

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

POSLOVNI NAČRT PODJETJA PC HIGIENA D.O.O.

Ljubljana, junij 2010

VLADO BERGLEZ

IZJAVA

Študent/ka _____ izjavljam, da sem avtor/ica tega
diplomskega dela, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom _____, in da
dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____ Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1. POVZETEK	2
1.1 Kratek opis podjetja	2
1.2 Priložnost in strategija	2
1.3 Ciljni trg	2
1.4 Konkurenčne prednosti	3
1.5 Ekonomika, dobičkonosnost in možnost žetve	3
1.6 Vodstvena skupina in kadri	3
2. PANOGA DEJAVNOSTI, PODJETJE, PROIZVODI IN STORITVE	4
2.1 Panoga dejavnosti	4
2.2 Podjetje	6
2.3 Proizvodi in storitve	7
2.4 Poslanstvo in vizija podjetja	9
2.5 Strategija vstopa in rasti	10
3. TRŽNA RAZISKAVA IN ANALIZA	11
3.1 Kupci	11
3.2 Obseg trga in trendi	15
3.3 Konkurenca	16
3.4 Sprotno ocenjevanje trga	16
4. EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA	17
4.1 Kosmati dobiček in dobiček iz poslovanja	17
4.2 Analiza donosnosti	17
4.3 Fiksni, variabilni in polvariabilni stroški	19
4.4 Upravljanje z denarnim tokom podjetja	19
5. NAČRT TRŽENJA	19
5.1 Celotna trženjska strategija	19
5.2 Cenovna strategija in prodajna politika	21
5.3 Tržno komuniciranje	22
5.4 Prodajne poti	23
6. NAČRT RAZVOJA	23
7. PROIZVODNI IN STORITVENI NAČRT	24
7.1 Geografska lokacija	24
7.2 Poslovni prostori	24
7.3 Operativni cikel	25
7.4 Pravne zahteve, dovoljenja, vprašanja	27
8. VODSTVENA SKUPINA IN KADRI	28
8.1 Organizacijska struktura	28
8.2 Ključno vodstveno osebje	28
8.3 Politika zaposlovanja in nagrajevanja	29
8.4 Profesionalni svetovalci in storitve	29
9. SPLOŠNI TERMINSKI PLAN	29
10. KRITIČNA TVEGANJA IN IZZIVI	30

10.1	<i>Makro raven</i>	30
10.2	<i>Mikro raven</i>	31
10.3	<i>Simuliranje poslovnega tveganja</i>	32
11.	FINANČNI NAČRT	34
11.1	<i>Predračun izkaza poslovnega izida</i>	34
11.2	<i>Predračun bilance stanja</i>	34
11.3	<i>Predračun izkaza finančnih tokov</i>	35
11.4	<i>Davčni status</i>	36
11.5	<i>Kontrola stroškov</i>	36
	SKLEP	36

KAZALO TABEL

Tabela 1:	Podjetja, ki uporabljajo računalnike v %	5
Tabela 2:	Delež zaposlenih, ki uporabljajo računalnik	5
Tabela 3:	Porterjev model petih sil konkurenčnosti.....	6
Tabela 4:	Prikaz poslovanja podjetja PC Higiene d.o.o. v prvih petih letih v EUR	17
Tabela 5:	Cenik storitev čiščenja računalniške opreme podjetja PC Higiene d.o.o.....	21
Tabela 6:	Pričakovani stroški trženja v prvih petih letih.....	23
Tabela 7:	Stroški opreme, ki je potrebna za poslovanje v prvih petih letih	25
Tabela 8:	Kosovnica potrošnega materiala za posamezno storitev.....	27
Tabela 9:	Terminski načrt PC Higiene d.o.o. v prvem in drugem letu poslovanja.....	30
Tabela 10:	Načrtovani izkaz poslovnega izida PC Higiene d.o.o. v prvih petih letih poslovanja.....	34
Tabela 11:	Načrtovani izkaz bilance stanja PC Higiene d.o.o. v prvih petih letih poslovanja ..	35
Tabela 12:	Načrtovani izkaz denarnih tokov PC Higiene d.o.o. v prvih petih letih poslovanja	36

KAZALO SLIK

Slika 1:	Delež podjetij, ki vzdržuje/čisti svojo računalniško opremo	12
Slika 2:	Delež rednega vzdrževanja računalniške opreme	12
Slika 3:	Ali obstaja interes za uporabo storitve PC-higijene.....	13
Slika 4:	Odgovorni za čiščenje računalniške opreme.....	13
Slika 5:	Prepoznavnost podjetij s storitvijo PC-higijene.....	14
Slika 6:	Oblika najema storitve čiščenja	14
Slika 7:	Oblika ponudbe čiščenja računalniške opreme.....	15
Slika 8:	Prikaz čistega dobička v prvih petih letih poslovanja.....	18
Slika 9:	Prikaz stopnje donosnosti po letih poslovanja	18
Slika 10:	Organizacijska struktura podjetja PC Higiene d.o.o.	28

UVOD

Podjetništvo, ideje ter kreativnost - ti pojmi so močno povezani med seboj in imajo skupno točko - podjetnika. Podjetnik je oseba, ki mora biti kreativna in sposobna ustvariti prave ideje z namenom opravljanja podjetniške aktivnosti.

»Funkcija podjetnika je, da zagotavlja financiranje nekega posla, da prevzema tveganje tega početja in da odloča o kombiniranju proizvodnih dejavnikov za izvedbo posla.« (Pučko, 2003, str. 4).

»Podjetništvo je v bistvu najustvarjalnejša med poslovnimi funkcijami, ki je v osnovi nosilec nastajanja tehnoloških sprememb v poslovanju in družbeni porabi pa tudi ustvarjanja novih trgov.« (Pučko, 2003, str. 4).

Kreativnost vzamemo kot mentalni proces, ki vključuje ustvarjanje novih idej, pojmov ali rešitev problemov oziroma iskanje ter ustvarjanje novih povezav med obstoječimi idejami ter pojmi. Vsakdo od nas je lahko kreativen, ne zna pa vsakdo tega potenciala izkoristiti. »Prvi korak do dobrih podjetniških idej je, da načrtno gradimo na svoji kreativnosti in se iskanja prave podjetniške ideje lotimo sistematično.« (Blaž Kos, 2009)

V svoji diplomski nalogi bom izdelal poslovni načrt za podjetje PC Higiena d.o.o. Podjetje se bo ukvarjalo s čiščenjem računalniške opreme. Svojo dejavnost bomo usmerili v poslovanje s podjetji.

Računalniška panoga se nenehno razvija tako na programskem kot na strojnem področju. Življenjska doba računalnikov je navadno zelo kratka, traja do pet let. To ne pomeni, da računalnik odpove ali ne deluje več, ampak ne ustreza razvoju tehnologije in novim operacijskim sistemom. Težko bomo prepričali pet let star računalnik, da bo poganjal najnovejši operacijski sistem. Obstajajo tudi razlogi, zaradi katerih računalnik odpove v mnogo krajšem obdobju. Podjetja pri svojem poslovanju osvežujejo, obnavljajo ter uporabljajo najnovejšo programsko opremo, le malo pa se jih zaveda, da je za normalno delovanje računalnikov potrebno vzdrževati tudi strojno opremo. Zaradi nabiranja prahu prihaja do slabšega delovanja hladilnikov ter ventilatorjev, kar povzroči pregrevanje procesorja ali slabše delovanje napajalnika ter ostalih elektronskih enot, ki sestavljajo strojno opremo. To se pozna na delovni zmogljivosti računalnika, dolgoročno zaradi pregrevanja lahko odpovedo, zato lahko podjetja po nepotrebnem izgubijo pomembne informacije, čas in posledično denar.

S poslovnim načrtom hočem ovrednotiti samo idejo, preveriti potencialni trg ter možnosti uveljavitve na trgu. Z njim želim ugotoviti minimalni potrebni (začetni) vložek za normalen razvoj oziroma rast. Poslovni načrt mi bo pomagal na prvih korakih na samostojni poti podjetniškega entuziazma.

V informacijski panogi je čiščenje računalniške opreme uporabljen pojem, ker se izraz čiščenje uporablja za urejanje, osveževanje, popravljanje in ponovno nalaganje podatkovnih baz, operacijskih sistemov, zaščit pred izgubo podatkov, brisanje virusov in vsega, kar je povezano s shranjevanjem informacij. Odločil sem se, da bom svojo dejavnost poimenoval PC-higiena.

1. POVZETEK

1.1 Kratek opis podjetja

Komportal računalniška trgovina s.p. je bila ustanovljena 4.9.2007 z namenom spletne prodaje računalniške opreme. V prihodnosti želimo svojo dejavnost razširiti na storitev PC-higiene, ki predstavlja fizično čiščenje strojne opreme ter perifernih enot, kot so monitorji, tipkovnice, miške in ostala računalniška oprema. Ta poslovni načrt obravnava zgolj novo dejavnost, v katero se bo usmerilo podjetje. Začetni vložek bo 10000 EUR, katerega del bo namenjen nakupu osnovne opreme zračnega kompresorja, sesalnika in ostalih pripomočkov za izvedbo storitve. Sedež podjetja je na Bezenškovi ulici 19 v Ljubljani, svoje poslovne prostore pa imamo v stavbi podjetja Ergoles d.o.o., na Cesti Ljubljanske brigade 9 a.

1.2 Priložnost in strategija

Hitrost delovanja računalnikov in neurejeno delovno okolje. Umazanija vpliva na hitrost delovanja računalnikov, saj zmanjšuje hitrost tudi do 40 % ali več. Veliko podjetij se ne zaveda, da čistoča računalnika vpliva na delovno sposobnost tako zaposlenih kot delovne opreme, v tem primeru računalnikov. Neurejeno delovno okolje zmanjšuje produktivnost zaposlenih. Priložnost vidim v dejstvu, da PC-higiena še ne deluje kot specializirana dejavnost, ampak deluje samo kot del ponudbe računalniških servisov, ki je le komplementarna dejavnost ostalim storitvam. Pri svojem delu bomo uporabili antistatično zaščito, ki varuje opremo pred kratkimi stiki, ki lahko nastanejo kot posledica čiščenja samo z navadnim sesalcem.

Z našo storitvijo bomo podjetjem omogočili delo zaposlenih v čistejšem delovnem okolju ter boljše in hitrejše delovanje njihove računalniške opreme. Ker prah in umazanija vplivata na okvare posameznih delov strojne opreme posameznega računalnika, bomo z našo dejavnostjo vplivali na daljšo življenjsko dobo računalnikov, podjetjem pa omogočili kasnejši nakup novih enot in jim prihranili dodatne stroške, ki nastanejo z nakupom nove opreme.

1.3 Ciljni trg

Ciljni trg predstavljajo podjetja, ki se ukvarjajo s finančnimi in zavarovalniškimi dejavnostmi v zasebnem sektorju ter šole kot javne ustanove. Za obe področji je pomembno, da svojo dejavnost opravljajo v čistem in zdravem okolju, morebitna izguba podatkov pa zanje

predstavlja velik strošek. Zavarovalnice in banke gradijo svoje poslovanje na urejenosti delovnega okolja in zaposlenih, kamor uvrščamo tudi računalniško opremo. Danes vsako podjetje uporablja računalniško opremo, zato se ne bomo omejili samo na dva segmenta. V prvi fazi bomo zaradi logističnih razlogov tržili storitev na območju Ljubljane z okolico. S tretjim letom bomo trženje razširili na ostale dele Slovenije. Ob upoštevanju omejitve storitvene kapacitete, ki znaša 255 enot mesečno na zaposlenega, bo v prvem letu naš cilj doseči trg s 3000 enotami. S postavljeno nižjo ceno v primerjavi s konkurenco pričakujem vsakoletno rast poslovanja za 25 %.

1.4 Konkurenčne prednosti

Naša dejavnost ima ogromno posredne konkurence, ki jo predstavljajo računalniški servisi. Od nas se razlikujejo po tem, da svoje storitve zaračunavajo servisnih urah, čiščenje pa opravljajo samo kot komplementarno storitev drugim storitvam in je ne tržijo posebej. Našo prednost vidim predvsem v ciljanem trženju pomena in vrednosti te specifične storitve, česar konkurenca nima. Stranke nameravamo pridobiti z neposrednim trženjem ter predstavitvami, s katerimi bomo prikazali pozitivne učinke, ki jih prinaša PC-higiena.

Našo storitev bomo izvajali v prostorih strank, zato le-te ne bodo imele dodatnih stroškov zaradi daljše nedostopnosti opreme. Poleg tega se bomo strankam prilagodili s fleksibilnim urnikom izvajanja storitve. Z njimi se bomo vnaprej natančno dogovorili o terminih, rokih in obsegu opravljanja čiščenja.

1.5 Ekonomika, dobičkonosnost in možnost žetve

Za zagon dejavnosti ne potrebujemo velikega začetnega vložka. Vstop in izstop iz trga nista povezana z velikimi stroški. Ves kapital bo lastniški in vložen v denarju, od katerega se bo del takoj porabil za nakup osnovnih sredstev, namenjenih izvedbi PC-higiene. Tako že prvo leto pričakujemo dobiček v velikosti 8588 EUR. Od drugega do petega leta bo zaradi dodatnih investicij v poslovanje dobiček manjši, konec petega leta bo znašal 6737 EUR. Sorazmerno dobičku se bo gibala tudi donosnost kapitala in sredstev.

1.6 Vodstvena skupina in kadri

V podjetju bova prvi dve leti zaposlena samo lastnika podjetja, vsak izmed naju bo imel polovični lastniški delež. Ne glede na naziv v podjetju si bova enakomerno delila odgovornost za vse funkcije, od upravljalnih do operativnih. Pri poslovanju bova uporabila dosedanje izkušnje, ki sva jih pridobila v podjetjih. V tretjem letu bova za potrebe izvajanja storitve in trženja zaposlila študenta.

2. PANOGA DEJAVNOSTI, PODJETJE, PROIZVODI IN STORITVE

2.1 Panoga dejavnosti

Poslovni načrt predstavlja razširitev dejavnosti podjetja, ki že posluje. Komportal računalniška trgovina s.p. je registrirana za več dejavnosti, vendar bom naštel samo bistvene, ki predstavljajo naše storitve. Glavna dejavnost podjetja je prodaja računalniške opreme. Svojo prvobitno dejavnost podjetje opravlja preko internetne trgovine. Panoga, v kateri deluje podjetje, je trgovina na debelo z računalniškimi napravami – šifra dejavnosti je G46.510 (Standardna klasifikacija dejavnosti, 2008).

Osnovno dejavnost internetne prodaje podjetjem bomo razširili na drugo področje. Svoje prihodnje delovanje želimo usmeriti v PC-higieno za podjetja. Dejavnost, ki jo moramo posledično registrirati, je **Popravila in vzdrževanje računalnikov in perifernih enot** – šifra dejavnosti je S95.110 (Standardna klasifikacija dejavnosti, 2008). Registracijo dodatne dejavnosti bomo opravili na upravni enoti v Ljubljani.

V panogi S95.110 - Popravila in vzdrževanje računalnikov in perifernih enot deluje po podatkih GZS 14 podjetij (GZS, 2010). Za nas pa je pomembno dejstvo, da ni podjetij, ki bi bila specializirana za opravljanje PC-higiene za podjetja in bi predstavljala neposredno konkurenco. Obstaja pa veliko posredne konkurence, kamor uvrščamo vse računalniške servise. Primarne storitve računalniških servisov so namestitve, vzdrževanje in nadgradnja računalnikov in informacijskih sistemov, namestitve programske opreme, izdelava varnostnih kopij podatkov, preventivno vzdrževanje in čiščenje računalnika (diagnostika, odkrivanje, čiščenje in odstranjevanje zlonamernih programov), reševanje izgubljenih podatkov ter trajno brisanje podatkov. Poleg naštetih dejavnosti v njihovo ponudbo štejemo še popravilo, namestitve in zamenjavo tako perifernih enot kot strojne opreme. Vsi našeti dejavniki predstavljajo razlog za prevoz računalnika na servis ali pa podjetje pokliče servisno ekipo, ki po nalogu stranke opravi zahtevano storitev. Del ponudbe zajema tudi PC-higieno, ki v osnovi računalniškim servisom predstavlja komplementarno storitev in jo izvajajo predvsem v primerih, ko servis posega v delovanje strojne opreme zaradi popravila ali namestitve novega dela opreme. Specializacija podjetja za opravljanje PC-higiene na tem področju za nas predstavlja tržno nišo.

Za našo dejavnost predstavlja pomemben podatek prodaja računalnikov ter računalniške opreme, saj lahko na podlagi trendov določimo konjunktorno nihanje prodaje računalnikov ter opreme in tudi ocenimo rast oziroma spremembo potencialnega trga. V Sloveniji je bila leta 2009 prodaja osebnih računalnikov, med katere uvrščamo namizne in prenosne računalnike ter x86 strežnike, enaka 191000 enotam in se je v primerjavi z letom 2007 zmanjšala za 15 % (Slovenska tiskovna agencija, 20.2.2010). Tak trend ima z vidika podjetja pozitivne in negativne posledice. Padec prodaje je z vidika podjetja slab, saj se tako zmanjšuje potencialni trg, ker podjetja namesto novejše uporabljajo starejšo opremo. Po drugi strani padec prodaje

novih enot pomeni naraščanje trga starejše opreme, kar bo posledično povečalo potrebo po vzdrževanju teh enot. Čim starejši so računalniki, več se pojavi okvar, z našim svetovanjem pa bodo podjetniki ugotovili, da je ena izmed možnosti za okvaro, umazanija. Bolj kot bojo podjetniki seznanjeni s tem, bolj bomo prepoznavni z našo storitvijo.

Potencial panoge sem določil s kazalniki informacijske družbe glede na velikost podjetja in jih lahko vidite v naslednjih dveh tabelah. Sama rast panoge je odvisna od razvoja posameznih podjetij ter nastajanja novih.

Tabela 1: Podjetja, ki uporabljajo računalnike v %

Velikost podjetja, število zaposlenih oseb	2004	2005	2006	2007
5 +	92	96	96	96
10 +	95	98	97	98
5 – 9	89	94	94	94
10 – 49	94	97	97	97
50 – 249	98	100	99	99
250 +	100	100	100	100

Vir: Statistični letopis, 2007.

Zgornja tabela prikazuje odstotkovni delež podjetij, ki uporabljajo pri svojem delu računalnike glede na lastno velikost. Iz tabele je razvidno, da velikost podjetja ne vpliva na uporabo računalnikov, kajti obstaja samo majhen delež podjetij, ki pri svojem delu ne uporabljajo računalnikov. Tako skoraj vsa podjetja predstavljajo potencialne uporabnike naših storitev. Tabela 2 prikazuje delež zaposlenih v podjetjih, ki pri svojem delu uporabljajo računalnike.

Tabela 2: Delež zaposlenih, ki uporabljajo računalnik

Velikost podjetja, število zaposlenih oseb	2004	2005	2006	2007
5 +	41	49	48	51
10 +	40	48	48	50
5 – 9	50	57	55	58
10 – 49	48	54	54	54
50 – 249	38	46	44	50
250 +	37	47	47	49

Vir: Statistični letopis, 2007.

Delež zaposlenih, ki pri svojem delu uporablja računalnik, konstanto narašča. Na podlagi podatkov iz tabele 2 lahko do neke mere sklepamo, da vsako podjetje poseduje vsaj en računalnik na dva zaposlena v podjetju. Hkrati lahko tudi sklepamo, da se delež računalniških enot v podjetjih konstantno povečuje.

Kvalitativno analizo panoge bom v nadaljevanju naredil z pomočjo Porterjevega diamanta petih sil konkurenčnosti. V nadaljevanju bom analiziral panogo informacijske tehnologije s področja oblikovanja strani ter možnosti vzdrževanja, ki jo bom predstavil v naslednji tabeli.

Tabela 3: Porterjev model petih sil konkurenčnosti

<i>Porterjeva matrika</i>	<i>Čiščenje računalniške opreme</i>
<i>Nevarnost vstopanja novih konkurentov v panogo</i>	<i>Visoka</i>
<i>Nevarnost zamenjave proizvodov/storitev</i>	<i>Srednja</i>
<i>Pogajalska moč kupcev</i>	<i>Visoka</i>
<i>Pogajalska moč dobaviteljev</i>	<i>Nizka</i>
<i>Tekmovalnost med obstoječimi konkurenti v panogi</i>	<i>Nizka</i>

Na podlagi ocene konkurenčnosti panoge dobimo prvi vtis o dogajanju v panogi. Dejavnost PC-higijene lahko uvrstimo v panogo Popravila in vzdrževanje računalnikov in perifernih enot, vendar se večina podjetij s to dejavnostjo ne ukvarja specializirano, zato je vstop novih konkurentov v panogo zelo verjeten. Za sam zagon dejavnosti PC-higijene ni potrebno veliko sredstev, tudi vstopna tveganja niso velika. Nevarnost substitutov je srednja, naš način z uporabo antistatičnih pripomočkov ter zračnega kompresorja je bolj kakovosten od ostalih načinov čiščenja, obstaja pa verjetnost, da se bodo stari načini z uporabo navadnih sesalcev uporabljali še naprej. Pogajalsko moč kupcev ocenjujemo visoko, ker lahko storitev opravljajo sami, hkrati pa ima majhen vpliv na neposredno kakovost kupčevih proizvodov oziroma storitev. Pogajalska moč dobaviteljev je nizka, saj pri nabavi materiala nismo odvisni od enega dobavitelja. Ker v panogi prava konkurenca ne obstaja, ocenjujemo tekmovalnost v panogi kot nizko. Prav tako se v panogi ne pojavlja ekonomija obsega (povprečni stroški malo padajo z obsegom poslovanja), zato z vstopom novih tekmecev ali s širitvijo dejavnosti ne bo porušeno razmerje med povpraševanjem in ponudbo.

2.2 Podjetje

Podjetje Komportal računalniška trgovina, Daniel Senič s.p. je bilo ustanovljeno 4.9.2007 v Ljubljani za spletno prodajo računalnikov ter računalniške opreme, avdio in video opreme ter ostale, z informacijsko tehnologijo povezane opreme. Prodajna usmeritev podjetja je trgovina na debelo oziroma prodaja podjetjem. Sedež podjetja je na Bezenškovi ulici 19 v Ljubljani, svoje poslovne prostore imamo v stavbi podjetja Ergoles d.o.o., na Cesti Ljubljanske brigade

9 a. Glede na finančna sredstva je bila pravno-organizacijska oblika podjetja kot samostojni podjetnik takrat najbolj smiselna odločitev. Podjetje trenutno nima zaposlenih oseb.

Za razširitev dejavnosti smo se odločili, ker vidimo poslovno priložnost, saj na trgu ni podjetij, ki bi se s tem ukvarjala kot s svojo primarno dejavnostjo, podjetja pa običajno slabo skrbijo za higieno strojne računalniške opreme. Tako vidimo ogromen poslovni potencial na nepokritem tržišču, kjer si kot vodilni na trgu lahko odrežemo svojo tržno pogačo. V ta namen bomo spremenili pravno-organizacijsko obliko podjetja ter ga registrirali kot družbo z omejeno odgovornostjo. Registracija se bo zgodila predvidoma meseca julija 2010. Osnovni kapital novoustanovljenega podjetja bo znašal 10000 EUR in bo v celoti vplačan z denarjem (del denarja bo namenjen nakupu opreme). Lastnika podjetja bova Vlado Berglez in Daniel Senić. Vsak od naju bo v podjetje vložil polovico kapitala.

Podjetje Komportal Daniel Senić s.p., bomo preregistrirali v družbo z omejeno odgovornostjo. Novo ime družbe bo PC Higiena d.o.o. (prodaja, vzdrževanje računalnikov). Podjetje bo svoje poslovanje nemoteno opravljalo dalje. Zaradi širitve dejavnosti bo prišlo do prerazporeditve delovnih nalog. Za opravljanje storitev nudenja PC-higiene bomo za daljše obdobje zaposlili študenta.

2.3 Proizvodi in storitve

Komportal ima spletno trgovino za računalnike ter računalniško opremo. Dejavnost spletne prodaje bomo razširili na dejavnost čiščenja strojne računalniške opreme. Storitve čiščenja bo namenjena podjetjem in bo potekala na lokaciji strank.

Naša storitev se razlikuje od ostalih značilnih storitev čiščenja računalniških diskov ter podobnih enot, odpravljanje virusov, izdelava back-upov itd. Temeljila bo na fizičnem kontaktu oz. čiščenju hardware (strojne) opreme ter perifernih enot. Za izvedbo čiščenja potrebujemo čistilna sredstva: čistilne krpe, vato, čistilni sprej za ekran, plastiko – vsa oprema mora biti antistatična ter primerna za čiščenje zunanjih površin, kot so tipkovnice, zasloni, ohišje pa tudi biro oprema. Ostali deli čistilne opreme so sesalnik in zračni kompresor, izvijač, čisti alkohol ter antistatična zapestnica. Uporaba antistatične zapestnice med izvajanjem čiščenja preprečuje morebitno sprostitvev statične elektrike, ki nastane pri uporabi sesalnikov in zračnega kompresorja pri čiščenju notranjih delov računalnika, na komponente. Posamezne računalniške komponente so zelo občutljive na vsako spremembo notranjega pretoka električne energije. Taka sprostitvev elektrike lahko povzroči slabše delovanje opreme, v nekaterih primerih pa tudi odpoved delovanja. Za boljše hlajenje in tišje delovanje računalnika ter tako boljšo toplotno prevodnost bomo poskrbeli z nanosom termalne paste na stičišče procesorja in hladilnega telesa.

Terensko delo bodo opravljali zaposleni, v primeru večjega obsega zaposlenih bomo oblikovali terenske ekipe, sestavljene iz dveh ali treh oseb. Za opravljanje čiščenja bomo

zaposlili študenta. Storitve bomo izvajali na podlagi podpisane pogodbe o vzdrževanju, imenovane tudi pogodbe o poslovanju, delo pa bo potekalo v prostorih strank. Delo na terenu predstavlja odhod z glavne lokacije, kjer se nahaja podjetje. S seboj bomo vzeli vso potrebno opremo za delo tistega dne. Po prihodu na lokacijo stranke, bomo naredili zapisnik vseh enot, namenjenih za čiščenje. Delo bomo nato razdelili v sektorje, kjer bo vsakdo opravljal točno določeno storitev. Po opravljenem delu bomo na podlagi naloga naredili zapisnik o popolno ali delno opravljeni storitvi, podpišeta ga obe stranki. Ko bo delo opravljeno v celoti, bomo na podlagi podpisanih zapisnikov izdali nalog za plačilo storitev.

Zaposleni v podjetjih pogosto razmišljajo o službenem računalniku kot nujni delovni opremi, ne razmišljajo pa, da za normalno delovanje potrebuje večjo skrb, da ga je kot del delovnega okolja potrebno vzdrževati. Če zaposleni ne poskrbi za red in čistočo svojega službenega računalnika, pomeni da to nalogo prenaša na čistilni servis. Čistilni servisi kvalitetno opravijo svoje delo, vendar čistilci nimajo znanja in izkušenj z ravnanjem visoko razvite tehnološke opreme, zato redkokdaj očistijo računalnike, ker se bojijo, da bi povzročili kakšne napake. Obseg njihovega čiščenja računalnikov zajema monitor, vrh tipkovnice, redkokdaj tudi ohišje računalnika (če se nahaja na vidnem mestu) in mizo okoli računalnika. Tako ostaja delovni prostor okoli računalnika, ki bi moral biti najbolj snažen, higiensko oporečen. Prah in umazanija, ki se nabirata na in v računalnikih, vplivata na življenjsko dobo posameznih računalniških delov. Hkrati čisto okolje pozitivno vpliva na razpoloženje zaposlenih.

Prednosti, ki jih prinaša naša storitev, so naslednje:

- preprečitev nenadnih okvar
- čistejše delovno mesto (manj hrupa) in čistoča perifernih enot (videz)
- dolgoživost opreme
- razpoložljivost računalnikov

Prva prednost, ki jo prinaša naša storitev, je **preprečitev nenadnih okvar na računalnikih**. Računalnik za delovanje rabi elektriko in se pri tem segreva. Hladilnik in ventilatorji skrbijo, da temperatura posameznih komponent ostaja na taki ravni, ki omogoča normalno delovanje računalnika in tako prepreči odpoved kakšnega čipa, ki bi lahko pregorel. Za delovanje ventilatorjev so v ohišju računalnika potrebne reže za dotok in odtok zraka. Skoznje pa v notranjost prihaja prah. Prah je najpogostejši razlog za odpoved posameznih računalniških komponent, predvsem hladilnih naprav, napajalnika in procesorja. Preveč prahu okoli ventilatorjev povzroči počasnejše delovanje računalnika, hkrati pa se morajo zaradi porasta temperatur vrteti hitreje, kar povzroči glasnejše delovanje računalnika. In ko se prahu nabere preveč, lahko pripelje do odpovedi posameznih komponent (napajalnik, procesor, grafična kartica, matična plošča). Čiščenje notranjih delov opreme zmanjša možnost, da pride do teh okvar.

Druga prednost, ki jo prinaša naša storitev, je **čisto delovno okolje ter čistoča perifernih enot**. Računalniška oprema je del delovnega mesta. Več kot je ljudi, ki se giblje okoli delovnega mesta, kjer se nahajajo računalniki, večja je umazanija ter posledično večja potreba po temeljitem čiščenju. Poleg prahu se predvsem na tipkovnicah in miškah nabirajo razni mikroorganizmi, ki škodujejo zdravju ljudi na takem delovnem mestu. Kot je že bilo omenjeno, računalnik lahko postane počasnejši in glasnejši, kar lahko povzroča slabše delovno razpoloženje posameznika. Naša storitev pozitivno vpliva na delovno okolje in pripomore k boljšemu vzdušju zaposlenih.

Ker naša storitev vpliva na preprečitev okvar na računalniški opremi, posledično vpliva tudi na **dolgoživost opreme**. Kot je že bilo omenjeno, je veliko različnih dejavnikov, ki vplivajo na življenjsko dobo računalniške opreme, vendar ne vsi enako. V primeru udara strele in kratkega stika pride do takojšne okvare, prav tako lahko zaradi napak v proizvodnji odpove vezje, kar tudi onemogoči delovanje opreme, umazanija in prah pa skozi daljše obdobje vplivata na zanesljivost delovanja ter v skrajnih primerih povzročita odpoved. Čiščenje opreme najbolj neposredno vpliva na življenjsko dobo računalnika.

Razpoložljivost opreme je naslednja prednost, ki jo prinaša PC-higiena. Kaj se zgodi, če pride do okvare dela računalnika? Z njim ne moremo upravljati, dokler ni popravljen. Če je na razpolago primeren nadomestni del za okvarjeni element, lahko napako odpravimo takoj, v večini primerov pa moramo na rezervni del/zamenjavo enote čakati tudi več dni. V tem času računalniške enote ne moremo uporabljati. Preden napako odpravimo, običajno traja dva do pet dni. Ob rednem čiščenju zmanjšamo verjetnost, da bo zaradi napake enota nesposobna za opravilo.

Vsi našti dejavniki neposredno vplivajo na kvaliteto storitev posameznega zaposlenega oziroma podjetja. Če v bližini računalnikov zaposleni kadijo, cigaretne dim še bolj veže prah na dele računalnikov, hkrati pa močno vpliva na korozijo elektronskih komponent, kar pospeši možnost okvare. Storitev PC-higiene neposredno vpliva na delovanje računalnika, saj vpliva na delovanje strojne opreme, hkrati pa pozitivno vpliva tudi na delovno okolje.

Podjetje PC Higiena d.o.o. bo še naprej prodajalo računalnike ter računalniško opremo, del celotne ponudbe pa bo zajemala storitev PC-higiene.

2.4 Poslanstvo in vizija podjetja

Poslanstvo

Podjetje je bilo ustanovljeno z idejo ustvariti nove tehnološke postopke, uresničiti nove ideje in združiti znanje in novitete v dejavnostih, ki jih ponudimo prvi in kot najboljši na tržišču. S PC-higieno bomo omogočili strankam prijetnejše poslovno okolje ter zmanjšali nevarnost izgube podatkov.

Vizija

Uveljaviti se želimo kot vodilno podjetje v Sloveniji na področju nudenja uslug PC-higiene, razvoja servisnih dejavnosti in vzdrževanja informacijske tehnologije, prodaje računalniške in ostale opreme, povezane z zabavno elektroniko.

2.5 Strategija vstopa in rasti

Podjetje s svojo spletno trgovino posluje že dve leti. Zaradi poslovanja preko interneta prodaja geografsko ni omejena. V tem času si je pridobilo nekaj rednih strank, ki bodo predstavljala izhodiščno točko pri trženju naših storitev.

Trg za našo dejavnost vsekakor obstaja, kajti računalniška oprema je del osnovnih sredstev vseh podjetij. Vstop podjetja na trg PC-higiene je po predvidevanjih načrtovan za sredino leta 2010. S storitvijo se bomo na začetku osredotočili na podjetja v Ljubljani ter bližnji okolici, z rastjo poslovanja bomo našo ponudbo razširili na preostale regije v Sloveniji. Pri opravljanju storitve prihaja do rokovanja z občutljivimi napravami, pri delu je potrebno znanje o posameznih računalniških komponentah pa tudi znanje za pravilno razstavljanje in sestavljanje opreme. Osnovno znanje bomo pridobili preko naših dobaviteljev računalniške opreme za spletno prodajo. Avtera d.o.o., ki nudi poslovnim partnerjem brezplačne tečaje, mednje sodi tudi izobraževanje o izvajanju PC-higiene. Po treh letih bomo imeli dovolj izkušenj s čiščenjem in bomo študenta izobrazili sami znotraj podjetja.

»Umazan računalnik deluje tudi do 40 % počasneje, vsak peti pa se zaradi umazanih in prahu pokvari« (Uroš Tolar, Miran Varga, 12.8.2009). Pokvarljivost opreme, hitrost delovanja in pa čisto ter zdravo delovno okolje bodo glavni dejavniki, na podlagi katerih bomo tržili svojo dejavnost. PC-higiena bo za podjetja predstavljala marginalni strošek v celotnem poslovanju, ki bo manjši od nakupa nove opreme ter stroškov reševanja morebiti izgubljenih podatkov.

Podjetje bo zato storitev usmerilo v dva tržna segmenta. Ciljni trg predstavljajo podjetja, ki se ukvarjajo s finančnimi in zavarovalniškimi dejavnostmi v zasebnem sektorju, ter šole kot javne ustanove. Za obe področji je pomembno, da svojo dejavnost opravljajo v čistem in zdravem okolju, morebitna izguba podatkov pa zanje predstavlja velik strošek. Zavarovalnice in banke gradijo svoje poslovanje na urejenosti delovnega okolja in zaposlenih, kamor uvrščamo tudi računalniško opremo.

Svoje storitev bomo oglaševali na že postavljeni spletni strani www.komportal.com, ki je hkrati stran spletne trgovine. Na začetku bomo izbrali neposreden pristop k trženju. S telefonskim klicem potencialnih strank bomo poskušali takoj navezati stik z njimi, hkrati pa vsebinsko predstaviti ponudbo. Storitev bomo ponudili tudi ob nakupu izdelkov iz našega asortimana. Oblikovali bomo letake, ki jih bomo poslali strankam, kadar kupljenega blaga ne

bodo osebno prevzele v naših prostorih. Kasneje bomo svoje oblikovane oglase oglaševali v reviji Manager, ki izhaja kot priloga časnika Finance.

3. TRŽNA RAZISKAVA IN ANALIZA

3.1 Kupci

Podjetje je specializirano za prodajo na medorganizacijskem trgu. Tako bodo ciljno skupino odjemalcev naših storitev še naprej predstavljala podjetja, samostojni podjetniki ter zasebniki, ki povprašujejo po storitvah PC-higiene.

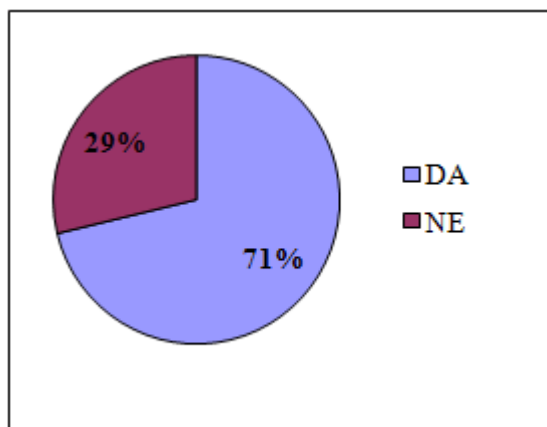
Med potencialnimi kupci naših storitev sem naredil tržno raziskavo, s katero sem želel dobiti podatke, ki nam bodo pomagali pri vstopanju na nove trge oziroma preučitev že obstoječih trgov. Odločil sem se, da bom za anketiranje uporabil internet, ker na ta način lažje in hitreje dostopam do preučevane populacije. Anketo sem postavil na spletno stran www.1ka.si in jo poslal preko elektronske pošte na preučevane naslove. Sestavljena je bila tako, da je anketirancu vzela skupaj z branjem elektronske pošte največ deset minut. Pri izpolnjevanju ankete je bila anketirancem zagotovljena popolna anonimnost.

V nadaljevanju bom predstavil rezultate najpomembnejših vprašanj, ki so bila zastavljena in nam nudijo osnovne informacije novih storitev z vidika potencialnih strank.

Analiza ankete PC-higiena

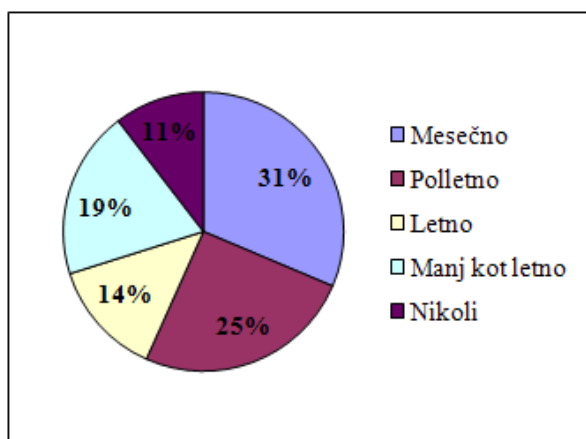
Z vprašalnikom sem hotel dobiti informacije, kakšno skrb podjetja namenjajo urejenosti, higieni oziroma vzdrževanju službenih računalnikov, računalniških komponent ter ostale opreme, ki je neposredno povezana z delovanjem računalnikov. Vprašalnik lahko vidite v prilogi 1. Namenjen je bil podjetjem, ki imajo poslovne prostore v Ljubljani in ožji okolici. Anketni vprašalnik sem poslal na **386** elektronskih naslovov različnih podjetij. Naslove sem pridobil iz poslovnega informatorja PIRS. Izmed vseh poslanih vprašalnikov je bilo **74** pravilno izpolnjenih odgovorov. Vsa podjetja, ki so pravilno izpolnila anketni vprašalnik, uporabljajo računalnike. Vprašanje, ki se nanaša na prvo sliko, je bilo »Ali v vašem podjetju vzdržujete/čistite računalnike?« S tem vprašanjem sem želel izvedeti ali podjetja skrbijo za PC-higieno.

Slika 1: Delež podjetij, ki vzdržuje/čisti svojo računalniško opremo



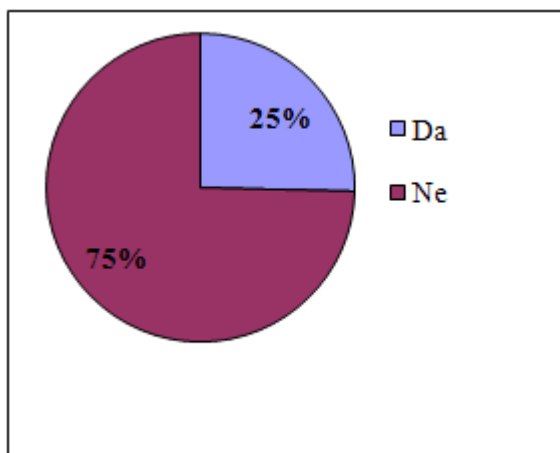
Iz zgornjih rezultatov je razvidno, da je slaba tretjina anketiranih podjetij odgovorila negativno. Z naslednjim vprašanjem sem hotel dobiti še bolj natančen vpogled, kako redno podjetja skrbijo za PC-higieno.

Slika 2: Delež rednega vzdrževanja računalniške opreme



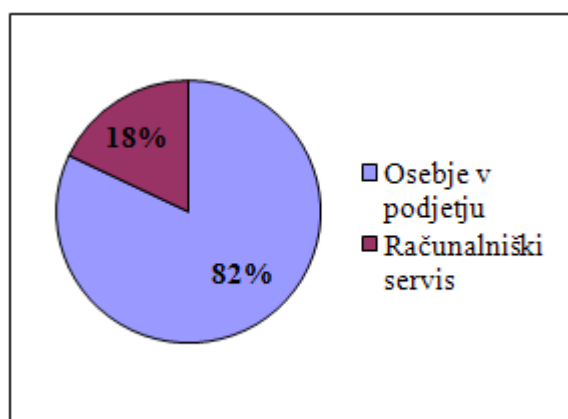
Delež podjetij, ki jih zanima naša storitev in redno skrbi za čistočo računalnikov ter opreme, je 56 %. Redno čiščenje računalniške opreme pomeni, da je vzdrževana vsaj vsakih šest mesecev. Od ostalih podjetij jih tako kar 33 % čisti premalo oziroma neredno in tako vsaj delno skrbijo za red in čistočo. Najpomembnejše vprašanje, ki sem ga zastavil podjetjem in katerega odgovor bi nas lahko v celoti odvrnilo od ideje, je bilo »Ali obstaja interes za obliko storitve, ki jo ponujamo.«

Slika 3: Ali obstaja interes za uporabo storitve PC-higiene



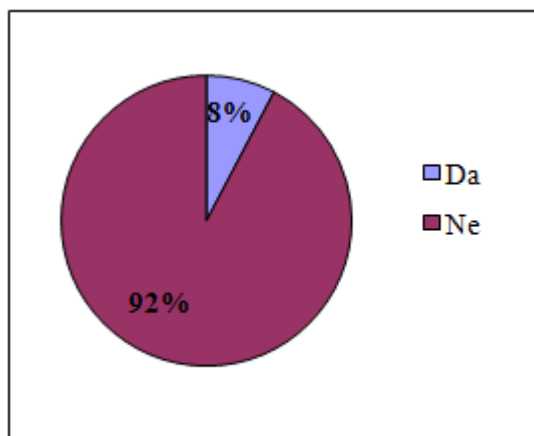
Kar četrтина anketiranih je odgovorila pozitivno, to nas navdaja z optimizmom. Za nas je pomemben tudi podatek, kdo je zadolžen za čiščenje v preučevanih podjetjih.

Slika 4: Odgovorni za čiščenje računalniške opreme



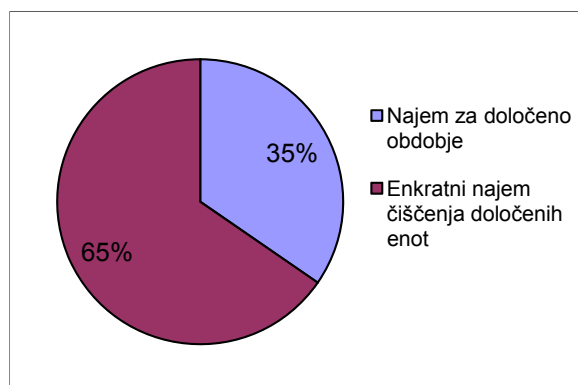
Kar 82 % podjetij, ki redno vzdržuje svoje računalnike, trdi, da sami skrbijo za čisto računalniško opremo, ostali pa prepustijo to delo računalniškim servisom. Zanimljiv odstotek ima sklenjeno pogodbo s podjetjem, ki se ukvarja s takim načinom čiščenja/vzdrževanja. Seveda me je zanimalo ali poznajo podjetje, ki bi ponujalo storitev na način, kot ga bomo uporabili mi.

Slika 5: Prepoznavnost podjetij s storitvijo PC-higiene



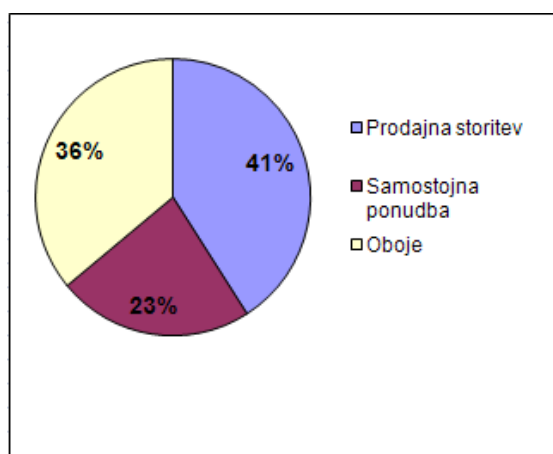
Iz teh podatkov je razvidno, da anketirana podjetja ne poznajo podjetij, ki bi se ukvarjala s tako storitvijo. Iz tega sklepam, da bo s pravim pristopom uveljavitev na trgu mogoča. Postavil sem jim tudi vprašanje, kakšna oblika najema storitve bi bila smiselna.

Slika 6: Oblika najema storitve čiščenja



Tako bi dve tretjini vprašanih, ki so pritrdilno dogovorili na vprašanje »Ali bi najeli storitev PC-higiene?«, najeli enkratno obliko čiščenja. Iz teh podatkov sklepam, da je med podjetji takšna oblika storitve nepoznana in bi jo najprej radi preizkusili. Taka oblika najema storitve je tudi stroškovno bolj upravičena, v primerjavi z najemom storitve za daljše obdobje. Tudi trenutne razmere na trgu ne vzbujajo pretiranega navdušenja nad nakupom/uporabo novih storitev, ki ne vplivajo na neposredno poslovanje podjetij. Zaradi nepoznavanja storitve med podjetji, sem z vprašanjem, »Na kakšen način bi storitev sprejeli?«, hotel preveriti ali obstaja samo strah pred neznanim.

Slika 7: Oblika ponudbe čiščenja računalniške opreme



Na vprašanje najema storitve čiščenja kot prodajne ali samostojne storitve, jih 59 % vprašanih meni, da bi tako storitev najeli v samostojni ponudbi ali v kompletu s prodajno storitvijo.

3.2 Obseg trga in trendi

Kot sem prikazal v točki panoge dejavnosti, skoraj vsa podjetja uporabljajo računalniško opremo. Naš potencialni trg tako predstavljajo podjetja, ki delujejo v Ljubljani in bližnji okolici. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije je v Ljubljani nameščenih 31469 podjetij, ki zaposlujejo 255636 ljudi (<http://www.stat.si>, število podjetij po občinah SKD, 2008). Ob upoštevanju statističnih navedb Statističnega letopisa, ki sem jih predstavil v tretjem poglavju, pride v povprečju na vsakega zaposlenega 0,5 enot računalnikov. Naš potencialni trg skupaj z računalniško opremo zajema okoli 130000 enot računalnikov. Ob upoštevanju omejitve storitvene kapacitete v podjetju, ki je postavljena na 250 enot mesečno na zaposlenega, lahko naš tržni delež doseže 6000 računalniških enot, vrednostno pa znaša 120000 EUR. Prvo leto pričakujemo 50 % izkoristek storitvene kapacitete, kar predstavlja 3000 računalnikov. Vrednostno bo naš tržni delež obsegal 60000 EUR na letni ravni.

V naslednjih petih letih pričakujemo enakomerno letno rast poslovanja za 25 %. Tako rast pričakujemo predvsem zaradi dejstva, da so cene enakih storitev v računalniških servisih tudi do 300 % višje v primerjavi s cenami, ki jih bomo oglaševali v ponudbi. Drugi dejavnik rasti bo prodoren pristop k oglaševanju PC-higiene skozi celotno obdobje petih let. Na rast bodo vplivali tudi vstopi novih podjetij v panogo, število podjetij na dotičnem trgu ter širitev dejavnosti izven področja Ljubljane. Temu primerno bomo prilagodili objavlanje oglasnih sporočil v najbolj branem mediju za podjetja Finance.

3.3 Konkurenca

Poznamo tri skupine konkurence:

- primarna konkurenca
- sekundarna konkurenca
- potencialna konkurenca

»Primarna konkurenca deluje na enakem tržnem segmentu kot podjetje in tržno potrebo zadovoljuje na enak ali zelo podoben način. Med sekundarno konkurenco lahko štejemo vsa podjetja, ki ciljajo na zadovoljitev enake potrebe kot podjetje in ne delujejo na enakem tržnem segmentu in zadovoljujejo potrebo na enak način kot podjetje. Potencialna konkurenca so tista podjetja, ki ne zadovoljujejo enake tržne potrebe, vendar obstaja verjetnost, da bodo to v prihodnosti počela.« (Drnovšek, Stritar, Podjetništvo, str. 41, 2007)

V panogi, katere del je računalniško vzdrževanje, obstaja zelo močna konkurenca, vendar neposredne konkurence praktično ni, obstaja pa zelo močna posredna konkurenca, kamor uvrščamo vse računalniške servise. Edini pravi konkurent je podjetje **Nick, Marko Podgoršek s.p.**, s sedežem na Ingličevi ulici 16, Ljubljana-Šmartno. Podjetje je bilo ustanovljeno 3.1.2007. Njihov letni prihodek od prodaje leta 2008 je znašal 26826 EUR. Od nas se razlikujejo po tem, da svoje storitve zaračunavajo posebej za posamezno periferno enoto. Najbližje neposredni konkurenci bi uvrstil še dve podjetji, ki pa ne delujeta na preučevanem tržišču. Prvo je podjetje Narvis d.o.o., s sedežem na Groharjevi ulici 20 v Mariboru, ustanovljeno je bilo 6.10.2008. Podjetje ima dva zaposlena in je leta 2008 ustvarilo 29003 EUR prihodka. Drugo podjetje je Moj Enter d.o.o., katerega sedež se nahaja na Cesti krških žrtev 58 v Krškem, in je leta 2008 ustvarilo 1925 EUR prihodka. Podjetje je bilo ustanovljeno 28.5.2007, trenutno nima zaposlenih.

3.4 Sprotno ocenjevanje trga

Sprotno ocenjevanje trga je bistvenega pomena za rast in razvoj podjetja. PC Higiena d.o.o. bo predvsem gradilo na odnosu do strank. Vodili bomo evidenco strank, ki jo bomo ločili na dva dela. V enem sektorju bodo podjetja, ki imajo z nami sklenjeno dolgoročno pogodbo, v drugem delu pa vsa ostala, s katerimi smo sodelovali enkratno ali poredko. S podjetji, s katerimi bomo imeli pogodbo o sodelovanju za daljše obdobje, bomo poskušali vzpostaviti sodelovanje na drugih področjih. Ostala podjetja, ki so sodelovala z nami, bomo v periodičnih obdobjih obveščali o naših storitvah ter vseh novostih.

Opazovali bomo konkurenco na trgih, kamor bomo širili svojo dejavnost, pa tudi pojavljanja novih konkurenčnih podjetij. Spremljali bomo novosti, ki jih uvajajo konkurenčna podjetja in tudi novosti na trgu računalnikov ter računalniške opreme, načinov zadovoljevanja potreb in tem dejavnikom prilagajali svojo dejavnost.

4. EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA

4.1 Kosmati dobiček in dobiček iz poslovanja

Kosmati dobiček je znesek, ki ga dobimo, če od prihodkov poslovanja odštejemo proizvodjalne stroške ter amortizacijo. Dobitek iz poslovanja pa dobimo, če od kosmatega dobička odštejemo stroške prodaje in uprave. Če k temu dodamo še razliko med prihodki in odhodki financiranja, dobimo dobiček iz rednega poslovanja. Za čisti dobiček je potrebno odšteti še davek, ki ga določa država. Za lažji prikaz dobička sem te rezultate uredil v tabeli 4.

Tabela 4: Prikaz poslovanja podjetja PC Higiene d.o.o. v prvih petih letih v EUR

Kazalci poslovanja/Leto	I.	II.	III.	IV.	V.
Prihodki poslovanja	48990	61238	76588	95694	119699
Proizvajalni stroški	24774	36594	52480	60795	75946
Amortizacija	139	1143	1143	1143	1143
Kosmati dobiček iz prodaje	24077	23501	22965	33756	43610
Stroški prodaje	5760	9960	15360	15360	20160
Stroški uprave	6867	11067	11067	11067	13467
Dobiček iz poslovanja	11450	2474	-3462	7329	8983
Prihodki financiranja	0	0	0	0	0
Odhodki financiranja	0	0	0	0	0
Dobiček iz rednega delovanja	11450	2474	-3462	7329	8983
Davek na dobiček	2863	618	0	967	2246
Čisti dobiček	8588	1855	-3462	6362	6737

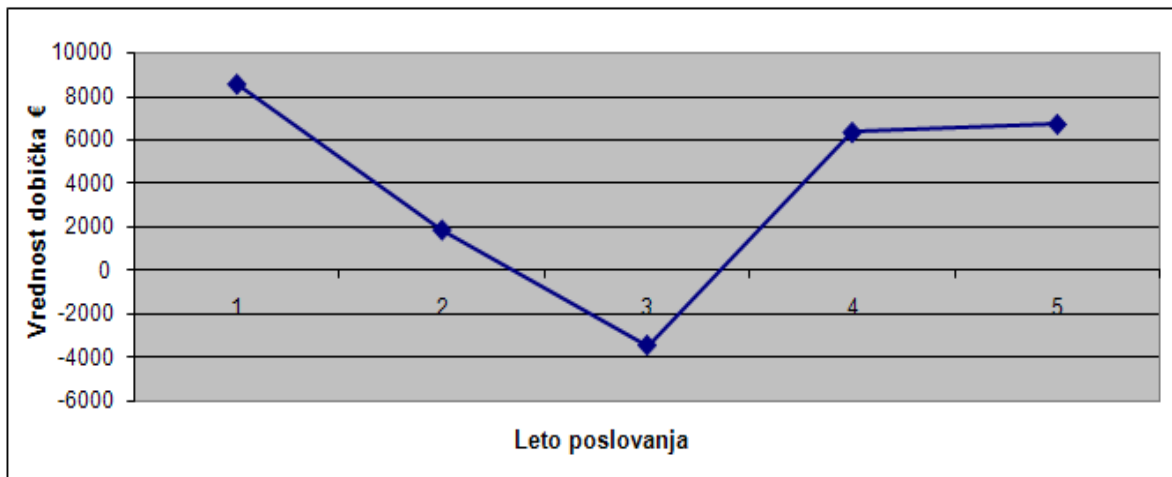
Kosmati dobiček bo skozi prva tri leta konstanten, v četrtem letu pričakujemo večji skok navzgor. Skladno z rastjo poslovanja in prihodkov bodo naraščali tudi proizvodjalni stroški. Del proizvodjalnih stroškov, ki zajema potrošni material, bo naraščal z rastjo poslovanja, vendar se bo zaradi boljšega izkoristka poraba povečevala z manjšim odstotkom. Iz tabele vidimo, da bomo že prvo leto poslovanja dosegli dobiček. Tretje leto bomo imeli izgubo predvsem zaradi dodatnih stroškov, povezanih z oglaševanjem ter zaposlitvijo novega kadra. Že četrto in peto leto pa bo dobiček spet pozitiven.

4.2 Analiza donosnosti

Gibanje dobička je prikazano v tabeli 4 in na sliki 8. Pričakovani prihodki bodo v prvih petih letih konstantno naraščali in se povečevali hitreje kot stroški, ki nastajajo pri poslovanju. Gibanje dobička bo v prvih treh letih padajoče zaradi nakupa službenega avtomobila, dodatnih vložkov v oglaševanje in zaposlitve novega kadra. V četrtem in petem letu

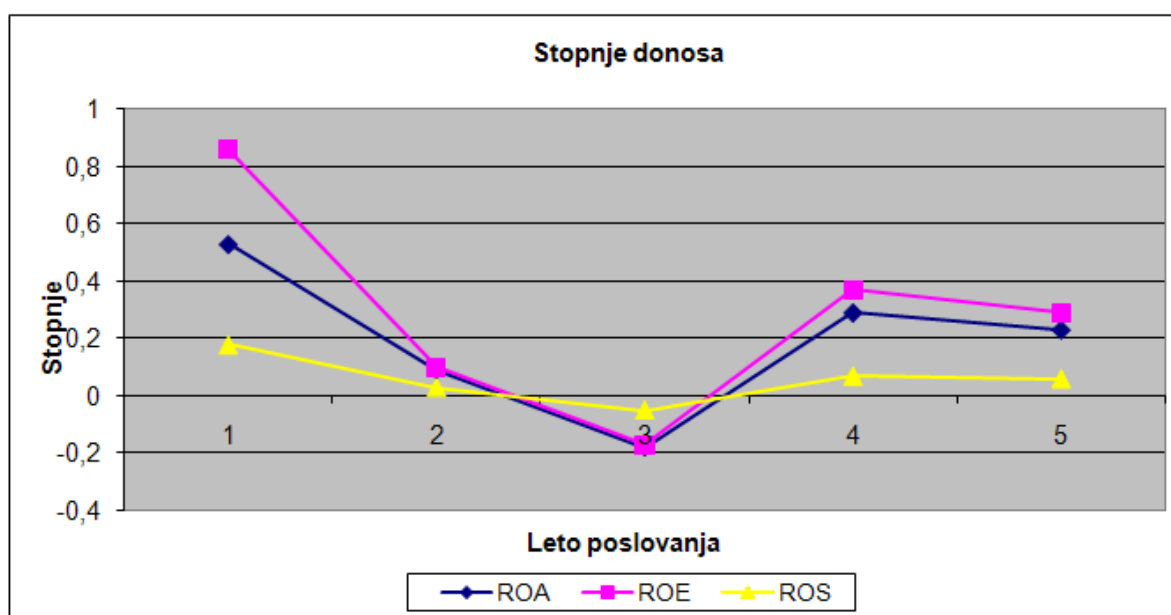
pričakujemo večji skok dobička predvsem kot posledico dobrega oglaševanja v tretjem in četrtem letu ter ostalih investicij v preteklih letih.

Slika 8: Prikaz čistega dobička v prvih petih letih poslovanja



Interna stopnja donosa bo dosegla 24,6 %. Skozi prvih pet let poslovanja bomo imeli različne stopnje donosa. Na sliki 9 vidimo, da bo v prvem letu stopnja **donosa sredstev ROA** (Return on asset) 0,53 in bo v drugem in tretjem letu zaradi investicij v podjetje padla ter se nato spet dvignila do 0,23 v petem letu. Kazalnik stopnje **donosa kapitala ROE** (Return on equity) se bo gibal podobno z razliko, da bo donos kapitala malo večji skozi celotno obdobje. ROE se bo gibal od 0,86 v prvem letu do 0,29 v petem letu.

Slika 9: Prikaz stopnje donosnosti po letih poslovanja



Stopnja **donosa na prihodke ROS** (Return on sales), nam kaže dobiček na enoto prodaje in bo v prvem letu 0,18. Skozi celotno petletno obdobje bo konstanten in bo peto leto dosegel 0,05.

4.3 Fiksni, variabilni in polvariabilni stroški

Pri izvajanju storitve čiščenja bodo nastali naslednji stroški:

- **fiksni stroški:** oprema za izvajanje čiščenja, plače zaposlenih pri izvajanju trženjskega dela poslovanja, najemnina poslovnih prostorov, stroški telefona in interneta, stroški oglaševanja, računovodski servis, štipendija,
- **polvariabilni stroški:** plače zaposlenih vezane na izvajanje storitve, prevozni stroški
- **variabilni stroški:** potrošni material, ki se bo uporabljal pri izvajanju storitve, študentsko delo

Fiksni stroški bodo predstavljali večji del stroškov, ki predstavljajo plače zaposlenih ter nabave opreme, ki je potrebna za izvajanje naše storitve. Sem spadajo še stroški oglaševanja, ki bodo sorazmerno visoki še posebej v četrtem in petem letu, ko bomo namenili dodatna sredstva. Stroške prevoza uvrščam med polvariabilne stroške zaradi dejstva, da se potni stroški obračunajo po opravljenem kilometru in niso vezani na posamezni računalnik, vendar bo višina le-teh odvisna od obsega strank.

Velikost variabilnih stroškov se spreminja z obsegom poslovanja. Med variabilne stroške uvrščamo stroške potrošnega materiala, ki se bodo uporabili pri izvajanju čiščenja. Porast stroškov bo vidna v tretjem letu, ko bomo zaposlili študenta.

4.4 Upravljanje z denarnim tokom podjetja

Denarni tok podjetja PC Higiene d.o.o. lahko vidite v prilogi 3. Že v prvem letu poslovanja bo denarni tok pozitiven. V drugem in tretjem letu bomo imeli negativen denarni tok. Razliko bomo nadomestili s sredstvi iz vložene kapitala ter dobička iz prvega leta poslovanja. Kapital bo v celoti lastniški, zato ne bomo imeli potreb po dolžniškem financiranju. V četrtem in petem letu pričakujemo pozitiven denarni tok predvsem iz naslova prihodkov poslovanja.

5. NAČRT TRŽENJA

5.1 Celotna trženjska strategija

Cilj podjetja je poslovanje na medorganizacijskem trgu. Prodajo naših storitev bomo v popolnosti usmerili k podjetjem. Podjetje bo trženje storitve PC-higiene sprva usmeril na področje Ljubljane z okolico. Ciljni trg sem razložil že pod točko strategije vstopa in rasti, zato ga tokrat ne bom ponovno omenjal. Trženje bomo osredotočili na dva tržna segmenta,

vendar se ne bomo omejili samo nanju. Z rastjo podjetja bomo svojo dejavnost razširil na druga področja Slovenije.

Za storitev čiščenja bomo uporabili neposredno obliko trženja. S pomočjo spletnega podatkovnega mesta Ibon, ki ugotavlja finančne bonitete podjetij, bomo naredili bazo podjetij, ki ustrezajo ciljni skupini kupcev naših storitev in imajo urejeno finančno področje poslovanja. S telefonskim klicanjem bomo opozarjali potencialne stranke, da smo se pojavili na tržišču s svojo ponudbo. Storitve bomo predstavili tudi osebno v podjetjih. Opozorili bomo na kakšen način prah in umazanija vplivata na delovno storilnost zaposlenih in računalnikov. Tržili bomo po načelu, da PC-higiena omogoča hitrejše delovanje računalnika, zmanjša tveganje okvar in s tem prihranek stroškov, hkrati pa vpliva na delovno počutje zaposlenih. Poskušali se bomo povezati s podjetjem, ki je močno na področju informatike, z njim bi sklenili dolgoročno zaveznitvo (Hewlett Packard Slovenija). Preko njihovega pooblastila bi dobili ekskluzivno pravico za opravljanje storitve za računalnike, katerih prodaja je v njihovi neposredni domeni. Podjetje bo svoje storitve tržilo tudi na internetu v svoji spletni trgovini. Sklenili bomo dogovor s poslovnimi partnerji, ki (vlagajo sredstva v internetno podobo podjetja, imajo razvito internetno vizijo) so vidni na internetu, to bo križno oglaševanje naših storitev na njihovih straneh in njihovih storitev na naši spletni strani. Trženje preko spleta nam omogoča, da ostane ponudba storitev geografsko neomejena in bo vidna na celotnem področju Slovenije. Podjetja se vedno bolj zavedajo vrednosti spleta in iskanja informacij preko njega. Problem spleta pa je nepregledna množica strani, kar povzroča zelo majhno verjetnost, da bomo opazni/izstopali v množici, razen če podjetja ne bodo iskala točno določene stvari, ki jo ponujamo, zato bo temu delu trženja na začetku namenjene manj pozornosti.

Naša trženjska strategija bo osredotočena predvsem:

- na kupca
- na kakovost
- na prikladnost izdelkov in storitev

V naši dejavnosti je neposredna konkurenca zelo šibka. Na tržišču, kamor usmerjamo svoje delovanje, je naša storitev še precej nepoznana, zato bo **osredotočenost na kupca** bistvenega pomena. Storitve bomo opravljali v prostorih strank, zato le-te ne bodo imele nepotrebne izgube dodatnega časa. Računalniški servisi za opravljeno storitev **obračunavajo servisno uro**, čeprav je povprečni čas, potreben za opravilo čiščenja mnogo krajši, približno 30 minut. Storitve bomo zaračunavali po posamezni enoti. Zelo pomemben dejavnik je tudi **osredotočenje na kakovost**. Zaradi rokovanja s predmeti, ki imajo visoko ceno in so zelo občutljivi, bodo morali vsi zaposleni znati rokovati s komponentami (zanesljivo in strokovno). Pri opravljanju storitve bomo uporabili vse najmodernejše pripomočke, ki ne povzročajo nepotrebnih okvar v povezavi s statično elektriko ali napačnim rokovanjem z opremo. Pred pričetkom delovanja bomo poiskali možne dobavitelje za dobavo materiala, s

katerimi bomo sklenili daljše sodelovanje. Ker bomo specializirani za opravljanje čiščenja, bo kakovost naše storitve boljša od konkurence. Pomembno vlogo pri celotni trženjski strategiji bo imelo tudi **osredotočenje na prikladnost storitev**. Poleg dejavnika, da bomo svoje storitve opravili v prostorih strank, bomo temu primerno prilagodili fleksibilen urnik izvajanja storitve. S strankami se bomo vnaprej natančno dogovorili o terminih, rokih in obsegu opravljanja čiščenja. Po predvidevanjih bomo večino storitev opravili v popoldanskem času, povečana dejavnost bo v času dopustov, ker so takrat računalniki dostopnejši za čiščenje, ter poleti, ko prihaja zaradi vročine do večjega števila okvar ter odpovedi delovanja računalniških komponent.

5.2 Cenovna strategija in prodajna politika

Oblikovanje cen je pomemben dejavnik pri vstopanju na trg. Višino cene bomo določili primerno trgu in konkurenci. Na trg nameravamo vstopiti s strategijo penetracijskih cen. Zaradi specifičnosti panoge in storitve je takšna odločitev nujna za pridobitev željenega tržnega deleža. Po opazovanju sem ugotovil, da se cene čiščenja računalniške opreme pri konkurentih med seboj razlikujejo in so lahko med 20 in 50 EUR za en računalnik. Takšna razlika nastane, ker podjetja čiščenje obračunavajo po opravljenih servisnih urah.

Za razliko od konkurence, bomo mi ceno postavili na drugačen način:

- najem storitve za določeno obdobje
- cena posamezne enote

Tabela 5: Cenik storitev čiščenja računalniške opreme podjetja PC Higiena d.o.o.

PC Higiena	1 enota	najem za 1 leto	najem za daljše obdobje
Cena po enoti v EUR	20	18	18

Cena najema storitve za določeno obdobje bo pavšalni znesek, ki se bo obračunaval za določeno obdobje, katerega višina bo odvisna od števila računalnikov ter računalniške opreme v podjetju ter dolžine sklenitve pogodbenega razmerja oziroma števila čiščenj v pogodbenem obdobju. Za vsako naslednjo enoto, ki ne bo zajeta v pogodbi, a bi stranka želela našo storitev, bo cena enaka kot ob naročilu čiščenja za posamezno enoto. Za enoletno sklenitev pogodbe bo pogoj vsaj dvakratno čiščenje opreme, pri daljšem obdobju dveh ali več let pa vsaj štirikratno. V tej podlagi bomo določili tudi višino pavšalnega zneska. Pri ceni na enoto bomo določili fiksno ceno za posamezni računalnik. Ker sem z anketnim vprašalnikom izvedel, da bi večini podjetij odgovarjal enkratni najem čiščenja določenih enot, bo zato cena postavljena malo višje kot cena najema storitve za določeno obdobje, vendar še vedno nižje od konkurence. Poleg navedenih načinov oblikovanja cen bomo strankam ponudili tudi določene popuste, ki se bodo razlikovali od najema storitev za določen čas.

Če je vrednost novega računalnika 500 EUR in ima življenjsko dobo 4 leta, znaša strošek posameznega računalnika za podjetje 10,42 EUR mesečno. Potencialnim strankam se pri ceni najema storitve, ki znaša 18 EUR na enoto obrestuje najem naše storitve, če se podaljša življenjska doba računalnika za 1,8 meseca. Ob podaljšanju življenjske dobe računalnika za pol leta, bo stranka z najemom storitve PC-higiene prihranila **44,5 EUR**, če nakup odloži za pol leta in še več če zato nakup odloži še dlje. Podjetju z 20 računalniki, bi ob odlogu nakupa računalnikov za pol leta, ob danih predpostavkah, prihranili **890 EUR**.

5.3 Tržno komuniciranje

Čiščenje računalniške opreme ni storitev, ki bi jo tekoče prodajali. Zato bo podjetje izpostavilo tržno komuniciranje, ki je pomemben dejavnik v poslovnem svetu. Kot sem že omenil, bo naše trženje neposredno. Vsekakor je taka oblika komuniciranja dražja kot ostale, vendar je nujna za prodor na trg. Oba zaposlena bova največ časa in denarja vložila v iskanje osebnih kontaktov s potencialnimi strankami preko telefonskega klicanja ter osebnih predstavitev v podjetjih. Začetni stroški bodo nastali, preden bomo podpisali prvo pogodbo. Del komuniciranja bo potekalo preko naše spletne strani www.komportal.com, ki je že zgrajena, tako da bodo dodatni stroški z implementacijo ponudbe zelo majhni. Za to storitev bomo naredili posebno kategorijo, ki se bo imenovala »Storitve vzdrževanja«, kjer bodo opisani pogoji poslovanja, cenik, potek izvedbe, dodali bomo tudi grobi opis čiščenja in prednosti, ki jih prinaša čiščenje strojne opreme. Vsako spremembo pogojev, vsako akcijsko ponudbo itd. bomo sproti dodali na stran in o spremembah obvestili naše stranke s spremnim pismom. Zaenkrat še nimamo ustreznih referenc, ko pa le-te dobimo, jih bomo objavili na strani. S podjetji, s katerimi bomo sodelovali in ki imajo svojo spletno stran, se bomo poizkušali dogovoriti o križnem oglaševanju.

V naslednjih letih pričakujemo prestrukturiranje stroškov, namenjenih trženju. Več sredstev bomo namenili oglaševanju preko video oglasov, oglaševanju v namenskih medijih (Finance-priloga Cenik), ki jih spremljajo managerji in podjetniki (tako na spletni strani kot v ostalih medijih), manj pa neposrednemu trženju (stalne stranke) in namenili večjo pozornost ustaljenim stalnim strankam. V drugem letu bomo našo storitev začeli oglaševati v časniku Finance in tudi na spletnem časniku www.finance.si, kjer bomo naredili preprost tekstovni oglas s sliko oziroma logotipom podjetja, preko katerega bo možen dostop do naše spletne strani. Poskrbeli bomo tudi za pospeševanje prodaje z raznimi akcijami, kot so popusti pri nakupu računalnikov in paketni popusti pri čiščenju določenih količin računalnikov. Prav tako bomo dali tiskati letake, ki bodo podjetja obveščali o naši storitvi, kar bo predstavljalo manjši strošek celotnega oglaševanja.

Tabela 6: Pričakovani stroški trženja v prvih petih letih

Vrsta stroškov/strošek na leto v EUR	1	2	3	4	5
Neposredno trženje	9600	8640	8640	6000	6000
Letaki A4, papir 140-170g, 1000kom	192	192	192	192	192
Spletna Stran	200	200	200	200	200
Oglaševanje v reviji Manager	/	/	6480	6480	6480
Skupaj	9993	9034	15515	12876	12877

Vir: Ceniki, 2010.

5.4 Prodajne poti

Podjetje PC Higiene d.o.o. bo za storitev čiščenja uporabljal neposredno prodajno pot svoji ciljni skupini odjemalcev. Na ta način se bomo izognili posrednikom in dodatnim stroškom. Pooblastilo za sklepanje poslov bomo ovrednotili na dva načina, neposredno prodajo storitve PC-higiene in podporo prodajni ponudbi spletne trgovine. Neposredno prodajo bo izvajal zastopnik, na začetku bo to direktor, ki bo vzpostavljajal stik s potencialnimi kupci preko telefonskega kontakta. Za predstavitev dejavnosti bova zadolžena oba v podjetju. Storitev, vezano na podporo prodajni ponudbi, pa bova izvajala oba zaposlena. V drugem letu načrtujemo nakup službenega vozila Citroen Berlingo X1.6i, kar ob omogočilo več možnosti pri iskanju strank ter poslovanju z obstoječimi.

6. NAČRT RAZVOJA

Razvoj je področje, katerega je potrebno zavestno preučiti in vanj investirati sredstva, če hoče podjetje preživeti oziroma doseči rast na tržišču. Podjetje deluje v storitveni dejavnosti in se na področju čiščenja računalniških enot ne bo ukvarjalo z razvojem. Pozorno bomo spremljali novosti, ki se bodo pojavile na trgu, upoštevali jih bomo pri delu če nam bodo omogočile večjo produktivnost in zmanjšanje tveganja možnosti okvare pri izvajanju.

V storitvenem procesu PC-higiene bomo uporabljali material, ki že sedaj ustreza največji kakovosti. Spremljali bomo spremembe in izboljšave na tem področju ter jih uporabili pri našem delu. V prihodnosti bomo na podlagi izkušenj dosegali boljši izkoristek materiala in dela in tako vplivali na zmanjšanje stroškov. Delo z občutljivimi napravami je vedno tvegano, zato bomo poskrbeli za izobraževanje nove delovne sile. Tako bodo novi zaposleni pred začetkom delovanja opravili tečaj uvajanja v čiščenje. Zanj bo poskrbel direktor, udeleženi se bodo seznanili s postopkom in načinom dela.

Veliko sredstev bomo vložili v prepoznavnost podjetja. Prvi in glavni element graditve prepoznavnosti bo neposredno oglaševanje. Poleg neposrednega oglaševanja bomo poskrbeli

za dobro oblikovano spletno stran, ki jo bomo sproti izboljševali, temu področju bomo posvetili večjo pozornost, ko bomo že imeli uveljavljene stranke. Spletna stran, ki je hkrati tudi spletna trgovina, ima že izoblikovano podobo, zato jo bomo samo dopolnjevali. Za prepoznavnost podjetja bomo poskrbeli z objavo oglasa v reviji Manager, ki je del časnika Finance. Oglaševati bomo začeli v tretjem letu našega delovanja, v oglaševanje pa bomo letno vložili 6500 EUR.

7. PROIZVODNI IN STORITVENI NAČRT

7.1 Geografska lokacija

Sedež podjetja Komportal se nahaja v Ljubljani, in sicer na Bezenškovi ulici 19, blizu BTC-ja. Poslovne prostore imamo v stavbi podjetja Ergoles d.o.o. na Cesti Ljubljanske brigade 9 a. Za opravljanje naših dejavnosti izbira lokacije ni najpomembnejša, ker bomo mi obiskovali stranke in ne one nas. Prav tako naše delo ne bo temeljilo na hitri odzivnosti, ampak natančnosti ter kakovosti storitev. Za prvo leto poslovanja smo se odločili, da bomo primarno iskali stranke v Ljubljani in bližnji okolici. Prednost lokacije je v tem, da se nahaja v našem največjem mestu, 500 metrov od avtocestnega obročja, od koder imamo odlično povezavo s katerim koli delom mesta, predmestja, kasneje tudi s širšim območjem regije, ter preostalim delom Slovenije. Služila bo kot izhodiščna točka za odhod k strankam. Morebitna sprememba lokacije bo prišla v poštev v primeru hitre rasti ter širitve poslovanja. Na območju Ljubljane raste nekaj tehnoloških parkov, kjer bi lahko iskali prostor za nove prostore. Izbira nove lokacije bo odvisna od poslovnih potreb, pri čemer bo skladno z velikostjo prostorov, kot glavni dejavnik izbire nove lokacije predstavljala cena.

7.2 Poslovni prostori

Podjetje je prijavljeno na domu samostojnega podjetnika. Poslovni prostori se nahajajo na Cesti Ljubljanske brigade 9 a v Ljubljani, v prostorih podjetja Ergoles d.o.o. Za poslovanje imamo na razpolago 25 m², kar popolnoma zadovoljuje naše začetne potrebe. Pisarna bo izhodiščna točka odhoda na teren, v njej bomo opravljali vse preostale poslovne dejavnosti iskanja potencialnih strank, izdelave oglasov (prodaja računalniške opreme), prostor bo namenjen tudi kasnejšemu izobraževanju študentov. Poslovne prostore imamo v najemu za določeno obdobje enega leta in z možnostjo podaljšanja najemnega razmerja. Prostori so opremljeni z vsemi potrebnimi priključki, kot so telefon, telefaks, internet. Skupni stroški najema znašajo mesečno bruto 50 EUR. Narava naše dejavnosti kaže potrebo po skladiščnih prostorih, v katerih bi shranjevali potrošni material, nujno potreben za nemoteno opravljanje dela. Prostorska kapaciteta v popolnosti zadovoljuje naše potrebe, le v primeru nepričakovane rasti poslovanja in uvedbe novih storitev, bomo razmislili o selitvi sedeža podjetja in razširitvi prostorov.

Za izvajanje naših storitev potrebujemo poleg potrošnega materiala tudi opremo. Sem štejemo prenosni računalnik z vso programsko opremo, zračni kompresor in sesalnik. Stroški, ki jih bomo imeli z opremo so prikazani v spodnji tabeli:

Tabela 7: Stroški opreme, ki je potrebna za poslovanje v prvih petih letih

Oprema	Količina	Cena (EUR)	Skupaj	Čas nakupa
Prenosni računalnik HP CQ 610 T5870 320G 3G DOS	2	492	984	prvi takoj, drugi po enem letu
Electrolux ZU S3365 Ultra Silencer sesalnik	2	140	280	prvi takoj, drugi po enem letu
Zračni kompresor	2	100	200	prvi takoj, drugi po enem letu
Citroen Berlingo X1,6i	1	12000	12000	v drugem letu

Vir: Cenik osnovnih sredstev, 2010.

Prenosni računalnik, sesalnik ter zračni kompresor bomo kupili takoj. V naslednjih treh letih ne bo potrebe po zamenjavi. V drugem letu bomo kupili kombi Citroen berlingo X1.6i, ki bo službeno vozilo, z njim bomo opravili pot k strankam. Z rastjo poslovanja bomo kupili dodatne zračne kompresorje ter sesalnike, prav tako bomo opremi dodali tudi dodatni računalnik.

7.3 Operativni cikel

Naše dejavnosti so usmerjene v poslovanje z drugimi podjetji. Tako bomo storitve opravili na podlagi že prej sklenjenih pogodb. Zaposleni bomo skrbeli za vse posle kot so trženje, finance, prodaja ter vsi operativni posli. Računovodske storitve opravljamo sami, vendar bomo ob spremembi pravne oblike podjetja tudi ta del poslovanja prenesli na zunanje izvajalce.

V nadaljevanju bom predstavil operativni cikel storitve čiščenja računalniške opreme. Postopek trženja storitve PC-higiene bo potekal po naslednjih korakih. Prvi korak je trženje naših storitev. To bomo počeli z oglaševanjem v naši spletni trgovini, s pošiljanjem ponudb po elektronski pošti, predstavitvijo na sedežih podjetij ter križnim oglaševanjem na spletnih straneh in portalih ter splošnim oglaševanjem v namenskih medijih. Ko se bo stranka odločila za najem storitve, bomo to potrdili s podpisom pogodbe o poslovnem sodelovanju. V pogodbi, ki se nahaja v prilogi 2, so določeni predmet pogodbe, pogoji poslovanja, pogodbeni roki, način opravljanja, plačila in pogodbene kazni. Pogodbe bomo sklepali tako za enkratno čiščenje kot za določeno obdobje. Delo bo praviloma potekalo v prostorih stranke zaradi specifičnosti dela, zaradi visoke vrednosti naprav, občutljivosti na posege ter varnosti in možnih odtujitev podatkov. Seveda dopuščamo možnost drugačnega izvajanja ob morebitnem

obojestranskem dogovoru. Ekipa se bo zbrala v prostorih podjetja, ki bodo začetni položaj odhoda k strankam, za prevoze bomo uporabljali skupno vozilo. Vso potrebno opremo bomo vedno imeli s seboj. V prostorih strank bomo opravili vsa dela na vnaprej naročenih enotah in ob prisotnosti pooblaščenih oseb z njihove strani. Pred začetkom dela bomo vsakič sproti naredili natančen zapisnik posameznih enot (njihovih serijskih števil), namenjenih za čiščenje. Določili bomo tudi enote, ki jih bo posameznik očistil. Po končanem opravi bomo o opravljenem delu napravili zapisnik, ki ga potrdi tudi stranka. Vsakič bomo izdali dva zapisnika, enega za nas, drugi bo ostal stranki. Tako se bomo izognili morebitnim težavam, ki bi nastale zaradi različnih razlogov, na katere pa mi ne bi mogli vplivati.

Sam potek storitve začnemo tako, da preverimo ali je posamezna računalniška enota popolnoma izklopljena iz električnega omrežja. Celotno izvedbo razdelimo na dva dela, čiščenje zunanjih delov in notranjih delov računalnika. Čiščenje zunanjih delov razdelimo na čiščenje tipkovnice, miške, monitorja in kablov. Tipkovnica je kot najbolj izpostavljen del najbolj potrebna čiščenja. Za začetek jo spihamo z zračnim kompresorjem, s pinceto pa odstranimo vse morebitne tujke. Najbolj umazane dele nato pobrišemo z vato, namočeno v alkohol. Čiščenje končamo tako, da celotno tipkovnico obrišemo z robčkom, prepojenim z alkoholom. Postopek čiščenja miške poteka podobno. Z rahlimi curki zraka jo dobro spihamo. Z vato ali robčki nato očistimo zgornji in spodnji del miške. Čiščenje monitorjev opravimo s čistilnimi krpicami in s sprejem. Vse pripadajoče kable očistimo s papirnatim robčkom ali z vato, namočeno v alkohol. Robček oziroma vato vlečemo od vtiča do naprave, nikoli pa v nasprotni smeri.

Notranjost računalnika je najbolje čistiti z zračnim kompresorjem ter sesalnikom. Kot sem že omenil, moramo pri čiščenju notranjih delov vedno nositi antistatično zapestnico. S stisnjenim zrakom najprej očistimo zunanji del ohišja. Pred uporabo zračnega kompresorja moramo s palčkami onesposobiti vrtenje ventilatorjev. Ventilatorji imajo svojo vrtilno hitrost in če bi curek zraka usmerili neposredno vanje, bi prišlo do trajnih poškodb. Ob uporabi sesalnika na konico cevi natakemo najlonsko mrežo, ki dopušča odstranitev prahu, hkrati pa prepreči vnos delov, ki zaradi takšnih ali drugačnih razlogov ne bi bili dovolj trdno pritrjeni. Če je računalnik sestavljen tako, da ga je potrebno zaradi težje dostopnih delov razstaviti, posamezne dele odvijemo, jih prav tako spihamo ali pa uporabimo vatične palčke. Na koncu zunanji del ohišja obrišemo z robčkom, prepojenim z alkoholom. Ko je čiščenje opravljeno, na stičišče hladilnika in procesorja nanesemo termalno pasto, ki je polprevodna in omogoča delovanje procesorja pri nižjih temperaturah.

V naslednji tabeli je prikaz povprečnih stroškov potrošnega materiala, ki nastanejo pri posamezni enoti v prvem letu poslovanja.

Tabela 8: Kosovnica potrošnega materiala za posamezno storitev

Kosovnica	Količina	Cena	Poraba na enoto	Cena na enoto
Čistilna krpa	25e	4,8	0,005	0,02
Čistilni sprej	250ml	3,8	0,01	0,04
Antistaični robčki	100e	3,6	0,01	0,04
Sanitetna vata	100g	0,8	0,025	0,02
Čistilni alkohol	250ml	13,5	0,02	0,27
Vrečke za sesalnik	5e	6,89	0,005	0,03
Vatirane palčke	200e	0,89	0,02	0,02
Skupaj	/	/	/	0,44

Vir: Kosovnica potrošnega materiala, 2010.

Čeprav pričakujemo nekoliko večjo dejavnost v poletnem času, ko je dostop do računalnikov zaradi dopustov nekoliko lažji in zaradi vročine pride do večjih težav z delovanjem opreme, čiščenje računalnikov ni vezano na sezono, ampak bomo storitev opravljali skozi vse leto.

7.4 Pravne zahteve, dovoljenja, vprašanja

Podjetje Komportal bo spremenilo pravnoorganizacijsko obliko gospodarskega subjekta iz s.p. v d.o.o. Ker podjetje že obstaja, je potrebno tri mesece pred spremembo pisno obvestiti vse svoje upnike, da bomo svojo dejavnost nadaljevali v drugi pravnoorganizacijski obliki. To namero moramo objaviti tudi v sredstvih javnega obveščanja in svojih poslovnih prostorih. Potem sestavimo sklep o preoblikovanju podjetja. Zaključek prenosa podjetja bomo zaključili z vpisom v sodni register, kar opravimo na pristojnem sodišču v Ljubljani. V prijavi moramo predložiti sklep o preoblikovanju družbe, akt o ustanovitvi družbe, v katerem je navedeno, da je družba ustanovljena s prenosom podjetja podjetnika in z družbeno pogodbo. Na novo ustanovljeno družbo prenesemo tudi celotno podjetniško premoženje, ki bo del osnovnega kapitala.

Za opravljanje storitev PC-higiene ne potrebujemo nobenih posebnih dovoljenj. Vsi pogoji poslovanja s strankami bodo dorečeni z vnaprej sklenjeno pogodbo o poslovanju oziroma vzdrževanju ali s kupoprodajno pogodbo.

Kupoprodajno pogodbo lahko poimenujemo pogodba o poslovanju, saj gre za dogovor med nami in stranko, s katero se dogovorimo o enkratnem, kratkoročnem ali dolgoročnem sodelovanju. Bistvo take pogodbe je naročilo storitve ali blaga ter izpolnitev naročila. Značilnosti prodajne pogodbe so da je zakonsko neurejena in ni tipska, vsebina je odvisna od primera do primera in jo določita obe stranki. Za sklenitev sodelovanja je bistvenega pomena ni pa zadostna (Natalija Kunstek, 2010). Bistvene sestavine naše pogodbe sem navedel pod točko operativnega ciklusa. Primer pogodbe o poslovanju s stranko podjetja PC Higiena d.o.o. vidite v prilogi 2.

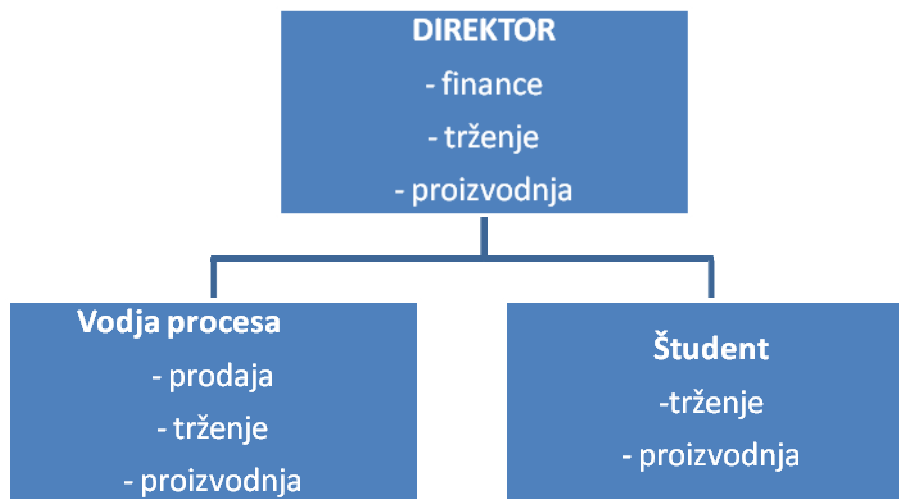
8. VODSTVENA SKUPINA IN KADRI

8.1 Organizacijska struktura

Komportal računalniška trgovina je registrirana kot samostojno podjetje, deluje pa kot popoldanski s.p. in nima zaposlenih oseb. 1.7.2010 bomo pri pristojnem sodišču v Ljubljani vložili zahtevek za preoblikovanje podjetja v družbo z omejeno odgovornostjo. Novo ime podjetja bo PC Higiene d.o.o. Za preteklo poslovanje imamo poravnane vse obveznosti. Ob začetku poslovanja bo podjetje imelo zaposleni dve osebi. Podjetje bo v deljeni lasti. Vlado Berglez, univerzitetni diplomiran ekonomist, bom direktor podjetja, imam izkušnje z odnosom s strankami, skrbel bom za prodajo in finance. Daniel Senič, vodja procesov, geodetski tehnik, z izkušnjami s področja vodenja v podjetju MFC.2 d.o.o., poleg tega že več kot dve leti opravlja trgovsko dejavnost kot samostojni podjetnik in si je pridobil prvovrstne izkušnje z vodenjem procesov.. Zaradi zahtevnosti dela in načina trženja storitev si bova trženjsko in proizvodno funkcijo delila.

V tretjem letu poslovanja bomo zaposlili študenta, ki bo na začetku sodeloval pri proizvodnem procesu, kasneje mu bomo prepustili trženjsko funkcijo.

Slika 10: Organizacijska struktura podjetja PC Higiene d.o.o.



8.2 Ključno vodstveno osebje

»Raziskave, ki so bile opravljene med malimi podjetniki po vsem svetu, kažejo, da je uspeh podjetja močno odvisen od kakovosti podjetniške skupine v podjetju. Podjetniška skupina je ključnega pomena za spreminjanje dobre poslovne priložnosti v uspešno podjetje.« (Drnovšek, Stritar, Vahčič, str. 91, 2005)

V timu se zavedamo, da pomanjkanje podjetniških izkušenj lahko predstavlja oviro pri uresničitvi podjetniške ideje, vendar menimo, da z motivacijo, marljivim delom in učenjem lahko preskočimo tudi te prepreke.

Oba zaposlena bova skrbela za več funkcij v podjetju, direktor bom skrbel za trženje in za finančni del poslovanja. Čeprav pravno formalnih izkušenj še nimam, sem v preteklih letih zaradi narave posla imel mnogo stikov s strankami. Prav tako sem določen del znanja pridobil v študentskih letih. Daniel Senić, pomočnik direktorja, bo predvsem skrbel za vodenje procesov, trženje ter proizvodnjo.

8.3 Politika zaposlovanja in nagrajevanja

Naš cilj je oblikovati tim mladih ambicioznih ljudi. V podjetju bova na začetku zaposleni samo dve osebi, obe bova prejemale fiksno plačo ne glede na porabljen čas za opravljanje svojih obveznosti. Plačo bova začeli prejemati s tretjim poslovnim mesecem. Obe se bova za prvo leto poslovanja odrekli prevoznim stroškom, kajti uspeh podjetja mora biti zadostna motivacija za opravljanje podjetniških aktivnosti. Na začetku pričakujemo, da bo delo potekalo tudi dlje od evropsko določenega tedenskega delavnika.

Po treh letih bova za terensko delo zaposlila študenta zaključnih letnikov Fakultete za računalništvo in informatiko. Plača bo variabilna in bo vezana na opravljeno delo. V četrtem letniku mu bova plačevala štipendijo. Na ta način bomo vzpostavili bolj čvrst medsebojni odnos. Po opravljeni diplomi ga bomo zaposlili za določen čas enega leta.

8.4 Profesionalni svetovalci in storitve

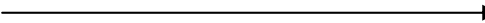
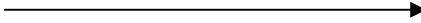
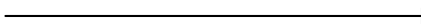
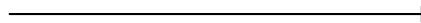
PC Higiena d.o.o. bo za izvajanje računovodskih storitev najelo računovodski servis LOGOS d.o.o. Za svojo spletno trgovino ima najet strežnik pri www.slovenijanet.com, ki nudi spletno gostovanje, registracijo in gostovanje domen ter ostalo tehnično pomoč.

9. SPLOŠNI TERMINSKI PLAN

9.1 Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu

Terminski plan je pripravljen za obdobje dveh let in zajema nove dejavnosti podjetja. Sredi leta bomo preoblikovali pravno-organizacijsko obliko v družbo z omejeno odgovornostjo. Že pred tem bomo oblikovali trženjsko strategijo. Z istim mesecem bomo začeli z neposrednim trženjem naših storitev. Ključen bo podpis pogodbe o sodelovanju, v pogodbi bomo opredelili obseg opravljanja storitev, časovne roke ter ostale bistvene sestavine pogodbe. Glede na pričakovano povpraševanje bomo v drugem letu zaposlili dodaten kader za terensko delo.

Tabela 9: Terminski načrt PC Higiena d.o.o. v prvem in drugem letu poslovanja

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	2
Poslovni načrt													
Poslovanje podjetja													
Registracija podjetja (d.o.o.)													
Posodabljanje strani (dodajanje ponudb na spletno stran)													
Nakup opreme za čiščenje													
Nakup materiala za čiščenje													
Iskanje strank													
Sprejem naročil													
Sklepanje pogodb													
Izpeljava naročil													
Prilivi													
Odliivi													

10. KRITIČNA TVEGANJA IN IZZIVI

Današnje tržne razmere so pravi pokazatelj, da podjetja niso nikoli varna pred propadom zaradi obstoječih dejavnikov, na katere ne morejo vplivati in se je nanje dobro pripraviti, preden do njih pride.

10.1 Makro raven

Recesija

Recesija, v kateri se trenutno nahaja svetovno gospodarstvo, pomeni zmanjšanje gospodarske aktivnosti, ki se najbolj izraža v padcu proizvodnje, višini realnih dohodkov, višji stopnji nezaposlenosti, ter zmanjšani trgovski aktivnosti. Zato je kupna moč podjetij manjša in večja je verjetnost, da se ne bodo odločala za sklepanje dolgoročnih pogodb. Posledično pride tudi do nižjega povpraševanja za naše storitve. Naše mnenje je, da lahko negativne dejavnike ublažimo z neposrednim, agresivnim trženjem ter ohranjanjem stikov z že obstoječimi partnerji.

Naftni derivati

Naftni derivati so drugi dejavnik, ki vpliva na poslovanje podjetja. Njihova podražitev bo vplivala na rast stroškov podjetja. Velik del naših storitev je vezan na delo pri strankah, kamor bomo odhajali s svojim vozilom. V pogodbi je prevoz k strankam del pogodbene cene. Ublažitev teh dejavnikov bomo poskušali doseči z obračunom teh stroškov v pogodbeno ceno na podlagi izračuna povprečne letne cene goriva v preteklih letih in pričakovanih prihajajočih gospodarskih trendih.

Revolucionarno odkritje oziroma izum

Na področju računalništva ter informatike se lahko pojavi nov dodatek k računalniku, ki bi vplival na spremembo povpraševanja po naših storitvah. Kratkoročno posebnih novosti na trgu ne pričakujemo, v primeru, da bo prišlo do lansiranja inovativne ideje, bomo temu primerno prilagodili svojo dejavnost.

10.2 Mikro raven

Plačilna nedisciplina

Plačilna nedisciplina lahko v teh turbulentnih časih predstavlja veliko oviro pri poslovanju s podjetji. Veliko podjetij ni zmožno plačevati obveznosti poslovnim partnerjem. Za primer takih nepričakovanih dogodkov bomo sprejeli nekaj preventivnih ukrepov pri svojem poslovanju. Pred sklenitvijo pogodbe bomo preverili plačilno sposobnost podjetij, ki jih dobimo v različnih bazah podatkov kot so Ibon, Ajpes, Banka Slovenije. V pogodbo bomo vnesli člen, ki bo reševal morebitne posledice neplačila. Ob neplačevanju bomo pri stranki poskušali izvedeti razloge za neplačilo. Če ne bo šlo drugače, bomo proces izterjave terjatve zaupali agenciji, ki se profesionalno ukvarja z izterjavami ali pa bomo terjatev prodali.

Odpoved pogodbenega razmerja

Med trajanjem pogodbe ali nepodaljšanjem pogodbe po njenem izteku lahko pride do odpovedi pogodbenega razmerja. Za zavarovanje posledic odpovedi med trajanjem pogodbenega razmerja bomo vključili v pogodbo člen, ki bo reševal take zadeve. V drugem primeru bomo poskusili reorganizirati pogodbo v obojestransko korist. Če to ne bo mogoče, se bomo zahvalili za sodelovanje in stranko še naprej obveščali o vseh novostih.

Konkurenca

Storitev, ki jo bomo imeli v ponudbi, na trgu ni razširjena. Vedno obstaja nevarnost, da bodo v panogo prišla nova podjetja. Najboljši način, da se izognemo nepričakovanim težavam z vstopom konkurence, je neprestano izboljševanje kakovosti storitev. Druga možnost je znižanje prodajnih cen, vendar samo v določenem obsegu, kajti s prevelikim znižanjem cen postanemo nerentabilni.

Beg možganov

Eden izmed vidikov uspešnosti našega podjetja bo tudi ustvarjanje pozitivnega vzdušja med zaposlenimi ter izobraževanje kadra, predvsem študentov. Problem vidimo v dejstvu, da bi, potem ko bi vložili v njihovo izobraževanje določena sredstva, posamezniki zapustili podjetje. Temu se bomo izognili s sklenitvijo pogodbe o izobraževanju, s katero bomo študentu določili, da naš vložek v njegovo izobraževanje v takem primeru odplača.

Zamuda pri dobavi dobaviteljev

Pri izvajanju čiščenja bomo potrebovali veliko potrošnega materiala. Običajno je rok dobave za tak material en delovni dan. V primeru neredne dobave lahko zamudimo postavljene roke, zato bomo imeli določeno količino neposrednega materiala vedno na zalogi. Če bi pošla tudi stalna zaloga, bi material kupili pri drugem dobavitelju.

Spremembe cen materiala

Hitra sprememba cen lahko negativno vpliva na stroške poslovanja. Za ustvarjanje nižjih stroškov bomo skušali navezati dolgoročno sodelovanje z enim ali nekoliko dobavitelji, pri katerih bomo poskušali doseči popust.

Neinformiranost kupcev o naših storitvah

Naš koncept oglaševanja bo v prvi vrsti temeljil na neposrednem trženju oziroma osebni predstavitvi. Od vsega začetka bomo osebno obiskali podjetja, ki bodo predstavljala ciljno skupino in jim predstavili našo ponudbo. Sproti bomo obveščali naše stranke o novostih in akcijah. Poleg tega bomo oglaševali na naši internetni strani in se s strankami dogovarjali o križnem oglaševanju.

Presežno povpraševanje

V primeru, da bi bilo povpraševanje po naših storitvah večje od načrtovanega, bomo iskali nov kader med študenti. Obstoječe terenske ekipe bomo reorganizirali ter povečali njihovo število tako, da bomo zaposlili novo osebo, ki bo vodila terensko ekipo. Zaposlili bomo študenta, ki že dela v našem podjetju. Na vsakodnevni sestanek se bomo dogovorili, katero območje bo zajemala posamezna ekipa. Tako bomo dosegli večjo medekipno usklajenost, enakomerno porazdeljenost dela in hitrejšo odzivnost na potrebe strank.

10.3 Simuliranje poslovnega tveganja

Predračun pričakovanega poslovanja podjetja prikazuje eno izmed možnosti, kako se bo odvijalo prihodnje poslovanje. Tudi z dobrim izračunom, čeprav so modeli in podatki strokovno opredeljeni in podprti z realnimi prikazi, je dobro predvideti morebitna odstopanja

zaradi razlogov, ki jih ne moremo predvideti. Za simuliranje poslovnega tveganja sem uporabil naslednje dejavnike, ki vplivajo na poslovanje in so prikazani v prilogi 4. Naredil sem simulacijo znižanja prodajne cene za 15 %, povečanje in zmanjšanje prodaje za 15 % in rast cene bencina za 15 %. Osnovna simulacija je razložena v poglavju Finančni načrt.

Znižanje prodajne cene

Obstaja možnost, da bi nas vstop konkurence prisilil na znižanje prodajne cene. V tem primeru sem naredil simulacijo z znižanjem cene za 15 % (Glej prilogo 4, simulacija 2.). Znižanje cen bi bilo za nas slabo, saj bi dobiček dosegli samo prvo leto, vsa ostala leta pa bi se soočili z izgubo, od drugega leta dalje bi zašli v likvidnostne težave. V tem primeru bi se morali odpovedati vsem investicijam v prihodnjih letih. Znižanje prodajne cene je za našo dejavnost popolnoma nerentabilno.

Povečanje prodaje storitve

V simulaciji (Glej prilogo 4, simulacija 3.) sem upošteval povečanje prodaje storitve za 15 %. Kljub povečanju prodaje ne bi prišlo do dodatnega zaposlovanja. V tem primeru sem upošteval poleg povečanja variabilnih stroškov le povečanje prevoznih stroškov. Podjetje bi skozi celotno obdobje poslovalo z dobičkom, peto leto bi znašal 13384 EUR. Kazalnika ROA in ROE bi bila v tem primeru vedno pozitivna (nad nič).

Znižanje prodaje storitve

Tako kot presežno povpraševanje po naših storitvah se lahko pojavi tveganje, da bo povpraševanje nižje od pričakovanega. V tej simulaciji (Glej prilogo 4, simulacija 4.) sem upošteval, da je prodaja storitev za 15 % nižja od pričakovane. Dobiček bi se zmanjšal, v tretjem letu bi morali zaradi negativnega denarnega toka najeti kratkoročni kredit. V tem primeru bi dodaten kader zaposlili šele v četrtem letu.

Rast cen bencina

V tem primeru se v projekciji spremeni samo cena bencina. Nepričakovana rast prevoznih stroškov za 15 % (Glej prilogo 4, simulacija 5.) bi vplivala na zmanjšanje prihodka, s tem pa na velikost dobička, ki bi bil tretje leto negativen. Rast cen bi negativno vplivala na denarni tok podjetja. V tretjem letu bi za premostitev likvidnostnih težav morali najeti kratkoročni kredit.

11. FINANČNI NAČRT

11.1 Predračun izkaza poslovnega izida

Predračun izkaza poslovnega uspeha je narejen na podlagi ocenjenih prihodkov in stroškov, ki jih podjetje PC Higiene d.o.o. pričakuje v prvih petih letih poslovanja. Ocena je nastala na podlagi ocene trga in tržnih razmer, s katerimi sem predvidel obseg in prodajo osnovne storitve naše ponudbe. Višina prihodkov temelji na predvidevanju, da bomo dosegali 25 % na letno rast poslovanja. Po naši oceni bomo 80 % storitve PC-higijene prodali neposredno, ostalih 20 % pa preko prodaje računalnikov in računalniške opreme, katere cena bo nižja za 10 %. Zato je efektivna cena te storitve 19,6 EUR. Zaradi boljšega izkoristka bo rast variabilnih stroškov, vezanih na storitev manjša kot pa rast prihodkov. Amortizacijsko stopnjo bomo obračunavali po enakomerni linearni metodi. V obdobju prvih petih let ne pričakujemo potreb po dodatnem financiranju poslovanja.

Tabela 10 : Načrtovan izkaz poslovnega izida PC Higiene d.o.o. v prvih petih letih poslovanja

IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	I.	II.	III.	IV.	V.
PRIHODKI POSLOVANJA	0	1633	3266	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	48990	61238	76588	95694	119699
PROIZVAJALNI STROŠKI	0	466	932	2597	2597	2597	2597	2597	2597	2597	2597	2597	24774	36594	52480	60795	75946
AMORTIZACIJA	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	139	1143	1143	1143	1143
KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE	-12	1156	2323	2290	2290	2290	2290	2290	2290	2290	2290	2290	24077	23501	22965	33756	42610
STROŠKI PRODAJE	30	30	30	630	630	630	630	630	630	630	630	630	5760	9960	15360	15360	20160
STROŠKI UPRAVE	122	122	122	722	722	722	722	722	722	722	722	722	6867	11067	11067	11067	13467
DOBIČEK IZ POSLOVANJA	-164	1003	2171	938	938	938	938	938	938	938	938	938	11450	2474	-3462	7329	8983
PRIHODKI FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODHODKI FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA	-164	1003	2171	938	938	938	938	938	938	938	938	938	11450	2474	-3462	7329	8983
IZREDNI PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZREDNI ODHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOBIČEK PRED DAVKI	-164	1003	2171	938	938	938	938	938	938	938	938	938	11450	2474	-3462	7329	8983
DAVEK OD DOHODKA	0	247	535	231	231	231	231	231	231	231	231	231	2863	618	0	967	2246
ČISTI DOBIČEK	-164	756	1636	707	707	707	707	707	707	707	707	707	8588	1855	-3462	6362	6737

11.2 Predračun bilance stanja

Oba družbenika bova v podjetje vložila 10000 EUR začetnega kapitala. Kapital bo v celoti lastniški in bo vplačan z denarjem, del denarja pa bo takoj porabljen za nakup osnovnih sredstev. Vrednost kapitala bo skozi petletno obdobje naraščalo in bo konec petega leta znašal 30081 EUR. Obveznosti, ki jih bomo imeli, bodo nastala iz naslova obveznosti do dobaviteljev.

Tabela 11: Načrtovan izkaz bilance stanja PC Higiena d.o.o. v prvih petih letih poslovanja

BILANCA STANJA	I.	II.	III.	IV.	V.
<i>SREDSTVA</i>	22197	21061	17859	25423	32729
<i>SREDSTVA (RAZEN DENARJA)</i>	7236	18231	17137	17427	18825
NEOPREDMETENA SREDSTVA	0	0	0	0	0
OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	606	8982	7839	6696	5553
FINANČNE NALOŽBE	0	0	0	0	0
TERJATVE IZ POSLOVANJA	5880	8369	8278	9571	11972
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA	750	880	1020	1160	1300
ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0
<i>DENAR</i>	14961	2831	722	7996	13904
<i>OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV</i>	22197	21061	17859	25423	32729
<i>KAPITAL</i>	18588	20443	16981	23344	30081
OSNOVNI KAPITAL	10000	10000	10000	10000	10000
ZADRŽANI DOBIČEK	8588	10443	6981	13344	20081
<i>DOLG</i>	3609	618	878	2079	2648
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	3609	618	878	2079	2648

Neopredmetenih sredstev ne bomo imeli. Za opravljanje dejavnosti bomo potrebovali opredmetena sredstva (sesalnik, zračni kompresor, kombi). Odjemalcem storitev bomo nudili enomesečni odlog plačila, zato bodo terjatve iz poslovanja naraščale v enakem razmerju kot obseg posla. Mesečna vrednost zalog bo od začetka poslovanja naraščala in bo konec petega leta dosegla 1300 EUR. Ker delujemo v storitveni dejavnosti, zalog proizvodov ne bomo imeli.

11.3 Predračun izkaza finančnih tokov

Večina začetnega kapitala bo vloženega v podjetje v obliki denarnih sredstev. Obveznosti do dobaviteljev bomo plačevali z denarnimi sredstvi na začetku ob nakupu, kasneje pa bomo dobili odlog plačila. Terjatve do kupcev bodo zapadle po 30 dneh. Likvidnostnih težav ne pričakujemo. Kadar bo pritok sredstev manjši kot odtok, bomo primanjkljaj pokrivali iz zadržanega dobička. V primeru da bi se pojavile likvidnostne težave, bomo najeli kratkoročni kredit. V drugem in tretjem letu bo denarni tok negativen zaradi investicij v službeno vozilo te dodatnih sredstev, namenjenih oglaševanju.

Tabela 12: Načrtovan izkaz denarnih tokov PC Higiena d.o.o. v prvih petih letih poslovanja

IZKAZ DENARNIH TOKOV	- I.	I.	II.	III.	IV.	V.
DENAR KONEC OBDOBJA	9540	14961	2831	722	7996	13904
ČISTI DOBIČEK		8588	1855	-3462	6362	6737
AMORTIZACIJA		139	1143	1143	1143	1143
POVEČANJE DOLGA		3559	-2991	260	1201	569
POVEČANJE KAPITALA (BREZ DOBIČKA)		0	0	0	0	0
POVEČANJE SREDSTEV (BREZ DENARJA)		6865	12138	49	1433	2541
DENARNI TOK		5421	-12130	-2109	7274	5908

11.4 Davčni status

Podjetje Komportal s.p. je davčni zavezanec za plačevanje davka na dodano vrednost, pri Davčni upravi Republike Slovenije, Davčni urad Ljubljana. Tudi po spremembi pravnega statusa bo podjetje plačevalo davek na dodano vrednost ter dobiček. Podjetje bo plačevalo davek na dohodek v višini 20 %, prav tako ob nastalem dobičku davek na dobiček, ki znaša 25 %.

11.5 Kontrola stroškov

Nadzor nad stroški bo imel direktor podjetja. V povezavi z računovodskim servisom bomo mesečno preverjali gibanje stroškov. V primeru preseženih normativov se bomo z njim posvetovali o regulaciji oziroma preoblikovanju stroškov.

SKLEP

Veselje do računalništva, odpoved posameznih računalniških komponent na domačem računalniku ter dejstvo, da do sedaj nisem opazil, da bi na trgu obstajalo podjetje, ki bi se namensko ukvarjalo s takim načinom zadovoljevanja potreb, je bil razlog, da sem se odločil idejo preveriti s poslovnim načrtom.

Skozi ustvarjanje poslovnega načrta sem ugotovil, da ima PC-higiena, kot sem poimenoval našo dejavnost, potencialni trg in je projekt ekonomsko opravičljiv, kar kažejo tudi izračunane projekcije. Izvajanje storitve ni povezano z visokimi vstopnimi stroški in tudi dolgoročno ni odvisno od visokih dodatnih investicij. Začetni vložek kapitala bo zadostoval za pokrivanje morebitnih izgub v prvih petih letih, v katerih z izjemo tretjega leta pričakujemo dobiček, ko bomo investirali dodatna sredstva za širitev naše dejavnosti. Z operativnega vidika tudi ne potrebujemo visoko izobraženega delovnega kadra. Zavedam se da bo uspešnost projekta v veliki meri odvisna od našega oglaševanja ter predstavitve dejavnosti podjetjem. Naša prednost bo v tem, da smo majhni in fleksibilnejši na spremembe na trgu.

Vsi te dejavniki so realno dosegljivi ob predpostavki, da sem pravilno ocenil velikost trga in lahko dosežemo pričakovan tržni delež.

LITERATURA IN VIRI

1. Cenik oglaševanja v reviji Manager. (2010). Najdeno 3. marca 2010 na spletnem naslovu <http://beta.finance-on.net/files/2010-01-22/manager.pdf>.
2. Cenik osnovnih sredstev. (2010). Najdeno 1. maja na spletnem naslovu www.komportal.com, www.mimovrste.com, www.nakupovanje.net, www.avto.net.
3. Cenik potrošnega materiala. (2010). Najdeno 1. februarja na spletnem naslovu www.mimovrste.com, www.nakupovanje.com, si.centrsorce.com, www.lovecnacene.si.
4. Cenik storitve tiskanja letakov. (2010). Najdeno 3. marca na spletnem naslovu <http://natisni.si/cenik>.
5. Drnovšek, M., & Stritar, R. (2007). *Podjetništvo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
6. Drnovšek, M., Stritar, R., & Vahčič, A. (2005). *Osnove podjetništva. Priročnik za pripravo poslovnega načrta*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
7. Gospodarska zbornica Slovenije. (2008) Število podjetij v panogi. Najdeno 31. marca 2010 na spletnem naslovu <http://www.gzs.si/register/zadetki.asp?koda=SEST&pSifDej=95.110&pRegija=&pTip=VSE&pVel=VSE>.
8. Kodelja, M., & Banovič, Z. (2008, 23. julij). Fata, očisti moj računalnik. Najdeno 31. maja 2009 na spletnem naslovu http://www.mojmikro.si/preziveti/in_se/fata_ocisti_moj_racunalknik.
9. Kos, B. (2008, 5. februar). Kreativnost in poti do dobrih podjetniških idej. Najdeno 31. junija 2009 na spletnem naslovu <http://www.blazkos.com/kreativnost-in-poti-do-dobrih-podjetniskih-idej.php>.
10. Kosovnica potrošnega materiala. (2010). Najdeno 1. maja 2010 na spletnem naslovu si.centrsorce.com, www.lovecnacene.si, www.mimovrste.com, Sanolabor, BabyCenter.
11. Kunstek, N., (2008, 16. December). Pogodbe o poslovnem sodelovanju. Najdeno 3. aprila na spletnem naslovu <http://www.poslovni-bazar.si/?mod=articles&article=1876>.
12. Masič, Š. (2009, 3. november). Vsak računalnik ima svoj či. Najdeno 1. decembra 2009 na spletnem naslovu http://www.mojmikro.si/v_praksi/naredi_sam/tudi_racunalknik_ima_svoj_ci.
13. Naslovi anketiranih podjetij. (2010). Najdeno 6. januarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.pirs.si/Search/Subjects/f3b3d7c5-1ac7-472d-934d-823c207a0747>.

14. Osnovne storitve računalniškega servisa. Najdeno 31. maja 2010 na spletnem naslovu http://www.info-servis.si/racunalniska_pomoc.html.
15. Pučko D. (2003). *Strateško upravljanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
16. Slovenska tiskovna agencija (2010, 22. februar). Prodaja računalnikov je padla za 15 odstotkov. Najdeno 4. maja 2010 na spletnem naslovu http://novice7.com/link.php?title=Prodaja_racunalnikov_v_Sloveniji_padla_za_15_odstotkov.
17. Standardna klasifikacija dejavnosti (2008). Šifra dejavnosti. Najdeno 3. septembra 2009 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/klasje/tabela.aspx?cvn=4978>.
18. Statistični urad Republike Slovenije. (2007). Delež podjetij, ki uporabljajo računalnik. Najdeno 3. septembra 2009 na spletnem naslovu http://www.stat.si/letopis/2008/22_08/22-03-08.htm.
19. Statistični urad Republike Slovenije. (2008). *Število podjetij po občinah* (2010). Najdeno 21. maja 2010 na spletnem naslovu http://www.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418801S&ti=Podjetja+po+dejavnosti+%28SKD+2008%29+in+velikosti+glede+na+%9Atevil+oseb%2C+ki+delajo%2C+Slovenija%2C+letno&path=../Database/Ekonomske/14_poslovni_subjekti/01_14188_podjetja/&lang=2.
20. Tolar, U., & Varga, M. (2009, 12. avgust). Ko se pokvari računalnik. Najdeno 1. junija 2010 na naslovu <http://mojevro.finance.si/254764/Ko-se-pokvari-ra%E8unalnik>.

PRILOGE

Priloga 1: Anketni vprašalnik.....	1
Priloga 2: Pogodba o poslovnem sodelovanju	4
Priloga 3: Finančni načrt podjetja PC Higiene d.o.o.....	6
Priloga 4: Prikaz simulacij podjetja PC Higiene d.o.o.....	17

PRILOGA 1

ANKETNI VPRAŠALNIK

Prosim vas, da se vzamete nekaj minut za kratko anketo, s katero hočem dobiti informacije, kakšna je skrb za vzdrževanje računalnikov v podjetjih. Pod vzdrževanje je mišljeno čiščenje notranjosti računalnikov, računalniških komponent, zaslonov, tipkovnic, mišk. Anketa je zaupna, vsi podatki pridobljeni bodo namenjeni samo obdelavi diplomskega dela.

Koliko računalnikov poseduje vaše podjetje?

- ☐ 1 - 5
- ☐ 6 - 10
- ☐ 11 - 15
- ☐ 16 - 20
- ☐ 21 ali več

Kako pogosto uporabljate službene računalnike?

- ☐ Non stop
- ☐ Med delovnim časom (8-16 ur dnevno
- ☐ Nekajkrat tedensko
- ☐ Manj kot tedensko

Ali v vašem podjetju vzdržujete/čistite računalnike?

- ☐ Da
- ☐ Ne

Kako redno vzdržujete/čistite svoje računalnike?

- ☐ Mesečno
- ☐ Polletno
- ☐ Letno
- ☐ Manj kot letno
- ☐ Nikoli

Kdo skrbi za vzdrževanje/čiščenje računalnikov?

- ☐ Osebe v podjetju
- ☐ Računalniški servis
- ☐ Drugo (prosim navedite)

Ocenite, kako pomembno je po vašem mnenju redno čiščenje računalnikov?

- ☐ Zelo pomembno
- ☐ Pomembno
- ☐ Niti pomembno niti nepomembno
- ☐ Nepomembno

Ali poznate kakšno podjetje, ki se ukvarja s storitvijo "fizičnega čiščenja računalnikov", ter to počne v prostorih stranke?

- ☐ Da
- ☐ Ne

Ali bi uporabljali tako storitev?

- ☐ Da
- ☐ Ne, ker čiščenje ni potrebno
- ☐ Ne, ker imamo ljudi znotraj podjetja zadolžene za te zadeve
- ☐ Ne, ker (navedite svoje mnenje)

Katera oblika najema take storitve čiščenja se vam zdi bolj smiselna?

- ☐ Najem za določeno obdobje
- ☐ Enkratni najem čiščenja določenih enot
- ☐ Drugo (prosim navedite)

Ali se vam zdi smotrno ponuditi tako storitev kot del prodajnih storitev ali kot del samostojne ponudbe?

- ☐ Prodajna storitev
- ☐ Samostojna ponudba
- ☐ Oboje

Opredelite povprečno obdobje v katerem zamenjate stare službene računalnike z novimi?

- ☐ Vsako leto
- ☐ Vsaki 2 leti
- ☐ Vsaka 3 leta
- ☐ Vsaka 4 leta
- ☐ Vsakih 5 ali več let

Prosim vas, da razvrstite dejavnike nakupa računalnikov, pri čemer je 1 najpomembnejši

dejavnik, 7 pa najmanj pomemben dejavnik?

Cena	
Kakovost	
Namen uporabe	
Garancija in podpora	
Plačilni pogoji	
Reference ponudnika	
Priporočila znancev	

Zaupajte mi število zaposlenih v podjetju?

- ☐ Manj kot 10
- ☐ 11 - 50
- ☐ 51 -100
- ☐ Več kot 100

PRILOGA 2:

POGODBA O POSLOVNEM SODELOVANJU

št.2010

ki jo sklepata

PC Higiene d.o.o., Bezenškova 19, 1000 Ljubljana, ki ga zastopa Vlado Berglez (v nadaljnjem tekstu PC higiena).

in

Podjetje d.o.o., Dunajska cesta 000, 1000 Ljubljana, ki ga zastopa _____ (v nadaljnjem tekstu PARTNER).

Uvodne določbe

S to pogodbo se določijo pravila in pogoji pod katerimi bosta PC Higiene in PARTNER usklajevala medsebojno sodelovanje.

Predmet pogodbe

Predmet te pogodbe je čiščenje računalniške in biro opreme, katere lastnik ali posestnik je PARTNER.

Pogoji poslovanja

PARTNER s to pogodbo sprejema pogoje in način izvajanja storitve čiščenja podjetja PC Higiene, ki so navedeni na spletni strani www.komportal.com/vzdrzevanje.

PC Higiene se obvezuje, da bo opravil storitev čiščenja strojne računalniške opreme, ter vse pripadajoče opreme, ki bo določena z aneksom k tej pogodbi.

PARTNER se obvezuje da bo omogočil podjetju PC Higiene dostop do predmeta pogodbe za naloge čiščenja računalniške strojne opreme ter vse pripadajoče opreme.

PARTNER se obvezuje, da bo o morebitnih napakah, ki bi lahko nastale iz naslova čiščenja, takoj obvestil PC Higiene. PC Higiene se obvezuje, da bo odpravil napako, če je bilo ugotovljeno, da so le-te nastale zaradi njegove krivde.

PC Higiene ne prevzema pa odgovornosti za morebitno izgubo podatkov.

PC Higiene in PARTNER se obvezeta, da bosta medsebojno sodelovala pri iskanju novih strank.

Enota računalniške opreme vsebuje prenosni računalnik ali monitor, miško, tipkovnico ter strojne opreme.

Cene in plačilni pogoji

PARTNER je dolžan plačati _____ EUR pavšalnega zneska. V ta znesek je zajeto čiščenje _____ števila enot računalniške opreme.

Za vsako nadaljnjo enoto bo PARTNER plačal po tekočem ceniku, ki se nahaja na spletni strani www.komportal.com/ceniki

PARTNER se obveže, da bo plačilo opravljenih storitev plačal v roku 30 dni po izstavitvi računa.

V primeru prekoračitve roka plačila, je PC Higiene upravičen PARTNER-ju obračunati zakonite zamudne obresti in druge s prekoračitvijo povezane stroške, ki se jih PARTNER zavezuje poravnati.

Za tekoče posle bo cena in plačilni pogoji določeni z aneksi k tej pogodbi.

Veljavnost in prekinitev pogodbe

Pogodba se sklepa za obdobje enega (1) leta in stopi v veljavo z dnem, ko jo podpišeta obe pogodbeni stranki.

Ta pogodba ureja pravice, obveznosti in odgovornosti med pogodbenima strankama iz te pogodbe. Aneksi k tej pogodbi uredijo pravice in obveznosti, ki niso zajete v tej pogodbi.

Katerakoli izmed pogodbenih strank lahko pogodbo prekine s pisnim obvestilom in odpovednim rokom 90 dni. V tem primeru odstopajoča stranka krije stroške, ki bi nastali z morebitno odpovedjo pogodbe.

Splošna določila

Stranki morebitne nastale spore urejata sporazumno, v primeru, da to ni mogoče, je za reševanje le-teh pristojno stvarno pristojno sodišče v Ljubljani.

Pogodba je napisana v dveh (2) enakih izvodih, od katerih prejme vsaka stranka po en (1) podpisan izvod.

PC Higiene d.o.o.:

PARTNER d.o.o.:

IME POOBLAŠČENE OSEBE:

IME POOBLAŠČENE OSEBE:

Kraj, datum: _____

Kraj, datum: _____

ŽIG

ŽIG

PRILOGA 3:

FINANČNI NAČRT PODJETJA PC HIGIENA D.O.O.

PROJEKCIJE 2010		Simulacija:																	
		Mesec																	
		OBDOBJE: -1		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV
BILANCE																			
BILANCA STANJA																			
SREDSTVA	10050	9886	11101	13514	14694	15632	16570	17507	18445	19383	20321	21259	22197	22197	21061	17859	25423	32729	
SREDSTVA (RAZEN DENARJA)	510	834	3431	5380	7328	7317	7305	7294	7282	7270	7259	7247	7236	7236	18231	17137	17427	18825	
NEOPREDMETENA SREDSTVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	510	757	721	710	698	687	675	664	652	640	629	617	606	606	8982	7839	6696	5553	
FINANČNE NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TERJATVE IZ POSLOVANJA	0	77	1960	3920	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	8369	8278	9571	11972	
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA	0	0	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	880	1020	1160	1300	
ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DENAR	9540	9051	7670	8134	7366	8315	9265	10214	11163	12113	13062	14012	14961	14961	2831	722	7996	13904	
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	10050	9886	11101	13514	14694	15632	16570	17507	18445	19383	20321	21259	22197	22197	21061	17859	25423	32729	
KAPITAL		10000	9836	10592	12228	12934	13641	14348	15054	15761	16468	17174	17881	18588	18588	20443	16981	23344	30081
OSNOVNI KAPITAL	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	
ZADRŽANI DOBIČEK	0	-164	592	2228	2934	3641	4348	5054	5761	6468	7174	7881	8588	8588	10443	6981	13344	20081	
DOLG	50	50	509	1286	1760	1991	2222	2453	2684	2915	3147	3378	3609	3609	618	878	2079	2648	
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	50	50	509	1286	1760	1991	2222	2453	2684	2915	3147	3378	3609	3609	618	878	2079	2648	
IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA																			
PRIHODKI POSLOVANJA		0	1633	3266	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	48990	61238	76588	95694	119699	
PROIZVAJALNI STROŠKI		0	466	932	2597	2597	2597	2597	2597	2597	2597	2597	2597	24774	36594	52480	60795	75946	
AMORTIZACIJA		12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	139	1143	1143	1143	1143	
KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE		-12	1156	2323	2290	2290	2290	2290	2290	2290	2290	2290	2290	24077	23501	22965	33756	42610	
STROŠKI PRODAJE		30	30	30	630	630	630	630	630	630	630	630	630	5760	9960	15360	15360	20160	
STROŠKI UPRAVE		122	122	122	722	722	722	722	722	722	722	722	722	6867	11067	11067	11067	13467	
DOBIČEK IZ POSLOVANJA		-164	1003	2171	938	938	938	938	938	938	938	938	938	11450	2474	-3462	7329	8983	
PRIHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ODHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA		-164	1003	2171	938	938	938	938	938	938	938	938	938	11450	2474	-3462	7329	8983	
IZREDNI PRIHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IZREDNI ODHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DOBIČEK PRED DAVKI		-164	1003	2171	938	938	938	938	938	938	938	938	938	11450	2474	-3462	7329	8983	
DAVEK OD DOHODKA		0	247	535	231	231	231	231	231	231	231	231	231	2863	618	0	967	2246	
ČISTI DOBIČEK		-164	756	1636	707	707	707	707	707	707	707	707	707	8588	1855	-3462	6362	6737	

Nadaljevanje

IZKAZ DENARNIH TOKOV																		
DENAR KONEC OBDOBJA	9540	9051	7670	8134	7366	8315	9265	10214	11163	12113	13062	14012	14961	14961	2831	722	7996	13904
ČISTI DOBIČEK		-164	756	1636	707	707	707	707	707	707	707	707	707	8588	1855	-3462	6362	6737
AMORTIZACIJA		12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	139	1143	1143	1143	1143
POVEČANJE DOLGA		0	459	777	473	231	231	231	231	231	231	231	231	3559	-2991	260	1201	569
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)		336	2609	1960	1960	0	0	0	0	0	0	0	0	6865	12138	49	1433	2541
DENARNI TOK		-489	-1382	464	-768	949	949	949	949	949	949	949	949	5421	-12130	-2109	7274	5908
PODATKI		IME PODJETJA: SKUPINA												PC Higiena S 95.110				
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU																		
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
ANALIZA RAZMERIJ DO DRŽAVE IZ NASLOVA DDV																		
TERJATVE ZA DDV KONEC OBDOBJA		77	115	199	284	284	284	284	284	284	284	284	284	284	452	448	532	676
OBVEZNOSTI ZA DDV KONEC OBDOBJA		0	327	653	980	980	980	980	980	980	980	980	980	980	1021	1276	1595	1995
SALDO IZ NASLOVA DDV		77	-212	-454	-696	-696	-696	-696	-696	-696	-696	-696	-696	-696	-568	-828	-1062	-1319
NEOPREDMETENA SREDSTVA														Število enot: 1				
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
NEOPREDMETENO SREDSTVO																		
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
NEPREMIČNINE														Število enot: 1				
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
NEPREMIČNINA																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	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
OPREMA														Število enot: 9				
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	510	769	745	745	745	745	745	745	745	745	745	745	745	745	10264	10264	10264	10264
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	139	1143	1143	1143	1143
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	12	24	35	47	58	70	81	93	105	116	128	139	139	1282	2425	3568	4711
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	510	757	721	710	698	687	675	664	652	640	629	617	606	606	8982	7839	6696	5553
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	259	-24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	235	9519	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	47	1899	0	0	0
Blagajna																		
NABAVNA VREDNOST	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nadaljevanje

AMORTIZACIJA		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	10	10	10	10
POPRAVEK VREDNOSTI		1	2	3	3	4	5	6	7	8	8	9	10	10	20	30	40	50
NEODPISANA VREDNOST	100	99	98	98	97	96	95	94	93	93	92	91	90	90	80	70	60	50
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prenosni računalnik 1																		
NABAVNA VREDNOST	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410
AMORTIZACIJA		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	82	82	82	82	82
POPRAVEK VREDNOSTI		7	14	21	27	34	41	48	55	62	68	75	82	82	164	246	328	410
NEODPISANA VREDNOST	410	403	396	390	383	376	369	362	355	349	342	335	328	328	246	164	82	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zračni kompresor																		
NABAVNA VREDNOST		85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
AMORTIZACIJA		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	17	17	17	17
POPRAVEK VREDNOSTI		1	3	4	6	7	9	10	11	13	14	16	17	17	34	51	68	85
NEODPISANA VREDNOST	0	84	82	81	79	78	77	75	74	72	71	69	68	68	51	34	17	0
NABAVE V OBDOBJU		85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	85	0	0	0	0
Sesalnik																		
NABAVNA VREDNOST		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
AMORTIZACIJA		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	30	30	30	30
POPRAVEK VREDNOSTI		3	5	8	10	13	15	18	20	23	25	28	30	30	60	90	120	150
NEODPISANA VREDNOST	0	148	145	143	140	138	135	133	130	128	125	123	120	120	90	60	30	0
NABAVE V OBDOBJU		150	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	150	0	0	0	0
Prenosni računalnik 2																		
NABAVNA VREDNOST		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	410	410	410	410
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	82	82	82	82
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	82	164	246	328
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	328	246	164	82
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	410	0	0	0
Kombi																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9000	9000	9000	9000
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	900	900	900	900
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	900	1800	2700	3600
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8100	7200	6300	5400
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9000	0	0	0
Zračni kompresor																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	85	85	85	85
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	17	17	17
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	34	51	68
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	68	51	34	17
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	85	0	0	0
Ostali pripomočki (pinceta, izvijač, zapestnica)																		
NABAVNA VREDNOST	0	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24	24	24	24
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5	5	5
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	10	15	20
NEODPISANA VREDNOST	0	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19	14	9	4
NABAVE V OBDOBJU		24	-24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24	0	0	0
OPREMA																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FINANČNE NALOŽBE														Število enot: 2				
SKUPAJ NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Nadaljevanje

SKUPAJ ZMANJŠANJE NALOŽB	0	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	0
Vezava denarja																			
NALOŽBA	0	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	0
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NALOŽBA																			
NALOŽBA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE NALOŽBE	0	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
TERJATVE IZ POSLOVANJA															Število enot: 2				
SKUPAJ TERJATVE	0	0	1960	3920	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	6125	7660	9571	11972
SKUPAJ ZMANJŠANJE TERJATEV	0	0	-1960	-1960	-1960	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-5880	-245	-1535	-1911
SKUPAJ PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Terjatev do kupcev																			
TERJATEV	0	0	1960	3920	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	5880	6125	7660	9571	11972
ZMANJŠANJE TERJATVE	0	0	-1960	-1960	-1960	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-5880	-245	-1535	-1911
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATEV																			
TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE TERJATVE	0	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
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA																			
SKUPAJ VREDNOST ZALOGE MATERIALA	0	0	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	880	1020	1160	1300
Termalna pasta (€)	0	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	700	800	900	1000
Ostali potrošni material (€)	0	0	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	180	220	260	300
VREDNOST MATERIALA I	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST MATERIALA I	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KAPITAL																			
SKUPAJ GIBANJE KAPITALA	10000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10000	0	0	0	0
POVEČANJE / ZMANJŠANJE KAPITALA	10000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10000	0	0	0	0
DELITEV DOBIČKA															0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA															Število enot: 2				
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOST																			
OBVEZNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	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
OBVEZNOST																			
OBVEZNOST	0	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	0
DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA															Število enot: 2				
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	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	0
Najemnina																			
OBVEZNOST	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	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
OBVEZNOST																			

Nadaljevanje

OBVEZNOST	0	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
PRIHODKI POSLOVANJA / SPREMENLJIVI STROŠKI														Število enot: 2					
SKUPAJ PRIHODKI	0	0	1633	3266	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	48990	61238	76588	95694	119699	
SKUPAJ IZSTOPNI DDV	0	0	327	653	980	980	980	980	980	980	980	980	980	9798	12248	15318	19139	23940	
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0	0	274	548	822	822	822	822	822	822	822	822	822	8220	10200	12663	15705	19571	
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11725	14650	18325	
SKUPAJ ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	46	92	138	138	138	138	138	138	138	138	138	1380	1725	2157	2696	3372	
Čiščenje računalniške opreme																			
NETO PRODAJNA CENA		0,0	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	
PRODANA KOLIČINA		0	100	200	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3000	3750	4690	5860	7330	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PRIHODEK	0	1633	3266	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	4899	48990	61238	76588	95694	119699	
IZSTOPNI DDV	0	327	653	980	980	980	980	980	980	980	980	980	980	9798	12248	15318	19139	23940	
STROŠKI MATERIALA	0	274	548	822	822	822	822	822	822	822	822	822	822	8220	10200	12663	15705	19571	
STROŠKI STORITEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11725	14650	18325	
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
VSTOPNI DDV	0	46	92	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	1380	1725	2157	2696	3372	
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		2,3	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	5,2	5,2	5,2	
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	2,3	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	
termalna pasta		2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	
CENA ENOTE MATERIALA		4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Ostali potrošni material (€)		0,0	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	
CENA ENOTE MATERIALA		0,0	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	
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
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		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
CENA ENOTE MATERIALA		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZUNANJE STORITVE	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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 STORITVAH		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
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		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		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	2,5	2,5	2,5	
Študent		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	2,5	
CENA 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	5,0	5,0	5,0	
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	
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		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		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		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PROIZVOD																			
NETO PRODAJNA CENA		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	

Nadaljevanje

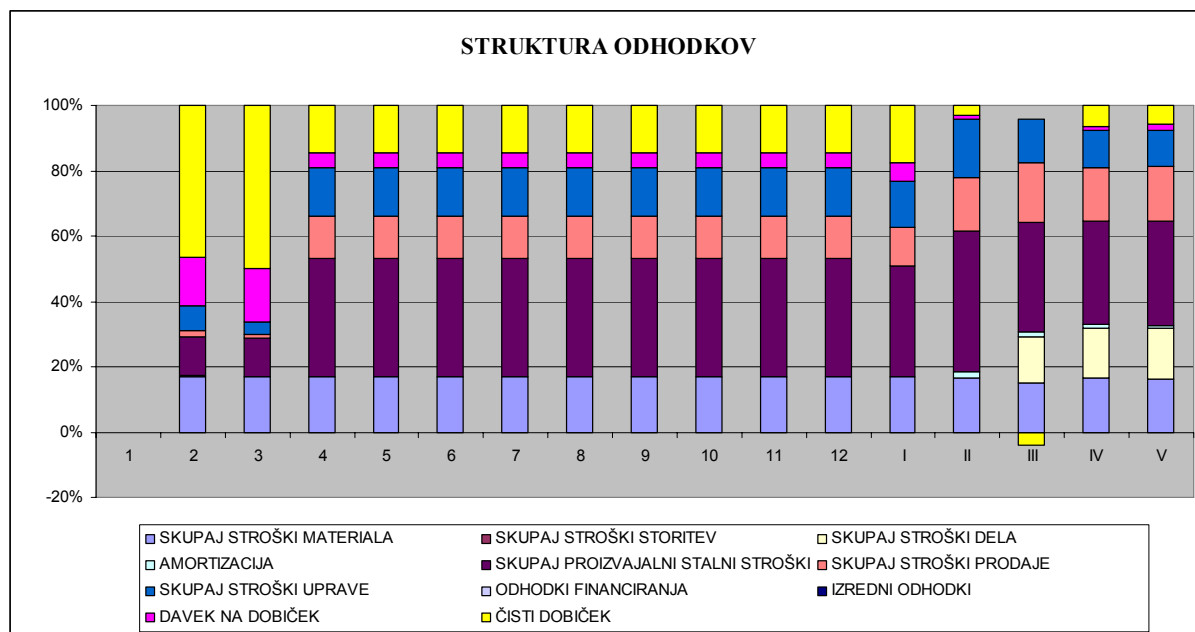
PRODANA KOLIČINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI STORITEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI DELA	0	0	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	0	0
VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SPREMENLJIVI STROŠKI/ 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	0,0	0,0
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	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	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CENA ENOTE MATERIALA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CENA ENOTE MATERIALA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZUNANJE STORITVE	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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 STORITVAH	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
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	0,0	0,0
CENA STORITVE	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	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	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	0,0	0,0
CENA 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	0,0	0,0
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI																			
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	0	0	192	384	1775	1775	1775	1775	1775	1775	1775	1775	1775	1775	16554	26394	28092	30440	38050
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	38	77	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	1151	1439	1778	2248	2810
Direktor - delavec 1 (50%)		0	0	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	5400	9600	9600	9600	12000
Vodja produkcije - delavec 2 (50%)		0	0	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	5400	9600	9600	9600	12000
Prevoz do strank/Poraba dizla		0	192	384	575	575	575	575	575	575	575	575	575	575	5754	7194	8892	11240	14050
Ostali pripomočki (pinceta, izvijač, zapestnica)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI PRODAJE																			
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	0	30	30	30	630	630	630	630	630	630	630	630	630	630	5760	9960	15360	15360	20160
SKUPAJ VSTOPNI DDV		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72	72	1152	1152	1632
Vodja produkcije - delavec 2 (50%)		0	0	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	5400	9600	9600	9600	12000
Spletna stran		17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	200	200	200	200	200
Letaki		13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	160	160	160	160	160
Oglaševanje v Financah		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5400	5400	5400
Štipendija		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2400
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI UPRAVE																			
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	0	122	122	122	722	722	722	722	722	722	722	722	722	722	6867	11067	11067	11067	13467
SKUPAJ VSTOPNI DDV		24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	293	293	293	293	293
Direktor - delavec 1 (50%)		0	0	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	5400	9600	9600	9600	12000
Računovodski servis		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200	1200	1200	1200	1200
IBON		22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	267	267	267	267	267
Izobraževanje študentov		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Nadaljevanje

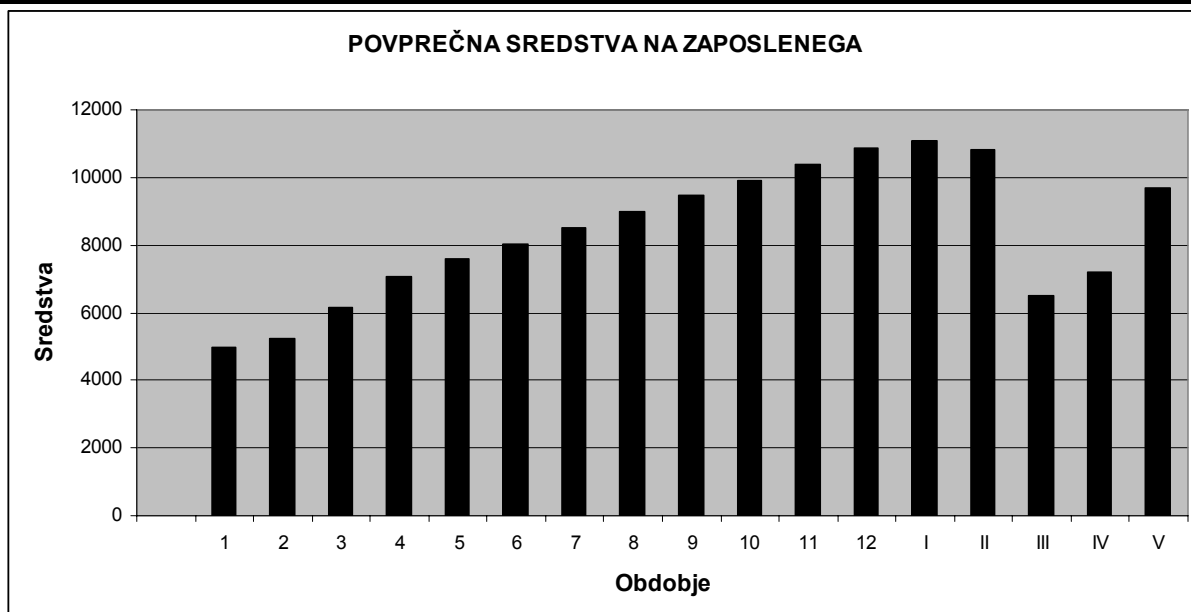
IZREDNI PRIHODKI																		
SKUPAJ IZREDNI PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZREDNI ODHODKI																		
SKUPAJ IZREDNI ODHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI 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

KAZALNIKI																		
CILJNE SPREMENLJIVKE		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
KAPITAL	10000	9836	10592	12228	12934	13641	14348	15054	15761	16468	17174	17881	18588	18588	20443	16981	23344	30081
DOBIČEK	0	-164	756	1636	707	707	707	707	707	707	707	707	707	8588	1855	-3462	6362	6737
DENAR	9540	9051	7670	8134	7366	8315	9265	10214	11163	12113	13062	14012	14961	14961	2831	722	7996	13904
STRUKTURA PRIHODKOV (v %)																		
SKUPAJ PRIHODKI		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
SKUPAJ PRIHODKI OD PRODAJE	#DIV/0!	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	#DIV/0!	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
PROIZVOD	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
PRIHODKI FINANCIRANJA	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
IZREDNI PRIHODKI	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

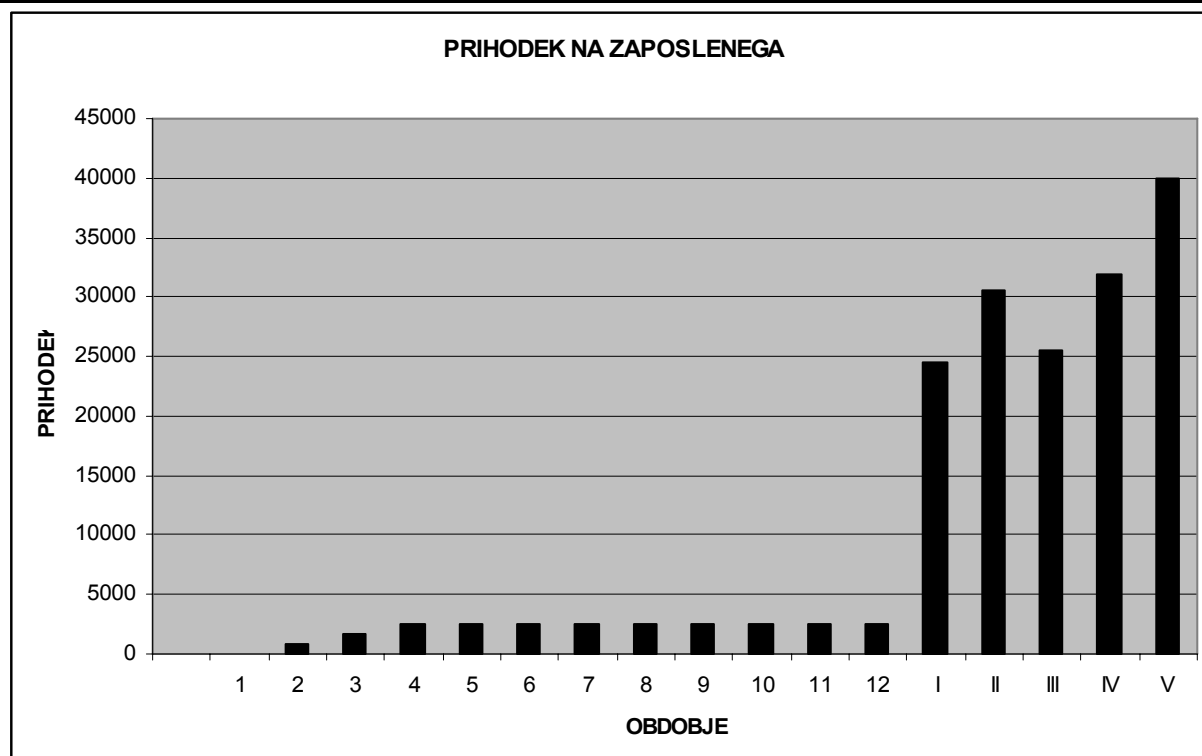
KAZALNIKI																		
STRUKTURA ODHODKOV (v %)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V	
SKUPAJ PRIHODKI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	#DIV/0!	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8	16,7	16,5	16,4	16,4	
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
SKUPAJ STROŠKI DELA	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	15,3	15,3	15,3	
AMORTIZACIJA	#DIV/0!	0,7	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	1,9	1,5	1,2	1,0	
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	#DIV/0!	11,7	11,7	36,2	36,2	36,2	36,2	36,2	36,2	36,2	36,2	36,2	33,8	43,1	36,7	31,8	31,8	
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	#DIV/0!	1,8	0,9	12,9	12,9	12,9	12,9	12,9	12,9	12,9	12,9	12,9	11,8	16,3	20,1	16,1	16,8	
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	#DIV/0!	7,5	3,7	14,7	14,7	14,7	14,7	14,7	14,7	14,7	14,7	14,7	14,0	18,1	14,5	11,6	11,3	
ODHODKI FINANCIRANJA	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
IZREDNI ODHODKI	#DIV/0!	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
DAVEK NA DOBIČEK	#DIV/0!	15,1	16,4	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	5,8	1,0	0,0	1,0	1,9	
ČISTI DOBIČEK	#DIV/0!	46,3	50,1	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4	17,5	3,0	-4,5	6,6	5,6	



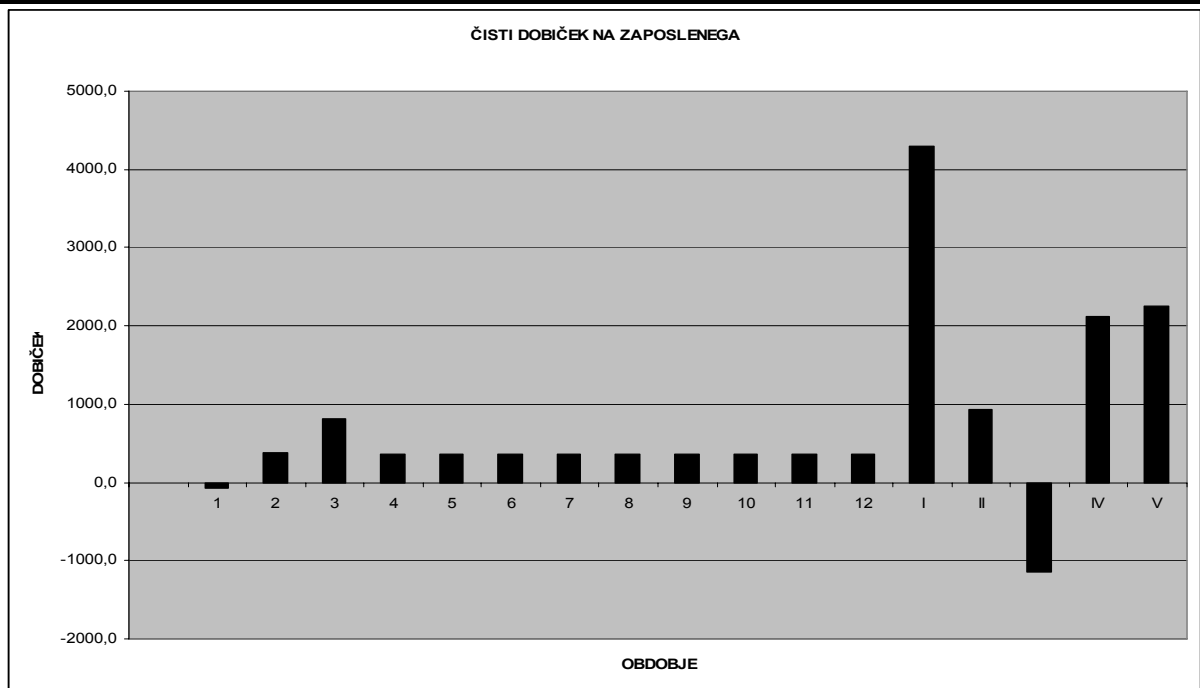
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA V OBDOBJU	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V			
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA	4984	5247	6154	7052	7581	8050	8519	8988	9457	9926	10395	10864	11098	10815	6487	7214	9692



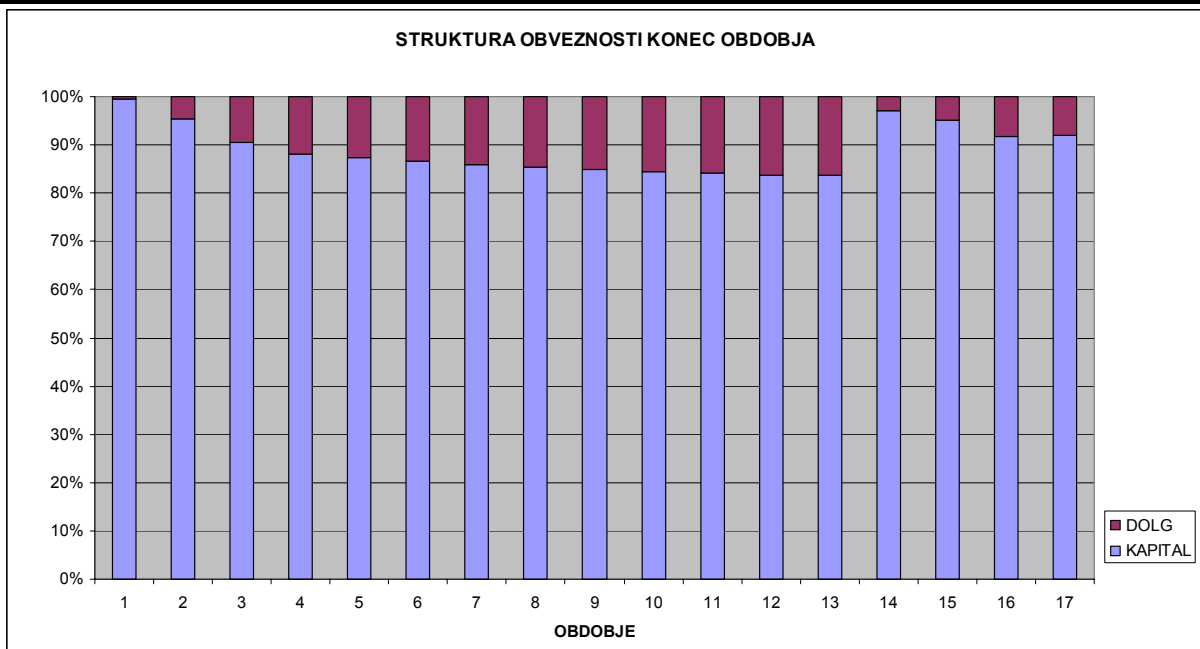
PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA	0	817	1633	2450	2450	2450	2450	2450	2450	2450	2450	2450	24495	30619	25529	31898	39900



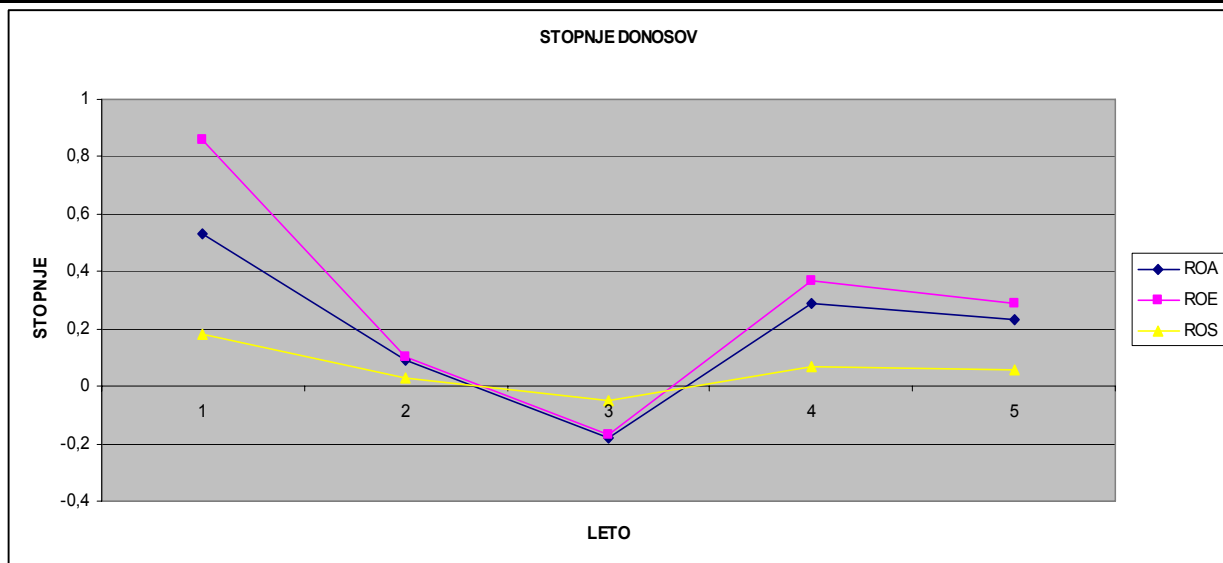
ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA	-82	378	818	353	353	353	353	353	353	353	353	353	4294	928	-1154	2121	2246



STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA (V %)	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
CELOTNE OBVEZNOSTI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
KAPITAL	99,5	95,4	90,5	88,0	87,3	86,6	86,0	85,4	85,0	84,5	84,1	83,7	83,7	97,1	95,1
DOLG	0,5	4,6	9,5	12,0	12,7	13,4	14,0	14,6	15,0	15,5	15,9	16,3	16,3	2,9	4,9

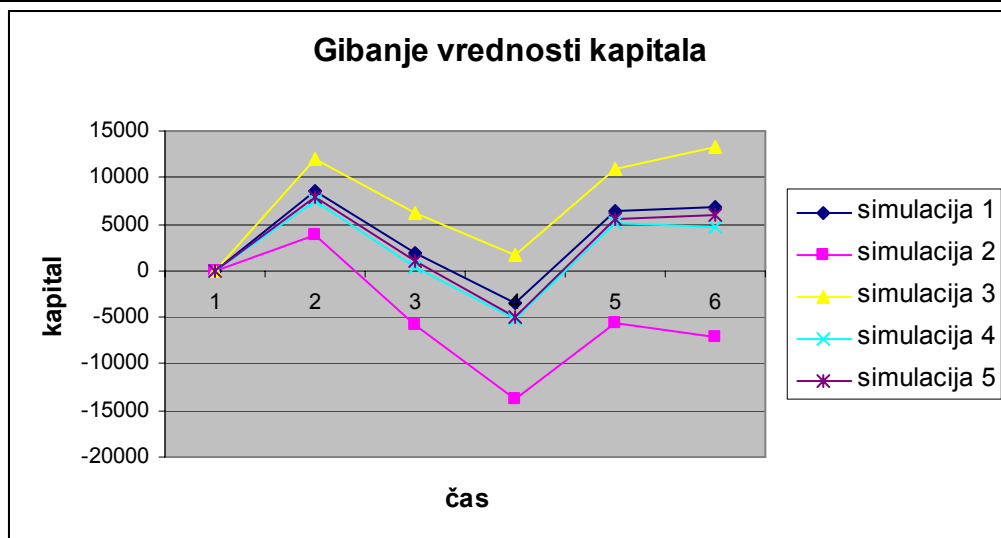


STOPNJE DONOSOV		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
ROA (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNA SREDSTVA)	ROA	-0,2	0,86	1,59	0,6	0,56	0,53	0,5	0,47	0,45	0,43	0,41	0,39	0,53	0,09	-0,18	0,29	0,23
ROE (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNI KAPITAL)	ROE	-0,2	0,89	1,72	0,67	0,64	0,61	0,58	0,55	0,53	0,5	0,48	0,47	0,86	0,1	-0,17	0,37	0,29
RETURN ON SALES (ČISTI DOBIČEK / PRIHODEK)	ROS	#DIV/0!	0,46	0,5	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,18	0,03	-0,05	0,07	0,06

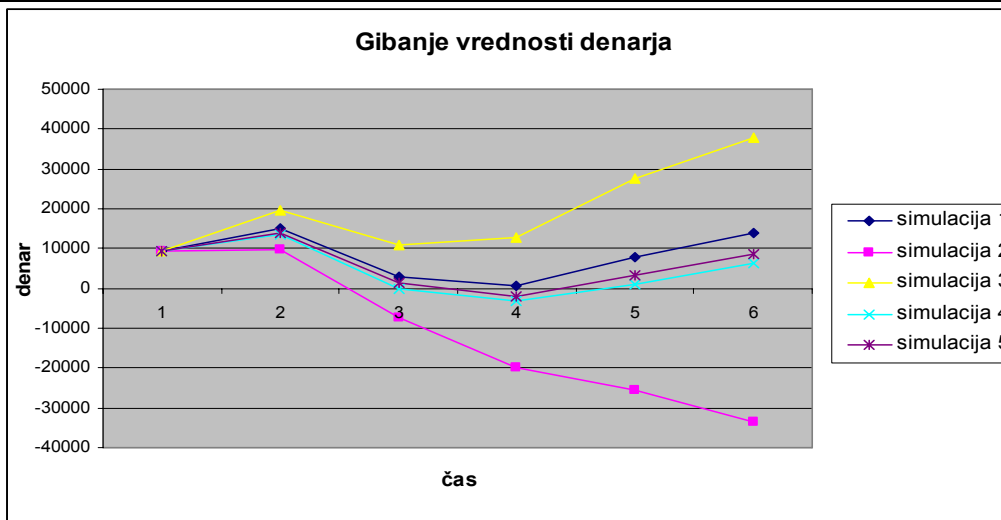


PRILOGA 4: SIMULIRANA POSLOVNA TVEGANJA

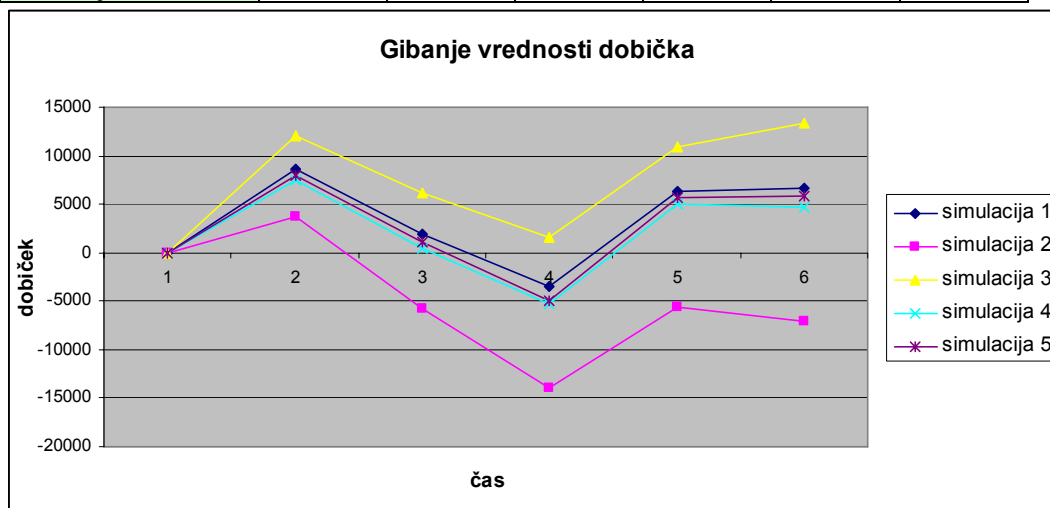
DOBIČEK	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	8588	1855	-3462	6362	6737
simulacija 2	0	3728	-5770	-13873	-5553	-7132
simulacija 3	0	12068	6211	1662	10839	13384
simulacija 4	0	7401	369	-5288	5079	4637
simulacija 5	0	7940	1046	-4911	5643	5876



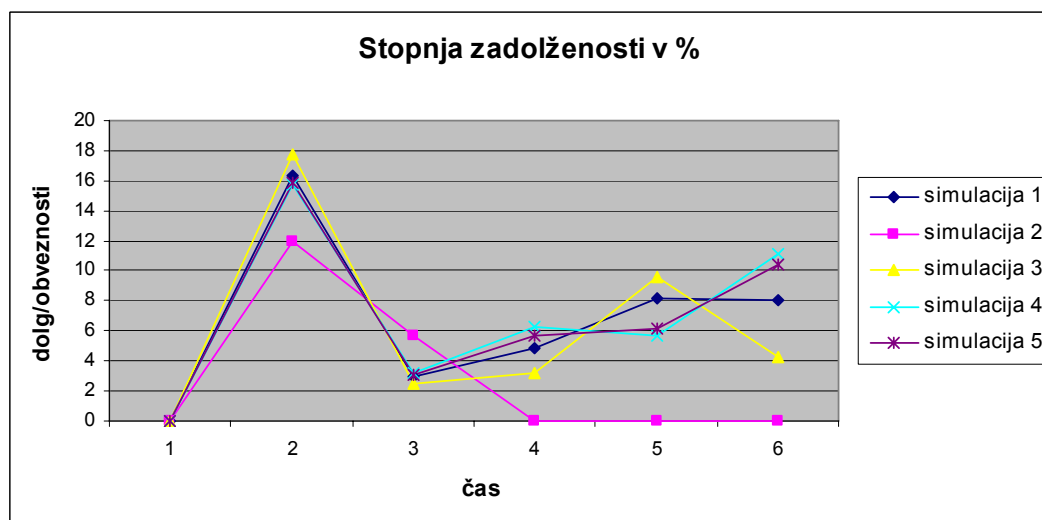
DENAR	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	9540	14961	2831	722	7996	13904
simulacija 2	9540	9731	-7353	-19928	-25751	-33515
simulacija 3	9540	19585	11059	12909	27681	37752
simulacija 4	9540	13396	22	-3326	1192	6149
simulacija 5	9540	14080	1302	-1938	3376	8737



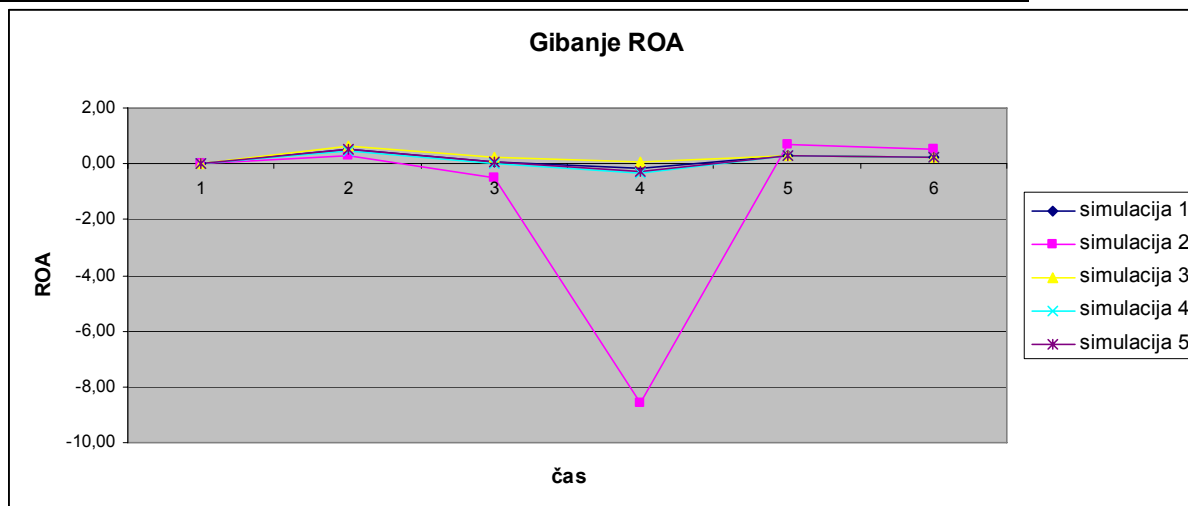
DOBIČEK	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	8588	1855	-3462	6362	6737
simulacija 2	0	3728	-5770	-13873	-5553	-7132
simulacija 3	0	12068	6211	1662	10839	13384
simulacija 4	0	7401	369	-5288	5079	4637
simulacija 5	0	7940	1046	-4911	5643	5876



Dolg/Obveznosti	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,0	16,0	3,0	5,0	8,0	8,0
simulacija 2	0,0	11,9	5,7	0,0	0,0	0,0
simulacija 3	0,0	17,7	2,5	3,2	9,6	4,3
simulacija 4	0,0	15,7	3,2	6,3	5,7	11,1
simulacija 5	0,0	15,8	3,1	5,7	6,1	10,4



ROA	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	0,53	0,09	-0,18	0,29	0,23
simulacija 2	0,00	0,29	-0,48	-8,59	0,70	0,51
simulacija 3	0,00	0,65	0,22	0,06	0,29	0,26
simulacija 4	0,00	0,48	0,02	-0,33	0,32	0,21
simulacija 5	0,00	0,51	0,05	-0,28	0,31	0,21



ROE	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	0,86	0,10	-0,17	0,37	0,29
simulacija 2	0,00	0,37	-0,42	-1,74	0,94	0,62
simulacija 3	0,00	1,21	0,28	0,06	0,36	0,33
simulacija 4	0,00	0,74	0,02	-0,30	0,41	0,26
simulacija 5	0,00	0,79	0,06	-0,26	0,39	0,26

