



UŽU – MDM

Datum: _____

Poslovni načrt: EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA

A. PRIHODKI IN PREDPOSTAVKE ZA IZRAČUN: CENA, KOLIČINA

Določanja cen smo se lotili z uporabo strukture stroškov, predvidevanja o najvišji ceni, ki bi jo bil trg pripravljen sprejeti za naš proizvod, z analizo cen konkurence in pa podobo, ki jo želimo predstavljati v očeh naših kupcev. Pri cenovni politiki smo se odločili za uporabo metode stroški plus, predvsem zato, ker je s to metodo najlažje izračunati želene cene. Ker ta metoda nikakor ne upošteva cen konkurence, smo se odločili, da sami analiziramo cene, po katerih ponujajo naši konkurentje enake ali podobne proizvode. Pri tem moramo upoštevati, da te cene niso »zabetonirane« saj smo v račun vzeli tudi spremenljivke kot so obseg prodaje, splošne ekonomske razmere, sezonski vpliv in psihološki dejavniki, zato bomo cene prilagajali gibanjem na trgu.

Cene: kava -1 € (oz. 0.99 €), čaj - 1.1 €, kakav – 1.4 €, pekovsko pecivo – 1.5 €.

Oceno tržnega deleža smo naredili na podlagi prodajnih cen našega podjetja, naše lokacije in pa opravljene tržne raziskave. Glede na velikost našega trga, ni imperativ za uspešno poslovanje doseganje velikega tržnega deleža, vendar računamo na to, da bo naš tržni delež vsako leto nekoliko zrasel predvsem zaradi zvestobe kupcev. Načrtujemo tržni delež od 5% - 10% v prvem letu, nato pa naj bi tržni delež rasel vsakoletno za 1% – 2%. Kot strateški cilj si gotovo postavljamo ohranitev in večanje tržnega deleža na tej lokaciji in dolgoročno še širjenje po sistemu franšize na druge podobne lokacije po Sloveniji.

Na podlagi ocenjenega tržnega deleža in prodajnih cen, smo naredili tudi oceno količine prodanih proizvodov. Predvidevamo, da bi z leti količina prodanih proizvodov naraščala, zaradi prepoznavnosti blagovne znamke in zvestobe kupcev, hkrati pa bi z večjim tržnim deležem lahko izrinili del konkurence. Glede na ocenjen tržni delež našega podjetja, zasičenost trga, trenutne tržne cene naših najbližjih konkurentov in na predvidene petletne cilje prodaje smo nato ocenili pričakovani promet. Pri oceni pričakovanega prometa smo upoštevali povprečno dnevno in letno porabo in pa količino prodanih izdelkov. Tako smo dobili podatke, da bi bila pričakovana letna raven prihodkov v 1. letu je 151.920 €, v 2. letu 162.300 €, v 3. letu 177.480 €, v 4. letu 174.900 € in v 5. letu 216.720 €. Na podlagi podatkov smo ugotovili, da pričakovani prihodki, z izjemo 4. leta, naraščajo iz leta v leto. Rast

pripisujemo naraščanju prodanih količin, ob predpostavki, da se cene v tem obdobju ne spreminjajo. Po naših izračunih, naj bi največ prihodkov prinašali kavni napitki (53,8%), kar pa nikakor ni presenečenje, saj je to naš primarni proizvod.

B. VARIABILNI STROŠKI

Pri kategorizaciji variabilnih stroškov smo vsebinsko združili posamezne proizvode v skupine proizvodov glede na glavno sestavino posameznega proizvoda, tako smo dobili skupine proizvodov, kjer je glavna sestavina kava, čaj ali mleko. Svojo skupino pa sestavlja tudi pekovsko pecivo. Ocenjeno višino variabilnih stroškov materiala smo določile na podlagi trenutnih cen dobaviteljev različnih sestavin, ki jih potrebujemo za naše proizvode. Povprečni variabilni stroški na enoto proizvoda bi pri kavni napitki tako znašali 0,50 €, čajni 0,40 €, mlečnih napitkih 0,50 € in pecivu 0,40 €. Glede na podatke ki jih imamo, smo ocenili, da bi variabilni stroški glede na trenutne cene dobaviteljev sestavin in glede na prodano količino v 1. letu znašali 58.503 €, v 2. letu 63.002 €, v 3. letu 69.043 €, v 4. letu 67.147 € in v 5. letu 84.508 €. Opaziti je torej, da se variabilni stroški iz leta v leto večajo, a je to normalno, zaradi porasta prodajnih količin.

C. PRISPEVEK ZA KRITJE FIKSNIH STROŠKOV IN DOBIČKA

Prispevek za kritje izračunamo po formuli: $PZK = \text{prihodki} - \text{variabilni stroški}$.

V 1. letu znaša prispevek za kritje 93.417 €, v 2. letu je prispevek za kritje 99.298 €, v 3. letu 108.437 €, v 4. 107.753 € in v 5. letu 132.212 €.

D. ANALIZA DONOSNOSTI

Ugotovili smo, da je naša poslovna zamisel dobra, dobiček pa bi po naših predvidevanjih imeli šele v 2. letu poslovanja, a nas to zaenkrat ne skrbi preveč, saj so bile naše napovedi opravljene dokaj konzervativno. V 1. letu poslovanja bi tako zaradi stroškov izobraževanja zaposlenih in verjetno nekaj manjših začetnih težav ter morda nekoliko manj kupcev zabeležili izgubo v višini 4.198 €, že od naslednjega leta naprej pa bi beležili dobiček in sicer 5.418 €, 3. leto 11.969 €, 4. leto 11.502 €,

na koncu 5. leta pa naj bi le ta znašal že 31.070 €. Kljub temu, da pričakujemo vstop morebitnih novih konkurentov na trg, pa nas za naš tržni delež in prodajne količine ne skrbi. Optimistične napovedi gradimo na tem, da bi z leti ustvarili pozitivno podobo našega podjetja, okrepili zvestobo kupcev in z raznimi akcijami povečevali prodajo in tržni delež. Naša konkurenčna prednost bi bila med drugim tudi kakovost proizvodov, ki bi pripomogla k zvestobi kupcev in k ohranitvi tržnega deleža.

E. FIKSNI, VARIABILNI IN POLVARIABILNI STROŠKI

Na stalne oz. fiksne stroške sprememba obsega dejavnosti ne vpliva in tako se tudi v našem podjetju stalni stroški od 2. leta naprej ne spreminjajo. Fiksni stroški v našem podjetju so : najemnina, oprema, plača direktorja, plače študentov, provizija študentskega servisa, računovodski servis in stroški vzdrževanja (kamor štejemo porabo elektrike, vode,...). K fiksnim stroškom lahko štejemo tudi stroške

oglaševanja, saj niso odvisni od obsega prodaje, v primeru samo 1 poslovalnice, pa so tudi predvidljivi in jasno določeni, zato se ne spreminjajo, saj smo se že vnaprej odločili, koliko bi vsako leto porabili za oglaševanje.

Kot smo že navedli v B delu (Variabilni stroški) smo višino variabilnih stroškov materiala določili na podlagi trenutnih cen dobaviteljev različnih sestavin, ki jih potrebujemo za naše proizvode. Povprečni variabilni stroški na enoto proizvoda bi pri kavnih napitkih tako znašali 0,50 €, čajih 0,40 €, mlečnih napitkih 0,50 € in pecivu 0,40 €. Glede na podatke ki jih imamo, smo ocenili, da bi variabilni stroški

glede na trenutne cene dobaviteljev sestavin in glede na prodano količino v 1. letu znašali 58.503 €, v 2. letu 63.002 €, v 3. letu 69.043 €, v 4. letu 67.147 € in v 5. Letu 84.508 €. Opaziti je torej, da se variabilni stroški iz leta v leto večajo, a je to normalno, zaradi porasta prodajnih količin.

Polvariabilnih stroškov v našem podjetju ni.

F. UPRAVLJANJE Z DENARNIM TOKOM PODJETJA

V našem primeru bodo prejemki enaki prihodkom, saj kupci napitkov in peciva takoj ob nakupu poravnajo račun. Ocenjujemo, da do likvidnostnih težav v podjetju ne bi prišlo. Na uspešno poslovanje podjetja pa nakazuje tudi vsakoletna rast denarnega toka v obdobju 5 let. Prav tako smo že v 2. letu poslovanja dosegli dobiček, ki se je nato le še povečeval. V obdobju prvih 5 let našega poslovanja ne načrtujemo nobenih večjih investicij. Del dobičkov bomo zadržali ali pa jih reinvestirali, medtem ko bo šel del dobičkov za nagrade managerja in zaposlenih. Po tem obdobju, bo pa verjetno

že potrebno razmišljati o investiranju presežkov v druge lokacije. Glede na to, da gre za uspešen koncept, ki je odvisen od dobre lokacije, smo mnenja, da bi lahko odprli kasneje nekaj podružnic v bližini podobnih izobraževalnih centrov po državi, ali pa se širili po sistemu franšiz.