovi zaznavanja vzorcev

Je vgrajena v vse VideoIQ produkte. Večina sistemov video nadzora deluje tako, da zaznava vsako spremembo pik v sliki in nato glede na velikost in dimenzije skupine pik prepozna nek objekt kot človeka, vozilo itd... Medtem, ko VideoIQ analitika deluje na prepoznavanju in

iskanju samo poznanih video vzorcev. Inženirji so v procesu razvoja, sistem s pomočjo kratkih video posnetkov okoli 250.000 različnih primerov ljudi, avtomobilov ter ladij, naučili prepoznavati te 3 vrste objektov in jih med seboj tudi razlikovati, ne samo človeka od vozila ampak tudi ljudi med seboj oz. vozil med seboj. Na ta način sistem išče samo točno določene vzorce in ne vseh sprememb pik, za kar je potrebna dosti manjša procesna moč in obenem drastično zmanjša število lažnih alarmov saj ignorira vse dogodke in objekte (šelesenje listja, živali, premikanje vode...), ki nas ne zanimajo in tako zagotavlja najbolj zanesljivo proaktivno zaščito. Manjša procesna moč pa tudi omogoča delovanje celotnega procesiranja v sami kameri s čemer se znebimo potreb po dodatni omrežni infrastrukturi.

5.1.2 Shranjevanje videa v kameri

VideoIQ proizvodi uporabljajo tehnologijo shranjevanja ter procesiranja videa v sami kameri. Glavne prednosti takega sistema so naslednje:

- Majhne potrebe po pasovni širini, kar pomeni manjšo verjetnost za preobremenitev omrežja ter primernost za wireless povezavo
- Ni potreb po zunanjih snemalnikih ter dodatnih diskih za shranjevanje videa. Tudi nimamo dodatnih stroškov z licenčinami za snemalne in upravljalne programe.
- V primeru težav v kateremkoli delu omrežja so kamere z vgrajenim diskom še zmeraj sposobne snemanja medtem, ko je pri centraliziranih sistemih ta video izgubljen.

VideoIQ naprave vsebujejo patentiran hibriden disk, ki je sestavljen iz manjšega flashdrive dela in večjega trdega diska. Prednost tega je, da se na trdi disk podatki prenesejo samo takrat, ko se napolni manjši flashdrive. To pomeni, da trdi disk ni stalno aktiven, kar podaljša življenjsko dobo diska v primerjavi s klasičnim tudi do 10 let ter zmanjša možnost okvare ter izgube videa.

5.2 CENOVNA STRATEGIJA

Cene VideoIQ kamer bodo dražje kakor povprečne kamere na trgu a vendar bodo za svoj denar ponujale največjo vrednost ter preprostejšo uporabo saj za njihovo delovanje niso potrebni dodatni snemalniki ter strežniki za shranjevanje videa. Izgradnja celotnega sistema povprečnega profesionalnega video nadzora bo tako cenovno primerljiv z sistemom, ki uporablja VideoIQ kamere. Ceno sem oblikoval na osnovi proizvajalčeve nabavne cene, stroškov uvoza, dodane marže ter na koncu vključil zraven še DDV.

- iCVR HD kamera, ki je namenjena predvsem nadzoru večjih območij, saj lahko z njo zaradi širšega vidnega polja zamenjamo 3 ali več standardnih kamer. Cena te kamere bo od 1590 € do 2320 € odvisno od izvedenke.
- iCVR D1 kamere namenjena za nadzor ostalih manjših območji bo znašala od 940 € do 1970 € odvisno od izvedenke.

- iCST kamer, ki so namenjene za delovanje v sistemih s centraliziranim shranjevanjem in zato nimajo vgrajenega diska, bo znašala od 835 € do 1610 € odvisno od izvedenke
- iCVR pretvornika, katerega namen je nadgraditi analogno kamero z VideoIQ analitiko ter shranjevanjem na disk v pretvorniku, bo znašal 950 € in 1160 € odvisno od zmogljivosti vgrajenega diska.
- iCST pretvornika, katerega namenjen je nadgradnji kamer v sistemih, ki delujejo s centraliziranim načinu shranjevanja videa ter ne vsebuje diska, bo znašal 840 €.

5.3 TRŽNE POTI

Izdelke bo mogoče kupiti le preko našega podjetja, v ta namen bo tudi izdelana spletna stran na kateri bodo predstavljeni vsi izdelki ter preko katere nas bo mogoče kontaktirati za informacije ter povpraševanje po izdelkih.

5.4 TRŽENJSKO KOMUNICIRANJE

Glavni način tržnega komuniciranja bodo predstavljale prezentacije s katerimi bomo predstavljali vse prednosti in značilnosti naših izdelkov. S podjetji, ki so potencialni kupci se bomo dogovorili za prezentacijo naših produktov, ki jo bomo nato izvedli na sedežu potencialnega kupca ali v našem podjetju.

V prvih dveh letih bomo izdelke tržilo varnostnim podjetjem, integratorjem ter inštalaterjem nadzornih sistemov zato bo tu poudarek v prezentacijah predvsem na predstavitvi in razlagi VideoIQ analitike ter sposobnosti shranjevanja videa v sami kameri, ki kakor sklepam iz rezultatov opravljene ankete pri nas še ni razširjeno in poznano. Pozornost bo posvečena tudi temu kako uporaba naših izdelkov tem podjetjem omogoča izgradnjo kvalitetnejših in zanesljivejših sistemov ter na kakšne načine jim znižuje stroške ter pomaga avtomatizirati procese.

Od tretjega leta poslovanja naprej pa se bomo s pomočjo partnerjev, ki so naši primarni kupci posvetili trženju naših izdelkov posameznim sektorjem končnih kupcev. Tudi tu bomo predstavili delovanje naše analitike ter shranjevanja videa v kamerah, vendar bo tu tudi večji poudarek na predstavitvi končnim porabnikom prednosti HD kamer ter kakšno zaščito omogoča naš sistem v primerjavi s standardnimi nadzornimi sistemi. Posvetili se bomo tudi temu kako lahko kvaliteten video nadzorni sistem podjetjem uspe zmanjšati stroške nastale zaradi tatvin, vandalizma ter drugih podobnih nevarnosti. Oglaševali se bomo tudi v tehnični reviji Avtomatika, kjer bomo vsak drugi mesec objavili predstavitev ene skupine produktov. Ker bodo te predstavitve v obliki članka in bodo polnile vsebino revije objava teh člankov ne bo pomenil dodaten strošek za podjetje.

6 NAČRT PROIZVODNEGA ALI STORITVENEGA PROCESA

6.1 KLJUČNI FAKTORJI POSLOVNEGA PROCESA

Ključni faktor poslovnega procesa bo kvaliteten proizvod, njegova promocija ter funkcionalna spletna stran, ki bo omogočala oddajo povpraševanj in naročil, vsebovala pa bo tudi vse ključne informacije katere stranka potrebuje.

Kakovost proizvoda zagotavlja blagovna znamka proizvajalca VideoIQ, medtem ko bo kvalitetno promocijo zagotovilo naše znanje na področju najnovejših tehnologij in trendov na področju video nadzora.

Pri izdelavi spletne strani se bomo opirali na spletno stran podjetja VideoIQ, ki ima že izdelano kvalitetno stran katera vsebuje mnogo video materiala o samih proizvodih ter primerov njihove uporabe pri kupci po svetu. Na strani se bo tako mogoče informirati o značilnosti in uporabnosti naših proizvodov vsebovala bo modul za registracijo pravnih oseb, ki bo nato omogočal pošiljanje povpraševanj ter naročil po naših izdelkih. Spletno stran bomo tokom delovanja nadgrajevali tudi z lastnim materialom, ki se bo nanašal na slovenski trg.

6.2 IZVEDBENI PROCES

Povpraševanje ter naročanje bo mogoče preko spletne strani ali pa preko direktnega telefonskega klica, ki pa bo primarno namenjen za pomoč in svetovanje strankam pri njihovih projektih. Podjetje se bo lahko registriralo na naši spletni strani in s tem dobilo dostop do možnosti naročila proizvodov. Po prejemu naročila bomo v roku 24 ur pri proizvajalcu naročili zelene proizvode katere nam bo proizvajalec dobavil v roku treh tednov. Ob prevzemu izdelkov jih bo kupec lahko prevzel oz. mu jih bomo dostavili, kakor bo poprej dogovorjeno ob naročilu. Prvi nakup pravne osebe bo načeloma potekal po predračunu medtem, ko bodo vsi naslednji imeli rok plačila 30 dni. Po želji bomo varnostnim podjetjem tudi nudili svetovanje in pomoč pri izgradnji celotnih varnostnih sistemov tako, da bodo s pravilno postavitvijo in nastavitvami naših kamer sposobni maksimizirati njihovo učinkovitost.

6.3 KOSOVNICA

Kosovnico sem oblikoval za vsakega od petih proizvodov, kjer sem stroške izračunal kot povprečna vrednost vseh izvedenk proizvoda tako, da sem seštel vrednost vsake izvedenke ter dobljeno delil s številom različnih izvedenk.

Tabela 1: Kosovnica proizvodov (v €)

	Stroški nabave	Stroški uvoza	Skupaj
iCVR HD kamera	1.352	135	1.487
iCVR D1 kamera	1.150	115	1.265
iCST kamera	930	93	1.023
iCST pretvornik	576	58	634
iCVR pretvornik	730	73	803

6.4 POTREBE PO ZAPOSLENIH IN DELOVNI ČAS

V prvih dveh letih, ko se bo podjetje osredotočalo samo na primarne kupce, bom jaz edini zaposlen v podjetju. Formalni delovni čas sicer ne bo definiran vendar se bo večina aktivnosti izvajala med standardnim delovnim časom večine podjetij t.j. med 8.00 in 16.00 uro. Te aktivnosti pa bodo zajemale prezentacije izdelkov kupcem, prejemanje in obdelava naročil, komuniciranje ter svetovanje kupcem, urejanje ter dodajanje novega materiala na spletno stran in druge manjše aktivnosti. Od tretjega leta, ko se bo podjetje posvetilo trženju končnim kupcem pa se planira zaposlitev še enega delavca, ki bi se posvetil prodaji sekundarnim kupcem. Moja plača v podjetju bo znašala 1500 € bruto, medtem, ko bo plača novega zaposlenca sestavljena iz 1200 € bruto fiksnega dela ter stimulacije, ki bo odvisna od prodaje. Z rastjo dobička bo tako tudi plača novemu zaposlencu rasla.

6.5 ZUNANJI SODELAVCI IN ZUNAJ NAJETA PODJETJA

Za opravljanje računovodski storitev nameravam najeti računovodski servis. Tudi za izdelavo spletne strani bo poskrbelo podjetje, ki se ukvarja s tem. Za poslovanje od tretjega leta naprej se planira sodelovanje s primarnimi kupci ter skupno trženje končnim uporabnikom. Tu bosta imeli obe podjetji korist zato pri tem ne bomo imeli posebnih stroškov s strani sodelujočega podjetja.

6.6 PRAVNA VPRAŠANJA IN POTREBNA DOVOLJENJA

Ker bo naše podjetje tudi svetovalo pri izdelavi sistemov video nadzora je pomembno, da smo seznanjeni z zakonodajo, ki velja za izvajanje video nadzora v Sloveniji. To sicer nebo toliko pomembno pri trženju izdelkov primarnim kupcem za katere lahko sklepamo, da so z zakonodajo na tem področju že seznanjeni. Bo pa zakonodajo toliko bolj pomembno poznati pri trženju končnim uporabnikom ter stranke z njo tudi seznaniti. Splošni pogoji v zvezi z izvajanjem video nadzora so določeni v 74. In 75. Členu Zakona o varstvu osebnih podatkov (Ur. l. RS št. 86/2004, v nadaljevanju ZVOP-1), ki obravnava video nadzor dostopa v uradne službe oziroma poslovne prostore.

6.7 KLJUČNE TEHNOLOGIJE

Ključne tehnologije bo znanje na področju video nadzornih sistemov, poznavanje njihovih prednosti in slabosti in sledenje svetovnim trendom in novim tehnologijam iz tega področja. S tem bomo kupcem sposobni prikazati in prepričati v uporabnost naših proizvodov. Najpomembnejša znanja na tem področju so med drugim: kvalitete slike kamer ter prednosti megapixel kamer, kvaliteta delovanja v različnih razmerah, značilnosti sistemov, ki uporabljajo kamere z vgrajenim diskom ter zmožnosti in značilnosti video analitik.

7 DOLGOROČNA STRATEGIJA PODJETJA

7.1 VIZIJA IN POSLANSTVO

VIZIJA PODJETJA:

Do leta 2020 postati vodilni ponudnik profesionalnih nadzornih video kamer v Sloveniji in ostalih državah bivše Jugoslavije.

POSLANSTVO PODJETJA:

Zagotavljati svojim strankam sposobnost izgradnjo zmogljivega sistema, ki omogoča zanesljivo proaktivne zaščite premoženja in imetja ter jim s tem ne zmanjševati samo stroške ampak tudi skrbi.

7.2 OPREDELITEV MERLJIVIH CILJEV ZA PRVIH 5 LET POSLOVANJA

Tabela 2: Prihodki in dobiček v prvih petih letih poslovanja (v €)

Leto	Prihodki	Čisti dobiček	Št. zaposlenih
1	301.050	-5.650	1
2	586.300	14.818	1
3	920.150	21.003	2
4	1.060.300	28.307	2
5	1.215.950	36.915	2

7.3 IDENTIFICIRANJE PRILOŽNOSTI ZA RAST PODJETJA (V OKVIRU PRVIH 10 LET POSLOVANJA)

V prvih dveh letih poslovanja bo podjetje osredotočilo na prodajo varnostnim podjetjem, inštalaterjem ter integratorjem varnostnih sistemov. V naslednjih treh letih pa se bo s pomočjo partnerjev, ki jih bomo pridobili med primarnimi kupci osredotočilo na trženje in razširitev baze končnih porabnikov. Po petem letu poslovanja bo podjetje začelo tudi aktivno iskati partnerje s katerimi bi lahko se lahko razširili in vstopili tudi na tuje trge. Predvsem bi nas zanimali trgi držav bivše Jugoslavije.

8 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI

8.1 VODSTVO PODJETJA

Tako lastnik kot direktor podjetja bom jaz sam, saj bom v prvih dveh letih tudi edini zaposlen v podjetju. Po 2. letu poslovanja pa bom zaposlil tudi dodatnega delavca, ki bo vodil trženje ter prodajo sekundarnim kupcem. Njegova plača bodo sestavljene iz fiksnega dela ter in variabilne stimulacije, ki bo odvisna od njihove učinkovitosti pri prodaji izdelkov.

8.2 KLJUČNI KADRI

Po drugem letu poslovanja, ko se bomo usmerili k trženju končnim uporabnikom bomo tudi zaposlili novega delavca, ki bo skrbel za prodajo temu segmentu kupcev. Za dodatno povečevanje prodaje po 2. letu poslovanja bo ta kader ključnega pomena. Za delo na tem področju bomo iskali človeka, ki ima izkušnje pri prodaji ter po možnosti tudi znanje na področju video nadzora oz. se zanima za to področje.

8.3 NAČRT ZAPOSLOVANJA

V prvih dveh letih bom za promocije varnostnim podjetjem, inštalaterjem ter integratorjem poskrbel sam. V začetku 3. leta poslovanja pa bom zaposlil delavca, ki se bo posvetil prodaji in promociji naših proizvodov končnim uporabnikom. Kasneje po petem letu poslovanja, ko načrtujem tudi vstop na tuje trge se bo tudi zaposlovalo nove delavce, ki bodo zadolženi za tuj trg. Število novo zaposlenih takrat bo odvisno od hitrosti ter obsega širitve na te nove trge.

8.4 POLITIKA ZAPOSLOVANJA IN NAGRAJEVANJA V PODJETJU

V obdobju, ko bomo zaposlovali nove delavce bo tudi na naši spletni strani oblikovan poseben obrazec, ki bo namenjen prijavi kandidatov za iskanje zaposlitve pri mojem podjetju. Tu bo objavljen vprašalnik, s pomočjo katerega bomo izbrali potencialno najprimernejše kandidate ter se z njimi tudi osebno srečali na razgovoru ter na koncu izbrali najprimernejšega kandidata za iskano delo. Oglas o zaposlovanju bomo objavili tudi na različnih zaposlitvenih spletnih portalih.

Delavci bodo za svoje delo prejeli fiksno določen znesek, ki bo znašal 1200 ter dodatno stimulacijo, ki bo odvisna od prodaje na trgu za katerega bodo zadolženi. Na ta način nameravamo motivirati delavce, da se bodo po svojih najboljših močeh potrudili pri iskanju ter prepričevanju potencialnih kupcev o uporabnosti naših proizvodov.

Moja plača bo za razliko od ostalih zaposlenih v podjetju fiksna in bo v bruto znesku znašala 1500 €.

8.5 ORGANIZACIJSKA STRUKTURA

Ker bo št. zaposlenih v podjetju majhno ne bo zapletene organizacijske strukture. V primeru ,da bo za trženje na posameznih trgih potrebno več oseb bom tudi za vsak trg določil vodjo. To bo prišlo v poštev po petem letu poslovanja, ob širitvi na tuja tržišča.

9 SPLOŠNI TERMINSKI PLAN

9.1 KLJUČNE AKTIVNOSTI

9.1.1 Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu

- Izdelava poslovnega načrta.
- Pridobivanje zastopništva.
- Prevzem testnih produktov.
- Spoznavanje ter testiranje produktov.
- Izdelava spletne strani.
- Najem pisarne.
- Registracija podjetja.
- Oblikovanje ter izdelava gradiva za prezentacije.
- Kontaktiranje primarnih kupcev.
- Začetek prezentiranja produktov primarnim kupcem.
- Prejemanje prilivov.
- Posodabljanje spletne strani ter sledenje novostim na trgu.

9.1.2 Ključne aktivnosti po prvem poslovnem letu

- V drugem poslovnem letu: Pogajanje s primarnimi kupci o sodelovanju ter skupnem trženju končnim kupcem.
- Na začetku tretjega leta – Zaposlovanje novega delavca.
- Po petem letu poslovanja: Iskanje partnerja za vstop na tuje trge ter iskanje novega zaposlenega.

9.2 TERMINSKI NAČRT

Tabela 3: Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu

ID	Task Name	Duration	Start	Finish	1st	1 May	1 July	1 September	1 November	1 January	1 March	1 May
1	Izdelava poslovnega načrta	109 days	Tue 1.5.12	Fri 28.9.12	19.3	16.4	14.5	11.6	9.7	6.8	3.9	1.10
2	Pridobivanje zastopništva	11 days	Thu 10.5.12	Thu 24.5.12								
3	Prevzem testnih produktov	1 day	Tue 5.6.12	Tue 5.6.12								
4	Spoznavanje ter testiranje produktov	11 days	Wed 6.6.12	Wed 20.6.12								
5	Izdelava spletne strani	22 days	Wed 1.8.12	Thu 30.8.12								
6	Najem pisarne	1 day	Thu 30.8.12	Thu 30.8.12								
7	Registracija podjetja	1 day	Sat 11.8.12	Sat 11.8.12								
8	Oblikovanje ter izdelava gradiva za prezentacije	14 days	Wed 15.8.12	Mon 3.9.12								
9	Kontaktiranje primarnih kupcev	11 days	Sat 1.9.12	Fri 14.9.12								
10	Začetek prezentiranja produktov primarnim kupcem	118 days	Tue 18.9.12	Thu 28.2.13								
11	Prejemanje prilivov	133 days	Thu 1.11.12	Sun 5.5.13								
12	Posodabljanje spletne strani ter sledenje novostim na trgu	262 days	Sat 5.5.12	Sun 5.5.13								

10 FINANČNI NAČRT

10.1 PRIHODKI IN PREDPOSTAVKE ZA IZRAČUN: CENA, KOLIČINA

Prihodki od prodaje so odvisni od števila prodanih kamer in pretvornikov. Glede na število prodanih nadzornih kamer na leto v Sloveniji ter podatkov o značilnosti video nadzornih sistemov, ki sem jih pridobil iz ankete, sem predvidel količino prodaje različnih izdelkov. V prvem polletju poslovanja se bomo predvsem osredotočili na promocijo in kontakt s kupci zato je tudi prodaja v prvem polletju poslovanja zaradi še neprepoznavnosti podjetja nizka vendar v naslednjih letih hitro raste ter se v 4. in 5. letu počasi ustali.

Tabela 4: Količina prodanih proizvodov v prvih petih letih poslovanja

Leto	1	2	3	4	5
iCVR HD kamera	60	120	240	300	350
iCVR D1 kamera	90	180	250	300	350
ICST kamera	30	60	100	120	140
iCST pretvornik	30	50	50	20	10
iCVR pretvornik	30	50	50	20	10

Cena je bila določena glede na nabavno ceno, stroške uvoza ter dodane marže. Ceno za vsako vrsto izdelkov sem izračunal tako, da sem seštel cene vseh izvedenk tega produkta ter jih delil s številom teh izvedenk. Tako sem v finančnih projekcijah uporabil povprečno ceno vseh izvedenk nekega produkta, saj bi za napoved prodaje za vsako izvedenko posebej potrebovali pridobiti ogromno količino podatkov, ki so težko dostopni ter bi njihovo zbiranje vzelo preveč časa ter verjetno tudi stroškov.

Tabela 5: Prihodki v prvih petih letih poslovanja (v €)

Leto	1	2	3	4	5
iCVR HD kamera	96.600	193.200	386.400	483.000	563.500
iCVR D1 kamera	123.750	247.500	343.750	412.500	481.250
iCST kamera	33.300	66.600	111.000	133.200	155.400
iCST pretvornik	21.000	35.000	35.000	14.000	7.000
iCVR pretvornik	26.400	44.000	44.000	17.600	7.300
Skupaj	301.050	586.300	920.150	1.060.300	1.215.950

10.2 VARIABILNI STROŠKI

Variabilni stroški so stroški nabave proizvodov od proizvajalca ter stroški njihovega uvoza. Za izračun variabilnih stroškov za vsako skupino bom uporabil povprečne variabilne stroške vseh izvedenk proizvoda te skupine. Za uporabo v finančnih projekcijah sem seštel variabilne stroške vsake izvedenke ter jih delil s številom izvedenk in tako dobil povprečne variabilne stroške za vsako skupino izdelkov posebej.

10.3 FIKSNI STROŠKI

Med fiksne stroške spadajo stroški dela, stroški najema prostorov, stroški računovodstva, registracija domene in gostovanje na strežniku ter stroški telefona, komunale in elektrike.

10.4 TOČKA PRELOMA

Na mesečni ravni točko preloma dosežemo v drugem polletju poslovanja, točneje v 7. mesecu poslovanja. Takrat s prodajo pokrijemo vse stalne stroške. Kljub temu imamo v prvem letu poslovanja še vedno zabeleženo izgubo. Vzrok za to je slaba prodaja in neprepoznavnosti podjetja v prvem polletju, saj je v tem obdobje naš namen predvsem posvetiti se pogajanju s kupci ter jim predstaviti naše izdelke in s tem zagotovitev višje prodaje v kasnejših mesecih in letih. Količine prodanih proizvodov za doseg točke preloma na letnem nivoju pa so po posameznih skupinah izdelkov za prvo leto naslednje:

- iCVR HD kamera: 235 kosov
- iCVR D1 kamera: 264 kosov
- iCST kamera: 334 kosov
- iCST pretvornik: 440 kosov
- iCVR pretvornik: 377 kosov

10.5 DOBIČEK

Prispevek za kritje na posamezno skupino izdelka je naslednji:

- Prispevek za kritje na prodano iCVR HD kamero znaša 123 €
- Prispevek za kritje na prodano iCVR D1 kamero znaša 110 €
- Prispevek za kritje na prodano iCST kamero znaša 87 €
- Prispevek za kritje na prodano iCST pretvornik znaša 66 €
- Prispevek za kritje na prodano iCVR pretvornik znaša 77 €

V prvem polletju bo podjetje poslovalo z izgubo saj bo v tem delo potekalo promocija ter trženje izdelkov kupcem. V drugem polletju, ko bodo kupci seznanjeni z našimi izdelki pa bomo tudi začeli poslovati z dobičkom. V prvem letu bomo skupno sicer zabeležili izgubo, vendar bo v naslednjih dve letih dobiček strmo rasel ter se nato v četrtem in petem letu počasi ustalil.

Tabela 6: Prispevki za kritje v prvih petih letih (v €)

	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
Prispevki za kritje iCVR HD	7.390	14.760	29.520	36.900	43.050
Prispevki za kritje iCVR D1	9.900	19.800	27.500	33.000	38.500
Prispevki za kritje iCST kamera	2.610	5.220	8.700	10.440	12.180
Prispevki za kritje iCST pretvornik	1.980	3.300	3.300	1.320	660
Prispevki za kritje iCVR pretvornik	2.310	3.850	3.850	1.540	770
Prispevki za kritje skupaj	24.190	46.930	72.870	83.200	95.160
Dobiček iz poslovanja	-5.636	14.818	21.003	28.307	36.915

10.6 OPREDELITEV OPREME TER DENARJA, POTREBNEGA ZA ZAGON POSLOVANJA

Podjetje bo za zagon potrebovalo 10.000 €. 3.200 € bo potrebovalo za izdelavo spletne strani, 800 za prenosni računalnik ostalo pa bo porabljeno za podporne storitve in kritje fiksnih stroškov v začetnem polletju poslovanja v katerem še ne pričakujemo dosti prilivov.

10.7 VIRI FINANCIRANJA IN DELEŽI V PODJETJU

Osnovni kapital bo znašal 10.000 €, ki ga bom s prispeval sam, kot edini lastnik s svojimi lastnimi sredstvi.

10.8 ANALIZA DONOSNOSTI

Za prikaz donosnosti sem uporabil kazalnik ROE. V prvem polletju je kazalni stalno negativen medtem, ko se v drugem polletju začne hitro vzpenjati. Kljub temu bo skupno v prvem letu kazalnik negativen saj bo v prvem poslovnem letu podjetje zabeležilo izgubo. A kasneje bo kazalnik hitro rasel in v drugem letu poslovanja zabeležil svoj vrh. V naslednjih letih bo kazalnik počasi upadal saj bo prišlo do izplačila dobička. ROA bo podobno kot ROE v prvem polletju negativen kasneje pa se bo pobral, v drugem letu sicer nebo zabeležil tako strme rasti kot ROE bo pa svoj vrh dosegel v 3. letu poslovanja ter nato počasi upadal.

Tabela 7: Kazalniki donosnosti za prvih pet let

Stopnje donosov	1.let	2.let	3.let	4.let	5.let
ROA (čisti dobiček / povprečna sredstva)	-0,55	0,76	0,50	0,40	0,35
ROE (čisti dobiček/ povprečni kapital)	-0,56	3,40	1,09	0,70	0,54
Return on sales (čisti dobiček / prihodek)	-0,02	0,03	0,02	0,03	0,03

11 ANALIZA OBČUTLJIVOSTI

11.1 KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI

Tveganja lahko delimo na mikro raven, ki so tveganja, ki se zgodijo v samem podjetju ter njegovem neposrednem poslovnem okolju, ter na makro raven na katera pa podjetje ne moremo vplivati.

Na makro ravni imamo opravka z naslednjimi tveganji:

- Dvig cen proizvajalca kamer.
- Sprememba regulativ s čemer bi se povečali stroški uvoza.
- Potrošniki gledajo le na cenovno ugodne izdelke ne na kvaliteto.

Možnost pojava teh tveganj obstaja vendar je dokaj majhna. Trenutno nisem zasledil nobenega razloga zaradi katerega bi bil proizvajalec primoran dvigniti cene ter tudi ne vidim razloga pri katerem bi se lahko pojavil zamujanje dobave proizvodov saj je VideoIQ zanesljivo podjetje in si ne more privoščiti spodrsjlaja pri poslovnih partnerjih.

Verjetno še najbolj nevarno tveganje je pogled potrošnikov, ki v večini niso najbolj seznanjeni s prednostmi kakovostnih nadzornih sistemov in bi se lahko odločili za nakup cenenih proizvodov. A, ker je kakovost cenenih proizvodov zelo vprašljiva je tudi ta scenarij manj verjeten.

Na mikro ravni pa obstajajo naslednja tveganja:

- Slaba izvedba predstavitev in promocij primarnim kupcem.
- Zamujanje proizvajalca z dobavo proizvodov.
- Nezadovoljstvo kupcev z izdelki.
- Nezainteresiranost s strani primarnih kupcev.

Tudi do teh scenarijih lahko pride vendar moram sam delovati v tej smeri, da njihov pojav preprečim. Slaba izvedba predstavitev je popolnoma odvisna od mene samega, zato se moram potruditi in izdelati kvalitetno gradivo s katerim bom sposoben temeljito predstaviti značilnosti naših izdelkov ter s katerimi bom sposoben odgovoriti na vsa vprašanja.

Da se izognem zamujanju dobave izdelkov bom moral z proizvajalcem naših izdelkov izdelati korekten in dober odnos s čemer bom pojav tega tveganja močno omejil. Za preprečitev nezadovoljstva kupcev je predvsem pomembno, da naše izdelke predstavljam in reklamiram na tak način, da bodo kupci točno vedeli kaj bodo z nakupom dobili in bodo ob nakupu njihova pričakovanja tako izpolnjena.

Tudi nezainteresiranost primarnih kupcev je možen scenarij, saj večina njih že kupuje izdelke drugih podjetij. Tu je na meni in mojem podjetju, da jih prepričam v smotrnost uporabe tudi naših izdelkov.

11.2 OBČUTLJIVOST DOBIČKA S SPREMINJANJEM KLJUČNEGA ALI REPREZENTATIVNEGA PROIZVODA (SIMULACIJE)

V primeru, da se prodaja poveča za 10 % bomo tudi v prvem letu še vedno zabeležili izgubo vendar v vrednosti -3.218 € kar je 2.418 € manjša kot v naši predvideni projekciji. V petem letu pa je tako pri tej simulaciji dobiček večji v primerjavi z našimi predvidevanji za 7.613 €.

V primeru 10 % padca prodaje bomo tako kot v prvotni projekciji samo v prvem letu zabeležili izgubi, ki pa bo od tiste v prvotni projekciji višja za 2.418 €. Dobiček konec petega leta pa bo za 7.613 € manjši.

V tretji simulaciji kjer smo upoštevali 30 % padec prodaje imamo tudi izgubo samo po prvem letu, ki pa je zdaj od prvotne projekcije višja za 7.254 € medtem, ko je dobiček konec petega leta manjši za 22.838 €. Po tem scenariju bi za kritje vseh stroškov v prvem polletju potrebovali še dodatnih 2500 € sredstev začetnega kapitala ali kredita.

V primeru prepolovitve prodaje pa bi zabeležili izgubo v vsakem od prvih petih let poslovanja. V tem primeru bi nam bilo smiselno nadaljevanjem poslovanja le primeru, če bi uspeli znižati stalne stroške. To bi najlažje naredil tako, da bi znižali stroške plač tako sebi kot dodatnemu zaposlencu in bi tako lahko po 2. poslovnem letu lahko posloval z dobičkom.

Največjo razliko med različnimi simulacijami je mogoče opaziti pri prepolovitvi prodaje saj bi v primeru ,da so vsi ostali stroški takšni kot v prvotni projekciji, vseh prvih pet let poslovanja zaključili z izgubo. V tem primeru bi morali resno zamisliti o tem kaj lahko storimo, da bi bilo nadaljevanja poslovanja smiselno.

SKLEP

Pri izdelavi poslovnega načrta za podjetje Pametni video d.o.o. sem se seznanil s trgom video nadzora v Sloveniji. Za razliko od globalnih razmer na trgu, ki se kljub gospodarski krizi še vedno hitro razvija, imamo v Sloveniji s tem nekaj več težav. A video nadzor je še vedno zelo razširjen način zaščite lastnine in je tako povpraševanje po teh izdelkih še zmeraj visoko. Ker Slovenija zelo hitro sledi najnovejšim tehnološkim pridobitvam in spremembam, kar je tudi razvidno s števila ponudnikov digitalnih sistemov video nadzora, kateri že presegajo ponudbo analognih, se bodo tudi ostale tehnološke pridobitve na področju video nadzora najverjetneje hitro prijele. To nameravamo izkoristiti tudi z našim podjetjem Pametni video d.o.o. ter se čim prej usidрати na trgu s svojimi pametnimi video nadzornimi kamerami.

S pomočjo finančnih projekcij sem ugotovil, da je priložnost za ustanovitev podjetja dobra Saj bi podjetje v vseh le v najbolj črnem scenariju poslovalo od drugega poslovnega leta z dobičkom.

Po mojih predvidevanjih bo podjetje že v drugem letu poslovanja ustvarilo 16.848 € čistega dobička konec petega leta pa bo ta znašal že 36.027 €.

Tudi začetni kapital, ki znaša 10.000 € ni neka enormna vsota denarja tako, da bi bilo z ustanovitev podjetja vredno poizkusiti.

LITERATURA IN VIRI

1. Gally, M. (2010, junij). Video analytics breakthrough creates markets. Najdeno 6. septembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.indiasafe.com/image/pdf-june10/56.pdf>
2. Galvin, T. (2008, marec). VideoIQiCVRTotalcostofownership, ComparisonofiCVRversus standard IP cameras. Najdeno 2. maja 2012 na spletnem naslovu www.zmarketingreps.com/datasheets/?file=63&sort=
3. Gouaillier, V., & Fleurant, A. (2009, 8. april). Intelligent Video Surveillance: Promises and Challenges. Technological and Commercial Report. Najdeno 5. maja 2012 na spletnem naslovu http://www.crim.ca/fr/r-d/vision_imagerie/documents/CRIM_TDS_TechnoCommercialIntelligenceReportVideoSurveillance.pdf
4. IMS Research. (2011, 14. december). IMS Research forecasts demand for CCTV and video surveillance equipment to remain strong in 2012. Najdeno 8. junija 2012 na spletnem naslovu <http://www.sourcesecurity.com/news/articles/co-227-ga-co-3193-ga-co-1164-ga.7443.html>
5. JOLP – Coting. (b.l.) V *Ajpesu*. Najdeno 5. junija 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/JOLP/podjetje.asp?maticna=5434653000&leto=2011>
6. JOLP – Loop. (b.l.) V *Ajpesu*. Najdeno 5. junija 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/JOLP/podjetje.asp?maticna=2311887000&leto=2011>
7. JOLP – MarsCommerce. (b.l.) V *Ajpesu*. Najdeno 5. junija 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/JOLP/podjetje.asp?maticna=5708907000&leto=2011>
8. JOLP – Mobicom. (b.l.) V *Ajpesu*. Najdeno 5. junija 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/JOLP/podjetje.asp?maticna=5783399000&leto=2011>
9. JOLP - Org. Tend. (b.l.) V *Ajpesu*. Najdeno 5. junija 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/JOLP/podjetje.asp?maticna=1365061000&leto=2011>
10. *O Cotingu*. (b.l.) Najdeno 5. junija 2012 na spletnem naslovu <http://www.coting.si/o-podjetju/>
11. *O Loopu*. (b.l.) Najdeno 5. junija na spletnem naslovu http://www.loop.si/VN/o_podjetju
12. *O Mars Commerce*. (b.l.) Najdeno 5. junija 2012 na spletnem naslovu <http://www.mars-commerce.si/?str=o-podjetju>
13. *O Mobicomu*. (b.l.) Najdeno 5. junija 2012 na spletnem naslovu <http://www.mobicom.si/o-podjetju/6.html>
14. *O Org. Tendu*. (b.l.) Najdeno 5. junija na spletnem naslovu <http://www.tend.si/o-podjetju/>
15. Pirani, G. (2011, 1. april). The top 5 video surveillance trends. Najdeno 30. maja 2012 na spletnem naslovu <http://americancityandcounty.com/security/video-surveillance-trends-201104>
16. Podjetja - N80.100. (b.l.) V *Bizi.si*. Najdeno 6. septembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.bizi.si/iskanje/n80.100>
17. Policija. (2002). Poročilo o delovanju policije za leto 2001. Najdeno 20. avgusta 2012 na spletnem naslovu <http://www.policija.si/images/stories/Statistika/LetnaPorocila/PDF/lp2001.pdf>

18. Policija. (2012). Poročilo o delovanju policije za leto 2011. Najdeno 20. avgusta 2012 na spletnem naslovu
<http://www.policija.si/images/stories/Statistika/LetnaPorocila/PDF/LetnoPorocilo2011.pdf>
19. Zakon o varstvu osebnih podatkov. *Uradni list RS št. 85/2004.*

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga A: Anketa.....	1
Priloga B: Ugotovitve ankete	4
Priloga C: Prihodki in čisti dobiček konkurentov	5
Priloga D: Finančni prikazi	6

PRILOGA A

ANKETA

1. Kakšne vrste kamere prevladujejo v vaših video nadzornih sistemih ?

- Analogne kamere
- IP kamere
- približno enako razmerje med IP/analognimi kamerami

2. Približno kolikšen odstotek vaših celotnih prihodkov predstavlja sistem za video nadzor?

3. Kakšna je povprečna cena kamere v vaših sistemih?

- Manj od 250 €
- 250 € do 500 €
- 500 € do 750 €
- 750 € do 1000 €
- 1000 € do 1500 €
- več kot 1500 €

4. Približno kakšno je število kamer v vašem povprečnem nadzornem sistemu ?

5. Koliko sistemov izdelate na leto ?

6. Približno kolikova vaših sistemov je trenutno aktivnih v Sloveniji ?

7. Katero podjetje vam dobavlja video nadzorne kamere ter katere drugih proizvajalcev uporabljate ?



8. Kako pomembne se vam zdijo naslednje lastnosti kamer ?

	popolnoma nepomembno	nepomembno	srednje pomembno	pomembno	zelo pomembno
Visoka ločljivost kamere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visoko število slik na sekundo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zaznavanje gibanja in obveščanje na sumljive situacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shranjevanje videa v sami kameri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Centralizirano shranjevanje videa na strežniku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvalitetno delovanje v nočnih razmerah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvalitetno delovanje v slabih vremenskih razmmerah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nizke potrebe po pasovni širini	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nizka cena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. V katerih sektorjih ste najbolj dejavni z vašimi video nadzornimi sistemi (možnih več odgovorov) ?

- finančno in bančno okolje
- transportni sektor
- industrija
- maloprodajni sektor
- javni sektor
- izobraževalni sektor

10. Kako se je povešihizkušnjah v zadnjih 5 letihgibalopovpraševanjevideonadzornihsystemih (št. montiranihkamer, z vidika IP protianalognimsistemom, vplivkrize...)?



PRILOGA B

UGOTOVITVE ANKETE

Anketa je bila namenjena varnostnim podjetjem ter inštalaterjem in integratorjem sistemov video nadzora. Podjetja sem kontaktiral preko telefona ter nato osebam v podjetju, ki so zadolženi za video nadzor preko elektronske pošte posredoval anketo. Odzvalo se je 7 večjih podjetij, ki zadovoljujejo potrebe večine končnih uporabnikov tako, da lahko na podlagi njihovih odgovorov ugotovimo pomembne značilnosti ter ocenimo velikost trga ter njegove značilnosti. Na podlagi ankete sem ugotovil:

- Ponudba digitalnih sistemov video nadzora je za razliko globalnih trgov že praktično ponudbo z analognimi. Trije od anketiranih podjetij v glavnem izdelujejo analogne sisteme, trije v glavnem digitalne ter eno podjetje oboje v enakem razmerju.
- Vendar podjetja, ki ponujajo predvsem digitalne sisteme skupno prodajo konkretno večje število kamer od tistih, ki izdelujejo analogne sisteme.
- Povprečna cena kamer se giblje med 250 do 500 €. Iz tega lahko sklepamo, da večina sistemov še ne uporablja HD ter ostalih megapixel kamer. Glavni razlog je verjetno v temu, da pri nas prevladujejo manjši sistemi z manj kot 20 kamerami, ki ne pokrivajo večjih površin, eden od razlogov pa je tudi visoke potrebe po pasovni širini megapixel kamer, kar naredi izgradnjo omrežja za njih dokaj drago. Podjetje, ki izdeluje večje sisteme, ki jih v povprečju sestavlja okoli 100 kamer tudi uporablja dražje kamere.
 - S pomočjo podatkov o številu izdelanih sistemov, ter povprečno število kamer, ki sestavljajo povprečen sistem sem prišel do ocene prodaje vseh kamer v Sloveniji v enem letu. Skupna prodaja kamer podjetij je približno 18400 kamer tako IP kot analognih. Za večje sisteme za katere bolj pridejo v poštev zmogljivejše kamere z visoko resolucijo je prodanih okoli 5000 kamer letno. Medtem, ko je ostalih 13400 prodanih za manjše sisteme.
- Trenutno aktivnih analognih kamer v sistemih, ki jo jih izgradila anketirana podjetja je približno 28 000, kar bom tudi uporabil za osnovo načrtovane prodaje pretvornikov za nadgradnjo analognih kamer z VideoIQ analitiko.
- Pri pomembnosti različnih lastnosti kamere se je izkazalo, da sta anketirancem najpomembnejši lastnosti delovanje v temi ter slabih vremenskih razmerah, zelo pomembna je tudi detekcija gibanja medtem, ko je visoka resolucija ter visoko število slik na sekund pomembno vendar ne sodi med najpomembnejšimi lastnostmi. Shranjevanja videa v sami kameri je bila za večino med najmanj pomembnimi lastnostmi, kar pomeni, da večina še ni seznanjena z pridobitvami te tehnologije. Tudi nizke cene kamer je bila ocenjena med nižje pomembnimi lastnostmi tako, da lahko sklepamo, da je pomembnejša funkcionalnost kamere od cene, kar vsekakor govori v prid našim proizvodom.
- Povpraševanje na trgu manjših video nadzornih sistemov je dokaj konstantno trenutno ne raste niti ne pada. Vpliv krize pa se pozna predvsem pri manjšem številu večjih projektov in s tem manjšem povpraševanju po večjih nadzornih sistemih.

PRILOGA C

PRIHODKI IN ČISTI DOBIČEK KONKURENTOV KONKURENTOV

Tabela 8: Čisti dobiček konkurentov (v €)

	2011	2010	2009	2008
Mars Commerce	117.416	160.312	207.315	170.720
Mobicom	70.769	18.231	126.785	273.312
Coting	11.464	4.589	9.564	12.951
Org.Tend	4.547	3.751	12.038	10.329
Loop	38.545	55.190	68.514	57.935

Vir: JOLP – Mars Commerce, 2012; JOLP – Mobicom, 2012; JOLP – Coting, 2012; JOLP - Org. Tend, 2012; JOLP – Loop, 2012

Tabela 9: Prihodki od prodaje konkurentov (v €)

	2011	2010	2009	2008
Mars Commerce	1.654.856	1.497.731	1.553.711	1.564.150
Mobicom	1.106.120	1.499.182	1.350.370	1.762.293
Coting	1.523.012	1.000.674	1.229.432	1.584.764
Org.Tend	1.768.733	1.757.235	2.144.565	2.277.670
Loop	984.780	956.732	1.085.994	1.003.421

Vir: JOLP – Mars Commerce, 2012; JOLP – Mobicom, 2012; JOLP – Coting, 2012; JOLP - Org. Tend, 2012; JOLP – Loop, 2012

PRILOGA D

FINANČNI PRIKAZI

Tabela 10: Finančna preglednica

		Mesec												Leto					
OBDOBJE: -1		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V	
BILANCE	Izpis bilanc	Priprava za tisk																	
BILANCA STANJA																			
SREDSTVA																			
SREDSTVA (RAZEN DENARJA)	10000	7515	5031	4747	5053	4840	4609	5800	6733	7022	8169	9051	10378	10378	28639	55126	85060	124789	
NEOPREDMETENA SREDSTVA	0	4277	4050	3800	3733	3667	3600	3533	3467	3400	3333	3267	3200	3200	2400	1600	800	0	
OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	0	3147	3093	3040	2987	2933	2880	2827	2773	2720	2667	2613	2560	2560	1920	1280	640	0	
FINANČNE NALOŽBE	0	787	773	760	747	733	720	707	693	680	667	653	640	640	480	320	160	0	
TERJATVE IZ POSLOVANJA	0	344	184	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DENAR	10000	3238	980	947	1319	1173	1009	2266	3266	3622	4835	5784	7178	7178	26239	53526	84260	124789	
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV																			
KAPITAL																			
OSNOVNI KAPITAL	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	
ZADRŽANI DOBIČEK	0	-2485	-4969	-6444	-7427	-8189	-8742	-8699	-8409	-8120	-7524	-6641	-5636	-5636	9182	30186	58493	95408	
DOLG	0	0	0	1191	2479	3029	3351	4498	5142	5142	5692	5692	6014	6014	9457	14941	16567	19381	
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	0	0	1191	2479	3029	3351	4498	5142	5142	5692	5692	6014	6014	9457	14941	16567	19381	
IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA																			
PRIHODKI POSLOVANJA		0	0	12255	18695	21445	24165	31480	34700	34700	38560	41720	43330	301050	586300	920150	1060300	1215950	
PROIZVAJALNI STROŠKI		0	0	11245	17193	19723	22233	28952	31926	31926	35479	38353	39840	276870	539370	847280	977100	1120790	
AMORTIZACIJA		67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	800	800	800	800	800	
KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE		-67	-67	943	1435	1655	1885	2461	2707	2707	3014	3300	3423	23380	46130	72070	82400	94360	
STROŠKI PRODAJE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
STROŠKI UPRAVE		2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	29016	29016	45816	47016	48216	
DOBIČEK IZ POSLOVANJA		-2485	-2485	-1475	-983	-763	-553	43	289	289	596	882	1005	-5636	17114	26254	35384	46144	
PRIHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ODHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA		-2485	-2485	-1475	-983	-763	-553	43	289	289	596	882	1005	-5636	17114	26254	35384	46144	
IZREDNI PRIHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IZREDNI ODHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DOBIČEK PRED DAVKI		-2485	-2485	-1475	-983	-763	-553	43	289	289	596	882	1005	-5636	17114	26254	35384	46144	
DAVEK OD DOHODKA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2296	5251	7077	9229	
ČISTI DOBIČEK		-2485	-2485	-1475	-983	-763	-553	43	289	289	596	882	1005	-5636	14818	21003	28307	36915	
IZKAZ DENARNIH TOKOV																			
DENAR KONEC OBDOBJA	10000	3238	980	947	1319	1173	1009	2266	3266	3622	4835	5784	7178	7178	26239	53526	84260	124789	
ČISTI DOBIČEK		-2485	-2485	-1475	-983	-763	-553	43	289	289	596	882	1005	-5636	14818	21003	28307	36915	
AMORTIZACIJA		67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	800	800	800	800	800	
POVEČANJE DOLGA		0	0	1191	1288	550	322	1147	644	0	550	0	322	6014	3443	5484	1627	2814	
POVEČANJE KAPITALA (BREZ DOBIČKA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
POVEČANJE SREDSTEV (BREZ DENARJA)		4344	-160	-184	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4000	0	0	0	0	
DENARNI TOK		-6762	-2258	-33	372	-146	-164	1257	1000	356	1213	949	1394	-2822	19061	27287	30734	40529	
PODATKI	Izpis podatkov																		
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU																			
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	
ANALIZA RAZMERIJE DO DRŽAVE IZ NASLOVA DDV																			
TERJATVE ZA DDV KONEC OBDOBJA		344	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	
OBVEZNOSTI ZA DDV KONEC OBDOBJA		0	0	1375	2663	3213	3535	4682	5326	5326	5876	5876	6198	6198	7345	12169	14925	17413	
SALDO IZ NASLOVA DDV		344	184	-1191	-2479	-3029	-3351	-4498	-5142	-5142	-5692	-5692	-6014	-6014	-7161	-11986	-14741	-17229	
NEOPREDMETENA SREDSTVA																			
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	Število enot: 1					3200
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	640	640	640	640	640	
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	53	107	160	213	267	320	373	427	480	533	587	640	640	1280	1920	2560	3200	
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	3147	3093	3040	2987	2933	2880	2827	2773	2720	2667	2613	2560	2560	1920	1280	640	0	
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	3200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3200	0	0	0	0	
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

>> se nadaljuje<<

>>nadaljevanje<<

OBDOBJE:	Mesec												Leto					
	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
SPLETNA STRAN																		
NABAVNA VREDNOST	0	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200	3200
AMORTIZACIJA		53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	640	640	640	640	640
POPRAVEK VREDNOSTI		53	107	160	213	267	320	373	427	480	533	587	640	640	1280	1920	2560	3200
NEODPISANA VREDNOST	0	3147	3093	3040	2987	2933	2880	2827	2773	2720	2667	2613	2560	2560	1920	1280	640	0
NABAVE V OBDOBJU		3200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3200	0	0	0	0
NEPREMIČNINE																		
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Število enot: 1				
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEPREMIČNINA																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OPREMA																		
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	Število enot: 1				
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	160	160	160	160	160
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	13	27	40	53	67	80	93	107	120	133	147	160	160	320	480	640	800
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	787	773	760	747	733	720	707	693	680	667	653	640	640	480	320	160	0
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	800	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV		160	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	160	0	0	0	0
PRENOSNI RAČUNALNIK																		
NABAVNA VREDNOST	0	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
AMORTIZACIJA		13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	160	160	160	160	160
POPRAVEK VREDNOSTI		13	27	40	53	67	80	93	107	120	133	147	160	160	320	480	640	800
NEODPISANA VREDNOST	0	787	773	760	747	733	720	707	693	680	667	653	640	640	480	320	160	0
NABAVE V OBDOBJU		800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	800	0	0	0	0
FINANČNE NALOŽBE																		
SKUPAJ NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Število enot: 1				
SKUPAJ ZMANJŠANJE NALOŽB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NALOŽBA																		
NALOŽBA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE NALOŽBE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATVE IZ POSLOVANJA																		
SKUPAJ TERJATVE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Število enot: 1				
SKUPAJ ZMANJŠANJE TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATEV																		
TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE TERJATVE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA																		
SKUPAJ VREDNOST ZALOGE MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST MATERIALA 1		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KAPITAL																		
SKUPAJ GIBANJE KAPITALA	10000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10000	0	0	0	0
POVEČANJE / ZMANJŠANJE KAPITALA	10000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10000	0	0	0	0
DELITEV DOBIČKA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA																		
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Število enot: 2				
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POSOJILO																		
OBVEZNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOST																		
OBVEZNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

>>se nadaljuje<<

>>nadaljevanje<<

OBDOBJE: -1	Mesec												Leto					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V	
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA													Število enot: 1					
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ DANE OBRETI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
OBVEZNOST													Število enot: 1					
OBVEZNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DANE OBRETI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PRIHODKI POSLOVANJA / SPREMENLJIVI STROŠKI													Število enot: 5					
SKUPAJ PRIHODKI	0	0	0	12255	18695	21445	24165	31480	34700	34700	38560	41720	43330	301050	586300	920150	1060300	1215950
SKUPAJ IZSTOPNI DDV	0	0	0	1375	2663	3213	3535	4682	5326	5326	5876	5876	6198	44070	88140	146030	179100	208950
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0	0	0	10222	15630	17930	20212	26320	29024	29024	32254	34866	36218	251700	490340	770280	888320	1018960
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	0	0	0	1023	1563	1793	2021	2632	2902	2902	3225	3487	3622	25170	49030	77000	88780	101830
SKUPAJ STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PROIZVOD: ICVR HD KAMERA																		
NETO PRODAJNA CENA	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	1610,0	
PRODANA KOLIČINA	0	0	0	4	4	5	6	8	8	8	8	9	60	120	240	300	360	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PRIHODEK	0	0	0	6440	6440	8050	9660	12880	12880	12880	14490	14490	96600	193200	386400	483000	563500	
IZSTOPNI DDV	0	0	0	1288	1288	1610	1932	2576	2576	2576	2576	2898	19320	38640	77280	96600	112700	
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	5408	5408	6760	8112	10816	10816	10816	10816	12168	81120	162240	324480	405600	473200	
STROŠKI STORITEV	0	0	0	540	540	675	810	1080	1080	1080	1080	1215	8100	16200	32400	40500	47250	
STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	1487,0	
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
MATERIAL		1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	
CENA ENOTE MATERIALA		1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	1352,0	
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	
ZUNANJE STORITVE	0,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	
VSTOPNI DDV V STORITVAH		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
STROŠKI UVOZA		135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	
CENA STORITVE		135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	135,0	
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	
NEPOSREDNO DELO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
DELO		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
CENA DELA		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
PROIZVOD: ICVR D1 KAMERA																		
NETO PRODAJNA CENA	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	1375,0	
PRODANA KOLIČINA	0	0	5	5	7	7	10	10	10	12	12	12	90	180	250	300	360	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PRIHODEK	0	0	6875	6875	9625	9625	13750	13750	13750	16500	16500	16500	123750	247500	343750	412500	481250	
IZSTOPNI DDV	0	0	1375	1375	1925	1925	2750	2750	2750	3300	3300	3300	24750	49500	68750	82500	96250	
STROŠKI MATERIALA	0	0	5750	5750	8050	8050	11500	11500	11500	13800	13800	13800	103500	207000	287500	345000	402500	
STROŠKI STORITEV	0	0	575	575	805	805	1150	1150	1150	1380	1380	1380	10350	20700	28750	34500	40250	
STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	1265,0	
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
MATERIAL		1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	
CENA ENOTE MATERIALA		1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	1150,0	
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	
ZUNANJE STORITVE	0,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	
VSTOPNI DDV V STORITVAH		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
STROŠKI UVOZA		115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	
CENA STORITVE		115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	
NEPOSREDNO DELO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
DELO		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
CENA DELA		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	

>> se nadaljuje <<

>> nadaljevanje <<

OBDOBJE: -1	Mesec												Leto					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V	
PROIZVOD ICST KAMERA																		
NETO PRODAJNA CENA	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0		1110,0	1110,0	1110,0	1110,0	1110,0
PRODANA KOLIČINA	0	0	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4		30	60	100	120	140
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
PRIHODEK	0	0	2220	2220	2220	3330	3330	3330	3330	4440	4440	4440		33300	66600	111000	133200	155400
IZSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
STROŠKI MATERIALA	0	0	1860	1860	1860	2790	2790	2790	2790	3720	3720	3720		27900	55800	93000	111600	130200
STROŠKI STORITEV	0	0	186	186	186	279	279	279	279	372	372	372		2790	5580	9300	11160	13020
STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0		1023,0	1023,0	1023,0	1023,0	1023,0
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0		930,0	930,0	930,0	930,0	930,0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
MATERIAL	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0	930,0		930,0	930,0	930,0	930,0	930,0
CENA ENOTE MATERIALA	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00		930,00	930,00	930,00	930,00	930,00
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
ZUNANJE STORITVE	0,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0		93,0	93,0	93,0	93,0	93,0
VSTOPNI DDV V STORITVAH	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
STROŠKI UVOZA	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0	93,0		93,0	93,0	93,0	93,0	93,0
CENA STORITVE	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00		93,00	93,00	93,00	93,00	93,00
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
NEPOSREDNO DELO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
DELO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CENA DELA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
PROIZVOD ICST PRETVORNIK																		
NETO PRODAJNA CENA	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0		700,0	700,0	700,0	700,0	700,0
PRODANA KOLIČINA	0	0	2	2	2	2	3	3	3	3	5	5		30	50	50	20	10
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
PRIHODEK	0	0	1400	1400	1400	1400	2100	2100	2100	2100	3500	3500		21000	35000	35000	14000	7000
IZSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
STROŠKI MATERIALA	0	0	1152	1152	1152	1152	1728	1728	1728	1728	2880	2880		17280	28800	28800	11520	5760
STROŠKI STORITEV	0	0	116	116	116	116	174	174	174	174	290	290		1740	2900	2900	1160	580
STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	634,00	634,00	634,00	634,00	634,00	634,00	634,00	634,00	634,00	634,00	634,00	634,00		634,00	634,00	634,00	634,00	634,00
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0		576,0	576,0	576,0	576,0	576,0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
MATERIAL	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0	576,0		576,0	576,0	576,0	576,0	576,0
CENA ENOTE MATERIALA	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00		576,00	576,00	576,00	576,00	576,00
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
ZUNANJE STORITVE	0,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0		58,0	58,0	58,0	58,0	58,0
VSTOPNI DDV V STORITVAH	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
STROŠKI UVOZA	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0	58,0		58,0	58,0	58,0	58,0	58,0
CENA STORITVE	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00		58,00	58,00	58,00	58,00	58,00
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
NEPOSREDNO DELO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
DELO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CENA DELA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
PROIZVOD ICVR PRETVORNIK																		
NETO PRODAJNA CENA	880,0	880,0	880,0	880,0	880,0	880,0	880,0	880,0	880,0	880,0	880,0	880,0		880,0	880,0	880,0	880,0	880,0
PRODANA KOLIČINA	0	0	2	2	2	2	3	3	3	3	5	5		30	50	50	20	10
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
PRIHODEK	0	0	1760	1760	1760	1760	2640	2640	2640	2640	4400	4400		26400	44000	44000	17600	8800
IZSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
STROŠKI MATERIALA	0	0	1460	1460	1460	1460	2190	2190	2190	2190	3650	3650		21900	36500	36500	14600	7300
STROŠKI STORITEV	0	0	146	146	146	146	219	219	219	219	365	365		2190	3650	3650	1460	730
STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	803,00	803,00	803,00	803,00	803,00	803,00	803,00	803,00	803,00	803,00	803,00	803,00		803,00	803,00	803,00	803,00	803,00
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0		730,0	730,0	730,0	730,0	730,0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
MATERIAL	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0	730,0		730,0	730,0	730,0	730,0	730,0
CENA ENOTE MATERIALA	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00		730,00	730,00	730,00	730,00	730,00
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

>> se nadaljuje <<

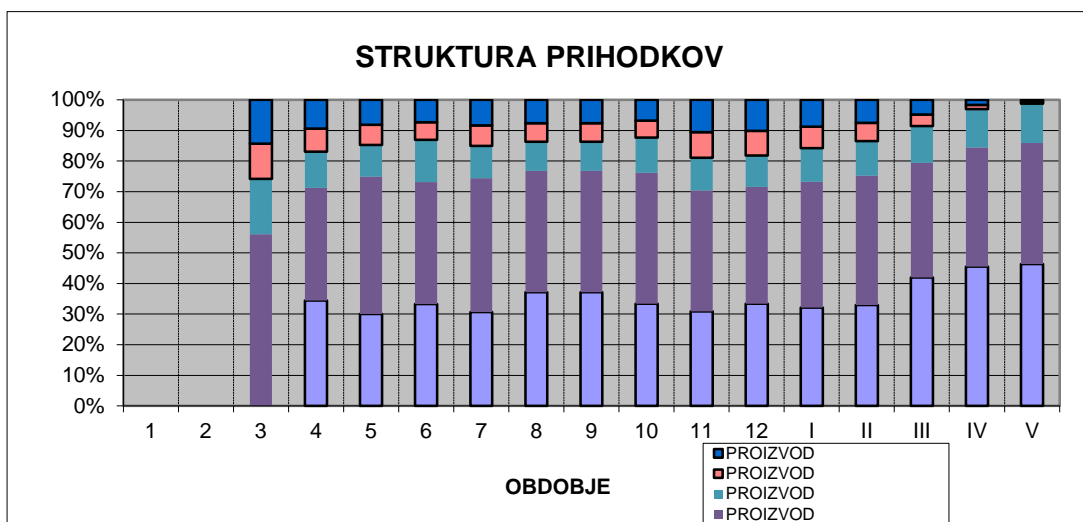
>> nadaljevanje <<

OBDOBJE: -1	Mesec												Leto				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
ZUNANJE STORITVE	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0
VSTOPNI DDV V STORITVAH	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
STROŠKI UVOZA	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0	73,0
CENA STORITVE	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1	1	1	1	1
NEPOSREDNO DELO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
DELO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CENA DELA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI																	
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠEK NAJEMNINE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI PRODAJE																	
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠEK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI UPRAVE																	
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	2418	29016	29016	45816	47016	48216
SKUPAJ VSTOPNI DDV	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	2203	2203	2203	2203	2203
STROŠEK RAČUNOVODSTVA	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	1800	1800	1800	1800
NAJEMNINA PISARNE	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200	7200	7200	7200	7200
PLAČA DIREKTORJA	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000	18000	18000	18000	18000
TELEFON, ELEKTRIKA, KOMUNALA	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	1800	1800	1800	1800
REGISTRACJA DOMENE, GOSTOVANJE NA STREŽNIKU	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	216	216	216	216	216
PLAČA PRODAJALCA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16800	18000	19200
STROŠEK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZREDNI PRIHODKI																	
SKUPAJ IZREDNI PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZREDNI ODHODKI																	
SKUPAJ IZREDNI ODHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODHODEK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KAZALNIKI	Izpis kazalnikov																

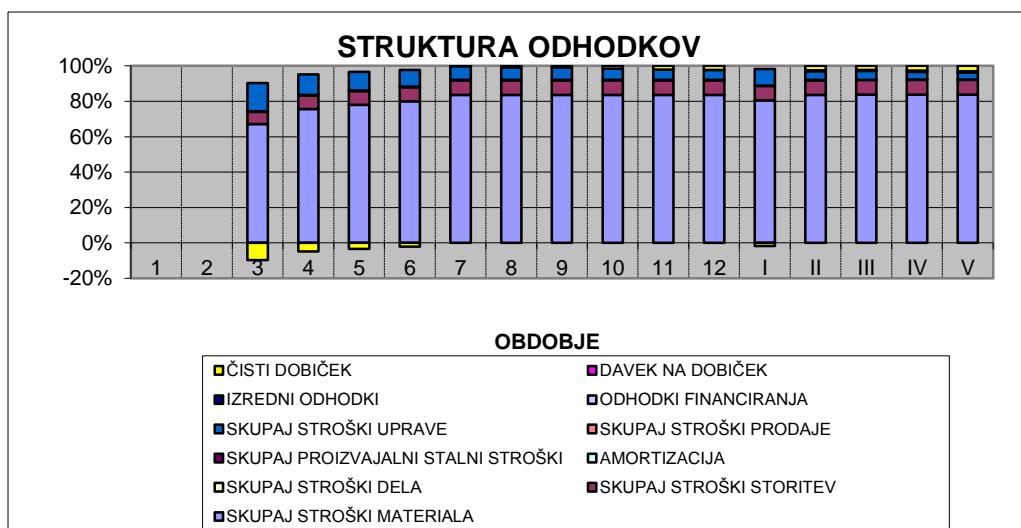
OBDOBJE: -1	Mesec												Leto					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V	
CILJNE SPREMEMLJIVKE																		
KAPITAL	10000	7515	5031	3556	2573	1811	1258	1301	1591	1880	2476	3359	4364	19182	40186	68493	105408	
DOBIČEK	0	-2485	-2485	-1475	-983	-763	-553	43	289	289	596	882	1005	-5636	14818	21003	28307	36915
DENAR	10000	3238	980	947	1319	1173	1009	2266	3266	3622	4835	5784	7178	7178	26239	53526	84260	124789
STRUKTURA PRIHODKOV (v %)																		
SKUPAJ PRIHODKI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
SKUPAJ PRIHODKI OD PRODAJE	#DIV/0!	#DIV/0!	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
PROIZVOD	#DIV/0!	#DIV/0!	0,0	34,4	30,0	33,3	30,7	37,1	37,1	33,4	30,9	33,4	32,1	33,0	42,0	45,6	46,3	
PROIZVOD	#DIV/0!	#DIV/0!	56,1	36,8	44,9	39,8	43,7	39,6	39,6	42,8	39,5	38,1	41,1	42,2	37,4	38,9	39,6	
PROIZVOD	#DIV/0!	#DIV/0!	18,1	11,9	10,4	13,8	10,6	9,6	9,6	11,5	10,6	10,2	11,1	11,4	12,1	12,6	12,8	
PROIZVOD	#DIV/0!	#DIV/0!	11,4	7,5	6,5	5,8	6,7	6,1	6,1	5,4	8,4	8,1	7,0	6,0	3,8	1,3	0,6	
PROIZVOD	#DIV/0!	#DIV/0!	14,4	9,4	8,2	7,3	8,4	7,6	7,6	6,8	10,5	10,2	8,8	7,5	4,8	1,7	0,7	
PRIHODKI FINANCIRANJA	#DIV/0!	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
IZREDNI PRIHODKI	#DIV/0!	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	

>> se nadaljuje <<

>> nadaljevanje <<



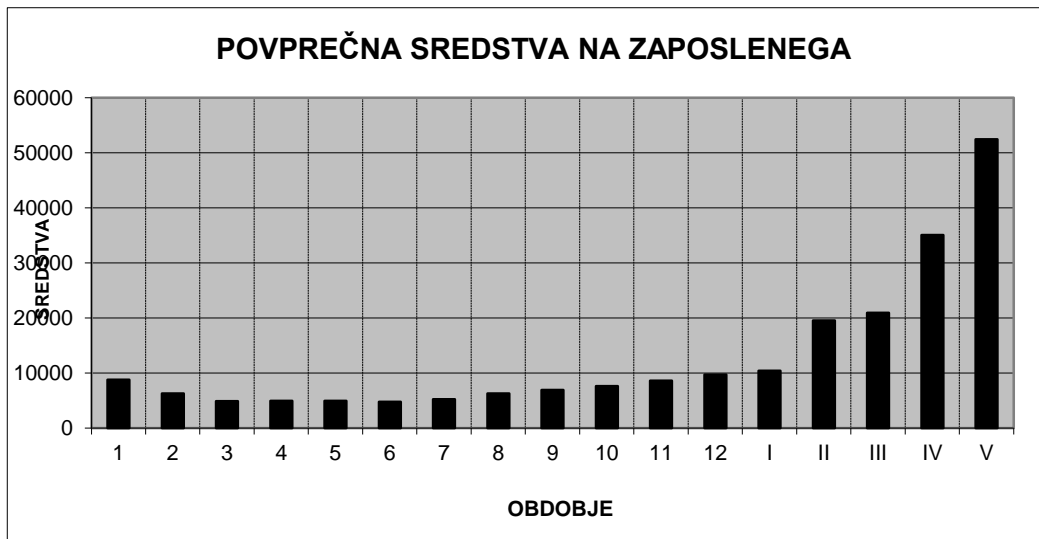
OBDOBJE: -1	Mesec												Leto				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
SKUPAJ PRIHODKI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	#DIV/0!	#DIV/0!	83,4	83,6	83,6	83,6	83,6	83,6	83,6	83,6	83,6	83,6	83,6	83,6	83,7	83,8	83,8
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	#DIV/0!	#DIV/0!	8,3	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4
SKUPAJ STROŠKI DELA	#DIV/0!	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
AMORTIZACIJA	#DIV/0!	#DIV/0!	0,5	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	#DIV/0!	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	#DIV/0!	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	#DIV/0!	#DIV/0!	19,7	12,9	11,3	10,0	7,7	7,0	7,0	6,3	5,8	5,6	9,6	4,9	5,0	4,4	4,0
ODHODKI FINANCIRANJA	#DIV/0!	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
IZREDNI ODHODKI	#DIV/0!	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
DAVEK NA DOBIČEK	#DIV/0!	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,6	0,7	0,8
ČISTI DOBIČEK	#DIV/0!	#DIV/0!	-12,0	-5,3	-3,6	-2,3	0,1	0,8	0,8	1,5	2,1	2,3	-1,9	2,5	2,3	2,7	3,0



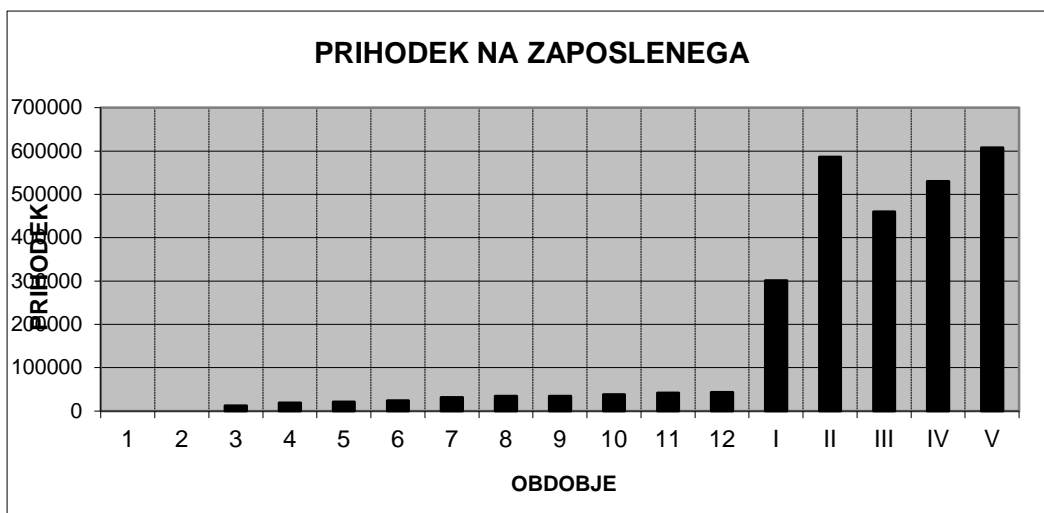
>> se nadaljuje <<

>> nadaljevanje <<

POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA V OBDOBJU																		
		Mesec												Leto				
OBDOBJE: -1		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA		8758	6273	4889	4900	4946	4725	5205	6266	6878	7596	8610	9715	10378	19509	20941	35047	52462



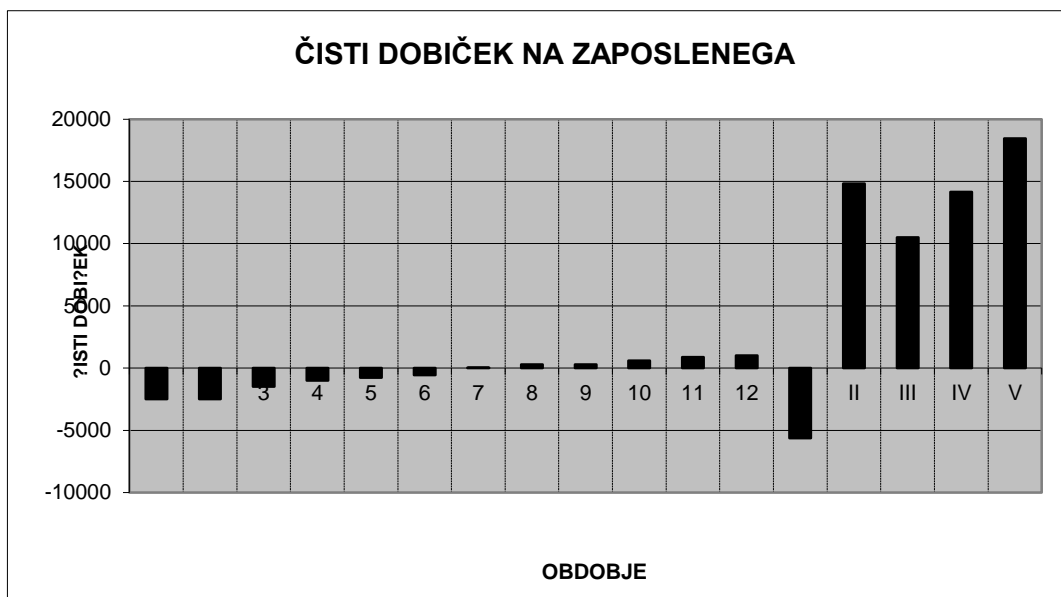
PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA																		
		Mesec												Leto				
OBDOBJE: -1		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA		0	0	12255	18695	21445	24165	31480	34700	34700	38560	41720	43330	301050	586300	460075	530150	607975



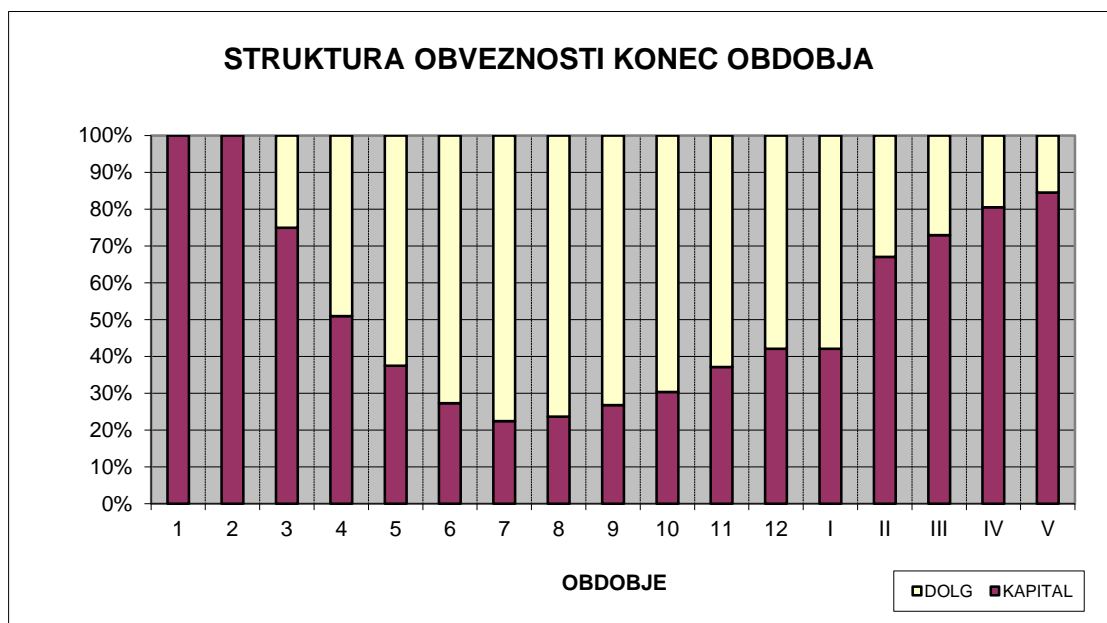
>> se nadaljuje <<

>> nadaljevanje <<

ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA																		
OBDOBJE:	Mesec												Leto					
	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA		-2485	-2485	-1475	-983	-763	-553	43	289	289	596	882	1005	-5636	14818	10502	14154	18458



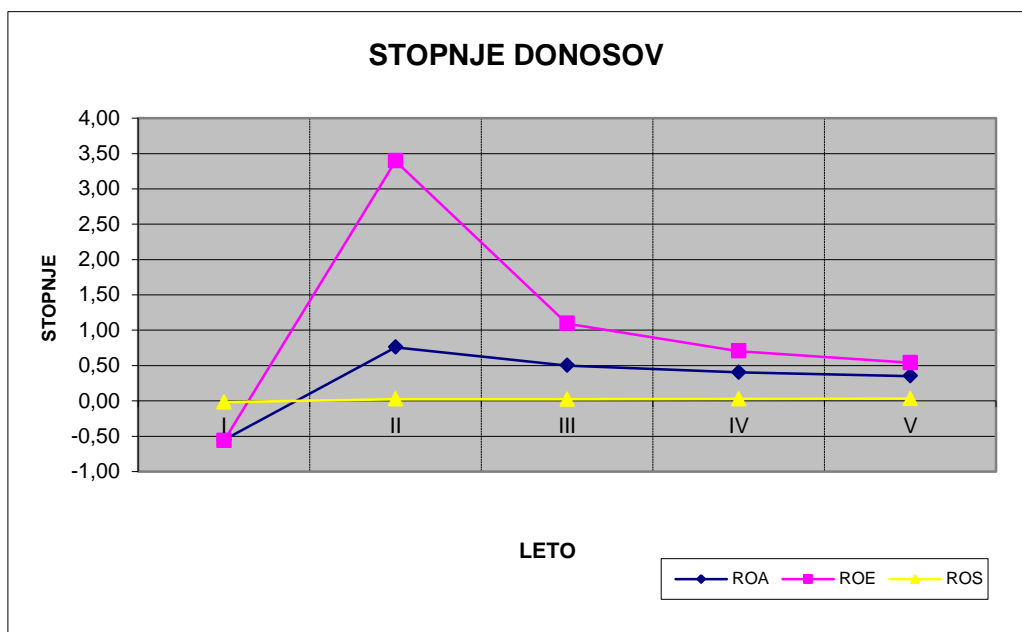
STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA (V %)																		
OBDOBJE:	Mesec												Leto					
	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
CELOTNE OBVEZNOSTI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
KAPITAL		100,0	100,0	74,9	50,9	37,4	27,3	22,4	23,6	26,8	30,3	37,1	42,0	42,0	67,0	72,9	80,5	84,5
DOLG		0,0	0,0	25,1	49,1	62,6	72,7	77,6	76,4	73,2	69,7	62,9	58,0	58,0	33,0	27,1	19,5	15,5



>> se nadaljuje <

>> nadaljevanje <<

STOPNJE DONOSOV																		
OBDOBJE:	Mesec												Leto					
	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
ROA (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNA SREDSTVA)	ROA	-3,40	-4,75	-3,62	-2,41	-1,85	-1,40	0,10	0,55	0,50	0,94	1,23	1,24	-0,55	0,76	0,50	0,40	0,35
ROE (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNI KAPITAL)	ROE	-3,40	-4,75	-4,12	-3,85	-4,18	-4,32	0,41	2,40	2,00	3,29	3,63	3,12	-0,56	3,40	1,09	0,70	0,54
RETURN ON SALES (ČISTI DOBIČEK / PRIHODEK)	ROS	#DIV/0!	#DIV/0!	-0,12	-0,05	-0,04	-0,02	0,00	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	-0,02	0,03	0,02	0,03	0,03

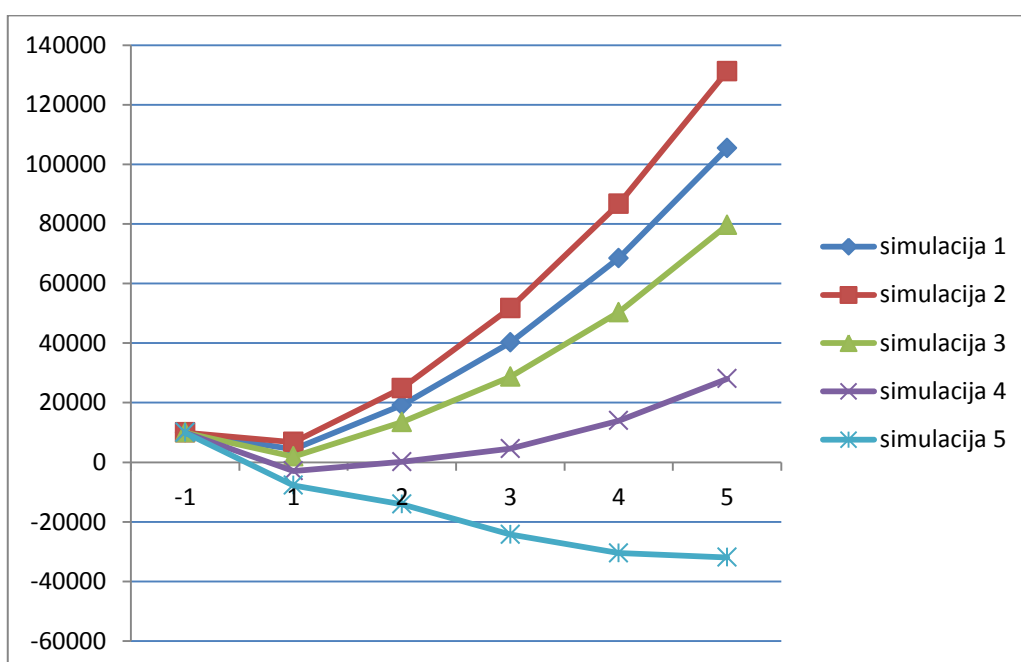


INTERNA STOPNJA DONOSA (IZ PODATKOV PO LETIH)		0	I	II	III	IV	V
INTERNA STOPNJA DONOSA	60,2%	-10000	0	0	0	0	105408

Simulacije:

Tabela 11: Prikaz kazalnikov za simulacije

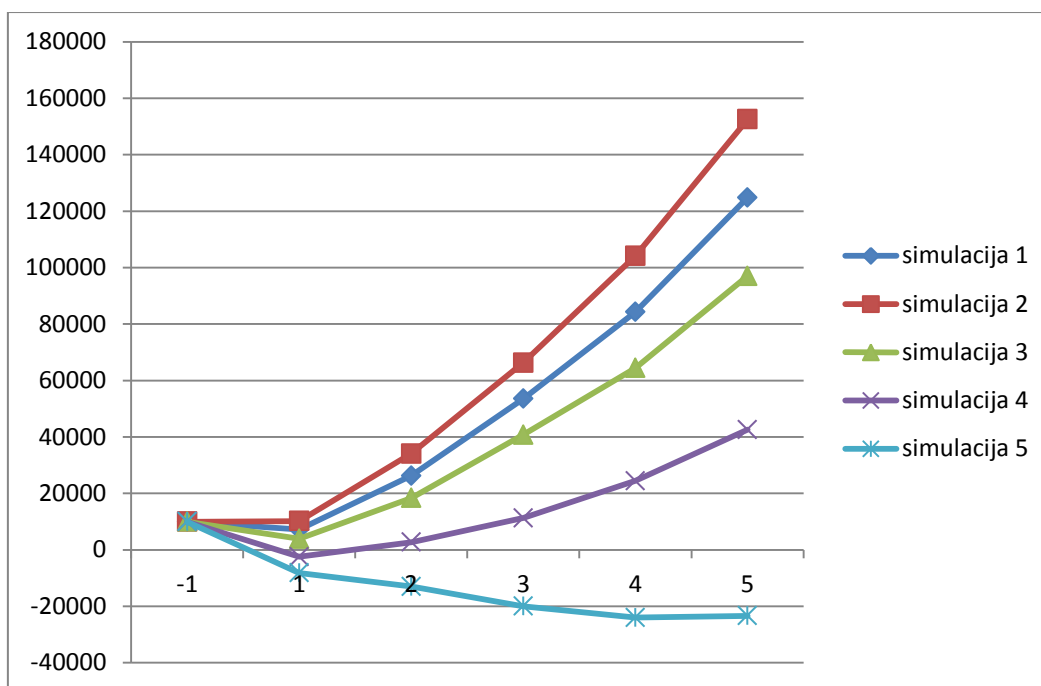
Gibanje vrednosti kapitala		-1	1	2	3	4	5
Simulacija 1		10.000	4.364	19.182	40.186	68.493	105.408
Simulacija 2		10.000	6.782	24.871	51.704	86.667	131.195
Simulacija 3		10.000	1.946	13.494	28.667	50.318	79.621
Simulacija 4		10.000	-2.890	145	4.538	13.970	28.046
Simulacija 5		10.000	-7.726	-14.077	-24.258	-30.474	-31.910



>> se nadaljuje <<

>> nadaljevanje <<

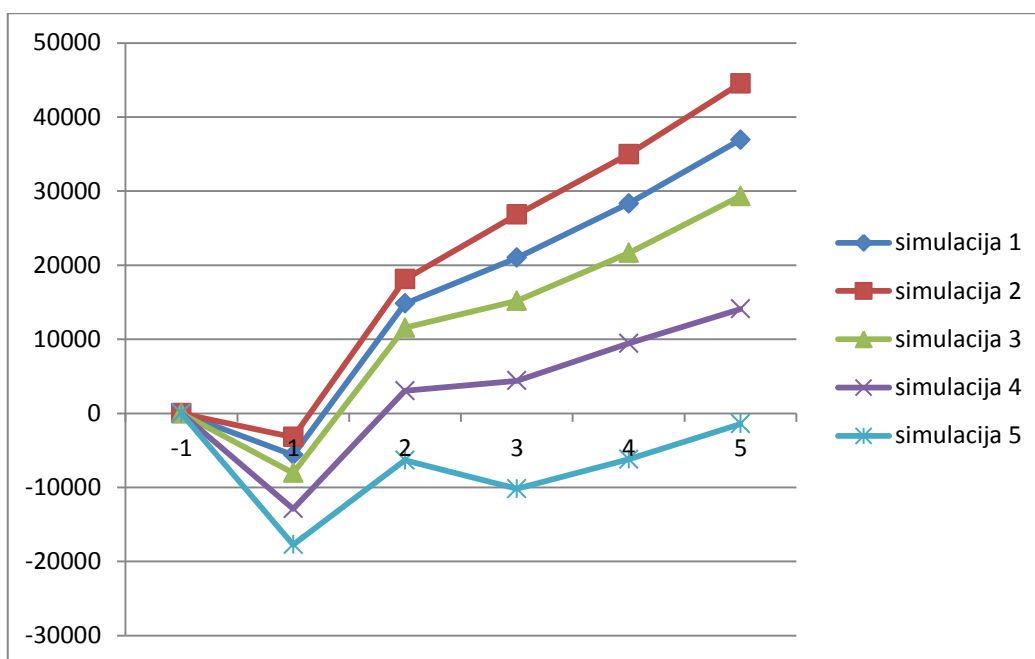
Gibanje vrednosti denarja						
Obdobje	-1	1	2	3	4	5
Simulacija 1	10.000	7.178	26.239	53.526	84.260	124.789
Simulacija 2	10.000	10.193	34.085	66.297	104.134	152.557
Simulacija 3	10.000	3.888	18.394	40.756	64.387	97.021
Simulacija 4	10.000	-2.464	2.703	11273	24426	42.578
Simulacija 5	10.000	-8.172	-12.988	-19.957	-23.995	-23.387



>> se nadaljuje <<

>> nadaljevanje <<

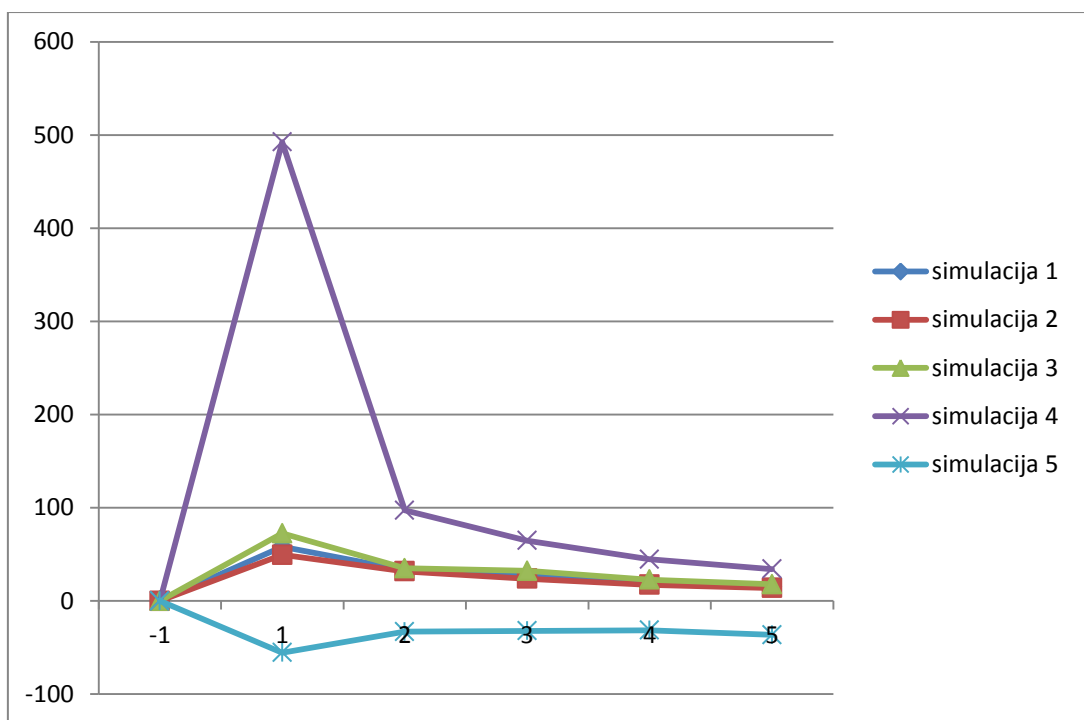
Gibanje vrednosti dobička		-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	-5.636	14.818	21.003	28.307	36.915	36.915
simulacija 2	0	-3.218	18.089	26.833	34.963	44.528	44.528
simulacija 3	0	-8.054	11.548	15.174	21.651	29.302	29.302
simulacija 4	0	-12.890	3.035	4.393	9.432	14.077	14.077
simulacija 5	0	-17.726	-6.351	-10.181	-6.216	-1.436	-1.436



>> se nadaljuje <<

>> nadaljevanje <<

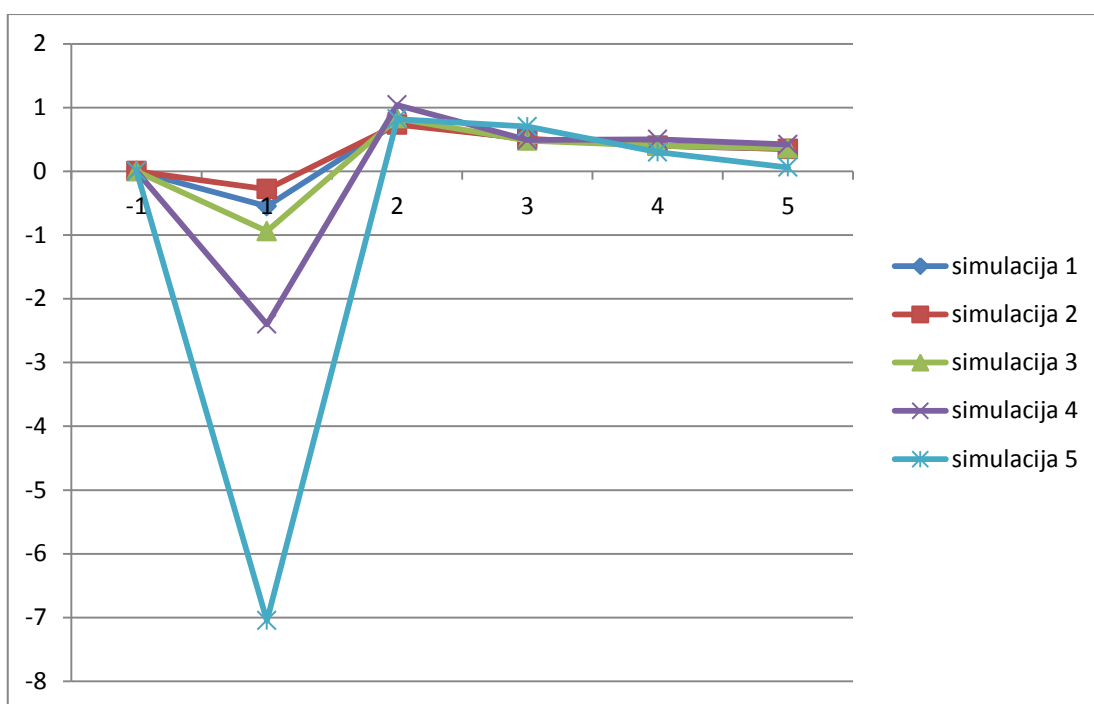
Stopnja zadolženosti						
Obdobje	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	58,0	33,0	27,1	19,5	15,5
simulacija 2	0	49,4	31,8	23,8	17,4	14,0
simulacija 3	0	72,5	35,1	32,3	22,8	17,9
simulacija 4	0	492,4	97,2	64,7	44,6	34,1
simulacija 5	0	-55,4	-33,0	-32,1	-31,4	-36,4



>> se nadaljuje <<

>> nadaljevanje <<

Gibanje ROA						
Obdobje	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	-0,55	0,76	0,50	0,40	0,35
simulacija 2	0	-0,28	0,73	0,51	0,40	0,35
simulacija 3	0	-0,94	0,83	0,48	0,40	0,36
simulacija 4	0	-2,40	1,04	0,49	0,50	0,42
simulacija 5	0	-7,05	0,82	0,70	0,30	0,06



>> se nadaljuje <<

>> nadaljevanje <<

**Gibanje
ROE**

Obdobje	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	-0,56	3,40	1,09	0,70	0,54
simulacija 2	0	0,32	2,67	1,08	0,68	0,51
simulacija 3	0	-0,81	5,93	1,12	0,76	0,58
simulacija 4	0	-1,29	1,05	30,30	2,08	1,01
simulacija 5	0	-1,77	0,82	0,72	0,26	0,05

