

Poslovni načrt

Konjeniška oprema, d.o.o.



Projektna naloga za 4. izpitno enoto poklicne mature

Mentor/ica:

Avtor/ica:

Ptuj, 2016/17

Kazalo vsebine

1	UVOD	4
2	DEJAVNOST, PODJETJE, IZDELEK/STORITEV	5
2.1	dejavnost	5
2.2	Podjetje	5
2.3	Izdelek/storitev	5
3	PROSTOR, OPREMA, NAČRT NABAVE IN KADROV	6
3.1	Prostor	6
3.2	Oprema	6
3.3	Načrt nabave	6
3.4	Načrt zaposlovanja	7
4	RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA	8
4.1	Raziskava trga	8
4.2	Konkurenca	8
4.3	SWOT analiza	9
5	NAČRT TRŽENJA IN PRODAJE	10
5.1	Podoba podjetja	10
5.2	Oblikovanje in politika cen	10
5.3	Oglaševanje in promocija	10
6	FINANČNA ANALIZA	11
6.1	Predvidena začetna bilanca stanja	11
6.2	Predvideni mesečni stroški poslovanja	11
6.3	Predvideni Mesečni plan prodaje	12
6.4	predvidena mesečna bilanca uspeha	12
6.5	Predvideni izkaz uspeha za obdobje 3 let	12
7	OCENA TVEGANJ IN PROBLEMOV TER UKREPI	13
8	ZAKLJUČEK	14
9	LITERATURA IN VIRI	15
10	IZJAVA AVTORJA	16
11	PRILOGE	17
11.1	Življenjepis Europass	17
11.2	Anketni vprašalnik	17
11.3	analiza tržne raziskave	17
11.4	cenik	17
11.5	terminski in organizacijski načrt	17

Kazalo slik

Slika 1: Pregrinjalo za konja	5
-------------------------------------	---

Kazalo grafov

Graf 1: Priljubljenost trgovskih znamk med anketiranci	8
--	---

Kazalo tabel

Tabela 1: Oprema	6
Tabela 2: Predvidena začetna bilanca stanja	11
Tabela 3: Predvideni mesečni stroški poslovanja	11
Tabela 4: Predvidena mesečna bilanca uspeha	12
Tabela 5: Predvideni izkaz uspeha za obdobje 3 let	12

POVZETEK

Gre za združitev vseh bistvenih sestavin, ki so zajete v posameznih poglavjih poslovnega načrta. Ne sme biti daljši od ene strani in **mora biti napisan v 3. osebi ednine** (npr.: poslovni načrt prikazuje ustanovitev podjetja, govori o storitveni dejavnosti itd. – v sedanjiku).

V njem na kratko navedemo: kratek opis posla in podjetja, priložnosti podjetja in njegovo strategijo, ciljne trge in možnosti razvoja podjetja v naslednjih letih, konkurenčne prednosti, predvideno financiranje, dobičkonosnost in menedžersko ekipo.

Napisan mora biti tako, da naredi vtis, da gre za nekaj novega, aktualnega, inovativnega...

Povzetek mora biti napisan tudi v tujem jeziku (ANG ali NEM)

Besedilo projektne naloge:

obseg naloge:

15-20 strani – brez prilog

priporočljiva pisava:

pokončno,

Times New roman (velikost 12)

Arial (velikost 11)

Verdana (velikost 11) ali

Tahoma (velikost 11)

razdalja med vrsticami:

1,5 vrstice, v tabelah pa 1 ali 1,25

oblika vsebine:

porazdeljena, med odstavki ni dodatnih razmikov
oz. praznih vrstic

robovi:

levi rob: 3 cm zaradi vezave, desni 2 cm,

zgornji in spodnji rob 2,5 cm

glava in noga:

glava mora biti nevpadljiva,

1 UVOD

Uvod mora biti kratek in jasen, pa tudi privlačen za bralca.

V uvodu se določijo:

- namen naloge (razlog za izbor)
- predmet obravnave oziroma problem, ki ga nameravamo rešiti
- cilji naloge (ugotoviti želim, spoznati želim, raziskati želim...)
- metode in oblike dela (anketa, intervju, uporaba predpisov)
- predvideni zaključki (hipoteze: predvidevam, da.... pričakujem, da....)

Uvod mora biti napisan v 1. osebi ednine.

Številčenje poglavij:

Naslove poglavij pišemo levo poravnano, krepko z velikimi črkami (priporočena velikost je 14 pik). Med naslovom in razdelkom naj bo nekaj praznega prostora – 24 pik.

Vsako poglavje lahko ima razdelke, ki so številčeni z dvema arabskima številčkama. Razdelek pišemo z malimi črkami, krepko in v velikosti 12 pik – razmik pred naslovom 2 je 24 pik, za naslovom 2 pa 12 pik.

Podrazdelke (naslov 3) pišemo z malimi črkami normalne velikosti in debeline. Razmik pred naslovom 3 je 12 pik in razmik po naslovu 3 je 6 pik.

Vsak glavni naslov (naslov 1) je na vrhu nove strani.

2 DEJAVNOST, PODJETJE, IZDELEK/STORITEV

Predstavite posel, ki je predmet poslovnega načrta in svojo vizijo razvoja podjetja (vstavite besedilo uvoda).

2.1 DEJAVNOST

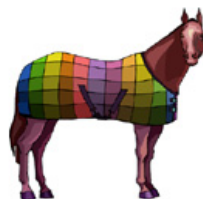
Opišete panogo v katero podjetje spada, navedete nekaj ključnih podjetij, ki se v tej panogi pojavljajo, trende v panogi (moda, okusi, napoved tržne rasti), strateške priložnosti (privlačnost) panoge v prihodnosti. (pomagate si s standardno klasifikacijo dejavnosti – izpišete šifre dejavnosti)

2.2 PODJETJE

Opišete pravno organizacijsko obliko podjetja (d.o.o., s.p.), navedite kdo bo ustanovitelj – lastniki in s kakšnimi deleži, kaj je dejavnost podjetja, kakšni so cilji razvoja podjetja v 3-5 letih, kakšno je poslanstvo in vizija, predstavite firmo, logotip in slogan, ter pojasnite lokacijo podjetja.

2.3 IZDELEK/STORITEV

Navedete natančen opis izdelka/storitve (katere potrebe kupca zadovoljujejo, v čem je njegova prednost pred konkurenčnimi izdelki, katere dodatne storitve ponujate v zvezi z izdelkom, poudarite s čim nameravate uspeti na trgu, kakšna je kvaliteta, katere so posebnosti vaše ponudbe. V razpredelnici primerjajte lastno ponudbo s ponudbo konkurence po ključnih lastnostih, uporabite skice in fotografije.



Slika 1: Pregrinjalo za konja

Vstavljene slike: slike so oštevilčene (sklici), poravnane na sredino pod sliko, velikost pisave 11, slike so brez barvnih ozadij

Če je skica ali slika povzeta od tujega avtorja, morate navesti avtorja in vir, to velja tudi za slike s spleta.

3 PROSTOR, OPREMA, NAČRT NABAVE IN KADROV

Opišite pomen izbrane lokacije podjetja, zakaj ste se tako odločili, kakšne so prednosti te lokacije, kakšna je dostopnost, prednost za stranke, dopolnite z zemljevidom.

3.1 PROSTOR

Opišite prostore, ki jih potrebujete za nemoten potek dejavnosti (pisarna, prodajalna, sanitarni prostori, skladišče...). Kako boste pridobili prostore (lasten prostor, z nakupom, leasingom, najemom), kolikšna bo najemnina, velikost prostorov, je potrebno prostor predelati ali adaptirati, obstaja parkirišče za stranke...(lahko vstavite tudi tloris prostora ali slike prostora)

3.2 OPREMA

V preglednici prikažite seznam potrebne opreme, lahko dodate slikice:

Tabela 1: Oprema

Opis opreme (naziv/model/proizvajalec)	Vrednost v €
Prevozno sredstvo – osebni avtomobil Kangoo	12.000,00
Pisarniška oprema / oprema prodajalne	
• Pohištvo	
• računalnik	
• itd.	
SKUPAJ	

Napis za tabelo je nad tabelo, pod tabelo pa navajamo vir, če je tabela povzeta od drugod.

V tabelah besedilo poravnamo levo, številke (zneske v €) pa desno.

Razmik med vrsticami naj bo 1 ali 1,25.

Prilagodimo širino stolpcev.

3.3 NAČRT NABAVE

Opišite ključne nabavne potrebe in kakšne so zahteve do dobaviteljev, navedite izbrane dobavitelje in njihove značilnosti (zakaj ste izbrali prav njih).

Navedite kako boste organizirali nabavno logistiko (prevoz), kako in kdaj boste naročali, da se boste izognili velikim zalogam, kako boste skrbeli za kakovost in kontrolo prispeli pošiljk ter reševali morebitne reklamacije.

3.4 NAČRT ZAPOSLOVANJA

Razmislite kako boste organizirali delo (delovni čas) in s koliko ljudmi boste lahko shajali na začetku. Nato ocenite glede na vizijo podjetja potrebe po kadrih za obdobje naslednjih peti let. Navedite zahtevana znanja, izkušnje, posebne refernce zaposlenih. Opredelite prosta delovna mesta in način iskanja kadra (pogodbene zaposlitve, preko študentskega servisa, stalne zaposlitve), pripravite program izobraževanja in usposabljanja kadra, narišite organigram organizacijske strukture.

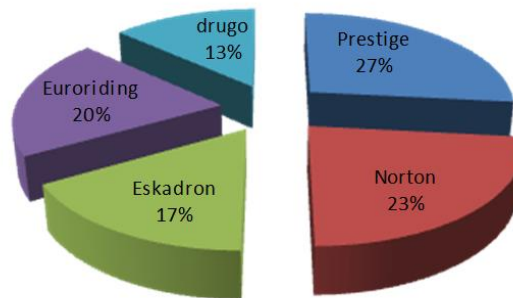
Med priloge odložite svoj europass (medpredmetna povezava s POK, ANG in PPOp)

4 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA

Opišite trg na katerega se nameravate usmeriti in na njem poslovati– njegov obseg, delovanje trga v preteklosti, napovedi za bodočnost, posebnosti trga. Opišite ciljne kupce, kdo so, koliko jih je in kje se nahajajo.

4.1 RAZISKAVA TRGA

Opišete lastno raziskavo, ki ste jo opravili s pomočjo ankete. (priporočamo uporabo spletnih anket, s katerimi lahko zajamete širši vzorec anketirancev.) Vnesete grafe (3-4 najpomembnejše) z analizo rezultatov, ki vam je omogočila lažjo odločitev za podjetje in vam nakazala, kaj si kupci želijo (katere izdelke, po kakšnih cenah, kdaj kupujejo ...). Na koncu naredite povzetek analize trga in napišite pomembne zaključke do katerih ste prišli s pomočjo analize trga.



Graf 1: Priljubljenost trgovskih znamk med anketiranci

Grafikoni naj bodo poravnani na sredino, enake velikosti, brez okvirjev, brez barvnih ozadij – morajo biti pregledni in razumljivi.
Naslov grafikona vstavite v napis pod grafom.

4.2 KONKURENCA

Kdo so vaši glavni konkurenti, s čim se boste borili proti njim, kakšna je vaša ponudba v primerjavi s konkurenčno, se je v bodoče bati novih potencialnih konkurentov.

Predstavite ponudbo in kvaliteto konkurenčnih izdelkov/storitev (lahko v preglednici).

4.3 SWOT ANALIZA

Namenjena je spoznavanju okolja in razmisleku o lastnih prednostih (S – strengths), pomanjkljivostih (W – wiknesses), priložnostih (O – opportunities) in nevarnostih (T – threats) za posel, proizvod ali storitev. Z njeno uporabo se zavemo prednosti, ki jih imamo (npr. strokovno usposobljen kader) in jih bomo poskušali obdržati in razvijati ter slabosti (smo mladi in imamo premalo izkušenj), ki jih bomo poskušali odpraviti. Na drugi strani pa moramo razmisliti o priložnostih (razmeroma mala konkurenca), ki se nam ponujajo in o nevarnostih (nizka kupna moč zaradi brezposelnosti), ki se jih moramo prav tako zavedati v svojem okolju in se jim poskušati prilagajati.

Po opravljeni SWOT analizi zapišite povzetke in ugotovitve.

5 NAČRT TRŽENJA IN PRODAJE

Opišite kako boste prodrli na trg, kako boste prodajali različnim skupinam kupcev, kakšna bo vaša temeljna strategija prodora na trg. Na kaj se boste opirali, kaj boste poudarili pri svojem izdelku, kako boste pritegnili kupce, ki sedaj kupujejo pri konkurentih.

5.1 PODOBA PODJETJA

Pojasnite s čim boste predstavili svoj proizvod kupcem(s katerimi lastnostmi), kakšen je vaš temeljni slogan, kaj z njim sporočate kupcu, katero promocijsko gradivo boste uporabljali, kakšno embalažo predvidevate, kako boste z videzom prostora in izložbe pritegnili kupce, kako je z vizitkami in katalogi, oblačili prodajnega osebja

5.2 OBLIKOVANJE IN POLITIKA CEN

Kako boste oblikovali, kaj boste pri tem upoštevali (stroške, konkurenco, ponudbo in povpraševanje). Kako bo s popusti, kako se boste s cenami prilagajali spremenjenim okoliščinam na trgu? Kako nameravate prodreti na trg? Se boste odločili za politiko nizkih cen in agresivnih popustov, za močno promocijo? S čim še lahko razvijete nekaj novega (posebnega), da boste premamili kupce in jih preusmerili od konkurence v svojo trgovino?

5.3 OGLAŠEVANJE IN PROMOCIJA

Opišite kako bodo prišle informacije o podjetju in izdelkih do kupcev. Katero obliko promocije boste uporabljali (oglaševanje, direktna pošta, sejmi, prospekti, razni dogodki, degustacije ...)? Katere oglaševalske medije boste uporabili in kako pogosto, kako boste oblikovali reklamno sporočilo, kako boste izkoristili otvoritev podjetja za celovito promocijo?

6 FINANČNA ANALIZA

6.1 PREDVIDENA ZAČETNA BILANCA STANJA

Tabela 2: Predvidena začetna bilanca stanja

Začetna bilanca stanja			v €
Sredstva	vrednost	Obveznosti do virov sredstev	vrednost
Dolgoročna sredstva		Lastni kapital	
Zemljišča		Lastni kapital	
Zgradbe			
Oprema			
Prevozna sredstva			
Kratkoročna sredstva		Tuji kapital	
Zaloge blaga in materiala		Obvez. do dobavi.	
Pisar. material in DI		Kredit pri banki	
TRR			
SKUPAJ		SKUPAJ	

Opišite sredstva, s katerimi razpolagate in kako ste jih pridobili.

6.2 PREDVIDENI MESEČNI STROŠKI POSLOVANJA

Tabela 3: Predvideni mesečni stroški poslovanja

Vrsta stroškov	Znesek v €
Nabavljeni material ali trgovsko blago	
Telefon, internet, pošta	
Voda, elektrika, ogrevanje, gorivo	
Plače	
Računovodske storitve, vzdrževanje	
Najemnina, zavarovanje	
Amortizacija, obresti za najeta posojila	
Drugi stroški (npr. promocija, prevoz)	
Skupaj	

Komentirajte stroške poslovanja, za katere mislite, da so nujno potrebni, da bo proces nemoteno tekkel.

6.3 PREDVIDENI MESEČNI PLAN PRODAJE

Oblikujte mesečni plan prodaje po posameznih artiklih oziroma storitvah (lahko v obliki tabele).

6.4 PREDVIDENA MESEČNA BILANCA USPEHA

Tabela 4: Predvidena mesečna bilanca uspeha

odhodki	Vrednost v €	prihodki	Vrednost v €
Odhodki od poslovanja		Prihodki od poslovanja	
Dobiček		Izguba	
SKUPAJ		SKUPAJ	

Razložite na osnovi česa ste izoblikovali mesečno bilanco uspeha.

6.5 PREDVIDENI IZKAZ USPEHA ZA OBDOBJE 3 LET

Tabela 5: Predvideni izkaz uspeha za obdobje 3 let

	v €		
	1. leto	2. leto	3. leto
Prihodki od poslovanja			
Odhodki od poslovanja			
Dobiček ali izguba iz poslovanja			

Opišite stanje za vsako leto posebej, kakšni so rezultati, zakaj je do njih prišlo – vzroki in učinki.

Višina in širina stolpcev in vrstic v tabelah mora biti poenotena (smiselno).
Besedilo je poravnano na levi rob, zneski pa na desni rob polja.

7 OCENA TVEGANJ IN PROBLEMOV TER UKREPI

Tveganje	Ukrepi
Neustrezna izobrazba	Zapišite kako boste odpravili pomanjkljivosti: dodatno izobraževanje, tečajji, ...
Nezanesljivost dobav	Izbira dobaviteljev, ki so si že pridobili zaupanje pri drugih, sklenitev ustreznih pogodb...
Konkurenca	Proti svoji konkurenci se bomo borili z boljšo ponudbo, ugodnimi cenami, kakovostjo, pestrostjo izbire, dodatnimi storitvami
Finančne težave	Poiskali bomo nove vire financiranja, izposodili si bomo pri banki, pridobiti bomo poskušali nove partnerje za vlaganje, se povezali z drugimi

Zapišite tveganja za vaše podjetje. (uporaba tabele ni nujna) – glej swot analizo!

8 ZAKLJUČEK

Na kratko analizirajte svoje delo, povzemite ključne ugotovitve, komentirajte dosežene cilje, potrdite ali ovržete predvidevanja (hipoteze) iz uvoda, navedite lastna spoznanja in odprte probleme (največ eno stran), predlagajte lastne rešitve...

Zaključek naj bo popolnoma vaš.

9 LITERATURA IN VIRI

Na koncu pisnega izdelka moramo natančno navesti vse vire in literaturo, ki smo jo uporabili pri svojem delu, s popolnim bibliografskim opisom. Razvrščeni morajo biti po abecedi avtorjev.

Primer navajanja internetnih virov:

Strojan, K. Vloga za pridobitev statusa socialnega podjetja: Področja socialnega podjetništva. Mladinski ceh, 12. marec 2013. Dostopno na: <http://www.mladinski-ceh.si/objava/112> (14.03.2013).

Citiranje

Kadar dobnesedno navajate besedilo iz knjige ali članka, ga morate umestiti v narekovaje in v sprotni opombi dodati priimek avtorja citata, letnico izdaje publikacije in stran)

Primer:

Zamisel se je razvila v okviru podjetništva in se kljub več kot sto let dolgemu obstoju uveljavila šele v zadnjih desetletjih. "Socialno podjetništvo je manjkajoči del kapitalističnega sistema. Njegovo uvajanje lahko omogoči rešitev sistema, tako da bo vanj vneslo zmožnost obravnavanja globalnih ciljev, ki so mu zdaj tuji. Promoviranje zamisli o socialnem podjetništvu je poglaviten izziv, na katerega je treba danes odgovoriti."¹.

Najpomembnejše pa je, da v socialnem podjetništvu vidimo možnost zaposlitve.

¹ Yunus Muhammad, 2009, str:127

10 IZJAVA AVTORJA

S podpisom potrjujem, da sem poslovni načrt izdelal/a samostojno in po virih, ki so navedeni v poslovnem načrtu ter v skladu z navodili za izdelavo poslovnega načrta, ki jih je izdala Ekonomska šola Ptuj.

Poslovni načrt sem izdelal/a v skladu s Sklepom o odobritvi teme za 4. izpitno enoto na poklicni maturi.

kraj in datum

podpis dijaka

11 PRILOGE

11.1 ŽIVLJENJEPIS EUROPASS

11.2 ANKETNI VPRAŠALNIK

11.3 ANALIZA TRŽNE RAZISKAVE

(vsi grafi iz anketnega vprašalnika s komentarji)

11.4 CENIK

11.5 TERMINSKI IN ORGANIZACIJSKI NAČRT

(gantogram aktivnosti)

Aktivnosti	leto xx					leto xy				
	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J
Iskanje ideje	■									
Raziskava trga	■	■								
Priprava PN	■	■	■	■	■					
Pridobitev potrebnih dovoljenj					■	■	■	■	■	
Priprava prostorov							■	■	■	
Iskanje opreme za prostore					■	■	■			
Nabava opreme za prostore					■	■	■			
Iskanje dobaviteljev na trgu					■	■	■			
Registriranje podjetja					■	■	■			
Razpis za prosta delovna mesta								■		
Priprava propagandnega gradiva								■	■	
Izvedba propagande									■	■
Razgovor s potencialnimi zaposlenimi									■	
Tehnični prevzem prostorov									■	
Začetek poslovanja										■
Poslovanje										■

Gantogram nam prikazuje terminski plan od iskanja ideje (september leta xx) do začetka poslovanja. Kot je razvidno, bomo s poslovanjem podjetja pričeli v mesecu juniju leta xy.

V PRILOGE ODLOŽIMO VEČJE SLIKOVNO GRADIVO IN OBSEŽNEJŠE TABELARIČNE PRIKAZE.