

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

DOMEN GLUHAR



UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO  
**POSLOVNI NAČRT A-DROP D.O.O.**

Ljubljana, april 2012

DOMEN GLUHAR

## **IZJAVA O AVTORSTVU**

Spodaj podpisani Domen Gluhar, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor zaključne diplomskega dela z naslovom Poslovni načrt A-Drop 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 diplomskega dela 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
  - poskrbel(-a), da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v diplomskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
  - 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;
- 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 A-DROP D.O.O.....	1
1.1 „ELEVATOR PITCH“.....	1
1.2 Kratak opis poslovne priložnosti.....	2
1.3 Konkurenčna prednost in strategija.....	2
1.4 Ciljni trgi in tržni segmenti .....	2
1.5 Ekonomika in dobičkonosnost .....	2
1.6 Vodstvena skupina in kadri .....	2
2 OPIS PODJETJA .....	3
2.1 Proizvodi oziroma storitve podjetja .....	3
2.2 Poslovni model podjetja .....	3
2.3 Ime podjetja in blagovne znamke.....	4
3 ANALIZA TRGA .....	4
3.1 Opredelitev potrebe, zaznane v tržni priložnosti.....	4
3.2 Kupci .....	5
3.3 Konkurenca .....	5
3.3.1 Ožja konkurenca.....	5
3.3.2 Širša konkurenca .....	7
3.4 Obseg trga in trendi .....	8
4 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI .....	8
4.1 Utemeljitev priložnosti.....	8
4.2 Utemeljitev konkurenčne prednosti .....	9
4.3 Velikost tržnega deleža .....	9
5 NAČRT TRŽENJA .....	9
5.1 Izdelki in storitve (s poudarkom na trženjskemu delu).....	9
5.2 Cenovna strategija .....	10

5.3 Tržne poti .....	10
5.4 Trženjsko komuniciranje.....	11
5.5 Trženje storitev – trije p-ji (People, process, physical evidence).....	11
6 NAČRT PROIZVODNEGA ALI STORITVENEGA PROCESA .....	11
6.1 Ključni faktorji poslovnega procesa.....	11
6.2 Izvedbeni proces.....	13
6.3 Kosovnica.....	13
6.4 Potrebe po zaposlenih in delovni čas.....	14
6.5 Zunanji sodelavci in zunaj najeta podjetja .....	14
6.6 Pravna vprašanja in potrebna dovoljenja .....	14
6.7 Ključne tehnologije .....	14
7 DOLGOROČNA STRATEGIJA PODJETJA .....	14
7.1 Vizija podjetja .....	14
7.2 Poslanstvo podjetja.....	15
7.3 Opredelitev merljivih ciljev za prvih 5 let poslovanja .....	15
7.4 Identificiranje priložnosti za rast podjetja (v okviru prvih 10 let poslovanja) .....	15
8 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI .....	16
8.1 Vodstvo podjetja .....	16
8.2 Ključni kadri.....	16
8.3 Politika zaposlovanja in nagrajevanja v podjetju .....	16
8.4 Drugi lastniki in investitorji, njihove pravice in omejitve.....	16
8.5 Organizacijska struktura.....	17
9 SPLOŠNI TERMINSKI PLAN .....	17
9.1 Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu.....	17
9.2 Terminski načrt .....	17
10 FINANČNI NAČRT .....	18
10.1 Prihodki in predpostavke za izračun: cena, količina .....	18

10.2 Variabilni stroški .....	18
10.3 Fiksni stroški .....	19
10.4 Točka preloma.....	19
10.5 Dobiček .....	19
10.6 Opredelitev opreme ter denarja, potrebnega za zagon poslovanja.....	20
10.7 Viri financiranja in deleži v podjetju.....	20
10.8 Analiza donosnosti .....	20
11 ANALIZA OBČUTLJIVOSTI .....	21
11.1 Kritična tveganja in problemi.....	21
11.1.1 Makro raven .....	21
11.1.2 Raven podjetja.....	22
11.2 Občutljivost dobička s spreminjanjem ključnega ali reprezentativnega proizvoda (simulacije).....	22
SKLEP.....	23
LITERATURA IN VIRI .....	24

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Kosovnica vodne zavese .....	13
Tabela 2: Dobiček podjetja A-DROP d.o.o. za petletno obdobje na dnevni, mesečni in letni ravni.....	20
Tabela 3: ROE in ROA podjetja A-Drop d.o.o. ....	21
Tabela 4: ROE najbližjih konkurentov v obdobju 2006 - 2010 .....	21





## UVOD

Že med samim študijem na Ekonomski fakulteti je bila moja želja izdelati poslovni načrt za lastno podjetje, ki bi ga bilo nato možno realizirati. Idealna priložnost se mi je ponudila, ko mi je znanec iz Fakultete za računalništvo v Ljubljani pripovedoval, kako sam razvija vodno zaveso. V tem izdelku sem zaznal tržni potencial, zato sem se po daljšem posvetovanju z njim odločil, da naredim poslovni načrt za diplomsko delo pod mentorstvom mag. Roka Stritarja, ki ga bo v prihodnosti možno tudi koristiti.

Diplomsko delo se odvija okoli problema ustanovitve podjetja A-Drop d.o.o. in ali se splača izkoristiti podjetniško priložnost tudi v praksi. Celotno delo temelji na poslovnem načrtu, s katerim si bom lažje predstavljal, kako od ideje preiti k uresničitvi. Omogoča mi tudi boljše razumevanje trga in prav tako tudi za pridobivanje finančnih sredstev od bank in potencialnih investitorjev.

Ker gre za inovativen izdelek, nisem natančno vedel, kakšen je potencial samega izdelka, zato je bil izdelava poslovnega načrta edina logična rešitev. Kot osnovo za njegovo izdelavo sem uporabil veljavno predlogo za izdelavo poslovnega načrta, ki že od samega začetka omogoča razvoj poslovnega modela, segmentacijo kupcev in pregled konkurence. Piscu in končno tudi bralcu poda boljšo predstavbo, kako celoten proces poteka, kakšna bo delitev deležev v podjetju in potrebe po zaposlenih. Velik del poslovnega načrta sloni na trženju samega izdelka oziroma kako se bo podjetje predstavljalo na trgu in doseglo željen tržni delež. Popolno sliko rentabilnosti ideje je možno zaznati v finančnih projekcijah, ki odločajo o celotnem končnem izidu poslovnega načrta. Skupni rezultat in cilj vsega poslovnega načrta je, da vsakemu, ki bi bil zainteresiran za sodelovanje s podjetjem A-Drop, poda čisto sliko o celotnem delovanju podjetja.

Za pridobivanje čim bolj točnih informacij se bom posluževal predvsem sekundarnih virov informacij kot so internetne strani že obstoječih podjetij, ki se ukvarjajo s tovrstno aktivnostjo na trgu in finančnih internetnih baz. Za spoznavanje povpraševanja in potenciala izdelka pa se bom posluževal primarnih virov, predvsem telefonskih intervjujev.

## 1 POVZETEK POSLOVNEGA NAČRTA A-DROP D.O.O.

### 1.1 „ELEVATOR PITCH“

Podjetje A-Drop d.o.o. se ukvarja s storitveno dejavnostjo, pri kateri je osnovni izdelek vodna zavesa, ta s pomočjo računalniškega programa omogoča oblikovanje vode v črke, slike in kakršnekoli dvodimenzionalne oblike. Izdelek je inovativen in pritegne pozornost do te meje, da si opazovalci v množici podanih informacij sporočilo resnično zapomnijo. Uporablja se za lansiranje novih izdelkov, za izboljševanje podobe podjetja, za podajanje informacij, pritegovanje pozornosti ali le kot vizualni dodatek v ozadju. Realni potencial našega podjetja je generiranje slabih 10.000 € čistega dobička že v prvem letu, ki bi do petega leta narasel na 21.600 €, prodaja pa bi v tem obdobju narasla za 91,6 %.

## **1.2 KRATEK OPIS POSLOVNE PRILOŽNOSTI**

Poslovno priložnost smo zaznali na podlagi pomanjkanja novosti na področju trženja na slovenskem trgu. Po izdelavi prototipa in po raziskavi trga v tujini, kjer se izdelek že trži, smo spoznali, da ima tovrsten izdelek velik potencial in pomaga podjetjem k izboljšanju lastne podobe. Izdelek je tako uspešen, da ga za predstavitve na sejnih uporablja ameriški avtomobilski proizvajalec JEEP, za lansiranje novih modelov pa tudi BMW.

## **1.3 KONKURENČNA PREDNOST IN STRATEGIJA**

Konkurenčna prednost je v inovativnosti izdelka. Na slovenskem trgu se, večinoma za vizualne efekte, uporablja projektorje in velike LED zaslone. S takim produktom bomo trgu dodali neko svežino in strankam ponudil celotno storitev, ki se začne pri prvem svetovanju in možnostih, do izdelave, dostave, montaže in odvoza s kraja dogodka. Konkurenčno prednost bomo v prihodnosti obdržali z izpopolnjevanjem izdelka, različnimi oblikami, interaktivnim upravljanjem, itd.

## **1.4 CILJNI TRGI IN TRŽNI SEGMENTI**

V prvih letih poslovanja se bomo osredotočili le na slovenski trg in na oddajanje našega izdelka v najem. Targetirane stranke so podjetja, ki se ukvarjajo z organizacijo dogodkov in koncertov ter večja podjetja, ki bi našo storitev uporabljala le za enkratne dogodke (akcije, tržne kampanije,...).

Kasneje pa bi se osredotočili tudi na tuje trge srednje in jugovzhodne Evrope, kamor bi naš izdelek prodajali po naročilu.

## **1.5 EKONOMIKA IN DOBIČKONOSNOST**

Za zagon podjetja potrebujemo 36.000 €, od teh je potrebnih 10.000 € za izdelavo vodne zaves, preostali denar pa je potreben za zagon samega poslovanja. V prvem letu načrtujemo slabih 10.000 € dobička, s tem da je vodna zavesa v tem času oddana 96 dni. V tretjem letu se želimo širiti na evropske trge, zato bomo izdelali še eno vodno zaveso, zaposlili tehnika in kupili dodaten kombi. Zaradi tega bomo v tem letu imeli le okoli 2000 € dobička, ki pa bo do konca petega leta narasel že na dobrih 21.000 €.

## **1.6 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI**

Za zagon podjetja sta bistvenega pomena družabnika in ustanovitelja podjetja. Domen Gluhar, ki bi prevzel vodenje podjetja, in Jani Černe, ki je zasnoval sam izdelek. Vodstvo podjetja je sestavljeno iz dveh zagnanih študentov, ki izhajata iz dveh različnih področij. Jani Černe, ki je uspešno zaključil študij na Fakulteti za računalništvo v Ljubljani, je sam izdelal prototip izdelka in ima izvrstno znanje, ki ga hoče postaviti v prakso. Drugi član je bodoči diplomant Ekonomske fakulteta in ima neizmerno željo po uspehu in se želi podati v podjetniške vode. Z odprtjem podjetja bi oba člana ekipe izpolnila svoje dolgoletne želje, si nadgradila znanje in iz teorije prešla v prakso.

## **2 OPIS PODJETJA**

### **2.1 PROIZVODI OZIROMA STORITVE PODJETJA**

Naše podjetje se ukvarja z izdelavo in izposojanjem izdelka, ki se uporablja za pospeševanje prodaje, za marketing, za vsesplošno izboljšanje strankinega ugleda in pritegovanje pozornosti na izdelek oziroma podjetje.

Izdelek je vodna zavesa, končni rezultat le-tega bi bil primerljiv z računalniškim tiskalnikom. Vodna zavesa je zmožna prikazovati črke, znake, dvobitne slike in različne vzorce. Z računalniškim programom izberemo vrsto izpisa, rezultat pa je izpis na vodni zavesi. V praksi bi izgledalo, kot bi risali na vodni slap.

Izdelek je sestavljen iz glavnega vodila s šobami, ki se odpirajo in zapirajo v določenem zaporedju, ki ga poda programska oprema za formiranje poljubnega vodnega vzorca. Vodilo je vpeto na določeno višino na steno, viseče iz stropa ali pa je pritrjeno na nosilo. Višino določimo glede na dolžino vodila in zahtevnost projiciranega vzorca. Voda kroži s pomočjo črpalke, ki padajočo vodo iz spodnjega zbiralnika prenese v zgornji rezervoar, ta nato spusti vodo nazaj v vodilo in cikel se ponovi. Za boljši vizualni efekt vsak padec oblikovane vode spremlja barvna osvetljava.

### **2.2 POSLOVNI MODEL PODJETJA**

Podjetje bo svoj izdelek dajalo na slovenskem trgu izključno v najem za različne prireditve, sejme, koncerte, predstavitve novih izdelkov in predvsem za sejemske potrebe posameznega podjetja. To pa pomeni, da bomo stranki za določen dogodek pripravili izdelek po poljubni velikosti, pripravili programske opreme (t.j. kakšne oblike oz. napise bo vodna zavesa prikazovala), izdelek pripeljali na kraj dogodka, postavili, nadzorovali delovanje in po koncu dogodka izdelek pospravili in odpeljali. Šele ko bo naš izdelek dovolj izpopolnjen, ga bomo na našem trgu tudi prodajali.

Naša ideja je takšna, da se bo izdelek prodajal kot paketna storitev. Kupcu bomo tudi oblikovno svetovali, tako da bo končni rezultat za vsako stranko poseben.

V evropskem in svetovnem merilu pa se bomo ukvarjali le z direktno prodajo končnim kupcem, vendar šele čez nekaj let, ko bo izdelek izpopolnjen do te mere, da bo lahko avtonomno deloval daljše časovno obdobje. Pri tem bo v pogodbi klavzula, ki izrecno narekuje uporabljanje izdelka le za lastno uporabo. Izdelek bomo izdelali po željah naročnika in ga dostavili. V tem primeru bo dodana programska oprema za programiranje sistema po lastnih željah.

Z našim izdelkom bodo naše stranke dosegle vizualni efekt, ki na našem trgu še nikoli ni bil predstavljen, in je tudi v svetovnem merilu prava redkost.

Naše stranke oziroma naročniki bodo predvsem podjetja, ki bodo hoteli na določenem dogodku pritegniti pozornost.

## **2.3 IME PODJETJA IN BLAGOVNE ZNAMKE**

Podjetje se bo imenovalo A-Drop d.o.o.

Beseda izvira iz angleškega jezika *a drop*, kar pomeni v slovenskem jeziku kapljica.

Ime je zasnovano tako, da ima nov in svež prizvok, saj imajo vsa podjetja, ki se ukvarjajo z vodnimi napravami, v imenu besedo *aqua*, kar v italijanskem jeziku pomeni voda.

Kljub temu je iz imena podjetje še vedno jasno razvidno, da se naše ime ukvarja z vodnimi storitvami. Namen imena je, da A ponazarja neko odličnost, saj v kateremkoli jeziku pomeni črka A nekaj, kar je na prvem mestu oziroma, da je dobro. Hkrati pa je tudi veznik, ki da boljši prizvok celotnemu imenu in nam je s tem tudi uspelo besedico *aqua* skriti pod eno črko. V Prilogi 1 je dodan tudi logotip podjetja.

## **3 ANALIZA TRGA**

### **3.1 OPREDELITEV POTREBE, ZAZNANE V TRŽNI PRILOŽNOSTI**

Izdelek se bo uporabljal za predstavitve novih izdelkov, predstavitev blagovne znamke, konference, sejme in različne dogodke, ki bodo organizirani s strani podjetja. Glavna naloga našega izdelka je postaviti v ospredje sporočilo in pritegniti pozornost. S tem se bo podjetje približalo večjemu številu potencialnih kupcev, povečalo svoj ugled in promet s prodajo izpostavljenega sporočila.

Vodni zavesa bo uporabljena tudi za socialne dogodke, kot so koncerti, zabave, prireditve, poroke in obletnice, kjer ni pomembno sporočilo, pomemben je le vizualni efekt in navdušenje obiskovalcev.

Naš izdelek rešuje problem podjetij, ki iščejo, kako na trgu, ki je preplavljeno z oglaševanjem, pritegniti pozornost potencialnih strank nase na nov, inovativen način s tem, da si tudi zapomnijo podano sporočilo. Hočemo doseči učinek sporočila, ki stranki »govori«.

Uporablja se za:

- predstavitev dejavnosti, izdelkov,
- storitev in lansiranje ponudbe,
- otvoritvene slovesnosti, obletnice,
- tiskovne konference,
- sejmski nastopi,
- akcije pospeševanja prodaje,
- podpore osebni prodaji,
- podpore kulturnim in športnim dogodkom,
- izobraževanja, seminarji, kongresi ...

## 3.2 KUPCI

Kupci so razdeljeni v dve skupine:

1. Majhna in srednje velika podjetja, ki se ukvarjajo z organizacijo prireditev:
  - Za pravne osebe (predstavitve izdelkov, lansiranje proizvodov, kongresi, krepitev blagovne znamke, sejmi ...)
  - Za fizične osebe (poroke, obletnice ...).
2. Majhna, srednje velika in velika podjetja, ki potrebujejo naše storitve za določen dogodek, ki je pod lastno organizacijo podjetja (sejmi, konference, promocije)

Naši glavni segment prodaje bodo podjetja pod prvo točko. To so podjetja, ki se neposredno ukvarjajo z organiziranjem raznih prireditev in dogodkov. Na našem trgu jih je kar nekaj, zato nam bo povezava z njimi omogočila pokriti velik obseg povpraševanja, ne da bi morali mi sami neposredno ponujati našo storitev vsaki stranki posebej. S poslovanjem preko njih bo naše podjetje dosegalo konstanten denarni tok, ki bo našemu podjetju pripomogel k začetni uveljavitvi, rasti in izpopolnjevanju izdelka do te meje, da bo primeren za prodajo.

Naš drugi segment kupcev pa so velika in srednje velika podjetja, kot so banke, nakupovalna središča, igralnice in hoteli. Njim bomo naš izdelek ponudili neposredno in jim bo na voljo dlje časa. To časovno obdobje bo določeno z dolžino njihove promocijske kampanje. V mislih imamo podjetja, kot so BTC, Atlantis, HIT d.d. in druge, ki bi namesto LED televizij in projektorjev uporabljali naš izdelek za podajanje informacij in pritegnitev obiskovalcev.

V nasprotju z njimi se bo podjetjem pod prvo točko, opravilo storitev le za krajše časovno obdobje dogodka (od 1 do 5 dni).

Potencialni kupci so podrobneje opisani v Prilogi 2.

## 3.3 KONKURENCA

Naši glavni konkurenti, ki trenutno zadovoljujejo potrebo na trgu, so podjetja, ki se ukvarjajo z oddajo proizvodov za pospeševanje prodaje, opremo za prezentacijo in opremo z vizualnimi efekti v najem. To so izdelki kot so: LED zasloni, LED panoji, interaktivni projektorji, panoramski projektorji, navadni projektorji in projekcijska platna.

V nadaljevanju bomo podjetja, ki jih smatramo za največje neposredne konkurente, podrobneje predstavili. V prilonkah so dodane tudi bilance poslovanja glavnih konkurentov od leta 2006 do 2010. Bilance stanja glavnih konkurentov so dodane v Prilogi 3.

V Poglavju 10.8 smo primerjali tudi ROA in ROE naših glavnih konkurentov s podatki finančnih projekcij podjetja A-Drop d.o.o.

### 3.3.1 Ožja konkurenca

#### -AQUATIQUE SHOW INTERNATIONAL

Je francosko podjetje iz Strasbourga, ki se ukvarja z enako aktivnostjo kot naše podjetje in so zato naši najbližji konkurenti. Za sabo imajo že več kot 30 let izkušenj, zato je njihov proizvod zelo izpopolnjen. Poleg vsega imajo svoje pisarne razpršene po celem svetu in imajo

tako rekoč monopol na trgu. Ukvarjajo se z oddajanjem in prodajo vodnih zaves, vodnih zaslonov, vodnih teatrov in plesočih vodomotov. (Aquatique Show International – home, 2012)

Žal njihovih finančnih podatkov nismo uspeli pridobiti, smo pa uspeli dobiti odgovor na povpraševanje za njihovo vodno zaveso. Cena za tridnevni najem 6 metrov dolge vodne zavese, stane približno 20.000 €, kar pomeni, da lahko z našo ponudbo več kot konkuriramo.

-LUKVEL d.o.o.

Podjetje LUKVEL d.o.o. je bilo v Sloveniji ustanovljeno leta 2002. Cilj podjetja je ponuditi uporabnikom opremo za prezentacijo. Sčasoma je podjetje razširilo svojo dejavnost na distribucijo prezentacijske opreme. Podjetje LUKVEL je podpisalo distribucijsko pogodbo s podjetji Hitachi Europe Limited, Sanyo Fisher Sales ( Europe ) GmbH, ter Mitsubishi electric Europe B.V. o distribuciji njihovih proizvodov v Sloveniji, Hrvaški in Srbiji. Tako ima Lukvel odprto predstavništvo v Ljubljani, v Zagrebu in v Beogradu. Zaradi potreb in celovitosti njihove ponudbe so v njihovi distribucijski program uvedli še dodatne proizvode. Tako distribuirajo še Vivitek, Comm-Tec, SMS, Edbak, Kramer in AV Stumpfel.

Proizvodi v njihovi ponudbi v najem so: SKYVIEW, profesionalni projektorji, profesionalna platna za projekcijo, plazma in LCD zasloni, samostoječa stojala za plazma zaslone, DVD kamere, panoramska projekcija, interaktivna projekcija, interaktivni projekti za oglasne namene, sestavljena slika iz plazma zaslonov. (Lukvel d.o.o. – o podjetju, 2012)

Čisti prihodki podjetja Lukvel so l. 2006 znašali 1.030.000 €, vendar so se do l. 2010 zmanjšali na približno 500.000 €. Povprečen padec prihodkov med letoma 2006 in 2010 je bil 26 % letno. Iz tega lahko sklepam, da je takšen padec prihodkov nastal zaradi gospodarske krize, ki je prizadel tudi ta sektor. Poslovni izid je stalno rahlo pozitiven in ni neposredno povezan s prihodki. Dodana vrednost na zaposlenega je l. 2010 znašala 37.000€, kar je v primerjavi z našim podjetjem visoka vrednost, saj načrtovana dodana vrednost podjetja A-Drop v prvem letu znaša že dobrih 4000 €.

Podjetje je v letu 2010 razpolagalo s sredstvi v višini 367.000 € (Bilance Lukvel d.o.o., 2012). Lastnika podjetja sta: Silvije Lukić in Zdenko Padjen.

-MAK-66 d.o.o.

Agencija MAK-66 je specializirana agencija za trženje športnih prireditev. Agencija je razvila svojo dejavnost preko vrtljivih ROLLTEC ŠPORT PANOJEV, ki so postavljeni na vseh večjih športnih dogodkih po Sloveniji.

Ponujajo najem velikih LED zaslonov (dimenzije od 10 m<sup>2</sup> do 100 m<sup>2</sup>), izdelavo vseh vrst reklamnih panojev, zakup oglasnega prostora in najem fiksnih reklamnih panojev.

Lastnik podjetja je Matjaž Žmuc. (MAK-66 d.o.o., 2012)

Podjetje Mak-66 je imel stabilno rast čistih prihodkov, saj so od l. 2006 do l. 2007 narasli za skoraj 50 % na dobrih 600.000 €, vendar so do l. 2010 nekoliko upadli in se ustavili pri slabih pol milijona evrov. V obdobju med l. 2006 in 2010 je bil povprečen padec prihodkov le za 2,4 % letno, medtem ko je poslovni izid drastično padel l. 2008 napram predhodnemu letu iz skoraj 250.000 € na izgubo v višini 120.000 €. Iz tega lahko sklepamo, da je bil razlog za takšen padec močan vpliv gospodarske krize v tem sektorju v tem letu in slabih poslovnih

odločitvah podjetja. V kasnejših letih pa je poslovni izid vedno pozitiven. Dodana vrednost na zaposlenega je visoka in sorazmerno stabilna ter je v l. 2010 znašala dobrih 63.000 €. Podjetje Mak-66 d.o.o. je v po zadnjih podatkih v letu 2010 razpolagalo z 1.000.000 € sredstev (Bilance MAK-66 d.o.o., 2012).

-AGENCIJA PROMO d.o.o.

Agencija PROMO, ustanovljena leta 1990, je v okviru trženjskih aktivnosti posebej specializirana za organizacijo in izvedbo promocij in prezentacij ter za organizacijsko in tehnično podporo vsakovrstnim prireditvam in vsem oblikam srečanj, namenjenih znanim ciljnim skupinam, torej vabljenim gostom.

Ponujajo najem avdio-video opreme. Njihova ponudba zajema najem projektorjev, projekcijskih platen, plazma zaslonov, video opreme, ozvočenje, tonsko opremo, sinhronizacijo, fotografske storitve.

Glavna ponudba, ki nam predstavlja konkurenco, je najem videostene, laserske projekcije ter mobilni LED zaslon. (Agencija Promo d.o.o., 2012)

Poslovni izid podjetja Agencija Promo d.o.o. je, kljub visokim čistim prihodkom, ki so se gibali med 300.000 € in 500.000 €, zelo majhen in je od l. 2006 do l. 2010 v konstantnem padajočem trendu, saj je znašal na začetku proučevanega obdobja okoli 16.000 € in je do l. 2010 padel na le 1.600 €. Dodana vrednost na zaposlenega je vedno rahlo pozitivna in v l. 2010 znašala dobrih 16.000 €.

V letu 2010 so sredstva podjetja znašala dobrih 69.000 €, kar je 38,5 % manj kot v letu 2009 (Bilance Agencija Promo d.o.o., 2012).

Lastnik podjetja je Marko Križnik.

### 3.3.2 Širša konkurenca

-PRISTOP d.o.o.

Pristop na enem mestu združuje znanja s področij strateškega poslovnega svetovanja, trženjskega, korporativnega in digitalnega upravljanja komunikacij, upravljanja in organiziranja dogodkov, medijskega načrtovanja in zakupa ter spremljanja in analiz medijskih vsebin. (Pristop d.o.o. – o nas, 2012)

Čisti prihodki od prodaje so konstantno pozitivni, vendar je skozi obdobje povprečen padec prihodkov 7,5 % letno. Kljub sorazmernemu padcu prihodkov se je drastično zmanjšal poslovni izid iz poslovanja, in to za 77 % v celotnem obdobju, kar nakazuje na povečanje odhodkov v primerjavi s prihodki v tem podjetju. Kljub padcu poslovnega izida je bil le-ta skozi celotno obdobje pozitiven in je v l. 2006 znašal 1.400.000 €, vendar je v l. 2010 znašal le še 56.000 € (Finančni podatki Pristop d.o.o., 2012).

-DI.TISK d.o.o.

Podjetje je specializirano za digitalni tisk, zunanje in notranje oglaševanje ter organizacijo marketinških projektov. Izdelujejo vse vrste grafik, med drugim tudi za sejemske in druge poslovne dogodke, zato smo jih zaznali kot našo širšo konkurenco. (DI.TISK d.o.o. – predstavitev, 2012)

Čisti prihodki od prodaje so v tem podjetju vedno pozitivni in konstantni ter se gibljejo vedno okoli 500.000 €. Presenetljivo je, da so edino proučevano podjetje, katerim so se prihodki od prodaje v l. 2008 povečali iz 430.000 € na 520.000 €, pri čemer lahko sklepamo, da je bilo povpraševanje po njihovih izdelkih visoko. Kljub temu je bil poslovni izid vedno nizek in je l. 2010 podjetje zaključilo z izgubo v višini 5000 €. (Finančni podatki DI.TISK d.o.o., 2012)

Podjetji imata širši in bolj celovit spekter ponudbe trženjskih storitev in ciljata v celoti na velika podjetja. Zato smo ga uvrstili pod širšo konkurenco, saj še vedno spadata v isto tržno področje kot A-Drop.

### **3.4 OBSEG TRGA IN TRENDI**

Po mojih ocenah prihodki najbližjih slovenskih konkurentov v obdobju med l. 2006 in l. 2010 znašajo 8.773.064 € (slabih 9 mio €). Največji konkurent ima 49 % tržni delež izmed vseh ključnih konkurentov, in to je podjetje LUKVEL d.o.o. Kljub temu je na trgu še veliko manjših ponudnikov tovrstnih storitev, kar pomeni, da je trg razvit, vendar ima to podjetje še vedno izredno velik tržni delež.

Za glavne konkurente lahko sklepamo, da so se prihodki in dobički podjetij v obdobju med l. 2006 in 2010 zmanjšali, kar lahko pripišemo učinku gospodarske krize.

Podjetja, ki so glavne stranke storitev v tem segmentu, so v l. 2008, zaradi slabih poslovnih rezultatov začela zmanjševati svoje investicije za promocijo in trženje, ter tako zmanjševati lastne stroške poslovanja. S tem so podjetjem, ki se ukvarjajo z marketinško dejavnostjo, zmanjšali obseg poslovanja.

Pričakujemo, da se bo trend padanja nadaljeval še nekaj let. Ko se bo trg in poslovanje podjetij ustalil, bodo podjetja začela ponovno namenjati veliko pozornost trženju svojih izdelkov in bodo namenila temu področju več sredstev. Predvidevam, da se bo po l. 2014 povpraševanje v trženjskem sektorju povečevalo.

## **4 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI**

### **4.1 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI**

Priložnost našega izdelka vidimo v vedno večji želji izstopanja podjetja na trgu, razpoznavnosti, vedno večji konkurenci, velikemu številu oglasov, ki nase ne pritegnejo pozornosti, želja podjetij po izstopanju in inovativnosti v trženjskem sektorju.



## **4.2 UTEMELJITEV KONKURENČNE PREDNOSTI**

Prednosti so:

- inovativnost-smo edini na trgu s takšnim izdelkom,
- ponujamo kompletno storitev (od svetovanja, oblikovanja, dostave, postavitve, nadzora, do odvoza),
- majhnost podjetja, kar pomeni veliko stopnja prilagodljivosti,
- personalizacija storitev,
- možnost uporabe za različne vrste dogodkov.

## **4.3 VELIKOST TRŽNEGA DELEŽA**

Po pogovorih z našimi potencialnimi strankami, smo dobili dovolj realne ocene zmožnosti oddajanja našega izdelka v najem. Podjetja, ki se ukvarjajo z organiziranjem raznih dogodkov in prireditev, so nam zagotovila, da bi naš izdelek lahko vsako podjetje uporabilo za dopolnitev svoje ponudbe od 25 do 30 krat na leto. Zato smo preračunali, da bi naš izdelek lahko oddali v najem, in sicer že v prvem letu povprečno 90 dni letno po ceni 700 € na dan.

Poklicali smo 11 podjetij, ki so v 60 % odgovorila, da je izdelek za njih zanimiv in bi bili pripravljeni na pogajanja v primeru uresničitve ideje. Od ostalega deleža izpraševanih podjetji je 30 % podjetji odgovorilo, da je izdelek za njih predrag, 10 % pa, da v tem izdelku ne vidijo potenciala na našem trgu.

## **5 NAČRT TRŽENJA**

### **5.1 IZDELKI IN STORITVE (S Poudarkom na Trženjskem delu)**

Vodna zavesa je popolnoma nov izdelek na našem trgu, zato v Sloveniji ni nobenega izdelka, ki bi se lahko primerjal z njim. Izdelek je dizajniran tako, da se od celotne strukture vidi le zgornje vodilo s šobami, spodnji zbiralnik vode, v katerega voda pade in to isto vodo nato črpalka ponovno pošlje v zgornje vodilo. Vidi se še železna struktura (ogrodje), na katerem je sistem postavljen. Možna pa je pritrditev vodila direktno na steno, kar pomeni, da sistem ne potrebuje ogrodja.

Sistem bo prenosljiv in to tudi pomeni, da se ga bo dalo sestaviti in razstaviti na manjše dele. Na željo stranke ga bomo lahko pripeljali na katerokoli lokacijo, tam sestavili, priključili na vodni tok in računalnik, ki nadzoruje celotno delovanje vodne zavese.

Za doseganje večjega učinka bodo padec vode (napisa, oblike) spremljali barvni reflektorji, po želji stranke pa bo možna tudi spremljava projektorjev, ki bo na padajoče vodne oblike projiciralo zeleno temo.

Izdelek oziroma našo storitev bomo ponujali po naročilu in bodo vsi dodatni elementi, način postavitve ter vizualni efekti popolnoma po želji stranke.

Izdelek bo ponujen v štirih različicah:

1. Vodna zavesa – osnovna z vidnim ogrodjem in barvnimi reflektorji.
2. Vodna zavesa z ogrodjem, oboje opremljeno z logotipom podjetja (za pravne osebe).
3. Vodna zavesa z ogrodjem, oboje opremljeno z okrasjem-za poroke, obletnice,... (za fizične osebe).
4. Vodna zavesa s projektorjem za zahtevnejše stranke.

## **5.2 CENOVNA STRATEGIJA**

Naš poslovni model temelji na prodajanju našega izdelka kot storitev. To pomeni, da bomo naš izdelek dajali v najem za želeno obdobje.

Osnovna cena, ki bo vključevala programiranje, dostavo, postavitve, nadzorovanje delovanja za kratko časovno obdobje od 1 do 5 dni, bo za 3-metrsko vodilo, z ogrodjem, ter osnovnimi barvnimi reflektorji znaša 700 € na dan.

Za doplačilo bodo različice opisane v prejšnji točki:

- Ogrodje opremljeno z logotipom oz. z okrasjem-doplačilo 100 €/dan.
- Dodatek projektor-doplačilo 150 €/dan.

Večjim podjetjem, ki bodo naš izdelek najela za daljše obdobje, bomo ponudili ceno za celotno obdobje najema in ne po dnevni tarifi. Cena bo postavljena glede na zahtevo stranke, tehnično zahtevnost izvedbe in časovno obdobje.

## **5.3 TRŽNE POTI**

Naši kupci bodo večinoma podjetja, ki se ukvarjajo z organizacijo koncertov, dogodkov, prireditev in porok. Z njimi bomo imeli reden tok prihodkov. Delovali bodo kot posredniki, čeprav bodo ta podjetja direktno naše stranke. Njihova marža bo v takšni višini, za kolikor bodo svoji stranki povečali ceno najema preko njih.

Dodatne kupce bomo pritegnili s sodelovanjem na sejnih ter predstavljanjem našega produkta po posameznih podjetjih. Produkt ima tudi moč samooglaševanja, tako da ko bodo naše stranke uporabljale naš produkt, bo to tudi pritegnilo pozornost naših potencialnih strank.

Ciljamo tudi na pridobivanje novih strank s prenosom od ust do ust. Naše obstoječe stranke bi, ob zadovoljivih rezultatih, naše podjetje priporočile ostalim poslovnim partnerjem, kar bi opazno povečalo povpraševanje po našem izdelku/storitvi.

Največ pa bomo naše stranke pritegnili z osebnim kontaktiranjem in predstavitvami na sedežu podjetja. Z osebno predstavitvijo bomo potencialnim strankam predstavili prednosti in priložnosti, ki jih prinaša uporaba našega izdelka.

Zadnja linija oglaševanja našega izdelka bo na spletni strani, kjer si bodo zainteresirani lahko sami ogledali zmožnosti ter delovanje izdelka z opisom vseh možnosti, ki jih ponuja naš izdelek. Podjetje nam bo na podlagi vsega predstavljenega na tej strani nato poslalo povpraševanje.

## **5.4 TRŽENJSKO KOMUNICIRANJE**

Naše storitve so namenjene podjetjem, tako da se bomo večinoma ukvarjali s trženjem naših storitev na medorganizacijskem trgu (B2B).

Naše tržno komuniciranje bo temeljilo na osebnem pristopu do podjetij. Vsaki potencialni stranki bomo osebno na sedežu podjetja predstavili svoj produkt/storitev in stremeli k dolgoročnem sodelovanju med podjetji.

Za naš proizvod bomo imeli izdelan predstavitveni video, brošure, cenike, možnosti, ki jih ponuja, ter vse prednosti, ki bi jih dosegli z uporabo našega izdelka/storitve. Izdelali bi tudi predstavitveni video, ki bi prikazoval vse lastnosti izdelka. Ker se naša storitev opravlja po naročilu oz. želji stranke, bi se tudi s stranko posvetovali ter ji predlagali najboljše možne rešitve za doseganje optimalnega učinka.

Menimo, da je osebni pristop do vsake stranke ključnega pomena, saj le tako lahko vsaki stranki najbolje predstavimo potencial in dodano vrednost naše storitve za podjetje. Poleg tega pa tudi stremimo k personalizaciji storitev in posvetitvi našega časa vsaki stranki, saj le tako lahko dosežemo zaupanje stranke in bodoče sodelovanje.

V prihodnosti želimo sodelovati na marketinških sejmskih prireditvah, kjer bi vsa podjetja, ki iščejo nove oblike trženja, lahko videla naš produkt v delovanju in vse njegove zmožnosti. Prvi tak sejem je 45. Mednarodni obrtni sejem v Celju, 12. 9. 2012.

## **5.5 TRŽENJE STORITEV – TRIJE P-JI (PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE)**

Poskrbeli bomo, da bodo naše stranke vedno zadovoljne in se bomo držali načela – stranka ima vedno prav. S tem bomo dosegli, da bodo stranke že med celotnim procesom odločanja zadovoljne s potekom in odločitvami. Celoten proces bomo naredili na ključ, kar pomeni, da bomo naredili program, vodni slap pripeljali na kraj dogodka, sestavili, nadzorovali med delovanjem (le med enodnevnim najemom), ter na koncu pospravili in odpeljali. Stranka bo zadolžena le za plačilo. Pri stranki želimo doseči občutek, da nakupuje iz naslanjača.

## **6 NAČRT PROIZVODNEGA ALI STORITVENEGA PROCESA**

### **6.1 KLJUČNI FAKTORJI POSLOVNEGA PROCESA**

Podjetje A-Drop se osredotoča na storitveno dejavnost, katere ključni element je naš inovativen izdelek-vodna zavesa. Izdelek je plod lastnega razvoja, ki ga je ustvaril eden od lastnikov podjetja, ki ima obsežno računalniško in tehnično znanje. Izdelek je že v prototipni fazi, tako da natančno vemo, kako sistem deluje, katere so komponente in cene komponent, vendar bi bil potreben še dodaten razvoj, da bi izdelek lahko lansirali na trg.

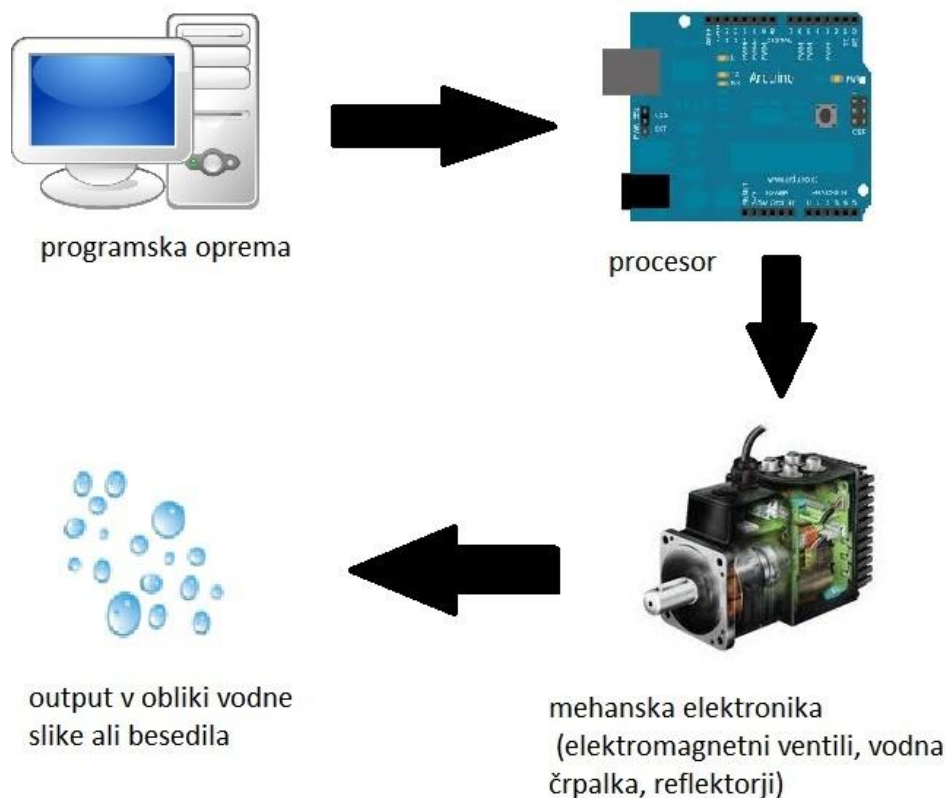
Delovanje vodne zavesa podjetja A-Drop deluje na principu programske opreme, ki narekuje procesorjem kakšno zaporedje odpiranja in zapiranja ventilov, ter mehanskih delov, ki omogočijo končni rezultat v obliki vodnih oblik.

Za boljše razumevanje bomo celoten proces natančno opisali:

1. Razvijanje programske opreme (ang. *software*, v nadaljevanju SW).
2. SW je uporabniški vmesnik, ki procesorju podaja informacije v obliki slike, motiva, besedila ...
3. SW je vhodna informacija, ki sistem upravlja.
4. Iz SW-ja gredo podatki v krmilno elektroniko.
5. Krmilna elektronika prebere podatke in jih prevede v električne impulze.
6. Krmilna elektronika je sestavljena iz mikrokrmilnika oz. procesorja.
7. Mikrokrmilnik prebere električne impulze in jih prebere kot črno-belo sliko.
8. Kar prebere kot črnino, pomeni vodo, kar prebere kot belo, je prazno.
9. Glede na prebrane informacije oz. črnino mikrokrmilnik pošlje električne impulze v elektromagnetne ventile in jim ukaže ali naj se odprejo ali zaprejo.
10. V tem času vodna črpalka iz spodnjega rezervoarja črpa vodo v zgornji rezervoar.
11. Zgornji rezervoar ima integrirane ventile in iz njih nastane po celotnem procesu željen vizualni vodni efekt.
12. Poleg zgornjega rezervoarja so v zgornje vodilo integrirani usmerjeni barvni reflektorji, ki so prav tako krmiljeni s procesorjem in programsko opremo.
13. Barvi reflektorji se vklopijo, ko mikrokrmilnik ukaže sistemu, naj prične celoten proces.
14. Končni rezultat je nepretrgan vodni ter barvni efekt zelenih oblik.

Celoten proces je tudi vizualno predstavljen v Sliki 1. Izgled celotne vodne zavese je dodan pod Prilogo 4.

*Slika 1: Potek procesa po fazah*



## 6.2 IZVEDBENI PROCES

Celoten proces se bo začel s klicem stranke, ki bo povpraševala po naši ponudbi. S stranko se bomo pogovorili o splošnih pogojih, možnostih in cenah. Sestali se bomo s stranko, da nam natančno opiše, kaj si želi in predstavili bomo vzorce. Nato bomo sami oblikovali in izdelali program. Stranki bomo preko elektronske pošte poslali program v odobritev. Ko bo program odobren, vodno zaveso na dan dogodka pripeljemo na prizorišče, sestavimo, nastavimo v delovanje in ga nadziramo. Po zaključku dogodka sistem razstavimo in vse odpeljemo na sedež našega podjetja. Zadnja faza je izstavitve računa in plačilo stranke.

## 6.3 KOSOVNICA

V Tabeli 1 je podana kosovnica za izdelavo vodne zavesse.

*Tabela 1: Kosovnica vodne zavesse*

	Polizdelek	Kosov	Cena (v EUR)
1	SW-uporabniški vmesnik	1	0
2	SW-v mikrokrmilniku	1	0
3	mikrokrmilnik	1	300
4	priklopna elektronika	100	1000
5	ventili	130	5200
6	zgornji rezervoar- razdelilec	1	163
7	alu plošča spodaj	1	15,29
8	alu plošča-nosilec luči	1	31,47
9	reflektorji usmerjeni	10	109,9
10	stranska nosila	2	1250
11	spodnji rezervoar- zbiralnik	1	192
12	črpalka	1	474,27
13	cevi	4 m	80
14	električni kabel 220w	150 m	67,50
		SKUPAJ	8883,40

## **6.4 POTREBE PO ZAPOSLENIH IN DELOVNI ČAS**

V podjetju bova na začetku dva redno zaposlena, ki bova hkrati direktorja in lastnika podjetja. Domen Gluhar bo skrbel za administracijo, trženje, pridobivanje strank in celotno poslovanje podjetja. Jani Černe bo skrbel v podjetju za tehnični vidik. To pomeni izvajanje naročil, programiranje izdelka po željah kupca, skrb za nadaljnji razvoj produkta. Za montaže izdelka bomo po potrebi najemali študenta.

Delovni čas zaposlenih bo od ponedeljka do petka, in sicer od 8h do 16h. Menimo, da se bo večina naših naročil izvajala ob koncih tedna, tako da bosta lastnika morala delati tudi ob koncih tedna, dokler podjetje ne bo imelo dovolj sredstev za zaposlitev tehnika, ki bo izvajal postavitev in nadzor med delovanjem pri strankah.

Glede na izobrazbo bo plača lastnikov 1200 € bruto na mesec, dokler podjetje ne bo začelo dosegati zadovoljivih poslovnih rezultatov. Nato se bo plača v tretjem letu poviševala do 1600 € bruto na mesec in pričakujemo, da bo narasla v petem letu na 2000 € bruto na mesec. Takšna plača bo ostala tudi v prihodnosti.

## **6.5 ZUNANJI SODELAVCI IN ZUNAJ NAJETA PODJETJA**

Podjetje A-Drop d.o.o bo najelo računovodski servis za pomoč v poslovanju. Računovodski servis bomo najeli na podlagi zbiranja ponudb.

Kot zunanje sodelavce bomo najeli ponudnike projektorjev, cvetličarne (za poroke, obletnice ...) in tiskarne (za logotipe). Vse zunanje sodelavce bomo izbrali na podlagi zbiranja ponudb in z njimi sklenili partnerski odnos, s katerimi bomo dosegli boljše cene.

## **6.6 PRAVNA VPRAŠANJA IN POTREBNA DOVOLJENJA**

Podjetje A-Drop ne potrebuje nobenih posebnih dovoljenj za izvajanje svoje dejavnosti.

## **6.7 KLJUČNE TEHNOLOGIJE**

Tehnologije, ki jih potrebujemo za izdelavo našega izdelka, so: programiranje, načrtovanje programske opreme, načrtovanje samega SW-ja, načrtovanje elektronike, sestavljanje elektronike in samega produkta.

# **7 DOLGOROČNA STRATEGIJA PODJETJA**

## **7.1 VIZIJA PODJETJA**

V naslednjih petih letih postati najpomembnejši ponudnik kvalitetnih in inovativnih vodnih slapov na območju Slovenije ter eden najpomembnejših proizvajalcev in ponudnikov v osrednji in jugovzhodni regiji Evrope ter z lastnim razvojem stalno prispevati k inovacijam na tem področju.

## **7.2 POSLANSTVO PODJETJA**

Podjetje A-Drop d.o.o. svojim strankam zagotavlja visokokvalitetne in edinstvene produkte, kar jim omogoča s personalizirano in paketno ponudbo edinstveno izkušnjo ter izboljšanje lastne poslovne podobe. Svoje zaposlene bo spodbujalo h kreiranju novih idej, to jih bo spodbudilo k svoji osebni in profesionalni rasti.

## **7.3 OPREDELITEV MERLJIVIH CILJEV ZA PRVIH 5 LET POSLOVANJA**

V prvem letu bi radi dosegli slabih 10.000 € čistega dobička z oddajo vodne zavesa in 96 dni oddaje v prvem letu.

V drugem letu bi nato dobiček narasel na 20.000 €, v tretjem bi upadel na 2000 € zaradi investicije v novo vodno zaveso, dodatno dostavno vozilo ter zaposlitve tehnika, v četrtem bi ponovno narasel na 17.000 € in v petem letu na dobrih 21.000 €. Kot malo podjetje smo z rastjo dobička zadovoljni, vendar bi dobiček v skladu z našo strategijo vlagali v razvoj.

Najem števila dni bo narasel v drugem letu na 118 dni na leto. V tretjem letu bomo za zadovoljevanje povpraševanja izdelali še eno vodno zaveso in tako bi število dni oddaje naraslo na 152 dni letno, kar predstavlja 28,8 % rast v primerjavi s predhodnim letom zaradi širitve na tuje trge, v četrtem letu 170 dni letno in 184 dni letno v petem letu.

## **7.4 IDENTIFICIRANJE PRILOŽNOSTI ZA RAST PODJETJA (V OKVIRU PRVIH 10 LET POSLOVANJA)**

Podjetje A-Drop je majhno podjetje z le dvema družabnikoma. Čeprav se zdi začetek skromen in so cilji v začetku postavljeni dokaj nizko, imamo veliko željo in tudi načrte, kako bomo izdelek izpopolnili, razvili, dodali nove proizvode v našo ponudbo ter se razširili na tuje trge.

Podjetje se bo osredotočalo najprej na razvoj in izpopolnjevanje primarnega produkta, t.j. vodne zavesa. Prvi dve leti bo podjetje večino prihodkov vračalo v razvoj vodne zavesa. Izdelek hočemo izpopolniti do te meje, da bo samostojno deloval tudi daljše časovno obdobje brez večjih servisov in menjave delov. V tretjem letu želimo popolnoma preplaviti slovenski trg in se začeti osredotočati na trge Avstrije, Italije in Hrvaške.

Željo imamo, da bi se od petega leta dalje vodna zavesa izdelovala po naročilu izključno za prodajo za evropski trg in kasneje tudi širitev na ostali svet. Med tem pa bi bila izključna dejavnost za slovenski trg še vedno posojanje za prireditve in sejme.

Ko bi bil produkt izpopolnjen v svoji primarni obliki, bi ga razvili še v tej smeri, da bi bil zmožen ustvarjati 3D vodne oblike. Konfigurirali ga bi tudi v obliki kroga, polkroga, v obliki črke S, itd. Z razvojem ima izdelek neomejene oblikovne možnosti ter tehnično izpopolnjevanje. Vsako novost bomo predstavili postopoma, tako da naš izdelek ne bo žrtev kanibalizacije.

Po sedmem letu poslovanja, ko bo vodna zavesa že dobro pozicionirana na slovenskem in evropskem trgu, načrtujemo uvedbo novih produktov, kot so plesoči vodometi, navadni slapovi ter fontane, ki jih nameravamo prodajati kot posredniki.

Zaradi naše rasti bomo povečali tudi število zaposlenih. Načrtujemo, da bomo v tretjem letu zaposlili enega monterja/tehnika, do sedmega leta enega računalniškega inženirja ter še dodatnega monterja/tehnika za izvedbo naročil.

## **8 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI**

### **8.1 VODSTVO PODJETJA**

Direktor podjetja bo Domen Gluhar, ki je hkrati tudi lastnik podjetja. Jani Černe, ki je drugi lastnik podjetja, bo skrbel za tehnično izvedbo in razvoj izdelka. V podjetju bo imel enako mero odločanja kot direktor, saj bo delež vsakega od lastnikov 50 %. Lastnika se bosta sama odločila med seboj ali sta kot posameznika delovala dovolj uspešno, da si izplačata nagrade. Politika podjetja je dolgoročna rast podjetja ter izpopolnjevanje produkta pred nagrajevanjem.

### **8.2 KLJUČNI KADRI**

Ključni kadri za uspeh podjetja sta oba lastnika. Prvi lastnik, Domen Gluhar, bo skrbel za trženje, prodajo in pospeševanje prodaje, kar je osnovni pogoj za prinašanje denarnega toka v podjetje. Drugi lastnik, Jani Černe, bo pa nepogrešljiv pri sami izvedbi in tehničnem izpopolnjevanju izdelka. Sam je tudi izdelek razvil in brez osnovnega izdelka podjetje sploh ne bi obstajalo.

### **8.3 POLITIKA ZAPOSLOVANJA IN NAGRAJEVANJA V PODJETJU**

Novo zaposlene bomo zaposlovali šele, ko se bo v podjetju povečalo povpraševanje do določene ravni, ko samo dva zaposlena ne bosta več zmožna sama izvajati vseh naročil. Prve zaposlene bomo zaposlovali preko študentskega servisa za potrebe dostave in montaže na kraj prizorišča, v tretjem letu bomo redno zaposlili tehnika za dostavljanje in montažo, zaradi pričakovanega povečanja povpraševanja, do sedmega leta pa še dodatnega tehnika in računalniškega inženirja za pomoč pri razvoju.

Nagrade si v prvih treh letih lastnika ne bosta izplačevala, saj bo dobiček namenjen razvoju in izpopolnjevanju izdelka ter za investicije v poslovanje (novi poslovni prostori, trženje ...)

### **8.4 DRUGI LASTNIKI IN INVESTITORJI, NJIHOVE PRAVICE IN OMEJITVE**

Podjetje ne bo imelo drugih investorjev v prvem letu poslovanja. Izključna investitorja bosta lastnika podjetja.

Ko bo povpraševanje in rast podjetja preraslo denarne tokove podjetja za nove investicije, se bomo obrnili na banke in bančna posojila, strateške partnerje, v skrajnem primeru pa na sklade tveganega kapitala.

Če se bomo odločili za strateške partnerje, bomo njihov delež omejili na 27 % lastništva podjetja, tako da bo še vedno odločevalna moč pri lastnikih podjetja. Dali jim bomo pravice



pregledovanja poslovanja podjetja, bilanc in jim predstavili poslovne modele, ob tem pa tudi poslušali njihova mnenja.

## **8.5 ORGANIZACIJSKA STRUKTURA**

Podjetje bo sestavljeno iz dveh družabnikov. Domen Gluhar kot direktor in solastnik, Jani Černe pa kot direktor razvoja in solastnik.

Čeprav je Domen Gluhar naveden kot direktor, bosta oba družabnika imela enako moč odločanja in bosta skupaj vodila poslovanje podjetja, saj bo vsak od družabnikov imel 50 % delež lastništva.

Organizacijska struktura je podrobneje predstavljena v Prilogi 5.

## **9 SPLOŠNI TERMINSKI PLAN**

### **9.1 KLJUČNE AKTIVNOSTI V PRVEM POSLOVNEM LETU**

V prvem poslovnem letu se bomo najprej osredotočili na pred ustanovitvene aktivnosti, ki bodo trajale skupno 60 dni in bodo zajemale:

- izdelava internetne strani,
- izdelava same vodne zavese,
- izdelava promocijskega materiala (predstavitveni video in brošure),
- priprava adreme potencialnih strank (podjetja, ki se ukvarjajo z organizacijo prireditev in dogodkov),
- predstavitve potencialnim strankam,
- ustanovitev podjetja.

Nato bomo začeli z aktivnostmi v samem poslovanju, ki bodo trajale skupno 305 dni zajemajo:

- pogajanja s strankami,
- iskanjem novih strank (srednja in velika podjetja za enkratne dogodke),
- izpopolnjevanje izdelka,
- predstavitev na sejmu.

### **9.2 TERMINSKI NAČRT**

Terminski načrt je podrobneje prikazan v Prilogi 6.

## 10 FINANČNI NAČRT

### 10.1 PRIHODKI IN PREDPOSTAVKE ZA IZRAČUN: CENA, KOLIČINA

Do cene smo prišli s tem, da smo poklicali konkurente s primerljivim izdelkom ter potencialne stranke, nato pa na podlagi pogovora z njimi in stroškov proizvodnje postavili ceno za osnovno izvedbo najema vodne zavesa 700 €/dan. Sama cena vodne zavesa stane 10.000 €. Kriti je potrebno tudi tekoče stroške upravljanja ter variabilne stroške prevoza, zato menimo, da je cena postavljena realno in dovolj visoko, da podjetju omogoča uspešno poslovanje.

Količino prodaje smo določili glede na pogovore s potencialnimi strankami, ki so nam zagotovile, da bi vodno zaveso vsak od njih lahko oddal 20 do 30 dni letno in smo to število pomnožili s podjetji, ki bi bila naš izdelek pripravljena najeti, kar nanese povprečno 90 dni v prvem letu.

Da bi se izognili sezonskim nihanjem, smo dodali dodatno izvedbo vodne zavesa, ki bi bila primerna za poroke in obletnice. Tovrstno povpraševanje bi bilo največje poleti, kadar se dogodki izvajajo na prostem.

V tem letnem času bi zapolnili pomanjkanje sejmskih in kongresnih aktivnosti. Ceno najema smo povečali za stroške okrasitve v višini 100 €, koliko so po naših predvidevanjih povprečni stroški okrasitve. Končna cena znaša 800 €/dan.

Za enko doplačilo bi bilo tudi opremljanje nosil z logotipom stranke. Končna cena znaša 800 €/ dan

Dodatno bi ponudili tudi projektor, ki bi na vodo projeciral zelene motive. Tovrstna ponudba bi prišla v poštev večinoma za koncerte, ki se izvajajo najpogosteje v jesenskih in zimskih mesecih. Ceno bi povečali za ceno najema projektorja, ki stanejo pri ponudniku Lestra d.o.o. v višini 100 €, pri čimer bi zaračunali še lastno maržo 50 €. Tako bi končna cena najema znašala 850 €.

### 10.2 VARIABILNI STROŠKI

- Dostava v povprečju 20 €, ker predvidevamo, da bodo dogodki v povprečju oddaljeni 100 km (povprečna poraba 8 litrov/100 km, cena diesel goriva znaša 1,335 €/liter = 10,62 € v eno smer).
- Najem projektorja 100 €/dan (ponudniki imajo ceno postavljeno od 65 do 180 €, vzeli smo povprečno ceno v razredu).
- Okraski za okrasitev za poroke in obletnice v povprečju 100 €/okrasitev (cvetje, blago ...).
- Tisk za logotipe v povprečju 100 €/tisk.

### 10.3 FIKSNI STROŠKI

- Najemnina pisarne, polovico bi preuredili v manjšo delavnico. Locirana bi bila v okolici Ljubljane. Cena za najem takšnega prostora na internetni strani Nepremicnine.net se gibljejo med 400 in 600 €, zato smo izbrali nekakšno srednjo cenovno možnost.
- Plača tehnika, ki bi ga zaposlili v tretjem letu poslovanja. Njegova bruto plača bi znašala 1200 €.
- Stroški elektrike, vode, ogrevanja v višini 150 € mesečno.
- Telefonija in internet, ki znaša približno 150 € mesečno. V to ceno je všteti širokopasovni internet ter 2 paketa mobilne telefonije L Podjetni pri ponudniku Si.mobil.
- Plače dveh družabnikov in lastnikov v višini 1200 € bruto, ki se bo v tretjem letu povečala na 1600 € bruto in v petem na 2000 € bruto.
- Računovodstvo, za katerega bomo na začetku plačevali 200 € mesečno, se bo skozi leta povečal na 500 € mesečno.
- Stroški pisarniškega materiala se bodo gibali med 100 in 120 €.
- Stroški sejmov, za katere bomo porabili v prvem letu 5000 €, po drugem letu pa 10.000 €.
- Stroški leasinga kombija v višini 350 € mesečno za obdobje petih let, s prvim vplačilom 7000 € (izračunano na portalu peugeot.si)
- Stroški izboljšave obstoječega proizvoda v višini 500 € v prvem letu.
- Stroški izdelave promocijskega materiala v višini 1000 €, ki se bo skozi leta povečeval do višine 1500 € letno. Po podatkih Tiskarne Golc d.o.o. stane tisk letakov 0,17 €/tisk za 500 letakov, in 0,38 €/tisk za 200 prospektov.
- Stroški obiskovanja obstoječih strank in potencialnih kupcev se bo gibal med 2000 in 2500 € letno.

### 10.4 TOČKA PRELOMA

Za računanje kritja fiksnih stroškov smo izbrali naš osnovni produkt/ponudbo in odšteli variabilne stroške prevoza.

Fiksni stroški: 50.900 € / 12 mesecev = 4241,6 €/mesec

Cena oddaje: 700 €

Variabilen strošek prevoza: 20 €

TOČKA PRELOMA:  $4241,6 / (700 - 20) = 6,24$

Na mesec moramo oddati vodno zaveso v najem v povprečju 6,24 dni na mesec, da prihodki pokrijejo fiksne stroške poslovanja.

### 10.5 DOBIČEK

V Tabeli 2 so podani podatki dobička za petletno obdobje na dnevni, mesečni in letni ravni.

*Tabela 2: Dobiček podjetja A-DROP d.o.o. za petletno obdobje na dnevni, mesečni in letni ravni*

DOBIČEK	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
Dnevni	26,60	55,54	7,15	33,20	59,20
Mesečni	808,70	1689,33	217,33	1473,33	1801,33
Letni	9704	20.272	2608	17.680	21.616

V prvem letu bomo imeli 9704 € dobička zaradi izničitve sezonske komponente in sorazmerno majhnim stroškom, saj smo jih znižali na minimalno raven. V drugem letu bo dobiček sorazmerno visok, vendar si ga ne bomo izplačevali, ampak ga bomo reinvestirali v razvoj in širitev podjetja. V skladu z našo politiko podjetja bomo v tretjem letu imeli nekaj ključnih investicij, zato bo dobiček padel na skromnih 2608 €. Posledica naših investicij bo skokovito povečanje dobička v tretjem letu na 17.680 €, ki je tudi posledica širitve na tuje trge. V petem letu bo naš dobiček v višini 21.616 €, ki nam bo omogočil, da začnemo z strategijo širitve in proizvodnje vodnih zaves za tuje trge.

## **10.6 OPREDELITEV OPREME TER DENARJA, POTREBNEGA ZA ZAGON POSLOVANJA**

Za ustanovitev podjetja potrebujemo ustanovitveni kapital v višini 8000 €.

Za začetek dejavnosti moramo najprej izdelati izdelek-vodno zaveso, katere izdelava je ocenjena na 10.000 €, z življenjsko dobo 5 let in amortizacijsko stopnjo 0,2.

Potrebujemo tudi računalniško opremo v vrednosti 2000 €, njena življenjska doba je ocenjena na 2 leti in ima amortizacijsko stopnjo 0,5.

Za dostavljanje na kraj dogodka bomo uporabljali dostavno vozilo, ki ga bo v uporabo dal eden od lastnikov.

## **10.7 VIRI FINANCIRANJA IN DELEŽI V PODJETJU**

Podjetje se bo v prvem letu financiralo izključno z lastniškim kapitalom. Družbenika bosta za zagon podjetja prispevala vsak 50 % kapitala, to bo tudi delež lastništva vsakega od družabnikov. Višina vložka vsakega od družbenikov bo 18.000 €, ki jih bosta črpala iz lastnih prihrankov.

## **10.8 ANALIZA DONOSNOSTI**

Analizo donosnosti našega podjetja bomo ocenili s pomočjo ROE, neto sedanjo vrednostjo ter interno stopnjo donosa (IRR).

Glede na naše finančne projekcije znaša interna stopnja donosa (IRR) 24,5 %. V banki bi za vezano vlogo v vrednosti 36.000 €, kolikor je vložek, dobil obrestno mero 4,5 %. Iz tega sklepam, da se podjetniški podvig izplača, saj je donosnost skoraj 6 krat večja.

V Tabeli 3 imamo podano čisto dobičkonosnost sredstev in kapitala za petletno obdobje podjetje A-Drop, ki ga primerjamo s podatki najbližjih konkurentov v Tabeli 4.

*Tabela 3: ROE in ROA podjetja A-Drop d.o.o.*

	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
ROE	0,27	0,44	0,04	0,26	0,25
ROA	0,23	0,34	0,04	0,22	0,21

*Tabela 4: ROE najbližjih konkurentov v obdobju 2006 - 2010*

	1. 2006	1. 2007	1. 2008	1. 2009	1. 2010
Lukvel d.o.o.	65,66	0,67	5,44	28,45	8,40
Mak-66 d.o.o.	8,71	51,75	-33,25	19,02	9,26
Agencija Promo d.o.o.	18,08	13,60	-16,11	5,51	0,51

*Vir: Bilance Lukvel d.o.o., 2012; Bilance Mak-66 d.o.o., 2012; Bilance Agencija Promo d.o.o., 2012*

Iz zgornjih tabel lahko sklepamo, da ima naše podjetje zelo nizko dobičkonosnost kapitala, saj v vseh petih letih ne preseže vrednosti 1, medtem ko imajo naši najbližji konkurenti dokaj visoke vrednosti ROE. Edini padec vrednosti tega kazalca je pri vseh treh konkurentih v letu 2008, kar pripisujemo splošni gospodarski krizi.

Neto sedanja vrednost podjetja A-Drop znaša 107.808 €.

## **11 ANALIZA OBČUTLJIVOSTI**

### **11.1 KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI**

#### **11.1.1 Makro raven**

Zaradi teh tveganj bomo zelo velik poudarek namenili trženju našega izdelka, s čimer želimo doseči dolgotrajna partnerska sodelovanja, kar nam bi tudi ob poslabšanju razmer na trgu omogočilo stabilen denarni tok.

Poleg tega se zavedamo tudi tveganja iz vidika samih cen storitve, saj gre za luksuzni izdelek. Zato bomo z iskanjem boljših ponudb za posamezne sestavne dele našega produkta znižali samo proizvodno ceno enote in dosegali boljšo kvaliteto ter z nižjimi cenami skušali pritegniti nove kupce.

Zavedamo se, da na začetku še ne bomo imeli rednih strank, saj gre za inovativen izdelek in bodo stranke upravičeno dvomile v zmožnost in uporabnost le tega. Zato bomo našim strankam posvetili veliko pozornosti in skušali pridobiti njihovo zaupanje, kar nas bi vodilo v dolgotrajno sodelovanje. To si bomo pridobili tudi z nadstandardno in personalizirano storitvijo.

Veliko naše energije bomo porabili tudi za pridobivanje novih strank in širjenje prodaje, kar bo zmanjšalo tveganje izpada povpraševanja ob primeru, da se kateri od stalnih kupcev odloči, da prekine sodelovanje z nami.

Veliko tveganje predstavlja tudi nezaupanje naših kupcev, saj je izdelek nov. Poleg tega je vodstvo podjetja še neizkušeno v poslovnih vodah, kar lahko vzbudi dvome o zmožnostih podjetja in predstavlja tveganje pri zaupanju med našim podjetjem in kupcem.

### 11.1.2 Raven podjetja

Glavno tveganje na ravni podjetja je ravno neizkušenosť družbenikov podjetja v podjetniškem svetu. Skrb nam predstavlja prepričljivost in zmožnost pridobivanja dovolj velikega števila strank, kar bi podjetju zagotavljalo obstoj, rast in razvoj.

Za preprečevanje nastanka določene situacije, se bosta družabnika konstantno izobraževala ter skrbela za promocijo svoje storitve v čim večjem obsegu. V podjetju bo glavna aktivnost postala promocija in trženje, s katero si bomo zagotovili dobro ime in zaupanje.

Drugo tveganje na ravni podjetja je odločitev, da eden od družbenikov zapusti podjetje. Družbenika imata naloge razdeljene tako, da eden ne more delovati brez drugega. Domen Gluhar skrbi za vodenje in trženje podjetja, medtem ko Jani Černe skrbi za izdelovanje in razvoj produkta. V primeru, da se eden od družabnikov odloči zapustiti podjetje, je le-to obsojeno na propad.

To bomo skušali preprečiti z določanjem merljivih ciljev in vizijo za prihodnost, kar bo za družabnika predstavljalo visoko motivacijo za obstanek v podjetju. Oba družabnika sta ambiciozna in naravnana k doseganju visokih ciljev ter se zavedata, da je to njuna ideja in jima omogoča osebni razvoj in razvoj posameznika v poslovnem smislu.

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

Za predvidevanje gibanja poslovanja smo izdelali različne simulacije finančnih projekcij: realistično, tri pesimistične in eno optimistično.

Prva simulacija je realistična in prikazuje denarne tokove po naših realističnih pričakovanjih.

Druga simulacija je pesimistična in prikazuje zmanjšanje prodaje za 10 %. Do takšnega zmanjšanja lahko pride zaradi precenitve ocenjenega povpraševanja za našo storitev. V tem primeru naše podjetje ne bi imelo večjih problemov pri poslovanju, saj denar, kapital in dobiček ne upadeta drastično. Imeli bi le problem v tretjem letu poslovanja, saj bi poslovali z izgubo, vendar bi že četrto leto poslovali z dobičkom, ki bi nato še rasel.

Tretja simulacija prikazuje padec prodaje za 20 %, ta bi lahko nastal zaradi nezaupanja strank v naš proizvod. Podjetje bi v tem primeru poslovalo v rdečih številkah z izjemo drugega in petega leta, ko bi poslovali z manjšim dobičkom. Za nadaljevanje poslovanja bi morali dobiti nove vire pritoka prihodkov v podjetje. Našo ponudbo bi morali nadgraditi z uvažanjem in montažo fontan, vodomotov in podobnih vodnih dodatkov, da bi podjetju omogočili preživetje. Za rešitev podjetja bi v poslovanje lahko vpletli tudi strateške partnerje, v skrajnem primeru pa bi se zatekli k bankam in kreditu v višini 15.000 €.

Četrta simulacija je skrajno pesimistična in prikazuje padec prodaje za naše storitve za 40 %, kar bi bila posledica zavračanja naše storitve s strani trga. V tem primeru bi bilo za podjetje najbolje, da se popolnoma umakne s trga in preusmeri v drugo dejavnost, izdelek pa prodati po čim višji ceni za kritje vsaj nekaterih nastalih stroškov. Izguba v tretjem letu bi znašala skoraj 40.000 €.

Zadnja, peta simulacija, pa je optimistična in prikazuje porast prodaje za 20 %. Podjetje bi bilo visoko likvidno in poslovalo bi z visokim dobičkom glede na velikost podjetja. S takim poslovanjem, bi se lahko začeli širiti hitreje in začeli bi predčasno vpeljevati nove proizvode. Konec petega leta bi dobiček narastel že na slabih 42.000 €.

Finančne projekcije in simulacije so podane v Prilogi 7.

## **SKLEP**

V svojem poslovnem načrtu za podjetje A-Drop d.o.o. sem kljub začetnim dvomom spoznal, da se ustanovitev podjetja obrestuje ob zgoraj navedenih predpostavkah. Dobil sem popolno sliko obsega poslovanja, trga in potenciala izdelka.

Kot avtor poslovnega načrta sem prišel do zaključka, da je na slovenskem trgu že dokaj zasičena ponudba z oglaševalskimi izdelki kot so projektorji, LED zasloni in raznorazni plakati, vendar pa manjkajo novosti, ki bi pritegnile stranke in bi se hkrati podajale informacije. Naša ponudba izpolnjuje vse te zahteve in v skladu z načelom personalizacije storitve za posamezno stranko, ponuja dodano vrednost vsakemu od njih.

Po telefonskih pogovorih s potencialnimi strankami smo spoznali, da je zanimanje po tem izdelku dokaj veliko, vendar pa smo naleteli na oviro glede cene, saj vsa slovenska podjetja racionalno razpolagajo s svojimi financami. S tem v mislih sem moral poslovni model razširiti in vključiti širitev ponudbe na tuje trge, s čimer bi dosegli hitro povečanje prometa.

Poslovni model sem razvili tako, da bomo na slovenskem trgu oddajali vodno zaveso le v najem in s tem financirali razvoj le-te ter dosegli zanesljivost do te ravni, da bi na svetovnem trgu zaveso izdelovali po naročilu in prodali končnemu kupcu.

Vodna zavesa ima tudi možnost dolgotrajnega obstanka na trgu, saj bi s tehničnim in oblikovnim nadgrajevanjem strankam vedno ponudili nekaj novega. Poleg tega je celo v svetovnem merilu zelo malo neposredne konkurence, vsem obstoječim konkurentom pa lahko z lahkoto odvzamemo delež na trgu, saj smo znatno cenejši.

S tem poslovnim načrtom sem ugotovil, da se s sorazmerno nizkim vložkom v podjetje lahko ustvari zadovoljive prihodke in dobiček, saj si stroške nižamo z lastnim znanjem in razvojem.

## LITERATURA IN VIRI

1. *Agencija Promo d.o.o.* Najdena 19. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.promo-ag.si/default.asp>
2. *Aquatique Show International – home.* Najdeno 18. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.aquatic-show.com/site/Home-26.html>
3. *Bilance Agencija Promo d.o.o. (b.l.) V Gvinu.* Najdeno 23. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.gvin.com/FinancniPodatki/Default.aspx?Stran=Izpis&TipSubjekta=1&Agregat=0&SubDejObcRegID=96533&Podstran=Bilance>
4. *Bilance Lukvel d.o.o. (b.l.) V Gvinu.* Najdeno 23. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.gvin.com/FinancniPodatki/Default.aspx?Stran=Izpis&TipSubjekta=1&Agregat=0&SubDejObcRegID=56443&Podstran=Bilance>
5. *Bilance MAK-66 d.o.o. (b.l.) V Gvinu.* Najdeno 23. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.gvin.com/FinancniPodatki/Default.aspx?Stran=Izpis&TipSubjekta=1&Agregat=0&SubDejObcRegID=87233&Podstran=Bilance>
6. *Bumerang d.o.o. – organiziranje prireditvev.* Najdeno 17. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.bumerang.si/index.php?nSel=event>
7. *DI.TISK d.o.o. – predstavitev.* Najdeno 20. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.ditisk.si/predstavitev.html>
8. *Finančni podatki DI.TISK d.o.o. (b.l.) V Gvinu.* Najdeno 23. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.gvin.com/FinancniPodatki/Default.aspx?Stran=Izpis&TipSubjekta=1&Agregat=0&SubDejObcRegID=106081>
9. *Finančni podatki Pristop d.o.o. (b.l.) V Gvinu.* Najdeno 23. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.gvin.com/FinancniPodatki/Default.aspx?Stran=Izpis&TipSubjekta=1&Agregat=0&SubDejObcRegID=118098>
10. *HIT d.d.* Najdeno 18. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.hit.si>
11. *Lukvel d.o.o. – o podjetju.* Najdeno 19. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.lukvel.si/index.php/O-podjetju.html>
12. *MAK-66 d.o.o.* Najdeno 19. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.mak66.com/>
13. *Pristop d.o.o. – o nas.* Najdeno 20. februarja 2012 na spletnem naslovu [http://www.pristop.si/sl/o\\_nas](http://www.pristop.si/sl/o_nas)
14. *R8 Inženiring d.o.o. – podjetje.* Najdeno 17. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.r8-inzeniring.si/index.php?stran=4>
15. *Turbolenzza d.o.o. – o podjetju.* Najdeno 17. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.turbolenzza.si/vsebina/o-podjetju/>
16. *Vodno mesto Atlantis.* Najdeno 18. februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.atlantis-vodnomesto.si>



## **PRILOGE**



## KAZALO PRILOG

Priloga 1: Logotip podjetja A-Drop d.o.o. ....	2
Priloga 2: Segmentacija kupcev .....	2
Priloga 3: Bilance stanj najbližjih konkurentov .....	4
Priloga 4: Ponazoritev celotnega izgleda sistema .....	7
Priloga 5: Organizacijska struktura .....	8
Priloga 6: Terminski načrt za prvo leto poslovanja.....	9
Priloga 7: Finančne projekcije.....	10



**Priloga 1: Logotip podjetja A-Drop d.o.o.**

*Slika 1: Logotip podjetja A-Drop d.o.o.*



## **Priloga 2: Segmentacija kupcev**

Prvi segment kupcev:

### **TURBOLENZZA d.o.o.**

Podjetje TURBOLENZZA d.o.o. je družinsko podjetje, ki se je z leti specializiralo za organizacijo družabnih in poslovnih dogodkov.

V pomladanskem in poletnem času posebni poudarek namenjajo porokam na prostem in nenavadnim poslovnim in družabnim dogodkom. V jesenskem in zimskem času pa se posvečajo raznim prednovoletnim zabavam in družabnim dogodkom kot so: drsališča (ozvočenje, osvetlitev), koncerti (ozvočenje, osvetlitev, programska shema), sejmi, itd.

V zimskem času namenijo veliko časa tudi projektiranju in pripravi praznične osvetlitve manjših mest in izdelavi likov po naročilu (drsalski, lampijoni, napisni znaki, zvezdice, ozvezdja ...)

Ko smo poklicali podjetje, nam je lastnik dejal, da je izdelek za njih vsekakor zanimiv in da bi ga bili pripravljene vključiti v svojo ponudbo, vendar so bili nekoliko negotovi nad samo ceno. (Turbolenzza d.o.o. – o podjetju, 2012)

### **BUMERANG d.o.o.**

Podjetje se ukvarja s prodajo glasbene opreme, ozvočenja in razsvetljave, ponujajo tudi možnost produkcije in snemanja glasbe. Poleg tega pa se v veliki meri ukvarjajo z organizacijo dogodkov.

Podjetje Bumerang je podjetje z večletno dejavnostjo organiziranja in izvedbe prireditev. V preteklih letih so sodelovali z večino velikih in malih slovenskih podjetij. Imajo bogate izkušnje na področju organiziranja in izvedbe - koncertov na prostem ali v dvoranah, najrazličnejših uradnih in neuradnih dogodkov, prireditev za podjetja, ustanove, od političnih shodov, modnih revij, slavnostnih plesov ...

Iz telefonskega pogovora z lastnikom podjetja smo izvedeli, da izdelek za njih ni primeren, ker so že poskušali tržiti podoben izdelek, vendar neuspešno. (Bumerang d.o.o. – organiziranje prireditev, 2012)

### **R8 INŽENIRING d.o.o.**

Podjetje je bilo ustanovljeno leta 1994 z namenom ponuditi kvalitetne sejemske storitve in se je do danes uveljavilo kot eden najpomembnejših oblikovalcev sejemske podobe v Sloveniji. Nudijo celostni sejemski inženiring, ki je plod že več kot 10-letnega delovanja in razvoja. Kot potencialne kupce jih vidimo v tem pogledu, da bi v svojo standardno sejemsko ponudbo dodali naš proizvod.

Podjetje smo tudi poklicali in preko elektronske pošte poslali ponudbo, iz katere so določili, da bi bil izdelek za njih potencialno zanimiv ob bolj podrobni predstavitvi. (R8 Inženiring d.o.o. – podjetje, 2012)

Drugi segment kupcev:

### **ATLANTIS – vodno mesto**

Atlantis se uvršča med glavna športna, razvedrilna in sprostitvena doživetja v Sloveniji. Ponujajo (raznorazne) vodne športne aktivnosti, wellnes, organizacijo dogodkov ...

Kot potencialne kupce jih vidimo zato, ker bi naša vodna zavesa popestrila njihovo ponudbo, vzbudila zanimanje in podajala informacije. Našo storitev bi potrebovali pri zagonu akcij, podajanju informacij in organizaciji dogodkov.

Žal od vodstva nismo dobili odgovora na poslano ponudbo. (Vodno mesto Atlantis, 2012)

### **HIT d.d.**

Podjetje se ukvarja z igralniško, hotelsko in gostinsko dejavnostjo. Svoje poslovne enote ima razpršene po celotni Sloveniji in Balkanu. Kot potencialne stranke jih vidimo zato, ker velik del sredstev vlagajo v trženje svoje igralniške in turistične ponudbe. Skozi celotno leto organizirajo veliko promocij in dogodkov, za katere menimo, da bi naš produkt povečal zanimanje zanje, pritegnil pozornost in podajal informacije. (HIT d.d., 2012)

### Priloga 3: Bilance stanj najbližjih konkurentov

Tabela 1: Bilanca stanja podjetja Lukvel d.o.o.

Kategorije	Leto 2009	Struktura v %	Indeks 2010/2009	Leto 2010	Struktura v %
Sredstva	413.139	100	89	367.218	100
A. Dolgoročna sredstva	40.740	9,9	59	24.079	6,6
I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne ča...	505	0,1	82	413	0,1
1. Neopredmetena sredstva	505	0,1	82	413	0,1
2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitve	0	0 n.p.		0	0
II. Opredmetena osnovna sredstva	40.235	9,7	59	23.666	6,4
III. Dolgoročne finančne naložbe in Naložbene neprem...	0	0 n.p.		0	0
1. Naložbene nepremičnine	0	0 n.p.		0	0
2. Dolgoročne finančne naložbe	0	0 n.p.		0	0
IV. Dolgoročne poslovne terjatve	0	0 n.p.		0	0
V. Odložene terjatve za davek	0	0 n.p.		0	0
B. Kratkoročna sredstva	370.161	89,6	92	342.136	93,2
I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	0	0 n.p.		0	0
II. Zaloge	80.088	19,4	174	139.725	38
III. Kratkoročne finančne naložbe	14.810	3,6	104	15.386	4,2
IV. Kratkoročne poslovne terjatve	252.511	61,1	74	186.252	50,7
V. Denarna sredstva	22.752	5,5	3	773	0,2
C. Kratkoročne aktivne časovne razmejitve	2.238	0,5	45	1.003	0,3
Zunajbilančna sredstva	0	0 n.p.		0	0
Obveznosti do virov sredstev	413.139	100	89	367.218	100
A. Kapital	190.747	46,2	109	207.473	56,5
I. Vpoklicani kapital	8.763	2,1	100	8.763	2,4
1. Osnovni kapital	8.763	2,1	100	8.763	2,4
2. Nevpoklicani kapital (kot odbitna postavka)	0	0 n.p.		0	0
II. Kapitalske rezerve	0	0 n.p.		0	0
III. Rezerve iz dobička	876	0,2	100	876	0,2
IV. Presežek iz prevrednotenja	0	0 n.p.		0	0
V. Preneseni čisti poslovni izid	133.602	32,3	136	181.108	49,3
VI. Čisti poslovni izid poslovnega leta	47.506	11,5	35	16.726	4,6
B. Rezervacije in dolgoročne pasivne časovne razme...	0	0 n.p.		0	0
C. Finančne in poslovne obveznosti	222.392	53,8	72	159.745	43,5
D. Dolgoročne obveznosti	0	0 n.p.		0	0
I. Dolgoročne finančne obveznosti	0	0 n.p.		0	0
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	0	0 n.p.		0	0
III. Odložene obveznosti za davek	0	0 n.p.		0	0
E. Kratkoročne obveznosti	222.392	53,8	72	159.745	43,5
I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	0	0 n.p.		0	0
II. Kratkoročne finančne obveznosti	33.480	8,1	49	16.275	4,4
III. Kratkoročne poslovne obveznosti	188.912	45,7	76	143.470	39,1
F. Kratkoročne pasivne časovne razmejitve	0	0 n.p.		0	0
Zunajbilančne obveznosti	0	0 n.p.		0	0

Vir: Bilance Lukvel d.o.o., 2012



Tabela 2: Bilanca stanja podjetja MAK-66 d.o.o.

Kategorije	Leto 2009	Struktura v %	Indeks 2010/2009	Leto 2010	Struktura v %
Sredstva	825.872	100	121	1.002.222	100
A. Dolgoročna sredstva	581.947	70,5	125	725.363	72,4
I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne ča...	10.005	1,2	100	10.006	1
1. Neopredmetena sredstva	0	0 n.p.		0	0
2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitev	10.005	1,2	100	10.006	1
II. Opredmetena osnovna sredstva	571.942	69,3	125	715.357	71,4
III. Dolgoročne finančne naložbe in Naložbene neprem...	0	0 n.p.		0	0
1. Naložbene nepremičnine	0	0 n.p.		0	0
2. Dolgoročne finančne naložbe	0	0 n.p.		0	0
IV. Dolgoročne poslovne terjatve	0	0 n.p.		0	0
V. Odložene terjatve za davek	0	0 n.p.		0	0
B. Kratkoročna sredstva	243.920	29,5	114	276.854	27,6
I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	0	0 n.p.		0	0
II. Zaloge	0	0 n.p.		0	0
III. Kratkoročne finančne naložbe	40.245	4,9	108	43.305	4,3
IV. Kratkoročne poslovne terjatve	203.675	24,7	115	233.549	23,3
V. Denarna sredstva	0	0 n.p.		0	0
C. Kratkoročne aktivne časovne razmejitev	5	0	100	5	0
Zunajbilančna sredstva	0	0 n.p.		0	0
Obveznosti do virov sredstev	825.872	100	121	1.002.222	100
A. Kapital	358.086	43,4	110	392.865	39,2
I. Vpoklicani kapital	11.977	1,5	100	11.977	1,2
1. Osnovni kapital	11.977	1,5	100	11.977	1,2
2. Nvpoklicani kapital (kot odbitna postavka)	0	0 n.p.		0	0
II. Kapitalske rezerve	10.379	1,3	100	10.379	1
III. Rezerve iz dobička	42.464	5,1	100	42.463	4,2
IV. Presežek iz prevrednotenja	0	0 n.p.		0	0
V. Preneseni čisti poslovni izid	231.077	28	127	293.266	29,3
VI. Čisti poslovni izid poslovnega leta	62.189	7,5	56	34.780	3,5
B. Rezervacije in dolgoročne pasivne časovne razme...	0	0 n.p.		0	0
C. Finančne in poslovne obveznosti	467.786	56,6	130	609.357	60,8
D. Dolgoročne obveznosti	112.486	13,6	81	91.229	9,1
I. Dolgoročne finančne obveznosti	112.486	13,6	81	91.229	9,1
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	0	0 n.p.		0	0
III. Odložene obveznosti za davek	0	0 n.p.		0	0
E. Kratkoročne obveznosti	355.300	43	146	518.128	51,7
I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	0	0 n.p.		0	0
II. Kratkoročne finančne obveznosti	15.554	1,9	1.226	190.640	19
III. Kratkoročne poslovne obveznosti	339.746	41,1	96	327.488	32,7
F. Kratkoročne pasivne časovne razmejitev	0	0 n.p.		0	0
Zunajbilančne obveznosti	0	0 n.p.		0	0

Vir: Bilance MAK-66 d.o.o., 2012

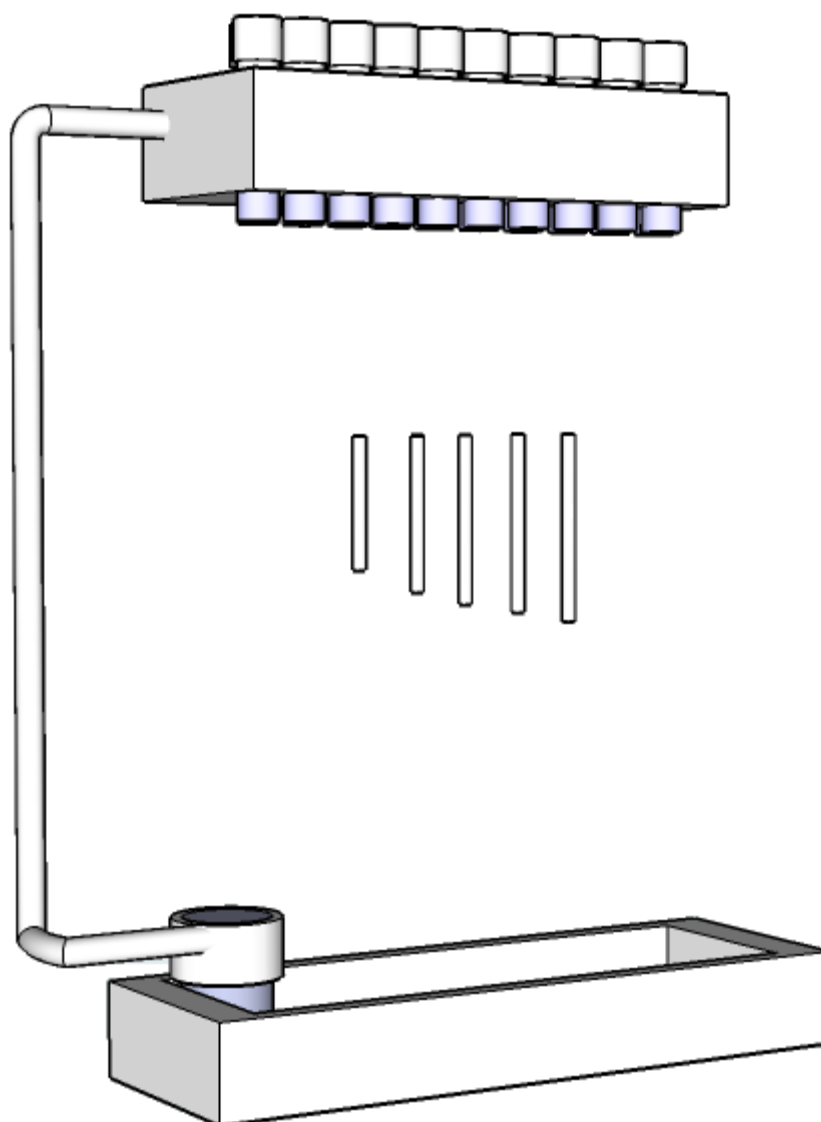
Tabela 3: Bilanca stanja podjetja Agencija Promo d.o.o

Kategorije	Leto 2009	Struktura v %	Indeks 2010/2009	Leto 2010	Struktura v %
Sredstva	113.572	100	61	69.832	100
A. Dolgoročna sredstva	6.017	5,3	95	5.720	8,2
I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne ča...	0	0 n.p.		0	0
1. Neopredmetena sredstva	0	0 n.p.		0	0
2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitve	0	0 n.p.		0	0
II. Opredmetena osnovna sredstva	6.017	5,3	95	5.720	8,2
III. Dolgoročne finančne naložbe in Naložbene neprem...	0	0 n.p.		0	0
1. Naložbene nepremičnine	0	0 n.p.		0	0
2. Dolgoročne finančne naložbe	0	0 n.p.		0	0
IV. Dolgoročne poslovne terjatve	0	0 n.p.		0	0
V. Odložene terjatve za davek	0	0 n.p.		0	0
B. Kratkoročna sredstva	92.417	81,4	62	57.612	82,5
I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	0	0 n.p.		0	0
II. Zaloge	4.024	3,5	100	4.024	5,8
III. Kratkoročne finančne naložbe	0	0 n.p.		5.000	7,2
IV. Kratkoročne poslovne terjatve	65.796	57,9	74	48.588	69,6
V. Denarna sredstva	22.597	19,9	0	0	0
C. Kratkoročne aktivne časovne razmejitve	15.138	13,3	43	6.500	9,3
Zunajbilančna sredstva	0	0 n.p.		0	0
Obveznosti do virov sredstev	113.572	100	61	69.832	100
A. Kapital	57.653	50,8	79	45.416	65
I. Vpoklicani kapital	8.763	7,7	100	8.763	12,5
1. Osnovni kapital	8.763	7,7	100	8.763	12,5
2. Nevpoklicani kapital (kot odbitna postavka)	0	0 n.p.		0	0
II. Kapitalske rezerve	1.082	1	100	1.082	1,5
III. Rezerve iz dobička	877	0,8	100	877	1,3
IV. Presežek iz prevrednotenja	0	0 n.p.		0	0
V. Preneseni čisti poslovni izid	43.838	38,6	79	34.431	49,3
VI. Čisti poslovni izid poslovnega leta	3.093	2,7	9	263	0,4
B. Rezervacije in dolgoročne pasivne časovne razme...	0	0 n.p.		0	0
C. Finančne in poslovne obveznosti	55.919	49,2	44	24.416	35
D. Dolgoročne obveznosti	0	0 n.p.		0	0
I. Dolgoročne finančne obveznosti	0	0 n.p.		0	0
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	0	0 n.p.		0	0
III. Odložene obveznosti za davek	0	0 n.p.		0	0
E. Kratkoročne obveznosti	55.919	49,2	44	24.416	35
I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	0	0 n.p.		0	0
II. Kratkoročne finančne obveznosti	4.800	4,2	203	9.727	13,9
III. Kratkoročne poslovne obveznosti	51.119	45	29	14.689	21
F. Kratkoročne pasivne časovne razmejitve	0	0 n.p.		0	0
Zunajbilančne obveznosti	0	0 n.p.		0	0

Vir: Bilance Agencija Promo d.o.o., 2012

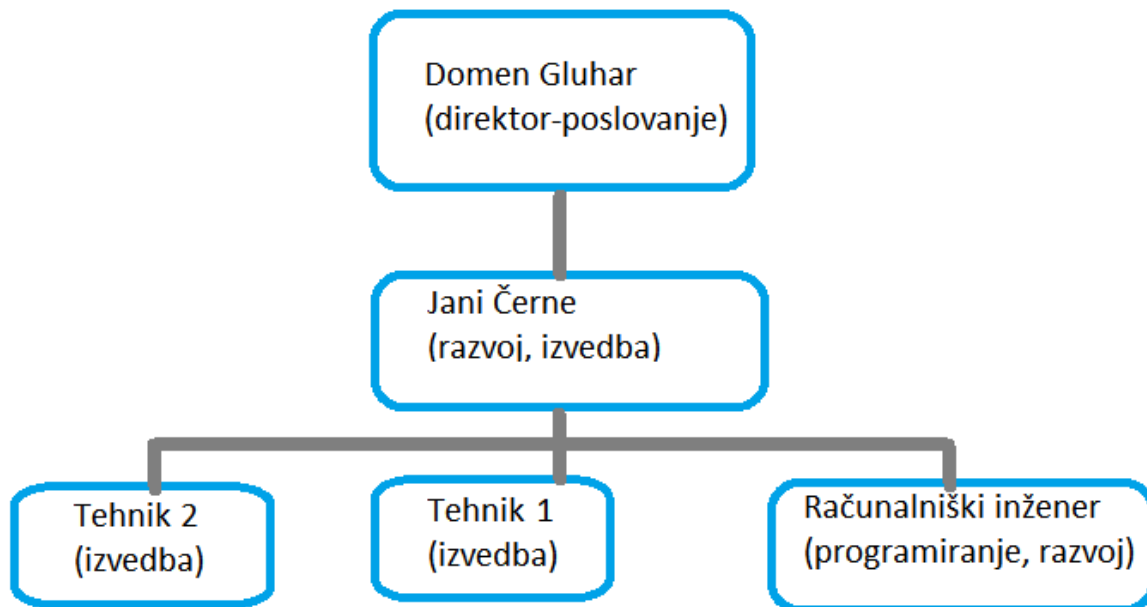
#### Priloga 4: Ponazoritev celotnega izgleda sistema

*Slika 2: Vizualna predstavitev vodne zavese*



## Priloga 5: Organizacijska struktura

Slika 3: Organizacijska struktura podjetja A-Drop d.o.o.



## Priloga 6: Terminski načrt za prvo leto poslovanja

Slika 4: Ključne aktivnosti v prvem letu poslovanja

AKTIVNOST	TRAJANJE	ZAČETEK	KONEC	April	Maj	Junij	July	August	September	Oktober	Novembre	Decembre	Januar	Februar	Marec
1 Predstavitvene aktivnosti	60 dni														
2 Izdelava internetne strani	15 dni	1.4.2012	16.4.2012												
3 Testiranje in izdelava vodne zavese	25 dni	1.4.2012	26.4.2012												
4 Izdelava promodjiskega materiala	10 dni	29.4.2012	9.5.2012												
5 Priprava adre me potencialnih strank (podjetj, ki se uklarajo)	20 dni	5.4.2012	25.4.2012												
6 Predstavitve potencialnim strankam	25 dni	1.5.2012	26.5.2012												
7 Ustanovitev podjetja	1 dan	31.5.2012	31.5.2012												
8 Aktivnosti v prvem letu poslovanja	305 dni														
9 Pogajanja s strankami	305 dni	1.6.2012	31.3.2012												
10 Iskanje novih strank (velika podjetja za 1 leto do go dika)	305 dni	1.6.2012	31.3.2012												
11 Izpopolnjevanje izdelka	62 dni	3.10.2012	5.12.2012												
12 Predstavitvena sejm	3 dni	12.9.2012	15.9.2012												

Priloga 7: Finančne projekcije

PROJEKCIJE 2008		Simulacija: 1 S												Leto					©						
OBDOBJE: -1		Mesec																	DRUGI PODATKI						
BILANCE		Priprava za tisk																							
BILANCA STANJA																									
<b>SREDSTVA</b>	36000	32510	33076	36490	40216	43040	44478	47800	53994	44740	42678	43842	49648	49648	69570	69363	91392	110303							
<b>SREDSTVA (RAZEN DENARJA)</b>	0	14318	11500	11250	11000	10750	10500	10250	10000	10738	9500	9250	9000	9000	6000	19716	8600	6900							
NEOPREDMETENA SREDSTVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
OPREDMETENA OSNOVNA SREDS	0	11750	11500	11250	11000	10750	10500	10250	10000	9750	9500	9250	9000	9000	6000	15300	8600	6900							
FINANČNE NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
TERJATVE IZ POSLOVANJA	0	2568	0	0	0	0	0	0	0	988	0	0	0	0	0	4416	0	0							
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEC	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							
<b>DENAR</b>	36000	18192	21576	25240	29216	32290	33978	37550	43994	34002	33178	34592	40648	40648	63570	49647	82792	103403							
<b>OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV</b>	36000	32510	33076	36490	40216	43040	44478	47800	53994	44740	42678	43842	49648	49648	69570	69363	91392	110303							
<b>KAPITAL</b>	36000	32510	32537	35115	38352	41020	42549	45307	50435	42845	40685	41236	45704	45704	65976	68584	86264	107880							
OSNOVNI KAPITAL	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000	36000							
ZADRŽANI DOBIČEK	0	-3490	-3463	-885	2352	5020	6549	9307	14435	6845	4685	5236	9704	9704	29976	32584	50264	71880							
<b>DOLG</b>	0	0	539	1375	1864	2020	1929	2493	3559	1895	1993	2606	3944	3944	3594	779	5128	2423							
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	539	1375	1864	2020	1929	2493	3559	1895	1993	2606	3944	3944	3594	779	5128	2423							
<b>IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA</b>																									
PRIHODKI POSLOVANJA		1500	4500	7400	8150	7250	5900	7600	10300	1400	2100	5450	9500	71050	86000	110900	124300	135100							
PROIZVAJALNI STROŠKI		790	1070	1250	1270	1050	1010	1250	1330	690	910	1490	1210	13320	13060	39340	33900	34980							
AMORTIZACIJA		250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000	3000	6700	6700	6700							
<b>KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE</b>		460	3180	5900	6630	5950	4640	6100	8720	460	940	3710	8040	54730	69940	64860	83700	93420							
STROŠKI PRODAJE		1250	450	350	350	300	250	250	250	5250	300	300	300	9600	9800	15800	15800	15800							
STROŠKI UPRAVE		2700	2700	2700	2700	2700	2700	2800	2800	2800	2800	2800	2800	33000	34800	45800	45800	50600							
<b>DOBIČEK IZ POSLOVANJA</b>		-3490	30	2850	3580	2950	1690	3050	5670	-7590	-2160	610	4940	12130	25340	3260	22100	27020							
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							
<b>DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA</b>		-3490	30	2850	3580	2950	1690	3050	5670	-7590	-2160	610	4940	12130	25340	3260	22100	27020							
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							
<b>DOBIČEK PRED DAVKI</b>		-3490	30	2850	3580	2950	1690	3050	5670	-7590	-2160	610	4940	12130	25340	3260	22100	27020							
DAVEK OD DOHODKA		0	3	273	342	282	162	292	542	0	0	58	472	2426	5068	652	4420	5404							
<b>ČISTI DOBIČEK</b>		-3490	27	2577	3238	2668	1528	2758	5128	-7590	-2160	552	4468	9704	20272	2608	17680	21616							

0,20 Davek od dohodka PO

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

<b>IZKAZ DENARNIH TOKOV</b>																				
<b>DENAR KONEC OBDOBJA</b>	36000	18192	21576	25240	29216	32290	33978	37550	43994	34002	33178	34592	40648	40648	63570	49647	82792	103403		
ČISTI DOBIČEK		-3490	27	2577	3238	2668	1528	2758	5128	-7590	-2160	552	4468	9704	20272	2608	17680	21616		
AMORTIZACIJA		250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000	3000	6700	6700	6700		
POVEČANJE DOLGA		0	539	837	488	156	-90	564	1066	-1664	98	612	1338	3944	-350	-2815	4349	-2705		
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)		14568	-2568	0	0	0	0	0	0	988	-988	0	0	12000	0	20416	-4416	5000		
DENARNI TOK		-17808	3384	3664	3976	3074	1688	3572	6444	-9992	-824	1414	6056	4648	22922	-13923	33145	20611		
<b>PODATKI</b>	<b>Izpis podatkov</b>													<b>IME PODJETJA:</b>		<b>Vnesi firmo podjetja</b>				
														<b>SKUPINA:</b>		<b>S.00.00 - vnesi šifro skupine</b>				
<b>POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU</b>																				
<b>POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OB</b>		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3		
<b>ANALIZA RAZMERIJ DO DRŽAVE IZ NASLOVA DDV</b>																				
TERJATVE ZA DDV KONEC OBDOBJA		2868	364	380	384	330	312	380	396	1268	322	438	382	382	481	1069	712	813		
OBVEZNOSTI ZA DDV KONEC OBDOBJA		300	900	1480	1630	1450	1180	1520	2060	280	420	1090	1900	1900	1433	1848	2072	2252		
SALDO IZ NASLOVA DDV		2568	-536	-1100	-1246	-1120	-868	-1140	-1664	988	-98	-652	-1518	-1518	-952	-779	-1360	-1439		
<b>NEOPREDMETENA SREDSTVA</b>														<b>Število enot: 1</b>						
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
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	0		
<b>NEOPREDMETENO SREDSTVO</b>																				
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	0		
POPRAVEK VREDNOSTI	0	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	0		
<b>NEPREMIČNINE</b>														<b>Število enot: 1</b>						
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
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	0		
<b>NEPREMIČNINA</b>																				
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	0		
POPRAVEK VREDNOSTI	0	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	0		

0,00 Amortizacijska stopnja

0,00 Stopnja DDV

0,00 Amortizacijska stopnja

0,00 Stopnja DDV

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

OPREMA														Število enot:			6									
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	28000	28000	33000						
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000	3000	6700	6700	6700					
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	250	500	750	1000	1250	1500	1750	2000	2250	2500	2750	3000	3000	6000	6000	12700	12700	19400	19400	26100					
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	11750	11500	11250	11000	10750	10500	10250	10000	9750	9500	9250	9000	9000	9000	6000	15300	8600	6900							
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	12000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12000	0	16000	0	5000								
SKUPAJ VSTOPNI DDV		2400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2400	0	3200	0	1000								
<b>Vodna zavesa 1</b>																										
NABAVNA VREDNOST	0	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000							
AMORTIZACIJA		167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	2000	2000	2000	2000	2000							0,20 Amortizacijska stopnja	
POPRAVEK VREDNOSTI		167	333	500	667	833	1000	1167	1333	1500	1667	1833	2000	2000	4000	6000	8000	10000								
NEODPISANA VREDNOST	0	9833	9667	9500	9333	9167	9000	8833	8667	8500	8333	8167	8000	8000	6000	4000	2000	0							0,20 Stopnja DDV	
NABAVE V OBDOBJU		10000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10000	0	0	0	0								
<b>Vodna zavesa 2</b>																										
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11000	11000	11000								
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2200	2200	2200							0,20 Amortizacijska stopnja	
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2200	4400	6600								
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8800	6600	4400								
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11000	0	0							0,20 Stopnja DDV	
<b>Računalniška oprema 1</b>																										
NABAVNA VREDNOST	0	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000							
AMORTIZACIJA		83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	1000	1000	0	0	0								0,50 Amortizacijska stopnja
POPRAVEK VREDNOSTI		83	167	250	333	417	500	583	667	750	833	917	1000	1000	2000	2000	2000	2000								
NEODPISANA VREDNOST	0	1917	1833	1750	1667	1583	1500	1417	1333	1250	1167	1083	1000	1000	0	0	0	0								
NABAVE V OBDOBJU		2000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2000	0	0	0	0								0,20 Stopnja DDV
<b>Računalniška oprema 2</b>																										
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5000	5000	5000								
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2500	2500	0								0,50 Amortizacijska stopnja
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2500	5000	5000								
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2500	0	0								
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5000	0	0								0,20 Stopnja DDV
<b>Računalniška oprema 3</b>																										
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5000								
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2500								0,50 Amortizacijska stopnja
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2500								
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2500								
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5000								0,20 Stopnja DDV
<b>OPREMA</b>																										
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								0,00 Amortizacijska stopnja
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								0,00 Stopnja DDV

»se nadaljuje«



»nadaljevanje«

<b>FINANČNE NALOŽBE</b>														Število enot:		1			
SKUPAJ NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
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	
<b>NALOŽBA</b>														Število enot:		1			
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	0	
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00 Letna obrestna mera
<b>TERJATVE IZ POSLOVANJA</b>														Število enot:		1			
SKUPAJ TERJATVE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
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	
<b>TERJATEV</b>														Število enot:		1			
TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZMANJŠANJE TERJATEV	0	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	0,00 Letna obrestna mera
<b>ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA</b>														Število enot:		1			
SKUPAJ VREDNOST ZALOGE MATI	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	0	
<b>KAPITAL</b>														Število enot:		1			
SKUPAJ GIBANJE KAPITALA	36000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
POVEČANJE / ZMANJŠANJE KAPIT	36000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DELITEV DOBIČKA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA</b>														Število enot:		1			
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ FINANCIR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOS	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	
<b>OBVEZNOST</b>														Število enot:		1			
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	0	
DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00 Letna obrestna mera
<b>OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA</b>														Število enot:		1			
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ POSLOVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOS	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	
<b>OBVEZNOST</b>														Število enot:		1			
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	0	
DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00 Letna obrestna mera

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

PRIHODKI POSLOVANJA / SPREMENLJIVI STROŠKI														Število enot: 3					
SKUPAJ PRIHODKI	0	1500	4500	7400	8150	7250	5900	7600	10300	1400	2100	5450	9500	71050	86000	110900	124300	135100	
SKUPAJ IZSTOPNI DDV	0	300	900	1480	1630	1450	1180	1520	2060	280	420	1090	1900	14210	17200	22180	24860	27020	
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0	100	300	400	400	200	200	400	400	0	0	400	300	3100	2900	3800	4500	5300	
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	0	40	120	200	220	200	160	200	280	40	60	140	260	1920	2360	3040	3400	3680	
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	28	84	120	124	80	72	120	136	8	12	108	112	1004	1052	1368	1580	1796	
<b>Oddajanje vodne zavese v najem</b>																			
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		1	3	6	7	8	6	6	10	2	3	3	10	65	89	114	125	131	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PRIHODEK		700	2100	4200	4900	5600	4200	4200	7000	1400	2100	2100	7000	45500	62300	79800	87500	91700	
IZSTOPNI DDV		140	420	840	980	1120	840	840	1400	280	420	420	1400	9100	12460	15960	17500	18340	
STROŠKI MATERIALA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
STROŠKI STORITEV		20	60	120	140	160	120	120	200	40	60	60	200	1300	1780	2280	2500	2620	
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		4	12	24	28	32	24	24	40	8	12	12	40	260	356	456	500	524	
<b>SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO</b>																			
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
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						
MATERIAL		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 ENOTE MATERIALA		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 (MATERIALA 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						
ZUNANJE STORITVE	0,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	
VSTOPNI DDV V STORITVAH		4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0						
Dostava na kraj dogodka		20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0						
CENA STORITVE		20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00						
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						
STORITEV		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 STORITVE		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 (STORITEV 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						
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	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						
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						
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						

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

Oddajanje vodne zavese s projektorjem v najem																			
NETO PRODAJNA CENA	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0	850,0		
PRODANA KOLIČINA	0	0	0	1	1	2	4	2	0	0	3	2	15	10	14	16	20		
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	850	850	1700	3400	1700	0	0	2550	1700	12750	8500	11900	13600	17000		
IZSTOPNI DDV	0	0	0	170	170	340	680	340	0	0	510	340	2550	1700	2380	2720	3400	0,20	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	100	100	200	400	200	0	0	300	200	1500	1000	1400	1600	2000		
STROŠKI STORITEV	0	0	0	20	20	40	80	40	0	0	60	40	300	200	280	320	400		
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	24	24	48	96	48	0	0	72	48	360	240	336	384	480		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	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		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0		20,0	20,0	20,0	20,0		
Projektor		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	0,20	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00		100,00	100,00	100,00	100,00		
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		
MATERIAL		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,00	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		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 (MATERIALA 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		
ZUNANJE STORITVE	0,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0		
VSTOPNI DDV V STORITVAH		4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0		4,0	4,0	4,0	4,0		
Prevoz na kraj dogodka		20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0		20,0	20,0	20,0	20,0	0,20	Stopnja DDV
CENA STORITVE		20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00		20,00	20,00	20,00	20,00		
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	1	1	1		
STORITEV		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,00	Stopnja DDV
CENA STORITVE		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 (STORITEV 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		
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		
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		
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		

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

Oddajanje vodne zavese z okrasjem/logom podjetja v najem													800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0
NETO PRODAJNA CENA		800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0	800,0											
PRODANA KOLIČINA		1	3	4	3	1	0	0	2	0	0	1	1	16	19	24	29	33											
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0											
PRIHODEK		800	2400	3200	2400	800	0	0	1600	0	0	800	800	12800	15200	19200	23200	26400											
IZSTOPNI DDV		160	480	640	480	160	0	0	320	0	0	160	160	2560	3040	3840	4640	5280											
STROŠKI MATERIALA		100	300	400	300	100	0	0	200	0	0	100	100	1600	1900	2400	2900	3300											
STROŠKI STORITEV		20	60	80	60	20	0	0	40	0	0	20	20	320	380	480	580	660											
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		24	72	96	72	24	0	0	48	0	0	24	24	384	456	576	696	792											
<b>SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO</b>		<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>	<b>120,00</b>											
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	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											
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0											
Okrasje		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											
CENA ENOTE MATERIALA		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00											
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											
MATERIAL		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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 ENOTE MATERIALA		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 (MATERIALA 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											
ZUNANJE STORITVE	0,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0											
VSTOPNI DDV V STORITVAH		4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0											
Dostava na kraj dogodka		20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0											
CENA STORITVE		20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00											
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											
STORITEV		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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 STORITVE		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 (STORITEV 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											
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	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											
<b>PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI</b>																													
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STI	0	650	650	650	650	650	650	650	650	850	950	650	650	8300	7800	32500	26000	26000											
SKUPAJ VSTOPNI DDV		130	130	130	130	130	130	130	130	170	190	130	130	1660	1560	3620	2320	2320											
Izboljšava proizvoda		0	0	0	0	0	0	0	0	200	300	0	0	500	0	0	0	0											
Najemnina pisarne		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000	6000	6000	6000	6000											
Voda, elektrika, itd.		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	1800	2000	2000	2000											
Leasing kombi		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10100	3600	3600											
Plača tehnika		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14400	14400	14400											
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0											

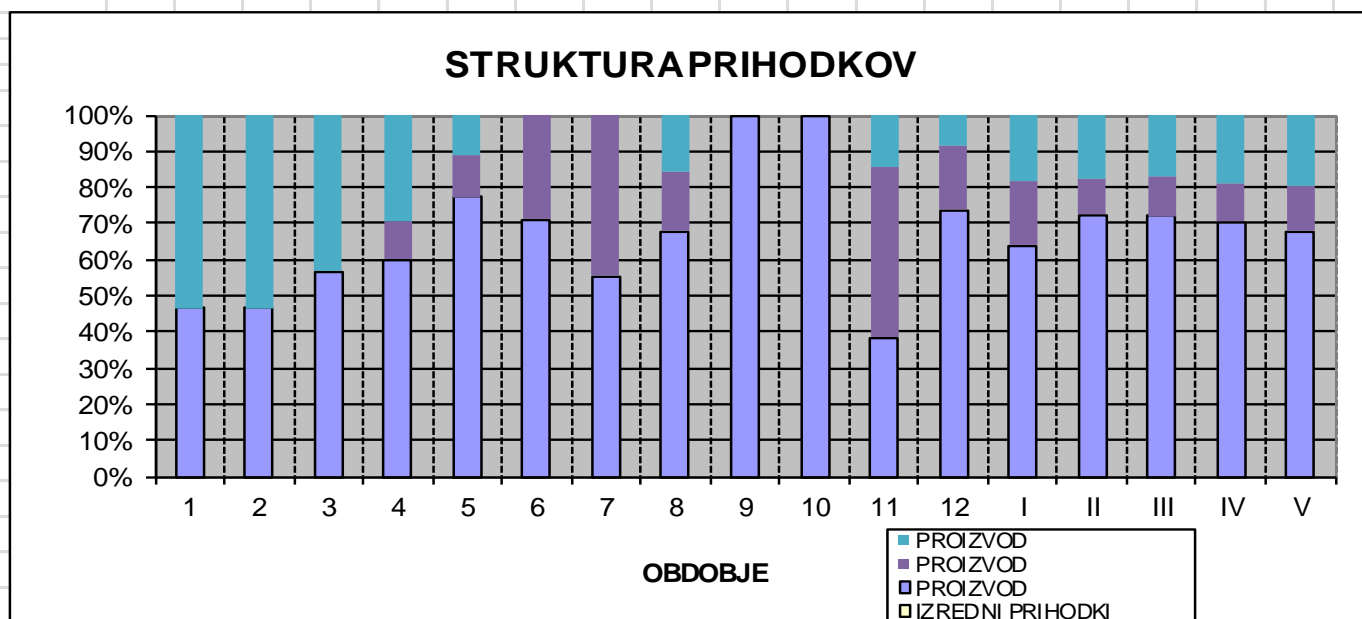
»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

<b>STROŠKI PRODAJE</b>																						
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	0	1250	450	350	350	300	250	250	250	5250	300	300	300	9600	9800	15800	15800	15800				
SKUPAJ VSTOPNI DDV		250	90	70	70	60	50	50	50	1050	60	60	60	1920	1960	3160	3160	3160				
Telefonija in internet		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	1800	1800	1800	1800				0,20 Stopnja DDV
Sejmi		0	0	0	0	0	0	0	0	5000	0	0	0	5000	5000	10000	10000	10000				0,20 Stopnja DDV
Promocijski material		800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	800	1000	1500	1500	1500				0,20 Stopnja DDV
Obiski strank		300	300	200	200	150	100	100	100	100	150	150	150	2000	2000	2500	2500	2500				0,20 Stopnja DDV
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				0,00 Stopnja DDV
<b>STROŠKI UPRAVE</b>																						
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	0	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2800	2800	2800	2800	2800	2800	33000	34800	45800	45800	50600				
SKUPAJ VSTOPNI DDV		60	60	60	60	60	60	80	80	80	80	80	80	840	1200	1480	1480	1480				
Plača Družabnik 1		1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400	14400	19200	19200	24000				0,00 Stopnja DDV
Plača Družabnik 2		1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400	14400	19200	19200	19200				0,00 Stopnja DDV
Računovodstvo		200	200	200	200	200	200	300	300	300	300	300	300	3000	4800	6000	6000	6000				0,20 Stopnja DDV
Pisarniški material		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200	1200	1400	1400	1400				0,20 Stopnja DDV
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				0,00 Stopnja DDV
<b>IZREDNI PRIHODKI</b>																						
SKUPAJ IZREDNI PRIHODKI	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				
PRIHODEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				0,00 Stopnja DDV
<b>IZREDNI ODHODKI</b>																						
SKUPAJ IZREDNI ODHODKI	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				
ODHODEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				0,00 Stopnja DDV
<b>KAZALNIK</b> Izpis kazalnikov																						
<b>CILJNE SPREMENLJIVKE</b>																						
KAPITAL	36000	32510	32537	35115	38352	41020	42549	45307	50435	42845	40685	41236	45704	45704	65976	68584	86264	107880				
DOBIČEK	0	-3490	27	2577	3238	2668	1528	2758	5128	-7590	-2160	552	4468	9704	20272	2608	17680	21616				
DENAR	36000	18192	21576	25240	29216	32290	33978	37550	43994	34002	33178	34592	40648	40648	63570	49647	82792	103403				
<b>STRUKTURA PRIHODKOV (v %)</b>																						
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		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				
PROIZVOD		46,7	46,7	56,8	60,1	77,2	71,2	55,3	68,0	100,0	100,0	38,5	73,7	64,0	72,4	72,0	70,4	67,9				
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	10,4	11,7	28,8	44,7	16,5	0,0	0,0	46,8	17,9	17,9	9,9	10,7	10,9	12,6				
PROIZVOD		53,3	53,3	43,2	29,4	11,0	0,0	0,0	15,5	0,0	0,0	14,7	8,4	18,0	17,7	17,3	18,7	19,5				
PRIHODKI FINANCIRANJA		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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«

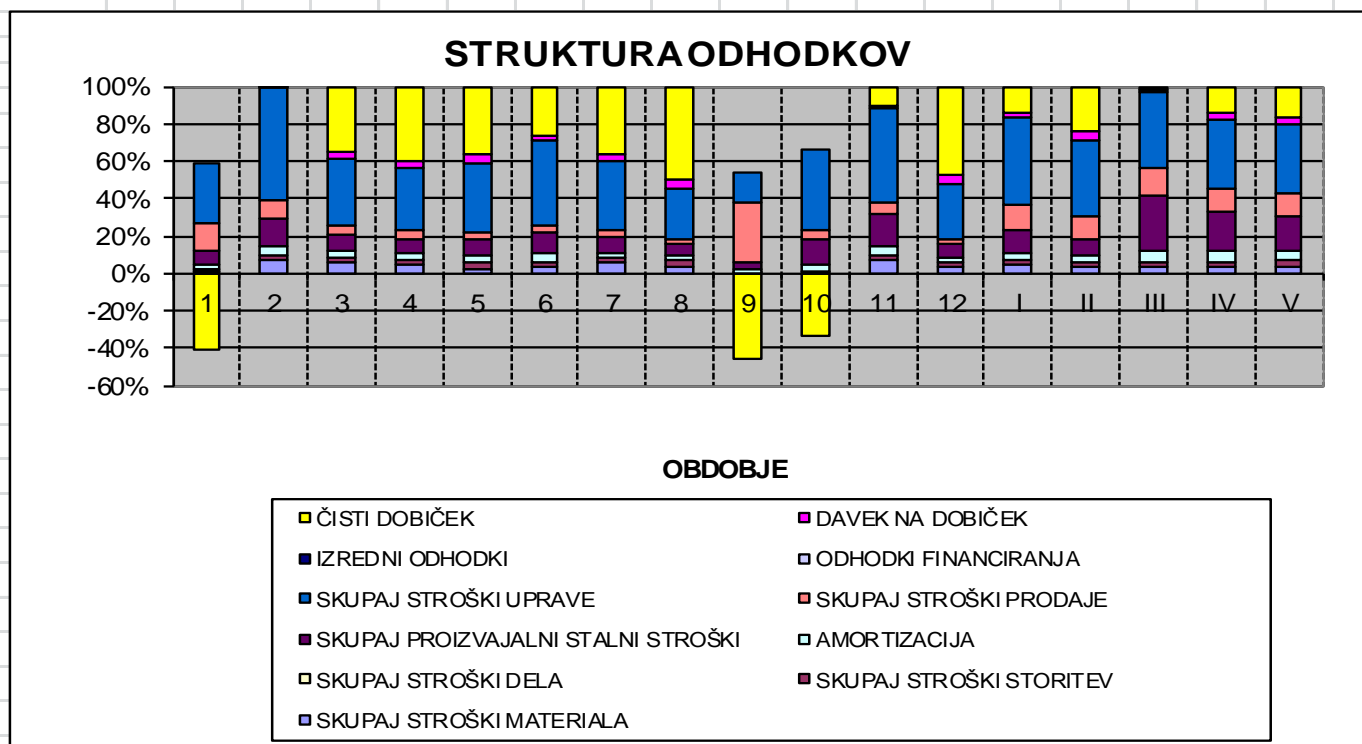


#### STRUKTURA ODHODKOV (v %)

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	6,7	6,7	5,4	4,9	2,8	3,4	5,3	3,9	0,0	0,0	7,3	3,2	4,4	3,4	3,4	3,6	3,9
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	2,7	2,7	2,7	2,7	2,8	2,7	2,6	2,7	2,9	2,9	2,6	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7
SKUPAJ STROŠKI DELA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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	16,7	5,6	3,4	3,1	3,4	4,2	3,3	2,4	17,9	11,9	4,6	2,6	4,2	3,5	6,0	5,4	5,0
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	43,3	14,4	8,8	8,0	9,0	11,0	8,6	6,3	46,4	40,5	17,4	6,8	11,7	9,1	29,3	20,9	19,2
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	83,3	10,0	4,7	4,3	4,1	4,2	3,3	2,4	375,0	14,3	5,5	3,2	13,5	11,4	14,2	12,7	11,7
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	180,0	60,0	36,5	33,1	37,2	45,8	36,8	27,2	200,0	133,3	51,4	29,5	46,4	40,5	41,3	36,8	37,5
ODHODKI FINANCIRANJA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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	0,0	0,1	3,7	4,2	3,9	2,7	3,8	5,3	0,0	0,0	1,1	5,0	3,4	5,9	0,6	3,6	4,0
ČISTI DOBIČEK	-232,7	0,6	34,8	39,7	36,8	25,9	36,3	49,8	-542,1	-102,9	10,1	47,0	13,7	23,6	2,4	14,2	16,0

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«



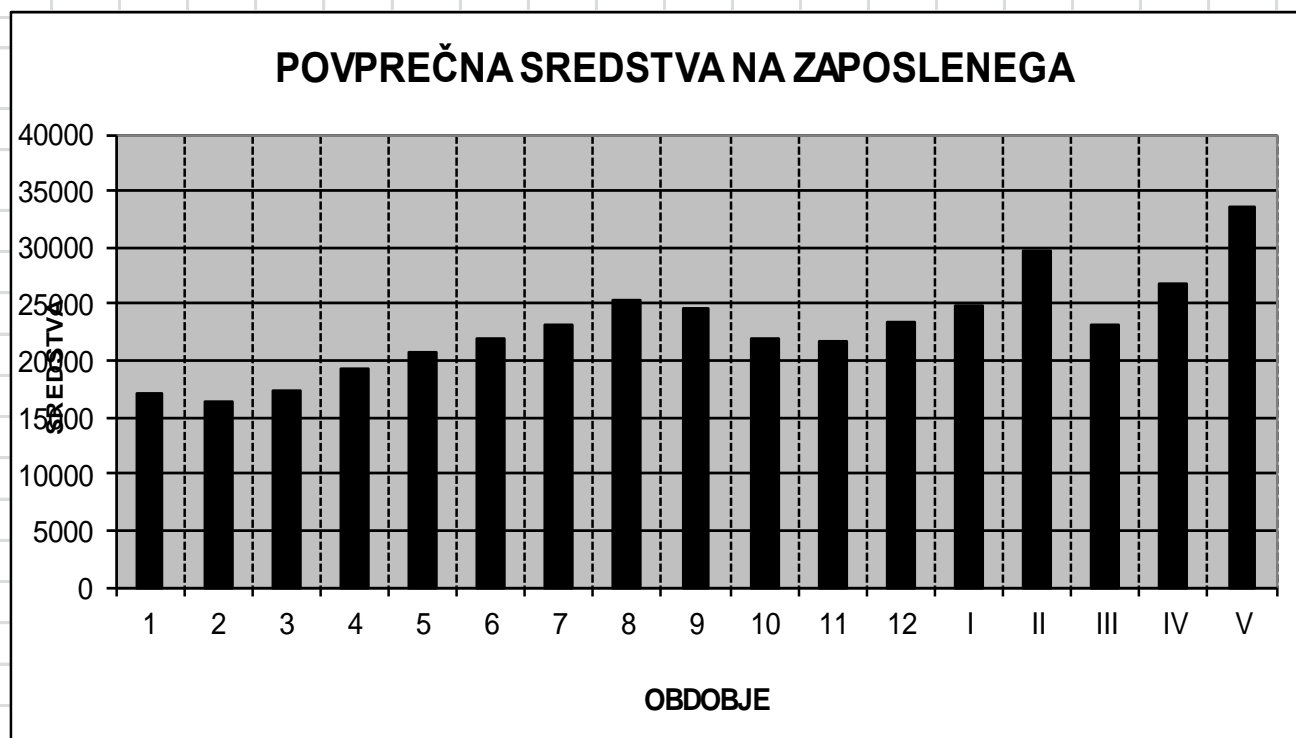
**POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA V OBDOBJU**

POVPREČNA SREDSTVA NA  
ZAPOSLENEGA

17128	16397	17392	19177	20814	21880	23070	25449	24684	21855	21630	23373	24824	29805	23156	26793	33616
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«



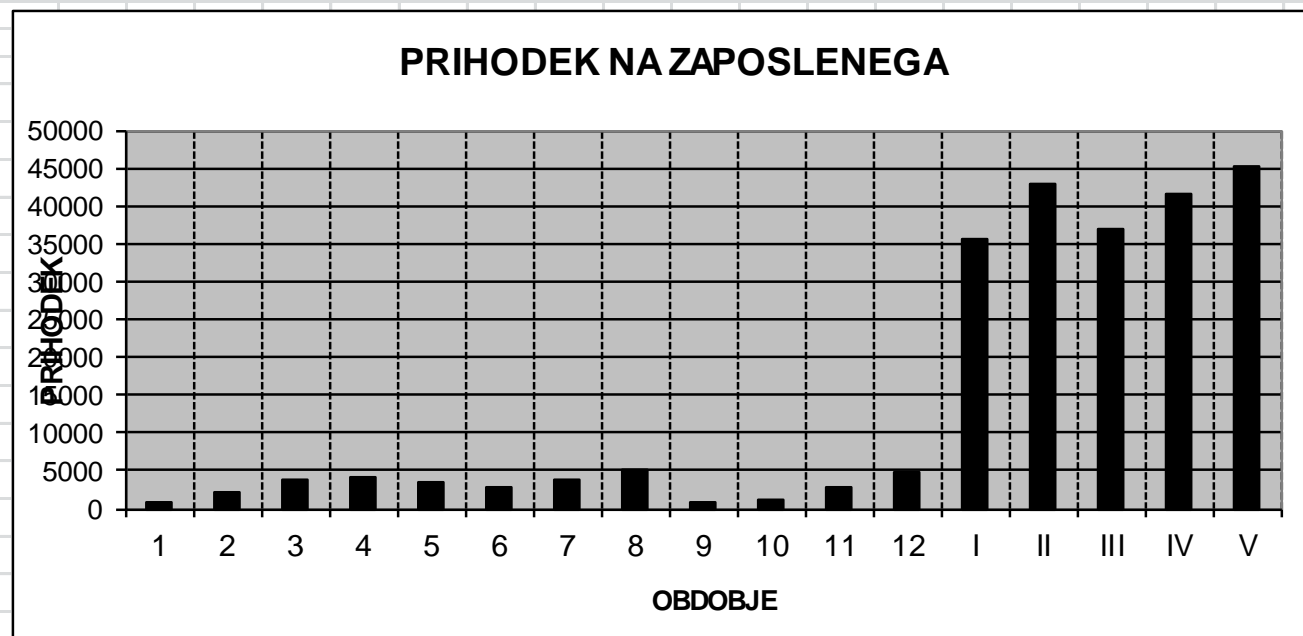
**PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA**

PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA	750	2250	3700	4075	3625	2950	3800	5150	700	1050	2725	4750	35525	43000	36967	41433	45033
-------------------------	-----	------	------	------	------	------	------	------	-----	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------

»se nadaljuje«



»nadaljevanje«



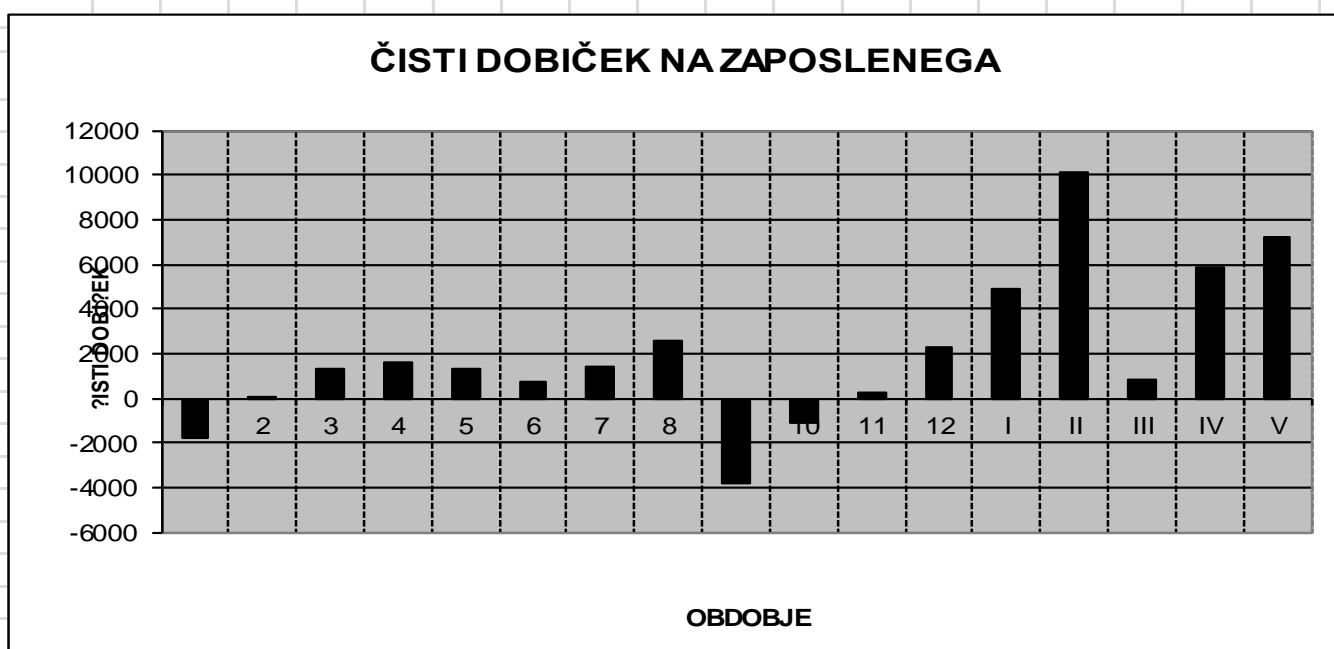
**ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA**

ČISTI DOBIČEK NA  
ZAPOSLENEGA

-1745 14 1289 1619 1334 764 1379 2564 -3795 -1080 276 2234 4852 10136 869 5893 7205

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

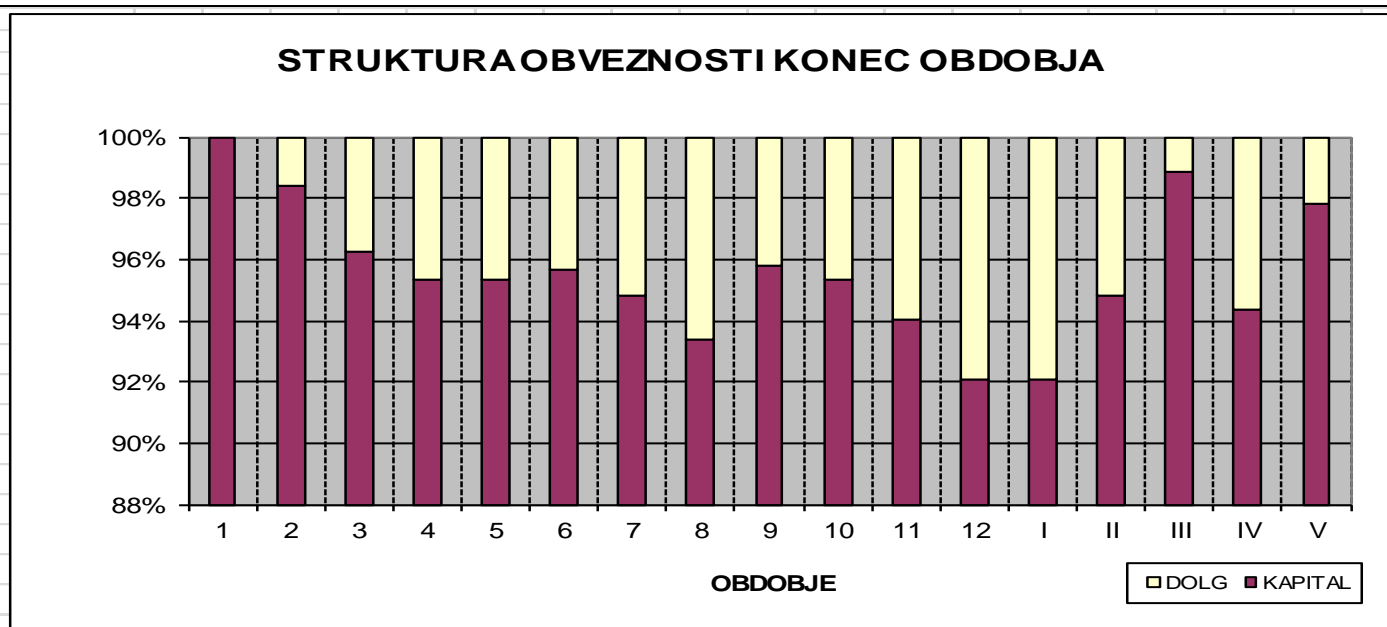


**STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA (V %)**

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	98,4	96,2	95,4	95,3	95,7	94,8	93,4	95,8	95,3	94,1	92,1	92,1	94,8	98,9	94,4	97,8		
DOLG		0,0	1,6	3,8	4,6	4,7	4,3	5,2	6,6	4,2	4,7	5,9	7,9	7,9	5,2	1,1	5,6	2,2	

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

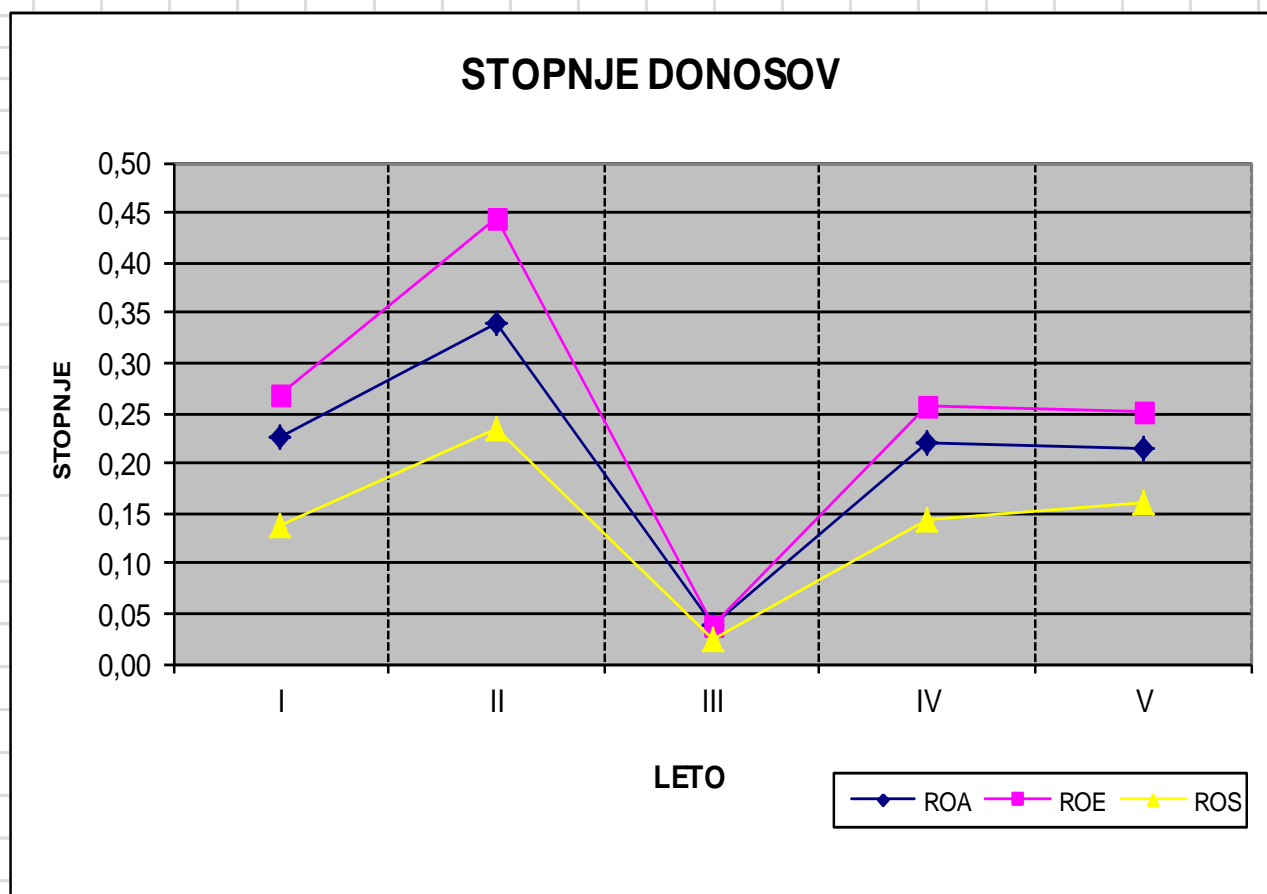


**STOPNJE DONOSOV**

ROA (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNA SREDSTVA)	ROA	-1,22	0,01	0,89	1,01	0,77	0,42	0,72	1,21	-1,84	-0,59	0,15	1,15	0,23	0,34	0,04	0,22	0,21
ROE (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNI KAPITAL)	ROE	-1,22	0,01	0,91	1,06	0,81	0,44	0,75	1,29	-1,95	-0,62	0,16	1,23	0,27	0,44	0,04	0,26	0,25
RETURN ON SALES (ČISTI DOBIČEK / PRIHODEK)	ROS	-2,33	0,01	0,35	0,40	0,37	0,26	0,36	0,50	-5,42	-1,03	0,10	0,47	0,14	0,24	0,02	0,14	0,16

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«



INTERNA STOPNJA DONOSA (IZ PODATKOV PO LETIH)

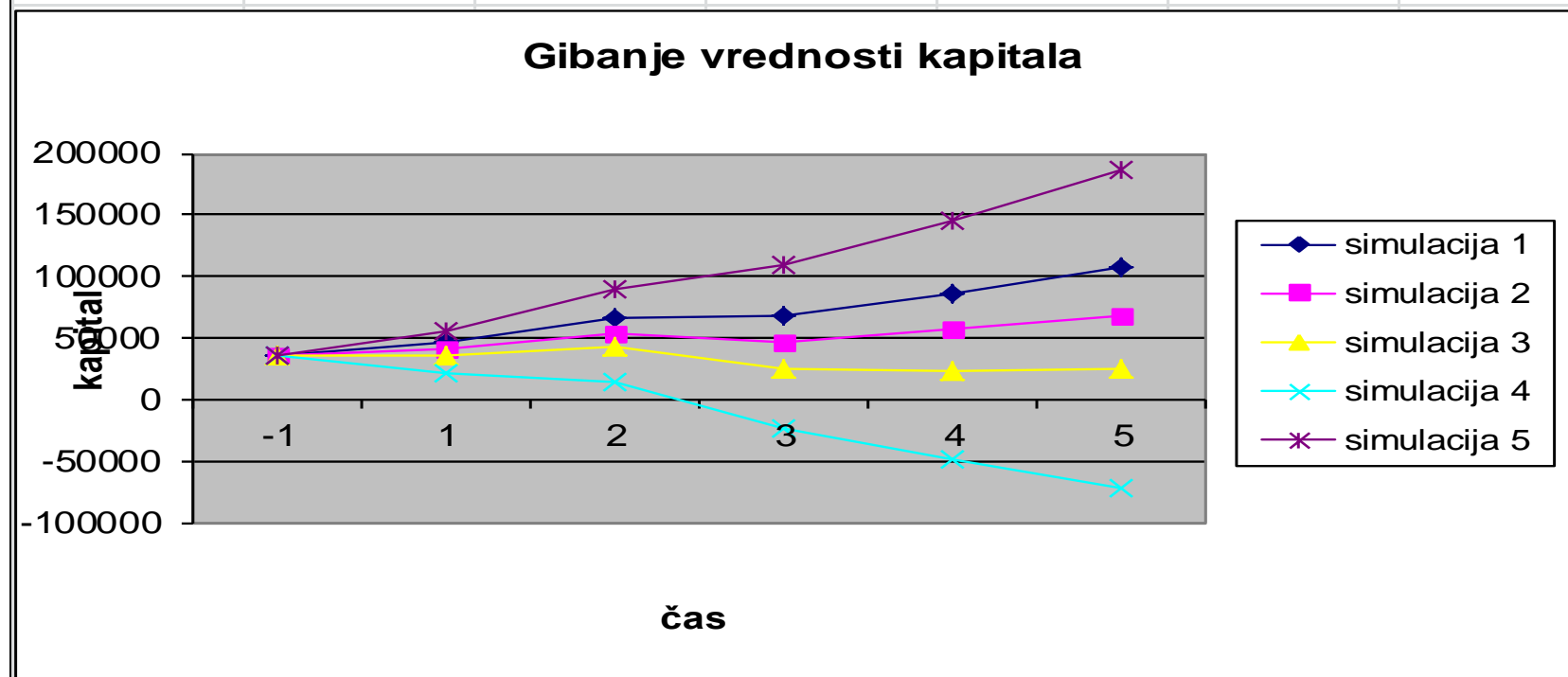
INTERNA STOPNJA DONOSA

24,5%

0	I	II	III	IV	V
-36000	0	0	0	0	107880

Simulacije

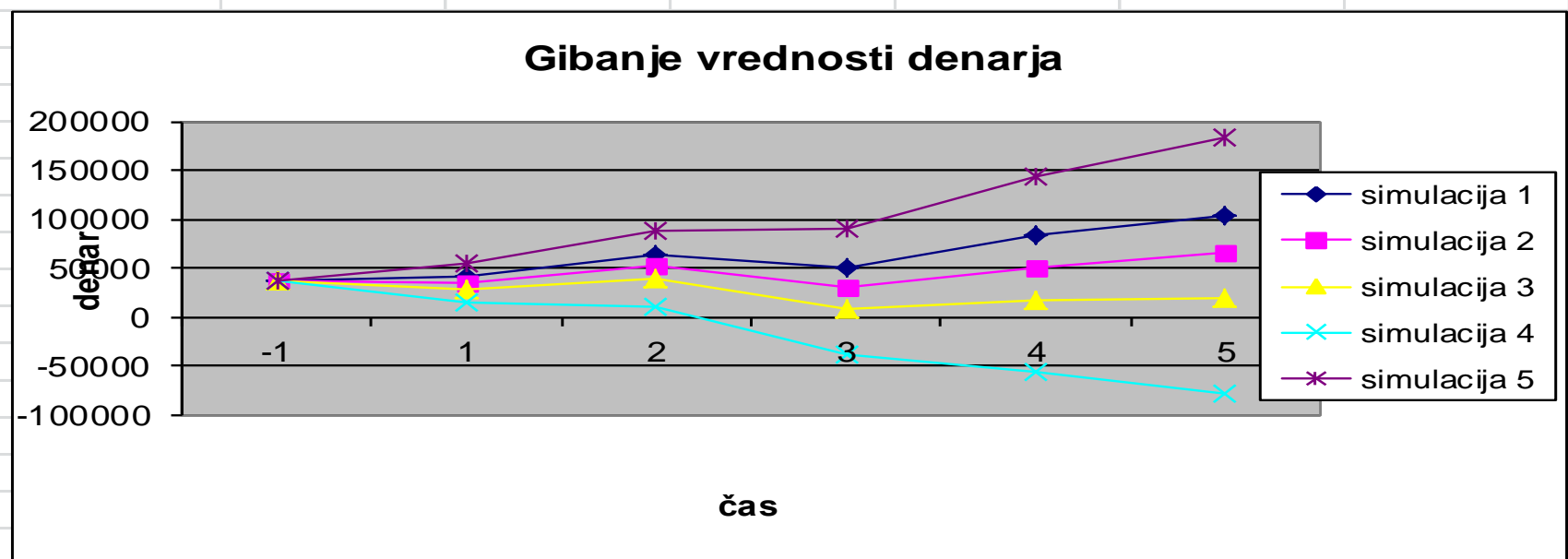
KAPITAL	Obdobje					
Številka sim	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	36000	45704	65976	68584	86264	107880
simulacija 2	36000	40422	54234	47088	56886	68412
simulacija 3	36000	34924	42493	24941	23761	25557
simulacija 4	36000	21718	14762	-23602	-48062	-71490
simulacija 5	36000	56269	89459	108717	145021	186816



»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

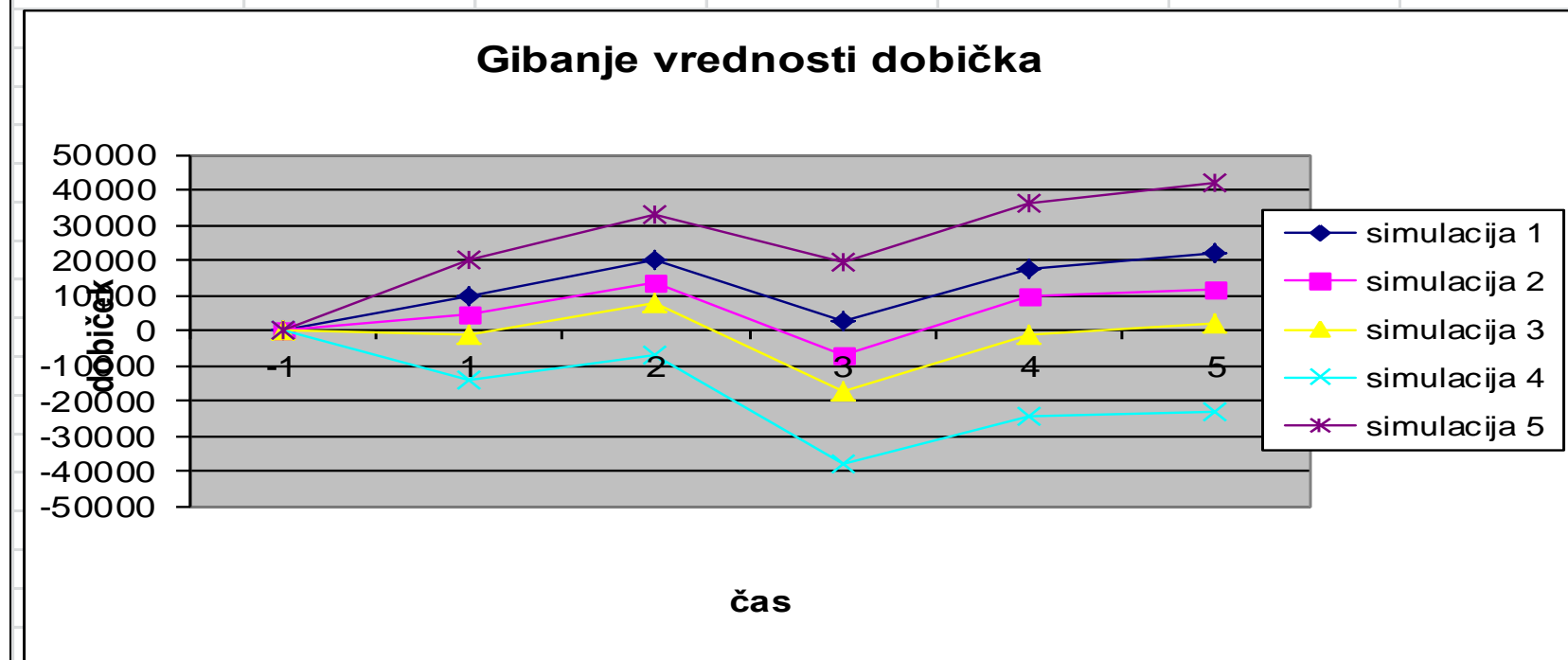
DENAR	Obdobje					
Številka simu	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	36000	40648	63570	49647	82792	103403
simulacija 2	36000	33866	51400	28941	50114	64959
simulacija 3	36000	27084	38799	8450	16133	19675
simulacija 4	36000	13521	9176	-38816	-56078	-77792
simulacija 5	36000	54212	87911	91060	142430	183148



»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

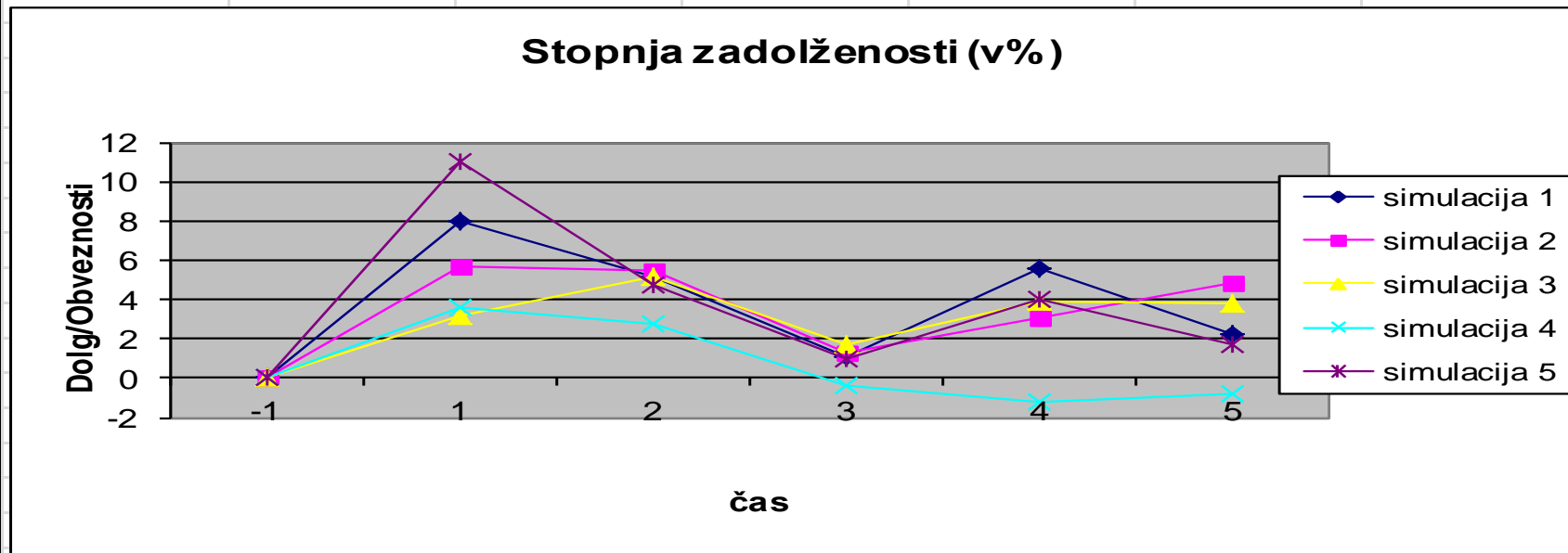
<b>DOBIČEK</b>	<b>Obdobje</b>					
<b>Številka sim</b>	<b>-1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
simulacija 1	0	9704	20272	2608	17680	21616
simulacija 2	0	4422	13813	-7146	9797	11526
simulacija 3	0	-1076	7569	-17552	-1180	1796
simulacija 4	0	-14282	-6956	-38364	-24460	-23428
simulacija 5	0	20269	33190	19258	36304	41795



»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

Dolg/Obvezn	Obdobje					
Številka sim	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	8	5	1	6	2
simulacija 2	0	6	6	1	3	5
simulacija 3	0	3	5	2	4	4
simulacija 4	0	4	3	0	-1	-1
simulacija 5	0	11	5	1	4	2

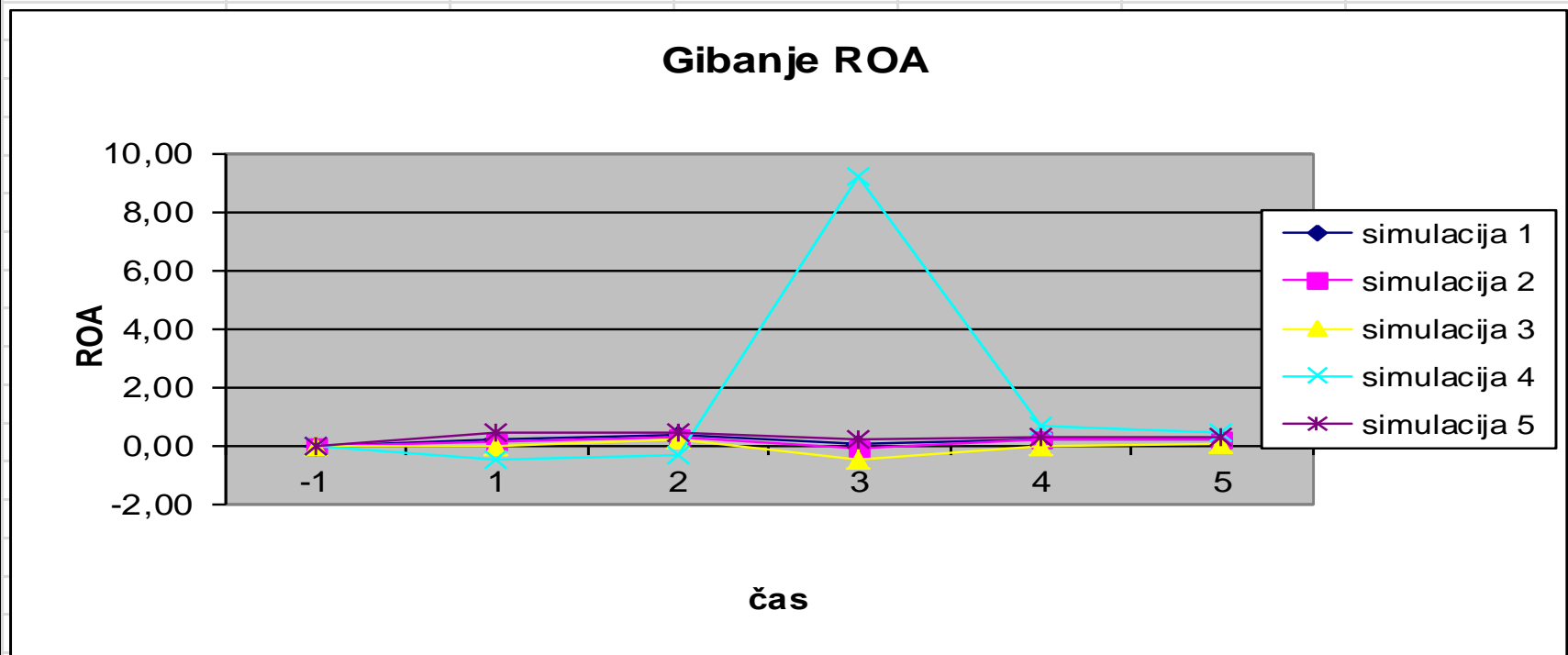


»se nadaljuje«



»nadaljevanje«

ROA	Obdobje					
Številka sim	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	0,23	0,34	0,04	0,22	0,21
simulacija 2	0,00	0,11	0,28	-0,14	0,18	0,18
simulacija 3	0,00	-0,03	0,19	-0,50	-0,05	0,07
simulacija 4	0,00	-0,49	-0,37	9,20	0,69	0,40
simulacija 5	0,00	0,41	0,42	0,19	0,28	0,25



»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

ROE	Obdobje					
Številka sim	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	0,27	0,44	0,04	0,26	0,25
simulacija 2	0,00	0,12	0,34	-0,13	0,21	0,20
simulacija 3	0,00	-0,03	0,22	-0,41	-0,05	0,08
simulacija 4	0,00	-0,40	-0,32	-2,60	1,04	0,49
simulacija 5	0,00	0,56	0,59	0,22	0,33	0,29

