

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
NAČRTOVANJE POSLOVANJA NOVEGA PODJETJA

Ljubljana, avgust 2019

SIMON HRISTOV

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Simon Hrisov, študent/-ka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom Načrtovanje poslovanja novega podjetja, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem prof. dr. Markom Hočevarjem.

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravil samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobil vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označil;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnal v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobil soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne __27.8.2019_____

Podpis študenta(-ke): _____

KAZALO

UVOD.....	1
1 SPLOŠNO O PIVU.....	1
1.1 Proces varjenja piva.....	2
2 ANALIZA TRGA PIVA	4
2.1 Analiza makroekonomskega okolja-PEST analiza	4
2.2 Pregled Trga	6
2.3 Geografski vidik trga	7
2.4 Trendi na trgu	7
2.4.1 Lager	8
2.4.2 Ale.....	8
2.4.3 Stout / Porter	9
2.4.4 Piva z majhno vsebnostjo alkohola ali brez alkohola / Malt Beer.....	9
2.5 Konkurenca na trgu.....	9
2.6 Razpršen trg	10
3 POSLOVNI NAČRT NOVEGA PODJETJA.....	12
3.1 Predračun najemnine	12
3.2 Predračun opreme.....	13
3.3 Predračun stroškov materiala.....	13
3.4 Strošek zaposlenih.....	15
3.5 Predračun licenc in dovoljenj	16
3.6 Predračun prihodkov.....	17
3.7 Predračun drugih stroškov	17
3.8 Celotni predračun stroškov.....	18
3.9 Predračun dobička	19
SKLEP	19
LITERATURA IN VIRI	20

KAZALO SLIK

Slika 1: Svetovni trg piva.....	6
Slika 2: Trg piva - Napovedana rast 2019–2024	7
Slika 3: Vrste piv na svetovnem trgu.....	8
Slika 4: Razpršenost trga	11

Slika 5: Število podjetij v Sloveniji, katerih glavna dejavnost je proizvodnja piva 12

KAZALO TABEL

Tabela 1: Predračun najemnine.....	12
Tabela 2: Predračun opreme	13
Tabela 3: Stroški surovin za pivo.....	14
Tabela 4: Predračun variabilnih stroškov za 1 liter piva.....	14
Tabela 5: Predračun variabilnih stroškov za celo letno proizvodnjo	15
Tabela 6: Predračun stroškov dela	15
Tabela 6: Predračun stroškov dela (nadaljevanje)	16
Tabela 7: Predračun licenc in dovoljenj.....	16
Tabela 7: Predračun licenc in dovoljenj (nadaljevanje).....	17
Tabela 8: Predračun prihodkov	17
Tabela 9: Predračun drugih stroškov	18
Tabela 10: Celotni predračun stroškov	18
Tabela 11: Predračun dobička.....	19

UVOD

»TUDI ŽEJA JE UŽITEK« je bila včasih poznana reklama za pivo. Takšne reklame prepričajo vsakega pivca, samo na lokaciji kjer je pravilno postreženo. Pivo lahko pomeni za mnoge gostinske objekte glavni predmet poslovanja ne samo v vročih poletnih mesecih, ampak tudi skozi vse leto (Lipovec, 1974).

V svoji diplomski nalogi bom pisal kako ustvariti novo podjetje na svetovnem trgu piva. Veliko ljudi ima pivo kot najljubšo alkoholno pijačo med poletjem, pa se ob tem ne zavedajo, da bi s proizvodnjo piva lahko uspešno poslovali. V Sloveniji je pivovarstvo v porastu. Veliko več vidimo nove mikro pivovarne, ki skušajo utreti svojo pot med vodilnimi pivovarnami.

V Evropski Uniji je približno 9500 pivovarn, če izvzamemo Norveško in Švico. V Sloveniji se zelo pozna porast te panoge, saj je bilo leta 2019 zabeleženih 105 pivovarn, skoraj vse te pa so mikropivovarne, kar pomeni, da proizvajajo največ 20.000 hektolitrov piva. Po podatkih SURS-a, pa lahko vidimo, da je v Sloveniji 61 podjetij, ki se ukvarja samo s pivovarstvom oziroma je to njihova glavna dejavnost v podjetju. Leta 2010 je bilo v Sloveniji takih pivovarn 13, zato je tak odskok na 61 podjetij v času osmih let kar velik (Korošec, 2019).

Na začetku diplomske naloge bom opisal zgodovino piva, iz česa se sploh naredi pivo in kje dobimo vse sestavine. Potem bom za lažje razumevanje opisal proces izdelave piva, ki bo nujen v nadaljevanju poslovanja podjetja. V nadaljevanji diplomske naloge bom analiziral svetovni trg piva, saj bom tako izvedel realno stanje na trgu piva, če je zelo nasičen ali je tam še zmeraj prostor za prodor na svetovni ravni. V drugem delu diplomske naloge se bom osredotočil na tehnične podatke pri ustvarjanju novega podjetja. Po analizi bom izdelal predračune za vse stroške, ki jih lahko pričakujemo pri ustanovitvi novega podjetja. Na koncu je potrebno sešteti vse prihodke in odšteti vse stroške, da lahko primerjamo, če se nam splača ustvariti novo podjetje in prodreti na trg piva.

1 SPLOŠNO O PIVU

Veliko ljudi je mnenja, da je pivo, ena izmed najstarejših pijač, katerih poznamo danes. Lahko, pa trdimo, da je najstarejši recept najden na svetu, ravno za varjenje piva. Najstarejši najden recept, oziroma najstarejši dokumentiran proces varjenja piva, je nastal okoli pet tisoč let pred Kristusom v starodavnem Egiptu. Takratni recept, se je zelo razlikoval od današnjega, saj so takrat uporabljali zelo drugačne dodatke, kot so granatne jabolka, dateljne in druga avtohtona zelišča, zato bi, še po današnjih standardih veljali za zelo stroge pridelovalce piva. Starodavni Egipčani so uporabljali pivo za razne verske obrede, medtem ko je glavni pivovar oziroma »brewmaster«, bil kar faraon, ki je diktiral potrebno proizvodnjo in distribucijo (Heartland Brewery, 2017).

Pivo je čez čas, počasi našlo pot iz bližnjega Vzhoda, preko Sredozemlja, pa vse do Evrope, kjer je postalo pomemben del vsakdanjega življenja. To je veljalo predvsem za Severno Evropo, kjer, se je, zaradi geografske lege, dobilo bogate ječmenove pridelke, ki so bile nujne sestavine za pivovarje. Pivo je v tistem času bila cenjena pijača, zaradi svoje hranljive vrednosti in deloma tudi zaradi tega, ker je bila varna in okusna alternativa vodi.

Pivo kot ga poznamo danes, se je začelo variti v Srednjem Veku, saj so pivovarji že leta nazaj uporabljali ječmen kot glavno sestavino za fermentiranje sladkorja, ampak uporaba hmelja za boljši okus in dodajanje grenkobe, je prišla šele okrog dvanajstega stoletja. Pred tem so pivovarji uporabljali različna zelišča kot so posušene cvetove in grenke korenine za uravnavanje sladkih okusov v pivu. Okrog leta 1150 so Nemški menihi poskusili dodati divji hmelj v procesu varjenja piva in sestavina se je prijela zelo hitro in se uporablja še do današnjega dneva v raznih receptih varjenja piva. Menihi so imeli veliko vlogo v zgodovini piva in jih štejemo kot pionirje modernega varjenja piva. V srednjem veku, je praktično vsak samostan imel svojo pivovarno. Zgodovinarji dajejo veliko zaslug takratnim menihom, ker so vpeljali veliko inovacij v varjenju piva, kot so dodajanje hmelja, ideja vrste lager piva, hlajenje piva za pridobitev boljšega okusa in veliko več. Še v današnjih časih se tradicija meniškega pivovarstva ohranja, saj lahko vidimo številne Belgijske meniške samostane, ki jih uvrščamo med najboljše pivovarne na svetu (Heartland Brewery, 2017).

Najstarejša pivovarna na svetu (katera še obratuje) je začela variti že leta 1040, nahaja se v Nemčiji, bolj natančno na Weihenstephan-škem hribu in še do današnjega dneva obratuje pod istim imenom. Čeprav danes uporabljajo visoko tehnologijo za varjenja piva, še zmeraj ohranjajo skorajda tisoč letno tradicijo visokih standardov in tehnike varjenja piva največje možne kvalitete (Weihenstephaner, 2015).

1.1 Proces varjenja piva

Proces varjenja piva je lahko kot tuj jezik za veliko ljudi, ampak če ljubitelji piva resnično želijo spoštovati končni produkt pred sabo, je potrebno spoznati osnovne korake kako je lahko varjenje piva koristno, če zvarimo okusno pivo (Editorial Dept., 2016).

Varjenje je proces proizvodnje pijač narejenih iz slada. Najbolj znane pijače narejene iz slada so različne vrste piva kot so lagerji, ale in stouti. Narejeni so po metodi imenovana pivovarstvo (ang. Brewing). Pivovarstvo je zapleten postopek fermentacije. Za razliko od drugih industrijskih fermentacij, so aroma, proizvodnja pene in ohranjanje stabilnosti pene, bistrost, okus in odstotek alkohola povezani z končnim produktom, ki ga poznamo kot pivo. Celotni proces varjenja piva poteka v sedmih korakih: priprava slada, drozganje, odcejanje, kuhanje zvara, dodajanje hmelja, fermentacija in skladiščenje (Gaurab, 2018).

- Priprava slada

Pivo se dela predvsem iz ječmenovih zrn. Prvo moramo ječmenova zrna sortirati, očistiti in namočiti v vodo, kjer jih pustimo približno dva dni. Potem odvečno vodo odstranimo in pustimo ječmen, ki se začne kaliti v roku štirih do petih dni. Ječmen ima veliko vsebnost proteinov, zato bi uporaba samo ječmena naredila končni produkt črn in nestabilen. Zato moramo beljakovine prisotne v ječmenu razredčiti z dodajanjem škroba in sladkornih dodatkov. Takšne dodatke imenujemo slad za pivo in le te vsebujejo grozdni sladkor ali dekstrozo (Gaurab, 2018).

- Drozganje

V tem procesu, moramo uničiti semena, ki so nastala z kaljenjem, s tem da vsebino počasi segrevamo največ do 80 stopinj C (celzija). Masi moramo dodati tudi ustrezno količino vode. Temu procesu rečemo proces drozganja, ampak temperatura ne sme biti previsoka, ker višja kot je temperatura, temnejši bo končni produkt. Proces traja približno dve, tri ure (Gaurab, 2018).

- Odcejanje

Potem moramo pridobljenemu zvaru dodati vodo in pridobljeno zmes ohranjati na 65 stopinj C za približno eno uro. Sledi proces odcejanja, ko moramo ločiti pridobljeno tekočino, ki jo imenujemo pivina ali sladica. Za ta proces, lahko uporabimo več metod z različnimi filtri za odcejanje. Pri tem koraku je zelo pomembna temperatura pridobljene brozge, saj se ne sme ohladiti, ker to dodatno oteži omenjen proces, zato moramo izpirati pridobljeno snov z vročo vodo, katero segrejemo od 75 do 77 stopinj C (Gaurab, 2018).

- Kuhanje zvara

Naslednji korak je kuhanje pridobljene pivine, kjer moramo med kuhanjem tudi neprestano mešati snov od 2 do 3 ure in dodajati cvetove hmelja v različnih intervalih kuhanja oziroma vrenja pivine. Kuhanje brozge je pomembna zaradi več razlogov. Prvi razlog je izvlečenje hmeljnatega okusa iz cvetov hmelja. Kuhanje povzroči koagulacijo preostalih beljakovin in delno hidrolizira beljakovine, da pivina ne postane motna in tako oteži korak fermentiranja. Kuhanje tudi dezaktivira encime, ki nastanejo pri procesu drozganja, saj bi drugače sladkor postal karameliziran. Pomembno dejstvo pri tem koraku je to, da se pivina sterilizira in dodatno koncentrira (Gaurab, 2018).

- Dodajanje hmelja

Hmelj so posušeni ženski cvetovi rastline hmelja po imenu *Humulus lupulus*. Ko dodajamo hmelj v procesu varjenja, imamo več različnih receptov ker se dodana količina hmelja razlikuje glede na vrsto piva (npr. pri vrsti Pale Ale lahko dodamo do 900 g hmelja na proizveden sod). Prednosti dodajanja hmelja so: zagotovitev močnejše arome,

zagotovitev tanina, ki pomaga pri koagulaciji beljakovin, vsebuje α -smolo in β -smolo, kateri dajeta grenek okus končnemu produktu in varujeta pred bakterijsko okužbo in vsebuje pektin, ki je odgovoren za peno pri pivu (Gaurab, 2018).

- Fermentacija

Predzadnji korak je fermentacija oziroma alkoholno vrenje produkta. Fermentacija po navadi poteka od 3-4 stopinj C, ampak glede na vrsto piva lahko poteka tudi na temperaturi do 14 stopinj C. Proces fermentacije se zaključi po 14 dneh. Med tem procesom dodamo kvas, ki spremeni sladkor predvsem v etanol in CO₂ (ogljikov dioksid). Za proces fermentiranja lahko uporabljamo odprto ali zaprto cisterno fermentiranja, čeprav je bolj zaželena zaprta cisterna, ker se tako CO₂ lažje sprosti in ga lahko uporabimo za karbonacijo. Evolucija CO₂-ja poteka do 5. dne in se v nadaljnjem ne razvija, ker celice kvasovk postanejo neaktivne (Gaurab, 2018).

- Skladiščenje

V zadnjem koraku dobimo mlado pivo, ki je zelene barve. To skladiščimo tako, da hladimo v prostoru od 1–4 stopinj C, proces pa poteka od nekaj tednov do nekaj mesecev. Med tem procesom, se izločijo vse neželene snovi in pivo postane svetlejša barve. Po staranju piva sledi karbonacija, ki je lahko od 0,45–0,52 %. Nato dobimo končni produkt, ki ga hladimo in zapakiramo v steklenicah, pločevinkah ali sodih (Gaurab, 2018).

2 ANALIZA TRGA PIVA

Če hočemo vstopiti na določen trg moramo najprej zelo dobro raziskati ta trg, saj lahko ob napačni raziskavi trga, pride do napačno postavljene strategije in posledično do velikih izgub. Zaradi tega moramo narediti analizo na trg kjer vstopamo, moramo identificirati potencialne stranke, pogledati kdo so naši konkurenti in skovati načrt kako vstopiti na trg. Med tem pa ne smemo pozabiti neprestano spremljati novosti in trendi, ki prihajajo na ciljni trg (Klanjšček, 2017).

2.1 Analiza makroekonomskega okolja-PEST analiza

Za dobro poslovanje je potrebna dobra analiza trga, pri tem si lahko pomagamo s PEST analizo, s katero se lotimo analize širšega okolja–makroekonomskega okolja. S pomočjo Porterjeve PEST analize lahko preučimo okolje in izboljšamo naše poslovanje (Kos, 2012).

PEST analiza je analiza oziroma model, s katerim lahko preučimo dejavnike, ki izhajajo iz zunanjega okolja. Štiri osnovni elementi, ki sestavljajo analizo so (Kos, 2012):

P – politični elementi,

E – ekonomski elementi,

S – socialni elementi,

T – tehnološki elementi.

- **Politični elementi**

Pri političnih dejavnikih gre predvsem za zakone in politike, ki jih vlada predpiše in kateri veljajo v posamezni državi. Pri teli opredelitvi se največkrat osredotočimo za predpise in zakone, ki se nanašajo na davčno politiko, razne trgovinske in carinske omejitve, delovno pravo itd. S tem lahko izvemo kakšno je politično gospodarstvo v posamezni državi ter ali je izbrana država v kateri poslujemo potencialna in obetavna ter ima stabilno okolje za poslovanje.

- **Ekonomski elementi**

Opredelitev ekonomskih dejavnikov nas zanima predvsem zaradi tega, da izvemo ekonomsko stanje in rast gospodarstva v določeni državi. Pod to točko se usmerimo v iskanje podatkov o valutnih tečajih, ki veljajo v državi, raznih obrestnih merah in inflaciji. Teli podatki so zelo pomembni za samo podjetje, tako da jih moramo dobro opredeliti in analizirati, saj vplivajo na poslovanje podjetja ter njegove odločitve.

- **Socialni elementi**

Pri socialnih elementih se opiramo predvsem na kulturo in navade, ki so značilne za določeno državo. Zelo pomembno je, da poznamo državo v kateri poslujemo oziroma želimo poslovati, kultura in običaji so med nekaterimi državami zelo raznolike, tako da moramo izdelke prilagoditi običajem in navadam prebivalcem določene države. Opredeliti moramo stopnjo rasti populacije, opredeliti starost prebivalca, izobraženost, zanima nas kakšen odnos imajo ljudje do dela ter stopnja varnosti v državi. Dan danes pa je velik poudarek na zdravju, vse več podjetji nameni zelo veliko pozornosti prav temu področju. Zelo pomembno je, da podjetja sledijo tem trendom, saj v nasprotnem primeru ni dolgoročnih uspehov.

- **Tehnološki elementi**

Na tem področju se usmerjamo predvsem na tehnološke zadeve ter kakšno je stanje v državi in koliko države namenijo v same raziskave in razvoj ter ali so pripravljene vlagati in investirati ter tako prispevati k širjenju in ustvarjanju novih podjetij. Zanima nas stopnja razvitosti države na tehnološkem področju, koliko namenijo tehnologiji in tehnološki razvitosti ter kakšna je stopnja avtomatizacije. Vse to nas vodi analizo stroškov in samo kvaliteto izdelkov.

2.2 Pregled Trga

Na svetovnem trgu piva je napovedana rast trga do leta 2024. Napoved iz sestavljene letne stopnje rasti od leta 2019 do leta 2024 znaša 5,5 %. Pričakuje se, da bo svetovna vrednost trga piva, do leta 2024 dosegla približno 720 milijard evrov. Največji trg prodajanja piva je Azija, medtem ko je najhitreje rastoči trg Afrika. Glavni razlog za omenjeno napoved je spreminjanje življenjskega sloga, saj se je stopnja kupovanja alkoholnih pijač povečala v zadnjih letih. Zaradi dobrih gospodarskih razmer in povečevanje osebnega razpoložljivega dohodka, hitre urbanizacije, priljubljenost piva raste in zgoraj naštetih razlogi, so glavni dejavniki za rast svetovnega trga piva. Z uvedbo novih sestavin in inovativnih okusov, kjer se spajajo slani, sadni in kisli okusi, so novodobni zvari postali zelo priljubljeni še posebej pri milenijskih množicah. Na spodnji sliki je razvidno, da se bo svetovni trg piva, letno povečal za 5,5 odstotkov in njegova vrednost bo do leta 2024 dosegla 805 milijard USD ali 720 milijard EUR (MordorIntelligence, 2019).

Slika 1: Svetovni trg piva



Vir: Mordor Intelligence (2019).

2.3 Geografski vidik trga

Za svetovni trg piva je pomembno, da se hitro razvija po celem svetu. Če gledamo spodnjo sliko iz geografskega vidika, lahko opazimo veliko porast trga predvsem v celotni Aziji in Afriki, sledita jima pa Avstralija in celotna Južna Amerika, kjer je napovedana nadpovprečna rast trga. Srednjo rast trga pričakujemo lahko v celotni Evropi, medtem ko zelo majhno rast, zaradi že tako razvitega trga lahko pričakujemo v Severni Ameriki (MordorIntelligence, 2019).

Slika 2: Trg piva - Napovedana rast 2019–2024



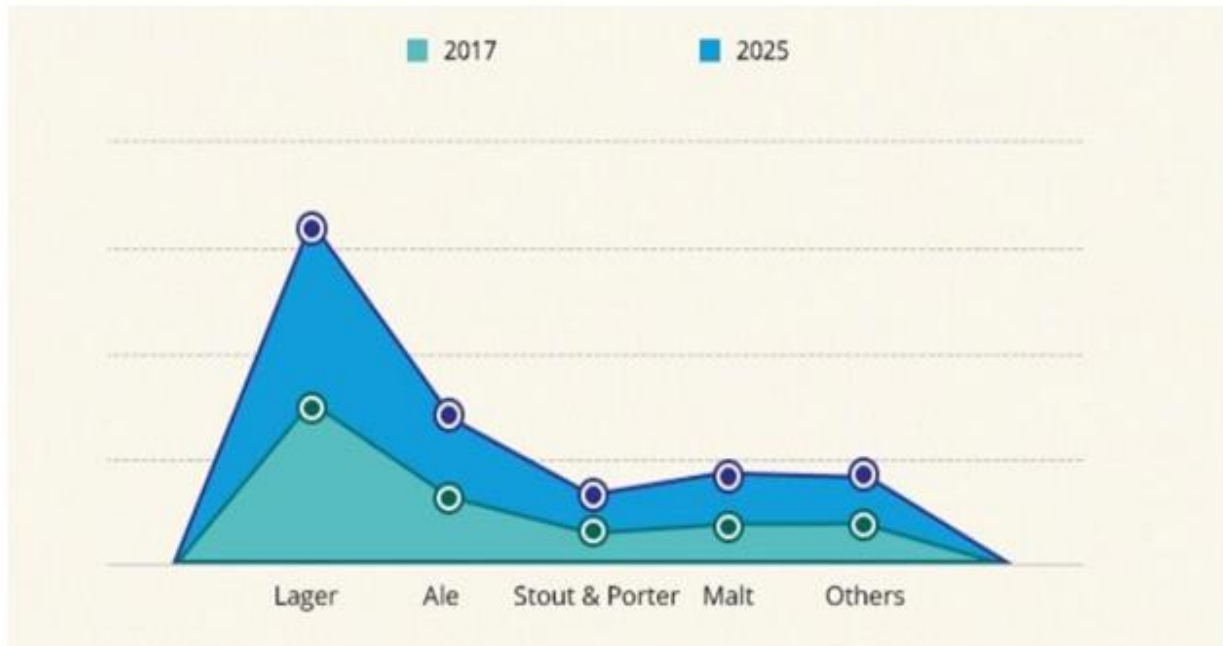
Vir: Mordor Intellegence (2019).

2.4 Trendi na trgu

Trg piva je segmentiran na vrsto, kategorijo, pakiranje, produkcijo in regijo. Če pogledamo na vrsto piva, svetovni trg delimo na vrste kot so lager, ale, stout, pšenična piva in zadnja kategorija vse ostalo. Če razdelimo trg še na kategorijo, dobimo popularne cenovne kategorije, premium kategorijo in super premium kategorijo. Segment produkcije pa lahko razdelimo na makro pivovarne, mikro pivovarne, craft pivovarne in ostale pivovarne. Iz spodnje slike lahko razberemo je vrsta lager vodilna vrsta piva na svetu in njegov tržni delež se bo še povečal, če upoštevamo rast po letni stopnji za 1,8 odstotnih točk. Druga vodilna vrsta na svetovnem trgu je ale, ki bo svoj delež na trgu utrdila do leta 2025, za njima pa je vrsta piva z majhno vsebnostjo alkohola. Kot je razvidno iz slike, bo vrsta stout/ porter na trgu upadla glede na prejšnja leta, ampak se še vedno pričakuje rast vrste (Allied Market Research, 2019).

Slika 3: Vrste piv na svetovnem trgu

GLOBALNI TRG PIVA: PREVLADAJOČE VRSTE



Vrsta Lager piva dominira na Globalnem trgu z napovadno rastjo 1,8 % letno v obdobju 2017 - 2025

Vir: Allied Market Research (2019).

2.4.1 Lager

Vrsta lager piva je bila vodilna vrsta piva kar se prodaje tiče do leta 2017 in napovedi kažejo, da bo rast te vrste do leta 2025 še večja. Dominantnost lagerja, se na svetovnem trgu kaže predvsem zato, ker je veliko časa bila to edina vrsta piva na trgu, ki smo jo poznali, po drugi strani pa, veliko pivovarn, preferira izdelave te vrste, ker ponuja večje prihodke na investicijo kot ostale vrste piv (Allied Market Research, 2019).

2.4.2 Ale

Druga popularna zvrst je »ale«, saj vedno več opazimo takšne vrste piva povsod okrog nas. Beseda »Ale« sega nazaj do 12. stoletja in je neka različica vrste piva lager, ampak zgolj z zgornjo fermentacijo. To pa pomeni, ko je fermentacija končana, kvas namesto, da ostane na dnu pride gor na površje. Tudi proces fermentacije se razlikuje od lagerja, saj je ta hiter in topel, medtem ko je pri lagerju počasen in hladen. Poznamo tudi vrsto različnih podkategorij »ale« piva. Popularno je predvsem med mlado generacijo ljubiteljev piva, zaradi močnih, sadnih, mešanih okusov. Cenovno gledano, spadajo vrste »Ale« piva med dražjimi, posledično zaradi tega, ker je njihova izdelava bolj kompleksna, kar naredi celoten proces varjenja dražji (Eddings, 2019).

2.4.3 Stout / Porter

Stout je temna vrsta piva, narejena iz praženega slada ali ječmena, hmelja, vode in kvasa. Prvotno se je prikazal zgodaj v 18. stoletju kot zvrst Porter, takrat mešanica temnega in svetlega »ale-a«. V Londonu, je med delavci bilo popularno ime stout porter, ki se je ohranilo do današnjega dneva. Leta 1759 je pivovar Arthur Guinness zvaril svojo verzijo stout-a pod imenom Guinness in dominiral na trgu piva v 19. in 20. stoletjem. Zaradi velikega porasta lagerja, je popularnost stouta, vpadla v zadnjem stoletju. Navedeno, pa ne velja za Veliko Britanijo, kjer je v letu 2018 povpraševanje to takšni vrsti piva zrastle za 13 odstotkov glede na prejšnje leto, kar za dvakrat več, kot je bilo povpraševanje po lager pivu. Na Irskem je blagovna znamke Guinness, leta 2018, zrasla za dva odstotka (William Reed Business Media, 2018).

2.4.4 Piva z majhno vsebnostjo alkohola ali brez alkohola / Malt Beer

Ta vrst piva se razlikuje od ostalih vrst po tem, da vsebuje zelo majhen odstotek alkohola. Po navadi se vsebnost alkohola giblje med 0 odstotka in 2,5 odstotka. Vari se podobno kot pivo, ampak z razliko v tem, da ima zelo nizko ali minimalno fermentacijo. To se naredi z namenom ohranjanja zelo majhne vsebnosti alkohola. Pri tem se uporabljata dve metodi in sicer pri prvi, dodajamo kvas pri 0 stopinj C, posledično dobimo končni produkt, ki vsebuje 0,5 % alkohola ali manj. V drugi metodi, pa fermentacijo manipuliramo pri želenem odstotku alkohola pri produktu (giblje se od 1 odstotek do 2,5 odstotka alkohola). Podobno kot navadno pivo, vsebuje vodo, hmelj, kvas, sladkor in sirup iz ječmenovega slada. Popularno je predvsem med mlado generacijo ljubiteljev piva po svetu. Euromonitor International data so pokazali rast te zvrsti, od leta 2011 do leta 2016, se je povečala v Nemčiji za 43 odstotkov. Skoraj tretjina novih piv tistega leta, ki so šli v obtoč so bili brezalkoholni ali so spadali v to kategorijo. Znana danska pivovarna Mikkeller so razkrili, da je bila leta 2017 njihova najbolj prodajan produkt ravno pivo z 0,3 odstotkov in čeprav je celoten trg te kategorije piva bil vreden okoli 100 milijonov EUR, se pričakuje velika porast te vrste piva v prihodnosti (Bernot, 2018).

2.5 Konkurenca na trgu

- Anheuser – Busch InBev

Anheuser – Busch InBev je največja multinacionalka, ki se ukvarja s proizvodnjo in prodajo piva na svetu. Sedež ima v Belgiji, v mestu Leuven. Leta 2016 so se združili s podjetjem SABMiller in tako še povečali svoj delež na trgu piva. Še pred združitvijo z omenjenim podjetjem so bili največja pivovarna na svetu. Leta 2018 so zabeležili 48,7 milijard EUR prihodkov od prodaje, pred združitvijo z SABMiller so beležili 40,6 milijard EUR prihodkov leta 2016. Leta 2017 so imeli 28 odstotkov deleža na trgu piva. V svoj portfelj imajo približno 500 blagovnih znam piva, med najbolj znanimi so Budweiser, Corona, Stella Artois, Modelo, Becks in Leffe (Infiniti Research Limited, 2018).

- Heineken

Heineken je nizozemsko podjetje, ki spada med vodilnimi podjetji na trgu piva že 150 let. Leta 2018 je bilo drugo največje podjetje, ki se ukvarja s proizvodnjo in prodajo piva na svetu in največje podjetje na trgu piva v Evropi. Svojo uspešnost dvigujejo s pomočjo računalniške tehnologije in umetne inteligence. Heineken proda več kot 8,5 milijonov sodov piva letno v ZDA. Leta 2017 so zabeležili 21,9 milijard EUR prihodkov od prodaje na svetovnem trgu. V svojem portfelju imajo blagovne znamke kot so Amstel, Desperados, Sol, Affligem, Tiger, Red Stripe, Krušovice, Laško in Union (Infiniti Research Limited, 2018).

- China Resources Snow Breweries

Z sedežem v Hong Kongu, China Resources je podjetje, poznano predvsem po svoji vodilni blagovni znamki Snow. Podjetje China Resources ima približno 20 odstotni delež na Kitajskem trgu in je vodilno podjetje na Azijskem trgu piva. Čeprav je blagovna znamka Snow, ena izmed najbolj prodajanih piva na svetu, je portfelj podjetja nepoznan drugje po svetu. Od leta 2017 naprej, imajo v svoji lasti 98 pivovarn na Kitajskem in imajo produkcijsko kapaciteto več kot 200 milijonov hektolitrov piva na leto. China Resources Snow Breweries so bili združeni s podjetjem SABMiller do leta 2016, po tem pa, je družba Anheuser – Busch InBev kupila družbo SABMiller in China Resources Snow Breweries so se odločili, kupiti nazaj svoj delež (Infiniti Research Limited, 2018).

- Carlsberg

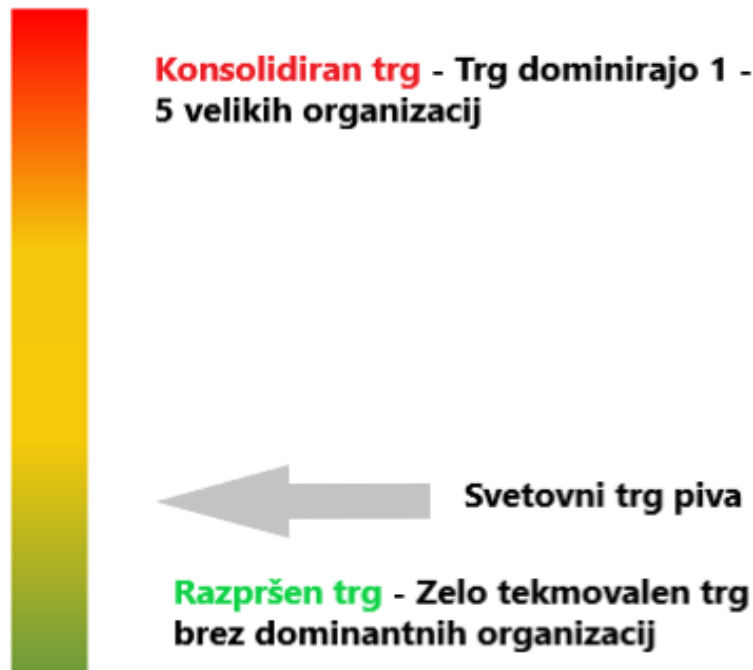
Podjetje Carlsberg je bilo ustanovljeno 1847 z strani J.C. Jacobsena in spada med vodilna podjetja na svetovnem trgu piva. V svojem portfelju ima več kot 140 blagovnih znamk piva in je stabilno podjetje na trgu, ki raste od leta 1990. Skupina Carlsberg, se je marca, leta 2016, odločila vzpostaviti novo strategijo za izboljšavo rezultatov in osredotočanja na osnovno dejavnost proizvodnje piva. Leta 2016 so zabeležili 8,5 milijard EUR prihodkov od prodaje in imajo približno 41.000 zaposlenih delavcev. V svoji lasti imajo znane blagovne znamke kot so Carlsberg, Tuborg, Kronenbourg, Baltika, Grimbergen in Somersby cider (Infiniti Research Limited, 2018).

2.6 Razpršen trg

Z gospodarsko rastjo in razvoja svetovnega trga se je standard močno zvišal skoraj povsod po svetu, kar je močno vplivalo na stabilno povišanje povpraševanja po pivu. Podjetja na zahodu so izkoristila priložnost ob takratni nizki porabi pivi in nizkim predorom, saj so okrog leta 2000 sledila velika prevzeta in združitev korporacij, posledično je to pomenilo močno konsolidiran trg. Okrog leta 2000 je 10 vodilnih pivovarn predstavljalo okrog 33 odstotkov trga. Investitorji so od leta 2004, če so vložili v pivovarske družbe, profitirali povprečno z dvakratno donosnostjo kot če bi svoje naložbe postavili v globalno razpršeni

portfelj. Donosnost v pivovarske družbe je znašala 15 odstotkov, medtem ko je donosnost v globalno razpršeni portfelj znašala 8,6 odstotkov (Kurent, 2018).

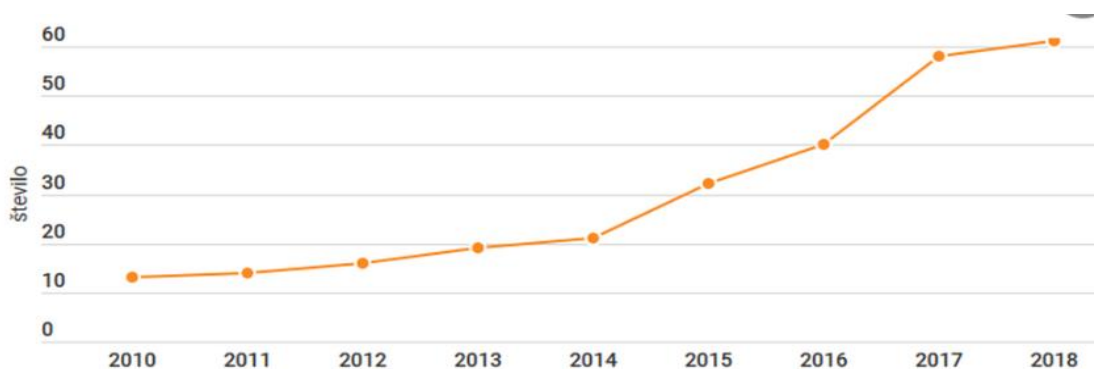
Slika 4: Razpršenost trga



Vir: Mordor Intelligence (2019).

Kot je razvidno iz slike se trenutno stanje razlikuje od prejšnjega, ko so na trgu prevladovali 1-5 velikih podjetji. Trg se bolj nagiba h razpršenemu stanju, kar pomeni, da nima nobeno podjetje prevlado na trgu in ne kontrolira trg.

Slika 5: Število podjetij v Sloveniji, katerih glavna dejavnost je proizvodnja piva



Vir: 24 ur.com (2019).

Zgornja slika prikazuje število podjetij v Sloveniji, katerih glavna dejavnost je proizvodnja piva. Ta številka je leta 2010 znašala 13, do leta 2018 se je povečala na 61.

3 POSLOVNI NAČRT NOVEGA PODJETJA

Če hočemo ustvariti podjetje, moramo imeti dober načrt oziroma plan kako začeti na tej poti. Ob besedi načrtovanje podjetja, naletimo na poslovni načrt. Potrebno je imeti zelo dober poslovni načrt, saj tako pridobimo veliko informacij in lažje vstopimo na trg. Z dobrim poslovnim načrtom se opremimo in pripravimo na prihajajoče nevarnosti. Poslovni načrt je zelo povezan z besedo planiranje. Planirati moramo za prihodnost kako velike bodo naše investicije. Tako lahko napovemo približno stanje resursov, ki jih bomo v prihodnosti potrebovali za ustanovitev novega podjetja (Kos, 2017)

3.1 Predračun najemnine

Ker načrtujemo za prihodnost, bomo naredili predračune vseh potrebnih investicij in obdobje izračuna bomo postavili za eno leto. Začeti moramo s prostorom. Potrebujemo najem ustrezne delavnice, kjer bomo lahko proizvajali, skladiščili in tudi prodajali naš izdelek. Potreben je prostor, kjer je velikost vsaj 100m² (kvadratnih metrov). Ceno smo postavili na 450 EUR na mesec. Predračun najemnine je prikazan v spodnji tabeli.

Tabela 1: Predračun najemnine

Opis	Cena	Velikost (v m ²)	Skupaj (v EUR)
Najem poslovnega prostora	4,5 EUR /m ²	100 m ²	450 EUR
Skupaj strošek:			5.400 EUR

Vir: Lastno delo.

Iz tabele smo izračunali mesečni strošek najemnine, ki znaša 450 EUR, to pa smo pomnožili z številom mesecev v letu in tako smo dobili predračun najemnine za celotno leto.

3.2 Predračun opreme

Za pripravo kakovostnega izdelka potrebujemo tudi stroje za izdelavo piva. Cena se pri strojih zelo razlikuje. Če želimo imeti izdelati večjo količino piva, se cena tudi drastično poveča. Želimo odpreti mikro pivovarno za začetek, zato potrebujemo izdelavo do 500 litrov piva na dan. Na spletu celotna oprema za izdelavo piva od 500 litrov do 2000 litrov stane približno 65.000 EUR. Upoštevati moramo, da stroj ne dela 365 dni in tudi izkoriščenost stroja ne bo 100 odstotna. Na leto hočemo zvariti približno 75.000 l piva. Tukaj pa moramo upoštevati še stroške prevoza, ki stanejo okoli 450 EUR in stroški namestitve in zagona opreme, ki stanejo približno 1.500 EUR. Spodaj v tabeli lahko vidimo predračun opreme, kjer smo sešteli celotne predvidene stroške opreme (Bernot, 2018).

Tabela 2: Predračun opreme

Strošek:	Količina	Cena (v EUR)
Stroj za izdelavo piva	2.000 litrov / dan	65.000 EUR
Transport stroja	/	450 EUR
Namestitev in zagon stroja	/	1.500 EUR
Skupaj strošek:	/	66.950 EUR

Vir: Lastno delo.

3.3 Predračun stroškov materiala

Za izdelavo piva potrebujemo štiri, že prej omenjene sestavine: voda, hmelj, ječmen in pivski kvas, ki nastane v procesu varjenja piva. Če hočemo pridelati 1 liter piva, lahko porabimo do 10 litrov vode. Če načrtujemo torej 75.000 litrov piva potrebujemo 750.000 litrov kvalitetne pitne vode. Za izdelavo 20 litrov piva potrebujemo približno 30g hmelja, torej bomo za 1 liter piva potrebovali 1,5g hmelja. Cena hmelja se giblje okoli 10 EUR na kilogram. Ječmenova zrna se morajo pridelati v ječmenov slad in te potrebujemo približno 180 gramov za liter piva. Povprečna cena slada znaša 600 EUR za eno tono. Spodaj v tabeli so prikazane surovine, ki jih potrebujemo za izdelavo 1 liter piva in njihova cena.

Tabela 3: Stroški surovin za pivo

Material	Cena (v EUR)	Količina
Voda	0,00098 EUR	1 liter
Ječmenov slad	0,6 EUR	1 kilogram
Hmelj	10 EUR	1 kilogram
Elektrika	0,08 EUR	1 kWh

Vir: Lastno delo.

Za potreben predračun moramo izračunati potrebne stroške porabljenega materiala na en liter proizvedenega piva, da lahko primerjamo postavimo cene in izračunamo potrebno investicijo.

Tabela 4: Predračun variabilnih stroškov za 1 liter piva

Material	Potrebno za 1 liter	Cena (v EUR)	Skupaj za 1 liter
Voda	10 litrov	0,00098 EUR / liter	0,0098 EUR
Ječmenov slad	0,18 kilogramov	0,6 EUR / kilogram	0,108 EUR
Hmelj	0,0015 kilogramov	10 EUR / kilogram	0,015 EUR
Elektrika	0,125 kWh	0,08 EUR / kWh	0,01 EUR
Skupaj	/	/	0,1428 EUR

Vir: Lastno delo.

Iz zgornje tabele razberemo, da za 1 liter piva, potrebujemo 10 litrov vode, ob tem upoštevamo, da bo šlo nekaj litrov v kalo. Cena vode za en liter znaša 0,00098 EUR, za 10 litrov vode damo 0,0098 EUR. Za en liter piva potrebujemo 0,18 kilogramov ječmenovega slada, ki stane 0,6 EUR na kilogram. Skupaj za en liter piva je strošek ječmenovega slada 0,108 EUR. Kot vidimo v zgornji tabeli, v en liter piva gre 0,0015 gramov hmelja, katera povprečna cena na trgu, je 10 EUR na kilogram. Za en liter piva znaša strošek 0,015 EUR. Za proizvodnjo 1 litra piva potrebujemo 0,125 kWh elektrike, ki stane 0,08 EUR na kWh. Za en proizveden liter piva je strošek elektrike v višini 0,01 EUR. Skupni strošek materiala na en liter piva znaša 0,1428 EUR.

Tabela 5: Predračun variabilnih stroškov za celo letno proizvodnjo

Material	Potrebno za 75.000 litrov	Cena (v EUR)	Skupaj za 75.000 litrov (v EUR)
Voda	750.000 litrov	0,00098 EUR / liter	735 EUR
Ječmenov slad	13.500 kilogramov	0,6 EUR / kilogram	8.100 EUR
Hmelj	112,5 kilogramov	10 EUR / kilogram	1.125 EUR
Elektrika	9.375 kWh	0,08 / kWh	750 EUR
Skupaj	/	/	10.710 EUR

Vir: Lastno delo.

Kot je razvidno iz zgornje tabele, bomo za letno proizvodnjo 75.000 litrov piva potrebovali 10.710 EUR, saj potrebujemo 750.000 litrov pitne vode, za katero moramo odšteti 0,00098 EUR na liter, končni znesek pa pride 735 EUR. Ječmenov slad bomo potrebovali 13.500 kilogramov, za kar bo stalo 8.100 EUR. Zgoraj vidimo tudi, da bomo potrebovali 112,5 kilogramov hmelja, ki povprečno stane 10 EUR na kilogram in skupna cena za to količino znaša 1.125 EUR. Za takšno količino proizvodnja piva, bomo porabili 9.375 kWh elektriki, za kar bo potrebno odšteti 750 EUR.

3.4 Strošek zaposlenih

V pivovarni bomo zaposlili enega specializiranega delavca oziroma pivovarja, ki bo vodil celoten proces izdelave piva. Skrbel bo za pravilno delovanje stroja, medtem ko bo njegova naloga tudi vzdrževanja stroja. Pripravljen bo tudi prevzeti naloge naročanja in upravljanja z zalogami ter postopek testiranja izdelkov bo celotno v njegovi domeni. Pivovar je eden izmed ključnih koščkov, ki bo sestavljalo podjetje, zato je potrebno izbrati kvalitetnega in usposobljenega pivovarja, strošek za njegovo plačo pa zagotovo ne bo nizek, ker boljši kot je pivovar ki vari pivo, boljši bo končni izdelek.

Tabela 6: Predračun stroškov dela

Strošek:	Mesečno	Letno
Število delovnih dni	22	264
Načrtovane ure	176	2.112

Se nadaljuje

Tabela 7: Predračun stroškov dela (nadaljevanje)

Urna postavka	14,21 EUR / uro	14,21 EUR / uro
Plača zaposlenega	2.500 EUR	30.000 EUR
Delodajalčevi prispevki	16,1 %	16,1 %
Delodajalčevi prispevki	402,5 EUR	4.830 EUR
Skupaj	2.902,5 EUR	34.830 EUR

Vir: Lastno delo.

Kot je razvidno iz zgornje tabele, skupni strošek podjetja za plačo pivovarja bo v enem letu znašal 34.830 EUR. Za osnovo smo vzeli povprečno število dni v letošnjem letu, ki znaša 22 dni, ob tem smo pa upoštevali 8-urni delovni urnik. Povprečno število opravljenih ur bo znašalo 176 v enem mesecu, tako bo letno opravljenih 2.112 ur, kar bo zneslo 264 delovnih dni. Urna postavka pivovarja znaša 12,21 EUR, tako bo na mesec njegova bruto plača znašala 2.500 EUR. Kot podjetje moramo upoštevati še delodajalčeve prispevke v višini 16,1 %, to bo pa zneslo 402,5 EUR na mesec. V delodajalčevih prispevkih, so vključeni prispevki za PIZ, ki znašajo 8,85 %, prispevki delodajalca za zdravstvo v višini 6,56 %, prispevki delodajalca za zaposlovanje 0,06 %, prispevki delodajalca za poškodbe v višini 0,53% in prispevek delodajalca za starševsko varstvo, kar nanese na 0,10 %. Skupaj mesečni strošek za plače, bo v podjetju znašal 2.905,5 EUR, na letni ravni, pa bo bruto plača zaposlenega znašala 30.000 EUR, delodajalčevi prispevki, pa bodo znašali 4.830 EUR. Celotni strošek plače zaposlenih bo v enem letu znašal 34.830 EUR.

3.5 Predračun licenc in dovoljenj

V spodnji tabeli so prikazani podatki za potrebna licenca in dovoljenja, ki jih potrebujemo za poslovanje v enem letu normalen potek procesa varjenja piva.

Tabela 8: Predračun licenc in dovoljenj

Opis	Mesečno (v EUR)	Letno (v EUR)
Licence in dovoljenja	833,33 EUR	10.000 EUR
Računalniški program za prodajo in knjigovodstvo	250 EUR	3.000 EUR

Se nadaljuje

Tabela 9: Predračun licenc in dovoljenj (nadaljevanje)

Spletna stran	416,67 EUR	5.000 EUR
Skupaj	1.500 EUR	18.000 EUR

Vir : Lastno delo.

Iz zgornje tabele lahko razberemo, da licence in dovoljenja stanejo 10.000 EUR letno. Če ta strošek razdelimo na mesečne izdatke, je to 833,33 EUR. Potrebujemo tudi računalniški program za prodajo in vodenje poslovnih knjig in računov. Program stane 3.000 EUR in če strošek razdelimo na mesece, dobimo vrednost v višini 250 EUR. Za delovanje spletne strani je potrebno odšteti 5.000 EUR, ali če ta znesek podelimo na 12 mesecev, dobimo znesek 416,67 EUR. Če skupaj seštejemo stroške iz zgornje tabele, dobimo vrednost v 18.000 EUR na leto, ali 1.500 EUR stroškov na mesec.

3.6 Predračun prihodkov

V spodnji tabeli je prikazan predračun prihodkov za celotno leto v pivovarni. Upoštevali smo dejstvo, da, vse kar proizvedemo prodamo in poslužemo brez zalog, ker smo majhna pivovarna. Predračun je razdeljen na mesečne prihodke in potem še na letne prihodke.

Tabela 10: Predračun prihodkov

Opis:	Mesečno	Letno
Količina prodanih proizvodov	6.250 litrov	75.000 litrov
Cena na liter	5 EUR	5 EUR
Skupaj prihodki	31.250 EUR	375.000 EUR

Vir: Lastno delo.

Iz tabele je razvidno, da v enem mesecu skupni prihodki znašajo 31.250 EUR. Pri tem je upoštevano, da prodamo 6.250 litrov piva na mesec, cena za liter piva pa znaša 5 EUR. Če pogledamo predračun za celotno obdobje enega leta, vidimo iz tabele, da prodamo 75.000 piva po ceni 5 EUR na liter piva. Skupni prihodki v enem letu znašajo 375.000 EUR.

3.7 Predračun drugih stroškov

Planirati moramo, da bomo imeli tudi druge stroške, med katerimi bodo tudi kakšni nepričakovani. V to kategorijo spadajo potrošni stroški materiala, kalo pri proizvodnji

piva, nepričakovane popravila stroja in drugi podobni stroški. Stroški so prikazani v spodnji tabeli.

Tabela 11: Predračun drugih stroškov

Opis	Mesečno (v EUR)	Letno (v EUR)
Drugi stroški	1.666,67 EUR	20.000 EUR
Skupaj	1.666,67 EUR	20.000 EUR

Vir: Lastno delo.

Iz zgornje tabele lahko vidimo, da za druge stroške moramo letno planirati 20.000 EUR. Če ta znesek delimo na mesece, dobimo strošek v vrednosti 1.666,67 EUR.

3.8 Celotni predračun stroškov

V spodnji tabeli je prikazan celotni predračun vseh planiranih stroškov v enem mesecu in v enem letu. Upoštevali smo stroške najemnine, stroške opreme, stroške materiala, stroške zaposlenih, stroške licenc in dovoljenj in druge stroške. Celoten predračun je prikazan v spodnji tabeli.

Tabela 12: Celotni predračun stroškov

Opis	Mesečno (v EUR)	Letno (v EUR)
Stroški najemnine	450 EUR	5.400 EUR
Stroški opreme	5.579,17 EUR	66.950 EUR
Stroški materiala	892,5 EUR	10.710 EUR
Stroški zaposlenih	2.902,5 EUR	34.830 EUR
Stroški licenc in dovoljenj	1.500 EUR	18.000 EUR
Drugi stroški	1.666,67	20.000 EUR
Skupaj	12.990,84 EUR	155.890 EUR

Vir: Lastno delo.

Iz zgornje tabele lahko vidimo, da moramo načrtovati skupaj stroške za 155.890 EUR, če ta strošek razbijemo na mesečne zneske, moramo planirati stroške v višini 12.990,84 EUR.

3.9 Predračun dobička

V spodnji tabeli je opisan predračun dobička. Skupaj so sešteti celotni planirani prihodki, odšteti pa so celotni planirani stroški. V tabeli sta izračunani dobiček na mesečni ravni ter dobiček na letni ravni. V opisanem predračunu ni upoštevan davek na dobiček.

Tabela 13: Predračun dobička

Opis	Mesečno (v EUR)	Letno (v EUR)
Planirani prihodki	31.250 EUR	375.000 EUR
Planirani stroški	12.990,84 EUR	155.890 EUR
Skupaj	18.259,16 EUR	219.110 EUR

Vir: Lastno delo.

Kot je razvidno iz tabele imamo planiranih prihodkov za celo leto 375.000 EUR in 155.890 EUR načrtovanih stroškov. Planiran dobiček na letni ravni znaša 219.110 EUR. Če dobiček razčlenimo na mesečni ravni, dobimo prihodke v vrednosti 31.250 EUR in planirane stroške v vrednosti 12.990,84 EUR. Planiran mesečni dobiček brez obdavčitve znaša 18.259,16 EUR. Z dobičkom je potrebno ravnati, moramo planirati za prihodnost, saj moramo veliko velik del dobička vložiti za nadaljnjo rast podjetja, kjer moramo investirati v nove stroje in razširitivijo delavnice. Z časom je potrebno zaposliti tudi nove delavce in ustvariti tranzicijo iz mikro pivovarne v makro pivovarno.

SKLEP

V zaključni strokovni nalogi sem obravnaval načrtovanje poslovanje novega podjetja na trgu piva. V uvodu sem napisal o problemu, da preveč ljudi rad pije pivo, a se ob tem ne zaveda, da je to odlična poslovna priložnost za načrtovanje novega podjetja.

Na začetku naloge sem opisal splošne stvari o pivu. Opisal sem pivo skozi zgodovino, ugotovil sem, da velja za eno izmed najstarejših alkoholnih pijač na svetu. Pivo se je na začetku razlikovalo od sedanjega, saj so začeli variti pivo, kot ga poznamo danes, šele v Srednjem Veku. Potem se razložil proces varjenja piva, ker je to osnovni korak, za začetek dejavnosti pivovarstva. Proces varjenja piva sem opisal v sedmih korakih, kjer sem podal kaj moramo narediti, da zvarimo kvalitetno pivo.

V nadaljevanju naloge sem analiziral svetovni trg piva, kjer sem postavil PEST analizo. Tako sem analiziral makroekonomsko okolje, kjer spadajo politični, ekonomski, socialni in tehnološki elementi. Po analizi trga, je sledil pregled svetovnega trga piva, kjer je napovedana letna rast trga v višini 5,5 odstotkov od leta 2019 do leta 2024. Rast gospodarstva bo vplivala tudi na trg piva, do leta 2024, naj bi celoten trg piva znašal približno 720 milijard evrov. Sledi analiza z geografskega vidika trga, kjer vidimo kako se gibljejo stopnje rasti po regijah. Potem sem raziskal trende na trgu, kjer sem ugotovil, da je lager najbolj dominantna vrsta piva in najbolj dobičkonosna z vidika proizvodnje. V nadaljevanju je zaznana razpršenost trga, kjer sem ugotovil, da nobena organizacija ne prevladuje na trgu, ampak je trg razpršen, kar ga naredi zelo tekmovalnega tudi za manjša podjetja.

V drugem delu zaključne naloge sem ustvaril poslovni načrt novega podjetja. Ob tem sem ugotovil, da bomo potrebovali 5.400 EUR za stroške najemnine, kjer bi najeli prostor v velikosti 100 m². Naprej sem naredil predračun za opremo, kjer bo znašal znesek v višini 66.950 EUR. Predračun stroškov materiala za vodo, ječmenov slad, hmelj in elektriko postavil na 10.710 EUR. V nadaljevanju sem izračunal strošek zaposlenih, ki je znašal 34.830 EUR. Izračunal sem predračune licenc in drugih stroškov v višini 18.000 EUR in 20.000 EUR. Celotni predračun stroškov znaša 155.890 EUR. Potem sem predvidel načrtovane prihodke v višini 375.000 EUR in dobil predračun dobička v višini 219.110 EUR.

LITERATURA IN VIRI

1. Allied Market Research. (2019, 24. junij). *Allied Market Research*. Pridobljeno 27. junija 2019 iz <https://www.alliedmarketresearch.com/beer-market>
2. Bernot, K. (2018, 2. november). *How low-alcohol beers became brewing's next big thing*. Pridobljeno 20. junija 2019 <https://www.kalsec.com/trend-brief-non-alcoholic-beer/>
3. Eddings, B. (2019, 1. maj). *The Spruce Eats*. Pridobljeno 24. julija 2019 iz <https://www.thespruceeats.com/pale-ale-guide-352844>
4. Editorial Dept. (2016, 6. junij). *Beer 101: The Fundamental Steps of Brewing*. Pridobljeno 27. junija 2019 iz <https://beerconnoisseur.com/articles/beer-101-fundamental-steps-brewing>
5. Gaurab, K. (2018, 24. oktober). *Brewing; beer production process*. Pridobljeno 28. junija 2019 iz <https://www.onlinebiologynotes.com/brewing-beer-production-process/>
6. Heartland Brewery. (2017). *History of Beer*. Pridobljeno 11. avgusta 2019 iz <http://www.heartlandbrewery.com/history-of-beer/>
7. Infiniti Research Limited. (2018, 13. december). *Top 10 Largest Beer Companies and Their Beer Brands in the Global Beer Market 2019*. Pridobljeno 13. julija 2019 iz <https://blog.technavio.com/blog/top-companies-global-beer-market>

8. Klanjšček, B. (2017, 30. julij). *Raziskava in analiza trga za majhna podjetja: Mladi podjetnik*. Pridobljeno 9. avgusta 2019 iz <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/raziskava-in-analiza-trga-2013-how-to-za-majhna-podjetja>
9. Korošec, M. (2019, 8. avgust). Ne samo da ga radi pijemo, tudi varimo ga radi. *24 ur.com*. Pridobljeno 10. avgusta 2019 iz <https://www.24ur.com/novice/gospodarstvo/ne-samo-da-ga-radi-pijemo-tudi-varimo-ga-radi.html>
10. Kos, B. (2012, 30. avgust). PEST analiza: *Mladi podjetnik*. Pridobljeno 15. julija 2019 iz <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/blaz-kos-pest-analiza>
11. Kos, B. (2017, 10. julij). Poslovni načrt: *Mladi podjetnik*. Pridobljeno 15. julija 2019 iz <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/poslovni-nacr>
12. Kurent, G. (2018, 23. januar). Ali se da s pivom še kaj zaslužiti?: *NLB Skladi*. Pridobljeno 3. avgusta 2019 iz <https://www.nlbskladi.si/strategi-v-zadregi/clanek/Ali-se-da-s-pivom-se-kaj-zasluziti>
13. Lipovec, J. (1974). *Navodilo za točenje piva s točilnimi avtomati*. Maribor: Talis - Maribor.
14. MordorIntelligence. (2019, 26. junij). *Beer market - growth, trends, and forecast (2019 - 2024)*. Pridobljeno 10. julija 2019 iz <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/beer-market>
15. Weihenstephaner. (2015). *The Brewery*. Pridobljeno 3. julija 2019 iz <https://www.weihenstephaner.de/en/our-brewery/>
16. William Reed Business Media. (2018, 7. november). *Stout: the fastest growing beer style in UK*. Pridobljeno 17. julija 2019 iz <https://www.beveragedaily.com/Article/2018/11/07/Stout-the-fastest-growing-beer-style-in-the-UK.com/trend-brief-non-alcoholic-beer/>