

»Mladi za napredek Maribora 2013«
30. srečanje

Mladi - podjetništvo je IN

EKONOMIJA
RAZISKOVALNA NALOGA



0€ q ; kÙCEÜOZÓÜCE Q ÈÁT OEÜW# SOZÁÙÙOEÜ
T ^} q ; kRUŠOEÖOZŠÖÜ
¥[|akÙÜÖÖP ROZÒS UP UT ÙSOZÁUŠZÁT OEÜÙÜ

Maribor, februar 2013

»Mladi za napredek Maribora 2013«
30. srečanje

Mladi - podjetništvo je IN

EKONOMIJA
RAZISKOVALNA NALOGA



Maribor, februar 2013

ZAHVALA

Zahvaljujeva se mentorici za nasvete, usmerjanje in motivacijo pri izdelavi raziskovalne naloge. Zahvaljujeva se vsem anketiranim dijakom in dijakinjam srednjih šol v Mariboru, da so si vzeli čas in odgovorili na anketna vprašanja.

Prav tako se zahvaljujeva staršem in vsem tistim, ki so nama stali ob strani ter naju vzpodbujali pri raziskovalnem delu.

KAZALO

1. UVOD	6
1.1. OPREDELITEV PODROČJA IN OPIS PROBLEMA.....	6
1.2. CILJI.....	7
1.3. HIPOTEZE.....	8
1.4. OMEJITVE RAZISKAVE.....	8
1.5. METODE DELA.....	8
2. OPREDELITEV IN POMEN PODJETNIŠTVA ZA GOSPODARSTVO	8
2.1 POMEN PODJETNIŠTVA ZA SAMOZAPOSLITEV.....	10
3. KAKO OD IDEJE DO POSLA	10
3.1. PODJETNIŠKI TRENDI.....	12
3.1.1. Podjetniški trendi bližnje prihodnosti.....	13
3.2. PODJETNIŠKE PRILOŽNOSTI.....	14
3.3. PODJETNIŠKE ZMOŽNOSTI.....	15
3.4. PODJETNIŠKI VIRI IDEJ.....	16
3.4.1 BRAINSTORMING.....	17
3.5. PODJETNIŠKA ZNANJA, SPOSOBNOSTI IN LASTNOSTI.....	19
3.5.1. Podjetniške lastnosti.....	20
3.5.2. Se podjetnik rodi in priuči.....	20
3.6. POSTOPEK USTANOVITVE.....	21
3.7. PODPORNE INŠTITUCIJE.....	23
3.7.1. Ajpes.....	23
3.7.2. Tovarna podjetmov.....	24
3.7.3. e – VEM točka.....	24
3.7.4. Ostale podporne inštitucije.....	26
3.8. VRSTE IN OBLIKE PODJETNIŠTVA.....	27
3.8.1. VRSTE PODJETNIŠTVA.....	27
3.8.2. OBLIKE PODJETNIŠTVA.....	27
3.8.2.1. Samostojni podjetnik.....	28
3.8.2.2. Družba z omejeno odgovornostjo.....	28
3.8.2.3. Delniška družba.....	29
4. POSLOVNI NAČRT	30
5. EMPIRIČNI DEL	33
5.1 HIPOTEZE.....	33
5.2. METODE DELA.....	33
5.3. VPRAŠALNIK.....	33
5.4. PREDSTAVITEV REZULTATOV IN NJIHOVA INTERPRETACIJA.....	34
5.5. POTRDITEV HIPOTEZ.....	51
5.6. SKLEPNA UGOTOVITEV.....	52
6. LITERATUR IN VIRI	53
7. PRILOGE	54
7.1 ANKETA.....	54
7.2. PODJETNIŠKI TESTI.....	60
7.3. PRIMER POSLOVNEGA NAČRTA GUMAS d.o.o.....	65

POVZETEK

Podjetništvo je proces ustvarjanja nečesa drugačnega in novega pri čemer se vloži potreben čas in trud. Podjetništvu posamezniki namenjajo svoj čas in prizadevanja.

Podjetniške dejavnosti postavljajo ekonomske temelje in zagotavljajo delavna mesta ter pomembno vplivajo na gospodarstvo nekega območja.

Delež samozaposlenih mladih v Sloveniji je nekoliko pod evropskim povprečjem, ob razmeroma velikih nihanjih v zadnjem času pa je mogoče sklepati na rahel trend naraščanja. Mladi še danes dajejo prednost samozaposlitvi pred zaposlitvijo pri nekemu drugemu, pri tem pa je delež tistih, ki bi izbrali samozaposlitev višja od povprečja EU. Ustanovitev lastnega podjetja je v zaznavi mladih zastopan kot malo verjeten načrt. Glavne ovire mladi vidijo predvsem v nezadostni finančni pomoči za zagon podjetja, pomanjkanju zamisli, okoli katerih bi organizirali podjetje, pa tudi pomanjkanje lastnih izkušenj, potrebnih za vodenje podjetja. Večje spodbujanje podjetniške miselnosti posameznikov bi lahko pripomogla k ustvarjanju novih in rasti že obstoječih podjetji.

Namen raziskovalne naloge je ugotoviti, kako mladi mariborskih srednjih šol gledajo na podjetništvo. Ugotovitve podajamo v nastalem delu.

1. UVOD

1. 1 Opredelitev področja in opis problema

Eden ključnih problemov slovenskega gospodarstva ni umiranje podjetij, kot mislijo mnogi, ampak prepočasno rojevanje novih podjetij. Dejstvo je, da se podjetništva v Sloveniji loteva samo vsak petindvajseti prebivalec, kar Slovenijo uvršča po podjetniški dejavnosti med manj podjetne razvite države. Družba kot celota podjetništvu ni pretirano naklonjena. Podjetniški način življenja in razmišljanja ljudem ne pomenita vrednote.

Dosedanje raziskave o odnosu mladih do podjetništva so pokazale, da je poklic podjetnika med mladimi nadpovprečno spoštovan, a zakaj se v svetu med mladimi vsak deseti odloči za podjetništvo, slovensko povprečje pa je vsak petindvajseti?

Kakšen odnos do podjetništva pa imajo (imamo) tisti, ki bodo (bomo)gradili družbo v naslednjih desetletjih – torej mladi? Število srednjih šol, gimnazij in tudi visokošolskih ustanov, ki v svoje predmetnike vključujejo podjetniške vsebine, podobno kot v tujini tudi pri nas skokovito narašča.

Trenutno so v izobraževanju za podjetnost najdlje prišli na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru. Želijo, da študenti spoznajo, da je tudi v podjetništvu možna kariera ter jih želijo »opremiti« z podjetniškim znanjem, veščinami in spretnostmi ter kompetencami, ki bodo zagotavljale konkurenčnost podjetij doma in v svetu.

Ko primerjamo podjetnost med mladimi iz različnih držav, ne smemo pozabiti, da ponekod že desetletja načrtno širijo idejo podjetništva med mladimi. Organizacija Junior Achievement International je na primer že na začetku 20. stoletja začela izobraževati mlade Američane v podjetniškem duhu. Programi Junior Achievement so se razširili že v 112 držav in vsako leto jih obiše šest in pol milijonov slušateljev. Slovenija se je temu gibanju pridružila spomladi 2004, in to med zadnjimi v Evropi.

Projektu se je pri nas pridružilo veliko srednjih šol, več let je tudi uspešno tekkel, mladi so pokazali navdušenje nad takšnim delom. Tudi dijaki SEŠ Maribor smo bili pred leti udeleženi pri njegovi izpeljavi.

Kako torej mlade že v srednji, morda pa tudi že v osnovni šoli, motivirati, da začnejo razmišljati in delovati v duhu podjetništva?

Meniva, da jim (nam) želje po raziskovanju, uspehu, prevzemanju tveganja ne manjka. Prav tako pa imamo tudi veliko idej, ki bi jih veljalo razviti v uspešno podjetniško zgodbo. Zdi se, da je podjetništvo med mladimi v porastu, saj mladi hrepenijo (hrepenimo) po samostojnosti in lastnih virih zaslužka. Hkrati s tem pa jim podjetništvo omogoča samozaposlitev.¹

NICHOLAS NEGROPONTE (BEING DIGITAL) NAMREČ PRAVI, DA BO LETA 2020 NAJBOLJŠI DELODAJALEC VSAK SAM.²

TOREJ MLADI KAJ ŠE ČAKAMO, PODJETNIŠTVO BO IN!

1.2 CILJI

V raziskovalni nalogi želimo poudariti kako pomemben je razvoj podjetništvo za uspešno gospodarstvo. Mlade, torej nas, želimo ozavestiti k spoznanju, da je podjetništvo pot do samozaposlitve. Kako poiskati prave ideje in podjetniške priložnosti, ki so v trendu. Kakšna znanja, spretnosti in lastnosti potrebujejo v vlogi podjetnika. Kakšen je postopek oz. koraki, ki vodijo do samostojnega podjetja in katere podporne inštitucije pomagajo na poti do lastnega posla. Dodajamo še pomembna znanja o sestavinah poslovnega načrta, ki je pomemben dokument, ki spremlja nastanek novega podjetja in prikaževa primer lastne ideje, ki sva jo razvili v podjetniško priložnost.

V empiričnem delu bomo raziskali kakšen odnos imajo mladi do podjetništva na lokalnem območju, torej v Mariboru. S tem želimo odgovoriti na prej omenjena vprašanja oz. cilje.

¹ Prevezeto po <http://www.podjetnik.si/default.asp?ClanekID=2202>, dne 11.2.2013

² Prevezeto po Gordon Dryden, dr. Jeanette Vos, 2001, str. 60

1.3 HIPOTEZE

H1: Mladi se zavedajo pomena podjetništva za uspešno gospodarstvo

H2: Mladi imajo podjetniške ideje in izkušnje

H3: Mladi ne poznajo podpornih inštitucij

H4: Želja mladih po lastnem podjetju je velika

H5: Podjetniško znanje mladih ni zadovoljivo

1.4 OMEJITVE RAZISKAVE

Večjih omejitev nismo pričakovali. Menimo, da je v raziskavo vključen dovolj velik vzorec mariborskih srednješolcev. Omejitev bi lahko predstavljala resnost in iskrenost posredovanih odgovorov.

1.5 METODE DELA

V nalogi smo pridobili primarne in sekundarne podatke. Primarne podatke smo zbirali s pomočjo ankete, ki smo jo razdelili med mariborske srednješolce iz različnih izobraževalnih programov. Sekundarne podatke pa sva zbirali s pomočjo podatkov iz knjižne literature, strokovnih revij, revija Podjetnik ter informacij, ki smo jih našli na spletu.

2 OPREDELITEV IN POMEN PODJETNIŠTVA ZA GOSPODARSTVO³

Podjetništvo je proces ustvarjanja nečesa drugačnega in vrednega, pri čemer se vloži potreben čas in trud, prevzema spreminjajoče finančno, psihološko in družbeno tveganje ter pridobi končne nagrade v obliki denarja ali osebnega zadovoljstva. Podjetništvu posamezniki namenjajo svoj čas in prizadevanja. Je trenutno najuspešnejša metoda za zapolnjevanje vrzeli med znanostjo in trgov, za ustanavljanje novih podjetij ter uvajanje novih izdelkov in storitev na trgu.

³ Prevzeto po Antonič, 2002, str. 21 - 53

In kako smo dijaki SEŠ Maribor opredeljevali pojem?

Podjetništvo je iskanje poslovnega uspeha.

Podjetništvo je napor, ki se nikoli ne konča.

Podjetništvo je sodelovanje z ljudmi v lastnem in drugih podjetjih.

Podjetništvo je pozitivno delovanje, ki ima ugled v družbi.

Podjetništvo je nenehno iskanje znanja.

Podjetništvo je inovativni menedžment.

Podjetniške dejavnosti postavljajo ekonomske temelje in zagotavljajo delavna mesta ter pomembno vplivajo na gospodarstvo nekega območja. Vloga podjetništva v gospodarskem razvoju se ne omejuje le na povečanje proizvodnje in prihodka, vendar vključuje tudi uvajanje sprememb v strukturo poslovanja in družbe.

Podjetništvo pomaga tudi pri oživljanju območij v središčih mest. Prebivalci mestnih središč ter predvsem mladi inovatorji, lahko vzpostavijo odnos s konceptom in gledajo nanj kot možnost, s katero lahko spremenijo trenutne razmere.

Podjetništvo prispeva k rasti bruto domačega proizvoda, zmanjševanju brezposelnosti, prepoznavnosti države v svetu in k ustvarjanju nove vrednosti.

S prehodom na tržno gospodarstvo je postalo podjetništvo pomemben dejavnik gospodarskega razvoja in rasti v Sloveniji. Z odpiranjem trga konkurenci stara gospodarska struktura, za katero sta bila značilna majhno število velikih podjetij ter usmerjenost na notranji trg, ni mogla obstati. Ta podjetja so imela previsoke stroške, bila so preokrnjena in kakovost ni ugrezala zahtevam trga. Z motivacijskega stališča so na nastajanje novih podjetij vplivale razmere, v katerih so k podjetništvu nagnjeni ljudje začeli ustanavljati svoja podjetja, da bi uresničili poslovne zamisli, ki jih v prejšnjem sistemu niso mogli, po drugi strani pa se je veliko ljudi odločalo za samostojno podjetniško pot zato, ker so izgubili zaposlitev. Mala podjetja so v mnogo primerih pripomogla k povečanju učinkovitosti in poslovni stabilnosti velikih podjetij. Hitro so se razvijala storitvena podjetja na področju poslovnih storitev in manjša poslovna podjetja, kar je večjim omogočilo osredotočenje na ključno proizvodnjo in s tem znižanje stroškov ter povečanja kakovosti, to pa jim je omogočilo uveljavljanje na svetovnem trgu.

2.1 POMEN PODJETNIŠTVA ZA SAMOZAPOSLITEV⁴

Ustanavljanje samostojnih podjetij v veliki meri prispeva k povečanemu zaposlovanju v državi. Zato je zelo pomembno, da država z različnimi oblikami vzpodbud motivira k samozaposlovanju. Podjetnik pa potrebuje za prehod na svoj podjetniški posel ustrezno izobrazbo in izkušnje. Čeprav so izobraževalni sistemi pomembni za ugotavljanje potrebnega poslovnega znanje, so ugotavljajo, da so posamezniki uspešnejši pri ustanavljanju podjetij na področjih, kjer so bili že prej zaposleni.

Podjetje lahko nastane, če je gonilna sila potreba trga in ne tehnološka pobuda. Na voljo morajo biti tudi finančna sredstva. Večino denarja podjetniki zberejo z lastnimi sredstvi in posojili. Razpoložljivost tveganja kapitala pa ima tudi ključno vlogo pri razvoju in rast. Če je na voljo dovolj ustanovitvenega kapitala lahko nastane tudi več podjetij.

Če se vsi ti potrebni viri sinergično dopolnjujejo so dane velike možnosti posameznika za samozaposlitev.

S tem pa pomembno prispevamo k zmanjšanju problema brezposelnost.

3 KAKO OD IDEJE DO POSLA⁵

V podjetništvu velja, da ideja še ne pomeni poslovne priložnosti. Ideja postane poslovna priložnost, ko je donosna, ko jo potrdi trg .

Velikokrat mladi podjetniki po tehtnem razmisleku in raziskavah ugotovijo, da večina idej, ki so bile sicer na prvi pogled privlačne kasneje ne pomeni razvoj donosnega posla. Le manjši del idej se dejansko pojavi na trgu kot proizvod ali storitev, pa še v tem primeru je mogoče, da bo čez čas podjetnik moral posel temeljito spremeniti ali opustiti.

Vsak podjetniški posel je potrebno ovrednotiti, po eni strani gre za izbire, selekcije, v katerih podjetnik s spiska idej črta manj primerne zamisli in se osredotoči na tiste, ki so najbolj obetavne, na drugi strani pa išče zanje najboljše možne izvedbe, prilagaja svojo prvotno zamisel odzivu kupcev, nadaljnjemu preizkušanju. Le redko bo uspešen proizvod v obliki in vsebino, kakšno smo si sprva zamislili, največkrat sledi dopolnjevanje, spreminjanje, ki da na koncu prvi proizvod.

⁴ Prezeto po Ruzzier, 2008, str. 76

⁵ Prezeto po Glas, 2001, str. 69, 86

Dobra poslovna ideja temelji na reševanju situacij, ko si ljudje želijo nekaj novega, boljšega, prijetnejšega, kar bi jih rešilo iz domiselnih ali dejanskih zagat. Podjetniku lahko poslovno zamisel predlaga kdo drug. Nekateri posamezniki imajo ideje, vendar nimajo potrebnih sredstev in znanja, ali si ne želijo sami spustiti v posel. Veliko idej se tako ne uresniči, ker oseba, ki ima idejo, sama ne gre v njeno uresničenje, ne potrudi se pa, da bi našla primerne podjetnika.

Zelo veliko idej za posle se navezuje na poprejšnjo zaposlitev podjetnika. Takšna povezanost je razumljiva. V prejšnjem podjetju se je podjetnik strokovno razvil. Se usposobil. Za tehnično opravljanje posla, spoznal trg, kupce, konkurente in dobavitelje. Ker se z njimi že pozna lahko vzpostavi potrebno zaupanje. Podjetnik pri precejšnjem poslu pozna dejavnike uspeha, ve, katera lokacija je primerna, pozna sestavine stroškov, želeno kakovost, predpise, ki urejajo posel. Tako lahko precej bolj zanesljivo oceni svoje poslovne možnosti.

Podjetnik lahko pridobi pravice za ponudbo proizvodov ali storitev, ki so jih razvili drugi, na primer od tujih podjetij, od drugih podjetnikov ali izumiteljev, te proizvode prenese na nova prodajna območja kot eden od ponudnikov ali kot ekskluzivni zastopnik.

Številni posamezniki so svoj posel razvili iz svojih konjičkov. Namen hobijev ni, da se z njimi ukvarjamo zaradi dobička, vendar lahko nekateri sčasoma prerastejo v donosen posel.

Številni posli se navezujejo na tradicionalne družabne dogodke, ki zberejo večje število ljudi in vključujejo vrsto dejavnosti. Takšni dogodki so poroke, rojstni dnevi, obletnice, razne prireditvene na vseh se zbere večje skupina ljudi, kar vključuje ponudbo hrane in pijač, razne priložnostne dejavnosti (glasba, fotografiranje).

Ideje se lahko porodijo posameznikom, ki razmišljajo o poslih, povsem mimogrede, ko opazujemo dogajanje okoli sebe, zlasti pa tedaj, ko se lotijo problema, ki je skupen tudi drugim ljudem. Problem sproži določeno potrebo, za potrebo pa lahko razvijemo rešitev, ki je podlaga za posel.

3.1 PODJETNIŠKI TRENDI⁶

Kakšni so danes trendi na področju podjetništva?

Potrošniku ponuditi koristnost in ugodnost ponudbe, kakovost življenja, ugled z uporabo izdelka, storitve, design izdelave in zabavo. Avtorica Faith Popcorn je razvrstila trendovske izdelke v naslednje skupine. Zanimivo opredelitev smo našli v strokovni reviji Podjetnik pred leti, vira ni več na spletu, snov smo obravnavali pri predmetu podjetništvo v šol

TREND CILJNE SKUPINE	OPIS TRENDNA	TIPIČNI PROIZVODI ALI STORITVE
1. ZAPREDKANJE	Pred grozečimi nevarnostmi iz zunanjega sveta, se raje umaknejo v varno zavetje doma.	<u>VARNOSTNE STORITVE,</u> <u>OPREMA ZA DOM</u>
2. FANTAZIJSKE DOGODIVŠČINE	Želja po avanturah ob najmanjšem tveganju.	<u>EKSTREMNI TURIZEM,</u> <u>RAFTING</u>
3. MAJHNI GREHCI	Preobremenjeni porabniki se želijo nadgraditi z majhnimi luksuznimi proizvodi ali storitvami.	<u>MAJHNI UŽITKI V HRANI,</u> <u>PARFUMI</u>
4. EGONOMIJA	Porabnik si želi majhne pozornosti in priznanja, da ni enak vsem drugim.	<u>ŽENSKÉ, MOŠKE, OTROKE,</u> <u>KLUBI ZA LOČENCE</u>
5. BEG PRED NAGLICO	Porabniki si želijo preprostejšega življenja ter starodavnih vrednot. Iz prenaseljenih mestnih središč se selijo na deželo, od koder vodijo posel od doma.	<u>DELO NA DOMU, SKRB ZA VRAT</u>
6. BEG V MLADOSTNA LETA	Zaradi vedno daljše življenjske dobe, so starejši vitalnejši. Otroštva se spominjajo z nostalgijo in iščejo srečo v družini ter stvarih iz mladosti.	<u>STARA GLASBA, KNJIGARNE,</u> <u>SECOND HAND TRGOVINA</u>
7. PREŽIVETJE	Skrb za zdravje podaljšuje življenjsko dobo in zahteva nov način življenja.	<u>ZDRAVO ŽIVLJENJE,</u> <u>ALTERNATIVNA MEDICINA,</u> <u>NARAVNA</u>

⁶ Prevzeto po Glas, 2001, str. 69

3.1.1 Podjetniški trendi bližnje prihodnosti⁷

V reviji Podjetnik smo zasledili tudi zanimiv članek, ki govori o tem v katero smer našega življenja gredo trendi na področju prehranjevanja, odnosov med ljudmi, kmetovanja, mode, nakupovanja, kozmetike. Nekaj predlogov povzemamo:

- Usmerite se v proizvodnjo izdelkov za ljudmi z različnimi alergijami in preobčutljivostjo – na primer celiakijo (na gluten v hrani), mleko, orehe in oreščke.
- Spodbujajte in povežite med seboj »urbane kmete« ter prodajajte njihove pridelke.
- V oglaševanju in prodaji govorite o »lokalnih« identitetah prehrabnih izdelkov in njihovem poreklu.
- Usmerite se v ponudbo izključno sezonskega sadja in zelenjave.
- Kupite potrebno tehnologijo in usposobite ljudi za storitve potemnevanja kože.
- Uvedite čakalni seznam za vaš izdelek. To pravilo utegne biti uspešno tudi, če ne prodajate luksuznih izdelkov.
- Uvedite posebno serijo svojega izdelka in jo prodajajte le omejen čas.
- Če izdelujete in prodajate izdelke visoke mode, si prizadevajte za kar največjo kakovost in da vas NE bi prepoznali.
- Vlagajte in prodajajte kozmetične izdelke in storitve, namenjene moškim.
- Ponujajte stranki prirejene zmenkarije prek mobilnega telefona.
- Razširite svoje delovanje na področje internetnih zmenkarij in zaposlite skupino družboslovcev, ki naj strankam pomagajo pri oblikovanju spletnih osebnostnih profilov in pri težavah na zmenk

⁷ Prevzeto po <http://www.podjetnik.si/default.asp?ClanekID=2969>, dne 12.2.2013

3.2 PODJETNIŠKE PRILOŽNOSTI⁸

Večina dobrih priložnosti se ne pojavi kar nenadoma, temveč so posledica podjetnikove pozornosti na priložnosti. Podjetnik mora vsako priložnost razljivo preveriti in ovrednotiti. Ovrednotenje je ključni del podjetniškega procesa, saj v njem podjetnik oceni, ali bo določeni izdelek ali storitev prinašala dobičke glede na potrebna sredstva. Ta proces ovrednotenja vključuje pregled nad obstojem in obsegom priložnosti, njeno dejansko zaznano vrednostjo, tveganjem in donosnostjo, njeno ustreznost osebnim sposobnostim in ciljem podjetnika ter razlikovalno prednost v konkurenčnem okolju. Priložnost mora ustrezati osebnim spodobnostim in ciljem podjetnika. Podjetnik mora tako zelo verjeti v priložnost, da vloži trud, potreben za razvoj in vodenje organizacije.

Navajamo še pomembna vprašanja za analizo podjetniških priložnosti. Le ta so:

1. Katero tržno potrebo zadovoljuje izdelek/storitev?
2. Do kakšnih ugotovitev smo prišli glede na tržno potrebo?
3. Kateri družbeni pogoj je podlaga za tržno potrebo?
4. Katere tržno raziskovalne podatke lahko uporabimo za opis tržne potrebe?
5. Kateri so razpoložljivi načini za pokrivanje potreb?
6. Kakšna je konkurenca na trgu? Kako bi opisali vedenje konkurentov?
7. Kakšen je mednarodni trg?
8. Kakšna je mednarodna konkurenca?
9. Kako je mogoče s to dejavnostjo zaslužiti?
10. Kakšno je povpraševanje in kupna moč?

⁸ Prevzeto po Glas, 2001, str. 61 - 65

3.3 PODJETNIŠKE ZMOŽNOSTI⁹

Podjetniki so značilni po tem, da cenijo dejanja, ne razprave o možnih dejanjih. Navadno poskušajo narediti bolje, hitreje in bolj učinkovito, saj jim to lahko prinaša poslovne prednosti. Podjetniki načrtujejo in organizirajo svoje življenje in zelo pozorno uporabljajo svoj čas. Verjetnost doseganja uspeha si povečajo tako, da postavljajo drzne vendar uresničljive cilje, ki jih vodijo pri ravnanju.. Zelo pomembno je, da dobijo pogosto in pozitivno povratno oceno o tem, kako dobro opravljajo posel. Počutijo se osebno odgovorne za probleme in iščejo ustvarjalne rešitve, ki jim nudijo večje zadovoljstvo z uspehom kot timski odgovori. Podjetniki ne marajo situacij, v katerih je dosežek odvisen od sreče ali pa dejavnikov, na katere nimajo vpliva. Njihovo ravnanje izraža visoko stopnjo odločnosti, samozavesti in prilagodljivosti. Zelo pomembni so dobri odnosi in motiviranje zaposlenih. Podjetniki hitro odkrijejo, da je pomembno oblikovanje dolgoročne povezave in dobre odnose z dobavitelji, s strankami oz. kupci, s finančniki, osebjem v raznih upravnih oblasteh in z drugimi, ki lahko vplivajo na podjetje. Uspešni podjetnik združuje ustvarjalno mišljenje z inovativnim ravnanjem ter poznavanjem poslov. Tako nenehno iščejo edinstvene priložnosti in ocenjujejo njihov poslovni potencial s postavljanjem vprašanj in iskanjem odgovorom.

Naj še enkrat strnemo podjetniške zmožnosti:

- ▶ samoiniciativna
- ▶ odločnost
- ▶ proaktivnost
- ▶ učinkovitost
- ▶ kakovost
- ▶ sistematičnost
- ▶ lojalnost
- ▶ partnerstvo

⁹ Prezeto po Glas, 2002, str. 7 - 12

- ▶ obvladovanje čustev

Menimo, da mora vsak podjetnik dobro poznati in preveriti ali te zmožnosti ima, kajti od prisotnosti le-teh je odvisen tudi uspeh podjetja.

3.4 PODJETNIŠKI VIRI IDEJ¹⁰

Najobširnejši vir idej so podjetnikove lastne raziskave trga, ki so povezane s trenutno zaposlitvijo posameznika.

In kje še poiskati prave ideje za novi posel? Virov je več:

- ▶ okolje iz katerega izhajamo
- ▶ splet
- ▶ PIRS
- ▶ strokovne revije
- ▶ primeri dobre prakse, nadgradnja

V nadaljevanju predstavlja načine za razvijanje poslovnih idej, ki jih predlaga dr. Glas in soavtorji in ki so lahko pripomoček pri razmišljanju mladih, kako poiskati pravo idejo:¹¹

1. Kopiranje uspešne ideje koga drugega.
2. Kombiniranje dveh ali več idej na nov način.
3. Reševanje problemov ljudi.
4. Ugotavljanje v čem šepajo konkurenti.
5. Razvoj posla iz konjička.
6. Posel na temelju zmožnosti.
7. Preoblikovanje odpadnih stvari v koristne proizvode.
8. Realizacija ideje, ki se je porodila na počitnicah.
9. Viharjenje možganov v skupini.
10. Pogovor in poslušanje ljudi.

¹⁰ Prezeto po Glas, 2001, str. 69 - 73

¹¹ Miroslav Glas, 2002, str. 54

11. Sestava spiskov in iskanje idej.
12. Iskanje vrzeli na trgu.
13. Nov način, kako naredimo znano stvar.
14. Izboljšanje proizvoda in storitve.
15. Sanjarjenje in domišljija.
16. Tržna raziskava.
17. Razmišljanje čemu stvari rabijo in ne kaj so.
18. Odziv na izjave ljudi »če bi le...«
19. Nenehno iskanje možnosti
20. Razmišljanje na nov način: veliko, majhno,...

V prilogi dodajava vprašalnik za preverjanje poslovnih idej.¹²

3.4.1 Brainstorming¹³

Omenili bomo tudi metodo kreiranja idej, ki je zelo uporabna, poznana in primerna, ko želijo podjetniki poiskati čim več idej za lasten posel.

Brainstorming ali viharjenje možganov je metoda za porabnike novih proizvodnih idej, ki temelji na dejstvu, da je ljudi možno spodbuditi k večji ustvarjalnosti, če so soočeni drug z drugim in če sodelujejo v organiziranih skupinskih izkušnjah. Čeprav večina zamisli, ki nastanejo v skupini, nima nobene možnosti za nadaljnji razvoj, se pogosto pojavi tudi kakšna dobra. To se večkrat pripeti takrat, ko se sile te metode osredotočijo na čisto določen proizvod ali tržno področje.

Pri uporabi te metode je treba slediti naslednjim štirim korakom:

1. Prepovedana je vse kakršna kritika kogarkoli v skupini.
2. Odprta je prosta pot – čim bolj divje so ideje, bolje je..
3. Zaželena je kvantiteta idej.

¹² Prevezeto po Glas, Podjetništvo, delavni zvezek, 2000, str. 58

¹³ Prevezeto po <http://sl.wikipedia.org/wiki/Brainstorming>, dne 26.1.2013

4. Odprta je možnost kombinacij in izboljšav idej.

Prikazali bomo ideje, ki smo jih kot skupina predlagali preden smo pri pouku podjetništva izbrali idejo za poslovni načrt. In sicer:

- FITNES STUDIO
- UREJANJE OKOLJA
- UNIKATNI MODNI IZDELKI
- RECIKLAŽA SMETI
- HOSTEL
- ZASEBNA SREDNJA ŠOLA
- HIŠE NA SONČNE CELICE
- ORGANIZACIJA ZABAV
- ZABAVIŠČNI PARK
- ČOKOLADNICA IN CUKRARNA
- DETEKTIVSKA AGENCIJA
- UREJANJE VRTOV IN OKOLJA
- VEGETARIANSKA RESTAVRACIJA
- BIO KOZMETIKA
- PALAČINKARIJA
- POROČNA AGENCIJA
- AVTO DESIGN

- 24-URNI SERVIS NA DOMU
- ORGANIZACIJA DOGODKOV
- STORITVE VAROVANJA
- ALTERATIVNO ZDRAVLJENJE
- In še več...

Veliko časa smo dijaki namenili zbiranju idej, saj je pomembno poiskati pravo poslovno priložnost, ki jo bomo lahko ovrednotili po vseh kriterijih uspešnega posla.

3.5 PODJETNIŠKA ZNANJA, SPOSOBNOSTI IN LASTNOSTI ¹⁴

Nekateri imajo občutek, da so podjetniki nižje izobraženi kot splošna populacija. Vendar to ne drži. Izobrazba je pri vzgoji podjetnika zelo pomembna. Izobrazba pomaga pri reševanju problemov, s katerimi se srečuje podjetnik. Vendar pa formalna izobrazba ni merilo uspešnega podjetnika. Ključnega pomena je sposobnost ravnanja z ljudmi in jasno komuniciranje ustno in pisno, kar je pomembno za vsako podjetniško dejavnost.

Mnogo študij dokazuje, da so osebne vrednote za podjetnike pomembne, jim pogosto tega ne uspe dokazati, da se podjetniki po vrednotah razlikujejo od menedžerjev, neuspešnih podjetnikov ali celo splošnega prebivalstva. Uspešen podjetnik je pogosto opisan kot zmagovalec: morda je zmagovati prvi pogoj, da nekdo postane zmagovalec. Naslednik vidik osebnih vrednost, ki je zelo pomemben za podjetnike, je etika in etično vedenje.

Večina podjetnikov začne ustvarjati med 22. in 45. letom.

Motivacije za ustanovitev podjetja so različne. Najpogosteje je razlog postati podjetnik neodvisnost, torej ne delati za nekoga drugega. Denar je drugo razlog za ustanovitev. Medtem ko podjetnice tukaj še navajamo: zadovoljstvo z delom, uveljavitev ter nove priložnosti. Prav tako na podjetnike vplivajo delovne in družbene razmere ter vzorniki.

Eden najpomembnejših dejavnikov so vzorniki, ki vplivajo na izbiro kariere podjetnika. Vzorniki so lahko starši, bratje in sestre, drugo sorodniki ali drugi podjetniki.

Podjetnik potrebuje dober podporni in svetovalni sistem v vsaki fazi ustanavljanja novega podjetja. Vzorniki ponujajo informacije, nasvete in usmeritve glede organizacijske strukture pridobivanjem finančnih sredstev in trženja.

¹⁴ Prevzeto po Glas, 2002, str. 9 - 18

3.5.1 Podjetniške lastnosti ¹⁵

Za podjetnika so pomembna njemu svojstvene lastnosti, ki jih omenja dr. Glas. To so:

- pustolovski duh
- močna potreba po dosežkih
- iskanje osebne izpopolnitve
- samozavest in opiranje nase
- usmerjenost k ciljem
- inovativnost
- ustvarjalnost
- vztrajnost
- volja do trdega dela, energija
- pozitivna naravnost
- pripravljenost prevzeti iniciativo
- močan občutek privrženosti
- pripravljenost prilagajanja
- reagiranje na spremembe
- komunikativnost
- organiziranost

V prilogi dodajava podjetniške testi s katerimi lahko mladi preverijo ali so osebnost za podjetnika¹⁶.

3.5.2 Se podjetnik rodi ali priuči? ¹⁷

Medtem ko Dan Bricklin misli, da je podjetništvo tako prirojena lastnost kot tudi sposobnost, ki jo je mogoče razvijati in na katero ima okolje močan vpliv, pa vseeno poudarja, kako pomembno je, da podjetniki svojega dela ne opravljajo zaradi denarja ali slave, temveč predvsem zato, ker imajo svoje delo res radi. Tako tudi svetuje, naj podjetniki opravljajo samo tisto delo, za katerega so res nadarjeni in s katerim največ pripomorejo k uspešnosti podjetja. Vse preveč podjetnikov namreč precenjuje svoje sposobnosti in misli, da zmorejo in znajo vse, medtem ko podcenjujejo delo svojih podrejenih in drugih sodelavcev. Pri tem se mora podjetnik tudi zavedati kako pomembno je timsko delo.

¹⁵ Glas, Podjetništvo – DZ, str. 31

¹⁶ Prevezeto po Glas, podjetništvo, delavni zvezek, 2000, str. 32 - 35

¹⁷ Prevezeto po <http://www.podjetnik.si/default.asp?ClanekID=469>, dne 11.2.2013

In kaj še svetuje avtor članka:

- Za podjetništvo se odločite, samo če vas to res zanima in izpolnjuje. Kot podjetnik se boste neizogibno srečali tudi s krizami, porazi in padci, zato boste doživeti več težav kot zadovoljstva, če ste se za podjetništvo odločili samo zaradi denarja ali slave.
- Zanimajte se za različna področja. S pomočjo umetnosti, filozofije, preučevanja različnih religij in kultur spoznavajte nove načine mišljenja in reševanja problemov ter razvijajte sposobnosti, ki vam bodo pomagale tudi kot podjetniku.
- Ne precenjujte sebe in ne podcenjujte svojih sodelavcev. Če/ ko morete, se ukvarjajte samo s tistim, v čemer ste res dobri. Druge funkcije in posle zaupajte tistim, ki so zanje bolj usposobljeni.
- Vi niste svoje podjetje. Ne zanemarjajte svoje družine in ne pozabite na prijatelje, ki vam bodo stali ob strani, ko se boste neizogibno srečevali s kriznimi trenutki.

In to so nasveti, ki jih bomo mladi upoštevali.

3.6 POSTOPEK USTANOVITVE PODJETJA¹⁸

Ko se podjetnik odloči za ustanovitev lastnega podjetja je eno izmed vprašanj tudi izbira pravnoorganizacijske oblike podjetja. Najpogostejši obliki sta samostojni podjetnik in družba z omejeno odgovornostjo. Razlike med omenjenima možnostima je v vplačilu ustanovitvenega kapitala, ki pri d.o.o. znaša najmanj 7500,00 €, pri samostojnem podjetniku pa ni potrebno zagotoviti tega finančnega vložka.. Ustanovitveni kapital je v obliki denarnega vložka ali stvarnega vložka in denarnega vložka.

Ustanovitev d.o.o. lahko izvedemo pri točki VEM ali pri notarju.

Sama registracija podjetja je za podjetnika na VEM in e-VEM točkah v zadnjih letih postala precej bolj enostavna kot nekoč ter brezplačna, saj stroške ustanovitve krije država.

Zaradi večje preglednosti in nazornosti predstavljamo postopek ustanovitve v obliki sheme, ki smo jo pripravili sami.

¹⁸ Prevzeto po <http://www.racunovodja.com/clanki.asp?clanek=2082>, dne 5.2.2013



3.7 Podporne inštitucije¹⁹

Podjetnik na poti ustanavljanja novega podjetja ni sam. Zelo koristno se je obrniti na podporne podjetniške inštitucije. Pri podjetništvu smo jih dijaki SEŠ Maribor obiskali, jih obravnavali in spoznali njihovo pomembno vlogo.

V nadaljevanju bomo predstavili nekaj najpomembnejših.

3.7.1 Ajpes²⁰

AJPES je pravna oseba javnega prava. Ustanovitelj AJPES je Republika Slovenija.

Inštitucija pojasnjuje postopke ustanavljanja samostojnega podjetnika in gospodarske družbe in svetuje pri določitvi glavne in drugih dejavnosti, ki bodo najbolj odražale predmet poslovanja novega poslovnega subjekta.

Poslovne subjekte seznanja z njihovo obveznostjo predlaganja letnih poročil za javno objavo ali za statistične namene ter o drugih obveznostih ter o posredovanju podatkov za statistiko finančnih računov za Banko Slovenije.

Svetuje tudi kako enostavno pridobiti potrebne podatke in ostale informacije o poslovanju drugih poslovnih subjektov (poslovnih partnerjev in konkurentov) z brezplačnimi vpogledi v poslovni register Slovenije in javno objavljena letna poročila gospodarskih družb ter samostojnih podjetnikov.

Zagotavlja uradne izpise iz poslovnega/sodnega registra in sprejema vloge za izdajo digitalnih potrdil overiteljev.

Nudi dodatne plačljive storitve za presojo bonitete poslovnih partnerjev in možnost poravnavanja obveznosti s sodelovanje v večstranskem pobotanju obveznosti in terjatev.

¹⁹ Prevezeto po <http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje>, dne 26.1.2013

²⁰ Prevezeto po <http://evem.gov.si/evem/tockeRazlike.evem>, dne 26.1.2013

3.7.2 Tovarna podjetij²¹

Tovarna podjetij nam omogoča, da kot bodoči podjetniki lažje uresničite svoje podjetniške ideje. Nudijo nam svetovanje v zvezi z marketingom, financami, računovodstvom, inovacijami ter tehnologijo, pravno svetovanje. Organizirajo delavnice, seminarje, večdnevne šole podjetništva ter strokovne posvete. Skupni delovni prostor omogoča, da posamezniki in delovne skupine oblikujejo podjetniške ideje in pišejo poslovne načrte. V Tovarni podjetij z mrežo strokovnjakov skrbijo za izobraževanja članov in inkubirancev.

V okviru podjetniškega inkubatorja Univerze v Mariboru - Tovarna podjetij nudijo bodočim podjetnikom vse potrebno za uresničitev ideje. Inkubator je v veliko pomoč pri razvijanju idej ter znižuje tveganje mladih podjetnikov, ki še pridobivajo ustrezne izkušnje.

3.7.3 e- VEM točka²²

In kaj pomeni VEM – Vse na enem mestu. Tako si podjetnik prihrani poti in čas ter stroške.

Fizičnim osebam so torej ob ustanovitvi s.p. na voljo naslednje storitve na tem mestu:

- registracija samostojnega podjetnika (vpis v poslovni register),
- prijava sprememb podjetnika v poslovni register,
- izbris podjetnika iz poslovnega registra,
- prijava davčnih podatkov (vpis v davčni register, obvestilo o spremembi davčnega obdobja, davčni obračun),
- oddaja zahtevka za izdajo identifikacijske številke za DDV (obrazec DDV-P2),
- prijava podatkov podjetnika o pokojninskem in invalidskem ter zdravstvenem zavarovanju, zavarovanju za starševsko varstvo, zavarovanju za primer brezposelnosti in o sklenitvi delovnega razmerja (obrazec M-1),

²¹ Prevezeto po <http://www.tovarnapodjetij.org/DOKUMENTI/DOKUMENT.ASP?ID=68>, dne 26.1.2013

²² Prevezeto po <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/ustanovitev-in-registracija-podjetja>, dne 26.1.2013

- prijava podatkov o obveznem zdravstvenem zavarovanju otrok podjetnika do 18. leta starosti (obrazec M-DČ),
- prijava samostojnega podjetnika in delavca v obvezna socialna zavarovanja (obrazec M-1),
- odjava samostojnega podjetnika in delavca iz obveznih socialnih zavarovanj (obrazec M-2),
- prijava sprememb podatkov o obveznih socialnih zavarovanjih na odprtih zavarovanjih (obrazec M-3),
- prijava družinskih članov v obvezno zdravstveno zavarovanje (obrazec M-DČ),
- sprememba podatkov o družinskih članih v obveznem zdravstvenem zavarovanju (obrazec M-DČ),
- odjava družinskih članov iz obveznega zdravstvenega zavarovanja (obrazec M-DČ),
- vse zgoraj naštetu lahko torej samostojni podjetnik opravi tako na VEM kot tudi na spletni e-VEM točki.

Za pravne osebe podjetnike so za ustanovitev d.o.o. in spremembe pri d. o. o. ob registraciji podjetja na točki e-VEM na voljo naslednje storitve:

- odprtje začasnega TRR za enostavno eno ali več osebno družbo (kasneje se preoblikuje v poslovni račun),
- registracija enostavne enoosebne d. o. o. (vpis v sodni/poslovni register ter samodejna dodelitev matične in davčne številke),
- odprtje elektronske knjige sklepov za novoustanovljene enostavne enoosebne d. o. o.,
- pridobitev obrtnega dovoljenja za vse vrste družb,
- prijava davčnih podatkov (vpis v davčni register, obvestilo o spremembi davčnega obdobja, izračun predvidene davčne osnove DDPO) za vse vrste družb,
- predložitev zahtevka za identifikacijo za namene DDV za vse vrste družb (obrazec DDV-P2),
- prijava prostega delovnega mesta (obrazec PD-1),
- prijava delavca v obvezna socialna zavarovanja (obrazec M-1),
- prijava družbenika v obvezna socialna zavarovanja (obrazec M-1),
- sprememba podatkov o zavarovancih v obveznih socialnih zavarovanjih (obrazec M-3),
- odjava zavarovane osebe iz obveznih socialnih zavarovanj (obrazec M-2),
- Prijava otroka v obvezno zdravstveno zavarovanje (obrazec M-DČ).
- Prijava zakonca v obvezno zdravstveno zavarovanje (obrazec M-DČ).
- prijava staršev v obvezno zdravstveno zavarovanje (obrazec M-DČ),
- sprememba podatkov o družinskih članih v obveznem zdravstvenem zavarovanju (obrazec M-DČ).

3.7.4 Ostale podporne inštitucije²³

Tehnološki center univerze v Mariboru

Ponujajo celovito paleto storitev. S katerimi zagotavljajo učinkovitost prenosa znanja in tehnologij. Ponujajo pomoč pri realizaciji inovativnih idej. Svetujejo v času raziskav ter nudijo pomoč pri prenosu novosti in tehnologij v gospodarsko prakso in pri pridobivanju finančnih sredstev za aplikativne raziskave in razvoj. Zagotavljajo pomoč in svetovanje pri odločanju za zaščito izumov in drugih oblik intelektualne lastnine te pomoč pri pridobivanju sredstev za zaščito.

Storitve so namenjene v osnovi vsem na Univerzi v Mariboru, od raziskovalcev do študentov, podjetjem, ki potrebujejo pomoč glede raziskovalno-razvojne dejavnosti, tudi drugim, ki povprašujejo po njihovi pomoči.

Zavod PI – KA

Zavod PIKA si prizadeva za razvoj podjetniške kulture med mladimi – vzgoja in spodbujanje razvoja lastnosti podjetnosti. Njihovo poslanstvo je širiti idejo podjetnosti kot način življenja, kar pomeni spodobnost prilagajanja na spremembe ter zmožnosti iskanja izkoriščanja poslovnih priložnosti. Sodelujejo s številnimi podjetji in skupaj z njimi tvorijo mrežo znanj, izkušenj, sposobnosti in priložnosti.

DURS- za poslovne subjekte v okviru svoje organizacije opravlja tudi druge storitve.

UE- poleg storitev VEM nudijo podjetjem in podjetnikom storitve iz: področja kmetijstva, področja okolja in prostora, področja dela, družine in socialnih zadev, področja notranjih zadev, področja prometa, področja javne uprave, področja financ in področja pravosodja.

Odporne storitve vstopnih točk VEM - **JAPTI** so dostopne in namenjene vsem zainteresiranim in na enem mestu zagotavljajo naslednje brezplačne podporne storitve.

²³ Prevezeto po

http://free.unideb.hu/portal/sites/free.unideb.hu/files/pregled_institucij_podpornega_okolja_final.pdf, dne 25.1.2013

<http://evem.gov.si/evem/tockeRazlike.eve>, dne 25.1.2013

OZS - Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije in območne obrtno-podjetniške zbornice nudijo širok spekter storitev predvsem svojim članom, prav tako tudi bodočim članom in ostalim strankam.

Pomembno je, da se podjetnik seznanji z vsemi podpornimi inštitucijami in si tako izboljša in olajša svoje delo.

3.8 VRSTE IN OBLIKE PODJETNIŠTVA²⁴

3.8.1 Vrste podjetništva

In med kakšnimi vrstami podjetništva se lahko odločamo? Navajamo samo nekaj vrst med katerimi lahko izbirajo podjetniki in s podrobnejšo analizo njihovih značilnosti tudi izberejo zase najugodnejšo in zanimivo.

- ženske podjetnice
- ruralno podjetništvo
- družinsko podjetništvo
- manjšinska podjetja
- delo na domu
- socialno podjetništvo

Podjetnik pa mora imeti tudi ustrezno znanje med kakšnimi pravno-organizacijskimi oblikami podjetij naj izbira. Podrobneje bomo predstavili le tri najpogostejše oblike.

3.8.2 Oblike podjetništva

Oblike podjetništva so samostojni podjetnik, družba z omejeno odgovornostjo, družba z neomejeno odgovornostjo, komanditna družba, fundacija, zavod, socialno podjetje, delniška družba in tiha družba.

Zato, da bo izbor pravno organizacijske oblike lažji mora mladi podjetnik poznati tudi osnovne značilnosti možnih oblik podjetništva. Navajamo značilnosti najpogosteje izbranih oblik podjetniške dejavnosti.

²⁴ Prevzeto po Glas, 2001, str. 92 - 101

3.8.2.1 Samostojni podjetnik (s.p.)²⁵

Samostojni podjetnik je fizična oseba, ki na trgu samostojno opravlja pridobitno dejavnost v okviru organiziranega podjetja. Lahko je le posamezna fizična oseba. Zakon o gospodarskih družbah namreč posebne družbe več podjetnikov ne predvideva.

Prednosti samostojnega podjetnika so sledeče:

- nepotreben denarni vložek v obliki osnovnega kapitala,
- enostavno razpolaganje z denarnimi sredstvi,
- hitra in enostavna ustanovitev,
- nižji administrativni stroški.

Slabosti samostojnega podjetnika:

- ni ločena od fizične osebe, zato med seboj ne moreta sodelovati,
- podjetnik odgovarja neomejeno z vsem svojim premoženjem,
- ob višjih dobičkih je davčno breme visoko,
- nižja kredibilnost v pravnem prometu v primerjavi z drugimi pravnoorganizacijskimi oblikami.

Samostojni podjetnik lahko opravlja vse gospodarske dejavnosti, razen kadar je izrecno z zakonom določeno, da katere izmed njih ne more opravljati. Postopek registracije s.p. se opravi nekoliko drugače kot registracija d.o.o.

3.8.2.2 Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)²⁶

Družba z omejeno odgovornostjo je pravna oseba in je samostojni nosilec pravic in obveznosti v pravnem prometu, pri čemer za prevzete obveznosti jamči le do višine lastnega premoženja. Osnovni kapital družbe z omejeno odgovornostjo sestavljajo osnovni vložki družbenikov, na podlagi katerih slednji pridobijo z njegovo vrednostjo v osnovnem kapitalu svoj poslovni delež. Družbo lahko ustanovi ena ali več domačih/tujih pravnih in fizičnih oseb.

²⁵ Prevezeto po <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/katero-obliko-podjetja-izbrati/samostojni-podjetnik-s.p.>, dne 26.1.2013

²⁶ Prevezeto po <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/katero-obliko-podjetja-izbrati/druzba-z-omejeno-odgovornostjo-d.o.o.>, dne 26.1.2013

Družbeniki niso odgovorni za obveznosti družbe. Odgovornost je mogoče razširiti le izjemoma in pod posebnimi zakonsko določenimi pogoji . Takrat govorimo o spregledu pravne osebe. Omejena odgovornost družbenikom omogoča opravljanje gospodarske dejavnosti brez tveganja, da bodo v primeru neuspeha upniki posegli tudi na njihovo osebno premoženje.

Prednosti družbe z omejeno odgovornostjo so sledeče:

- družbeniki ne odgovarjajo za obveznosti družbe,
- možnost sklepanja pravnih poslov med družbo in njenimi družbeniki,
- večji ugled in zaupanje na trgu,
- hitra in enostavna ustanovitev.

Slabosti družbe z omejeno odgovornostjo:

- potrebno je vplačati osnovni kapital,
- izplačevanje dobička je visoko davčno obremenjeno,
- višji stroški poslovanja.

3.8.2.3 Delniška družba (d.d.)²⁷

Delniška družba je družba, ki ima osnovni kapital razdeljen na delnice. Predstavlja jo pravna oseba, katera je tudi samostojni nosilec pravic in obveznosti v pravnem prometu.

Delniška družba je kapitalska družba v kateri družbeniki za obveznosti družbe ne odgovarjajo osebno, temveč zanje odgovarja družba z vsem svojim premoženjem do višine lastnega premoženja.

Delniško družbo lahko ustanovi ena ali več fizičnih oz. pravnih oseb. Delničarji niso lastniki družbe, temveč iz naslova vplačanega deleža delnic v osnovnem kapitalu le uresničujejo svoje članske in premoženjske pravice.

Prednosti delniške družbe so sledeče:

- družbeniki ne odgovarjajo za obveznosti družbe,
- možnost sklepanja pravnih poslov med družbo in njenimi družbeniki,

²⁷ Prevezeto po <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/katero-obliko-podjetja-izbrati/delniska-druzba-d.d.>, dne 25.1.2013

- delovanje na borzi.

Slabosti delniške družbe:

- dolžnost vplačila osnovnega kapitala,
- izplačevanje dobička je visoko davčno obremenjeno,
- zahtevnejši postopek ustanovitve,
- višji stroški poslovanja.

4 POSLOVNI NAČRT²⁸

Poslovni načrt je dokument, ki vsebuje celovito in podrobno obrazložitev poslovanja podjetja, investiranja v posel z oceno pričakovanih rezultatov in rešitev za potencialne rizične situacije. Vsebuje opredeljene cilje ter strategije s katerimi namerava te cilje doseči. Če je poslovni načrt dobro pripravljen, zmanjšuje poslovna tveganja in povečuje izkoriščanje poslovnih priložnosti.

Vsebino poslovnega načrta začnemo z kratkim opisom podjetja, naštejemo priložnosti in strategije, ciljne trge in opišemo konkurenčne prednosti. Nato predstavimo industrijsko panogo, v katero spada podjetje in napravimo strjen opis obravnavanega podjetja in izdelkov ali storitev, ki jih bo podjetje proizvajalo. Pomembna je strategija vstopa na trg in opisana rast podjetja.

Pri tržni raziskavi in analizi govorimo o kvaliteti in ceni izdelka, prodajnih metodah ter tržni komunikaciji. Poslovanje pomeni biti v stiku z ljudmi, ki so bodisi sodelavci, dobavitelji, kupci,... S temi moramo komunicirati, da uspešno nadaljujemo posle. Pomembna je tudi nebesedna komunikacija. Prenos informacije je učinkovit, če je informacija preprosta, kratka in jasna.

Potem napravimo načrt trženja, ki zajema celotno marketinško strategijo, določanje cen, prodajno taktiko, politiko prodajnih storitev in garancijo, oglaševanje in promocijo ter distribucijo. Temeljna poslovna resnica je, da pri poslu ni najpomembnejše, da znamo narediti dober izdelek ali dobro storitev, temveč, da znate poiskati kupce ter jih prepričati naj kupijo dovolj vaših izdelkov po dovolj visoki ceni, da dosežemo dobiček. Podobo podjetja in

²⁸ Prevezeto po Glas, 2002, str. 37 -57

izdelka/storitve oblikujejo tudi posredna sporočila in vtisi. Prvi vtis so promocije in prodajni zastopniki podjetja, s katerimi se srečajo kupci. Zato je pomembno, da je gradivo lepo oblikovano in da so prodajni zastopniki konservativno oblečeni in s tem dajejo vtis profesionalnosti in odgovornosti. Poslovno podobo pa podjetja izražajo na vse sestavine njegovega poslovanja in nastopanja v javnosti, kot so na primer: lokacija, notranjost prostorov, videz zaposlenih, embalaža proizvodov, način prodajanja, poslovne vizitke, odzivanje na telefon, poslovni načrt, različne storitve, višina cen, načini plačila,...

Napraviti moramo tudi načrt razvoja in proizvodnje. V načrtu obravnavamo vlaganje in čas, potrebna za pripravo izdelka ali storitve za redno proizvodnjo. Hkrati razmišljamo o možnih izboljšavah in razvoju novih.

Lokacija je zelo pomembna, saj le primerna privabi zadosti kupcev. Neugodni vidiki so neurejena graditev v bližini, neugledna soseka ali opuščanje poslov, stečaji podjetij v okolici. Pomembno je, da zagotovimo delavcem v proizvodnji čim bolj varne razmere. Potrebujemo sodobne, varne stroje, ki imajo vgrajeno zaščito pred nezgodami. Pomembna je avtomatizacija najbolj nevarnih ali škodljivih del (primer: lakiranje avtomobilov). Nujno je, da so delavci usposobljeni za varno delo. Zaposleni morajo biti opremljeni z varnostnimi pripomočki kot so primerno oblačilo in obutev, rokavice, varnostna oblačila, čelade itd.

Proizvodni procesi se med podjetji različnih panog zelo razlikujejo. Poznamo tri vrste proizvodnje. Prva je posamična, ki poteka v manjših količinah, pogosto po naročilu. Druga je ponavljanje proizvodnje, ki je značilno za proizvodnjo standardnih izdelkov v več velikostih, z vmesnim nastavljanjem opreme za te različne velikosti. In še zadnja je množična zvezna proizvodnja, katera poteka nenehno za kupce, ki jih predvidevamo glede na izkušnje, pogosto za izdelek ene vrste ali le nekaj izdelkov.

Kljub pomembni vlogi tehnologije so jedro vsakega posla ljudje in kakovost teh ljudi - njihove zmožnosti, motiviranost in vdanost poslu določajo uspeh. Ključna je kakovost podjetniške skupine, ki naj bi posel uresničila. V načrtu predstavite in na kratko ocenite ljudi, ki bodo v novem podjetju v obdobju do petih let opravljali funkcije direktorja, vodje razvoja in proizvodnje, vodje trženja, nabave in prodaje, vodje finančnega oddelka ali računovodje ter drugih pomembnih poslovnih funkcij. Namen je, da predstavimo potencialnim vlagateljem in poslovnim partnerjem poleg same poslovne zamisli še ljudi, ki bi naj to zamisel uresničili in

razvili uspešno podjetje. Pogosto niso pomembni formalni podatki, kot na primer podatek o šolski izobrazbi, temveč je bolj stvarna ocena lastnosti posameznikov.

Če je v podjetju zaposlenih več oseb, sta organizacija in način vodenja pomembna dejavnika načina dela, delovnega ozračja, motivacije in razvoja podjetja. Zelo majhno podjetje ne potrebuje organizacijske sheme. Ko preseže 10-15 zaposlenih pa je to že potrebno.

Potreben je tudi termiski načrt za neko obdobje. V Ganttov grafikon narišemo potrebna opravila tako, da s pravokotnikom označimo, kdaj se dejavnost začne in kdaj konča.

Moramo se pripraviti tudi na tveganja in probleme. Dejstvo je, da se na trgu okolščine nenehno spreminjajo in ni mogoče izločiti tveganja. Problemi so lahko delovanje konkurence, inflacija, spremenjeni pogoji uvoza/izvoza, spremenjene demografske in socialne smernice,... Nekatera pa so vezana na posamezen posel, na njegove notranje in zunanje dejavnike.

Finančne projekcije sestavimo na podlagi vsebinske analize celotnega posla. Od dobre analize je odvisno ali so tudi finančne ocene posla dobra, realistična napoved poslovanja. Finančne projekcije opisujejo dogajanje v našem načrtovanem poslu po finančni plati. Vsaka poslovna odločitev ima določen učinek – pritek denarja ali odtok denarja. Po navadi sestavimo otvoritveno bilanco stanja, ki pokaže, s kakšnimi sredstvi bomo začeli poslovanje. Po enem letu se vrednost in sestava sredstev seveda spremenita, zato pripravimo bilanco stanja na koncu prvega leta. Tekoče pritekanje in odtekanje denarnih sredstev spremljamo z izkazom finančnih tokov.

In še nazadnje predstavitev poslovnega načrta. Predstavimo ga kot dokument, svojo zamisel posla in podjetnika oziroma podjetniške skupine. Na razpravi lahko podjetniška skupina dobi pripombe, predloge in priporočila za izboljšanje poslovnega načrta. Gre za izmenjavo misli, strokovnih pogledov. Predstavitev vključuje navezavo stikov s potencialnimi investitorji. Pošljemo ga raje v pisni obliki, da imamo več nadzora komu vse pride v roke, kot če bi poslali po elektronski pošti. Potem preverimo, če ga je naslovnik dobil in se dogovorimo za ustno predstavitev. Pisno obliko dopolnimo z živo, osebno predstavitvijo in izmenjavo mnenj. Po predstavitvi sledijo stiki in pogajanja, ko se odloči, ali bo sodelovanje vzpostavljeno ali ne.

V prilogi je dodan najin poslovni načrt GUMAS, d.o.o., ki sva ga pripravili v okviru pouka podjetništvo.

5 EMPIRIČNI DEL

5.1 HIPOTEZE

H1: Mladi se zavedajo pomena podjetništva za uspešno gospodarstvo.

H2: Mladi imajo podjetniške ideje in izkušnje.

H3: Mladi ne poznajo podpornih inštitucij

H4: Želja mladih po lastnem podjetju je velika.

H5: Podjetniško znanje mladih ni zadovoljivo.

5.2 METODE DELA

V raziskovalni nalogi sva izvedli anketni vprašalnik in ga analizirali.

Zajemal je 4 osnovna vprašanja, ter ostali 21 vprašanj iz katerih sva želeli ugotoviti odnos mladih do podjetništva.

Anketirali sva 265 dijakov srednjih šol v Mariboru. Anketirali sva na Srednji ekonomski šoli, 1. Gimnaziji, 2. Gimnaziji, 3. Gimnaziji, Srednji šola za gostinstvo in turizem in škofijski gimnaziji.

5.3. VPRAŠALNIK

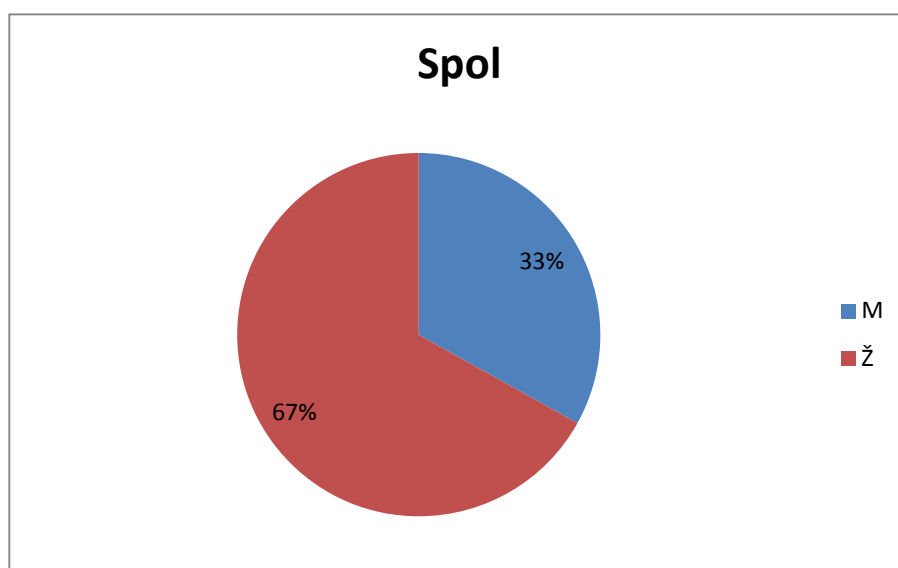
Z uvodnimi vprašanji ankete smo želeli izvedeti spol, starost, izobraževalni program ter status v družini.

V drugem delu anketnega vprašalnika pa smo se osredotočili na odnos mladih do podjetništva,

zanimalo nas je če anketiranci poznajo kakšne podjetnike, se z njimi srečujejo v svojem okolju, ali že imajo podjetniške izkušnje, kakšne so prednosti podjetniškega posla, kdo sploh so podjetniki, kakšne lastnosti naj bi podjetnik imel ter ali prepoznajo takšne lastnosti tudi pri sebi, kaj bi jih motiviralo na podjetniški poti, katere težave bi se lahko pojavile ob ustanovitvi lastnega podjetja, če poznajo kakšno podporno inštitucijo, ali se že srečujejo s podjetništvom kot predmetom v šoli ali pa bi želeli, da bi bil vključen v njihov izobraževalni program.

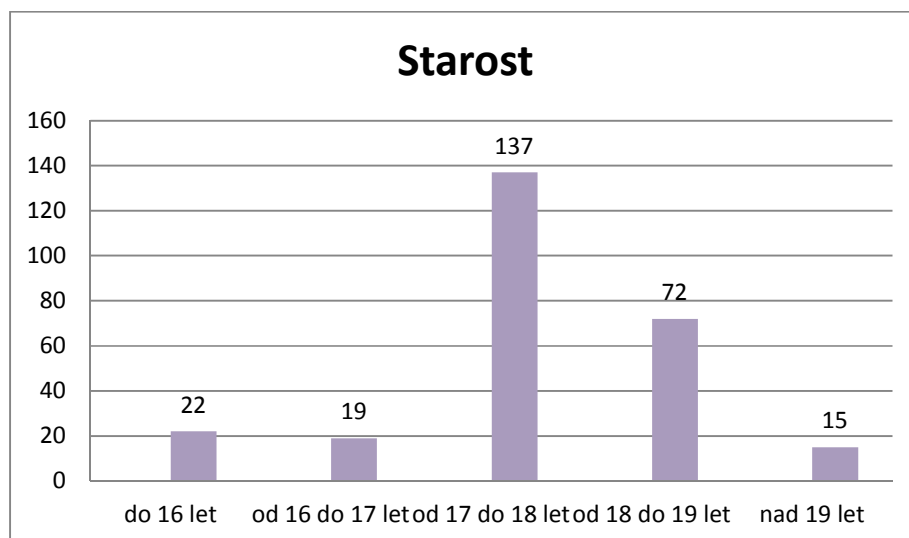
5.4. PREDSTAVITEV REZULTATOV TER NJIHOVA INTERPRETACIJA

Spol:



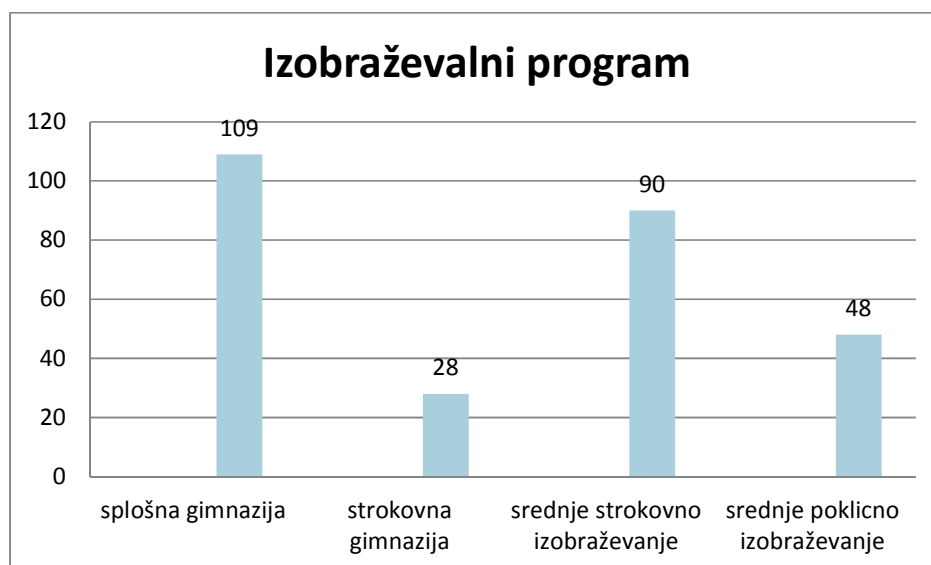
Anketirali sva 265 dijakov in dijakinj iz srednjih šol v Mariboru. 33% anketirancev je bilo moškega spola, 67% pa ženskega spola.

Starost:



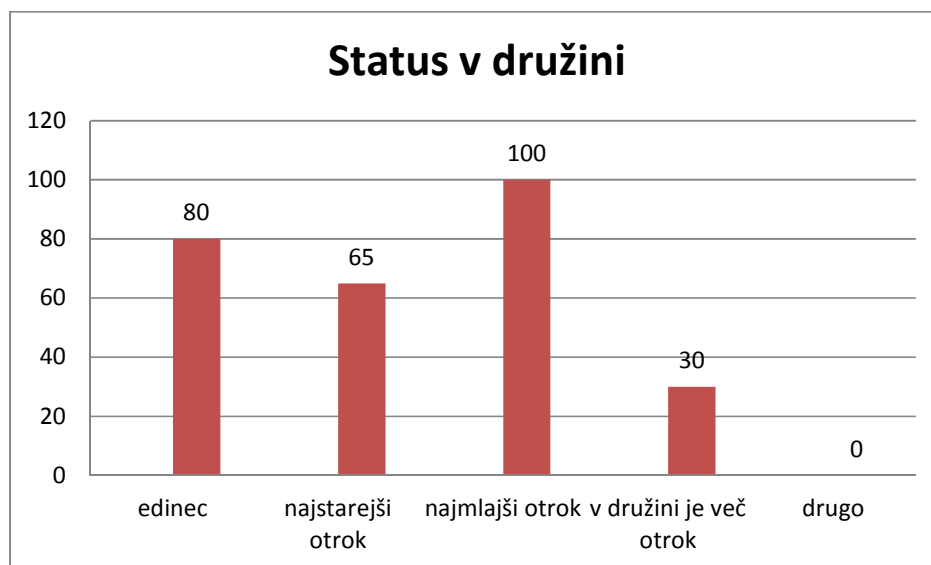
Anketirali sva mlade, stare do 20 let. Največ, kar 49%, jih je bilo starih od 17 do 18 let, 26% jih je bilo starih med 18 in 19 let, 7% do 16 let, 6% od 16 do 17 in najmanj jih je bilo starih nad 19 let (5%).

Izobraževalni program:



Največ anketirancev je hodilo na splošno gimnazijo (39%), 32% se jih je izobraževalo na srednje strokovni šoli, 17% na srednji poklicni šoli in 10% na strokovni gimnaziji.

Tvoj status v družini:

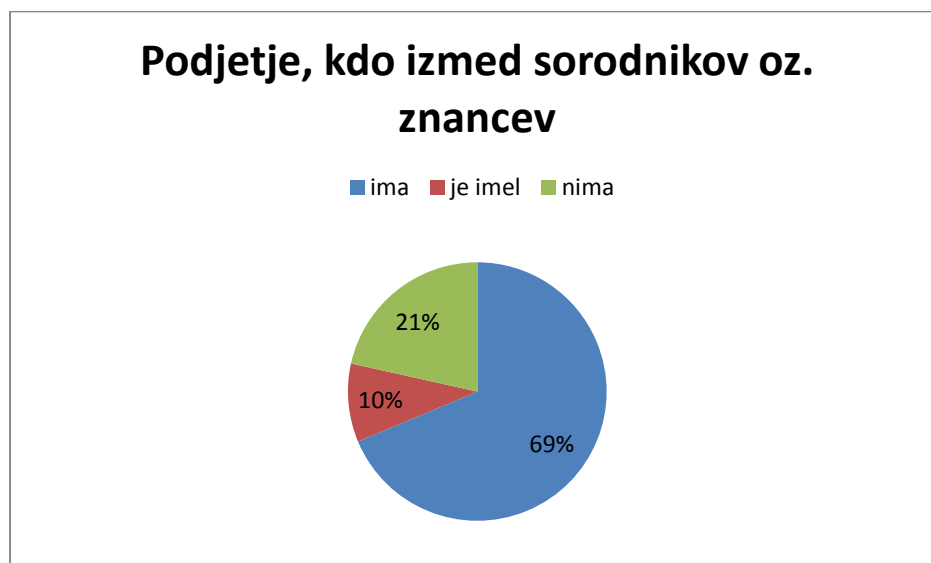


36% jih je odgovorilo, da so v družini najmlajši otrok, 28%, da so edinci, 23%, da so najmlajši otrok in 10%, v družini je več otrok.

1. Vprašanje: Ali poznaš koga, ki je podjetnik oz. se ukvarja s podjetništvom?



Večina anketirancev, kar 84%, pozna kakšnega podjetnika, 16% pa jih ne pozna.

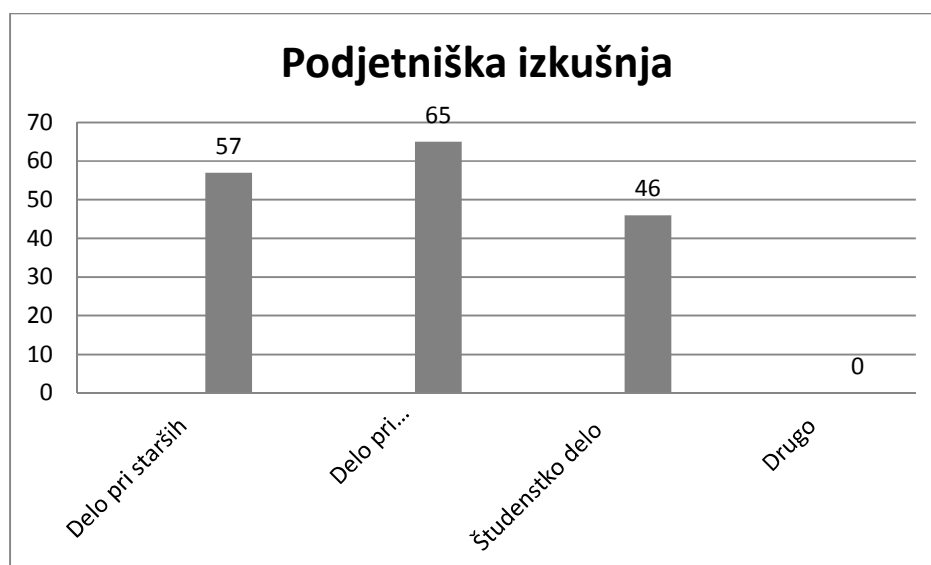
2. Vprašanje: Ali ima svoje podjetje kdo izmed sorodnikov oz. znancev?

Na vprašanje, ali ima podjetje kdo od sorodnikov oz. znancev, je 69% od tistih, ki so v prejšnjem vprašanju odgovorili z da, obkrožilo da jih ima, 21% da jih nima in 10% da je sorodnik oz. znanec imel v preteklosti svoje podjetje.

3. Vprašanje: Ali imaš sam že podjetniško izkušnjo?

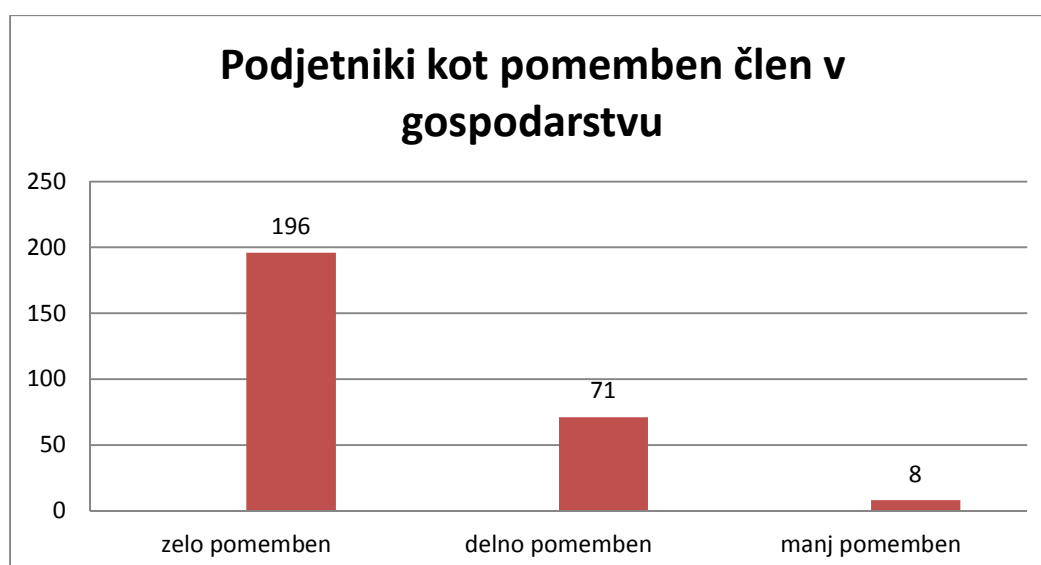
Več kot polovica, 63% mladih že ima podjetniško izkušnjo, ostali pa ne.

4. Vprašanje: Če si odgovoril z DA, kakšno?



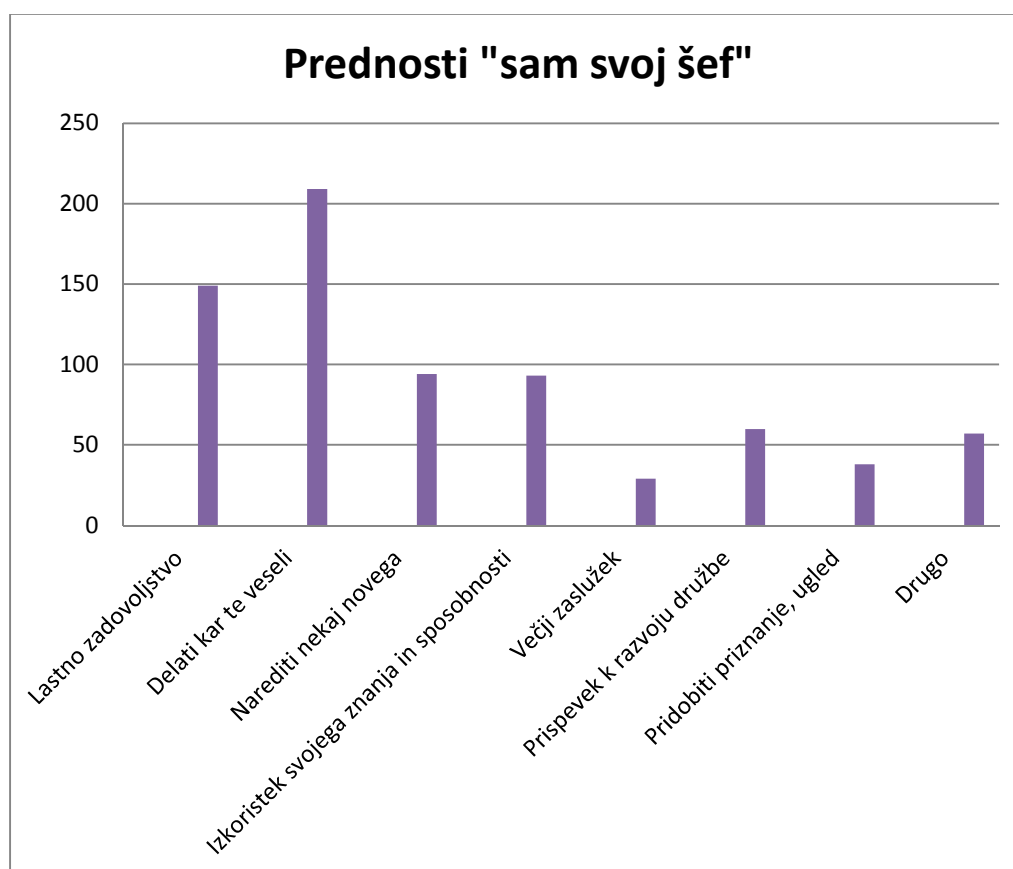
Od 168 anketirancev je 38% anketirancev, ki so že imeli podjetniško izkušnjo, je odgovorilo, da so delali pri prijateljih ali znancih, ki imajo svoje podjetje, 33% jih je odgovorilo, da pomagajo v domačem podjetju in 27%, da so že opravljali študentsko delo.

5. Vprašanje: Ali meniš, da so podjetniki pomemben člen, ki prispeva k gospodarski uspešnosti?



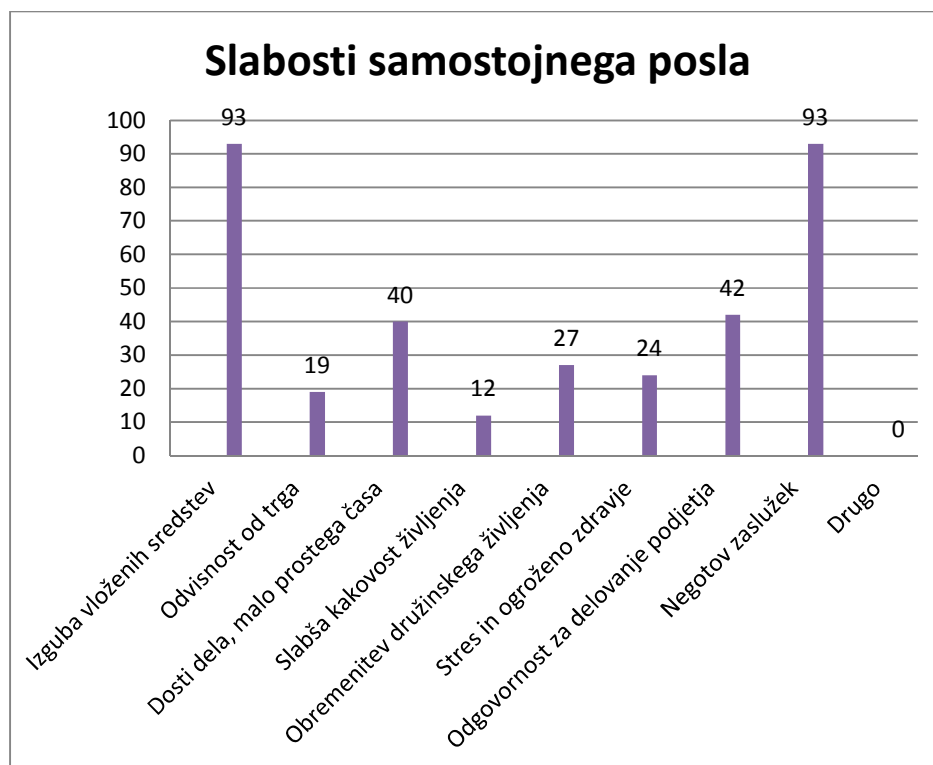
71% dijakov meni, da so podjetniki pomemben člen v gospodarstvu, 25% pa da so le delno pomembnih. Kar 2% dijakov meni, da so podjetniki manj pomembni.

6. Vprašanje: Kaj meniš, kakšne so prednosti, če si »sam svoj šef«?



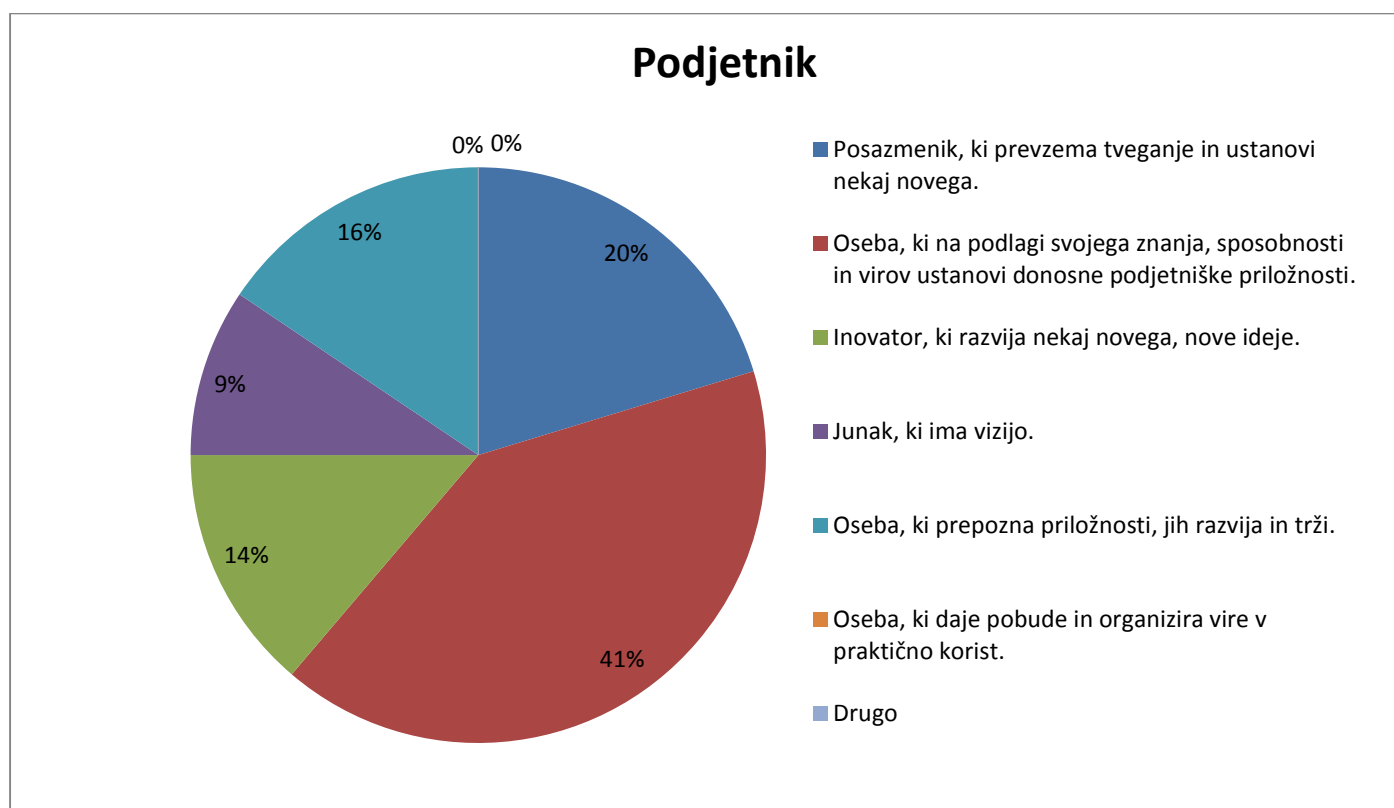
Pri tem vprašanju je bilo možno odgovoriti na 3 vprašanja. 54% dijakov meni, da je prednost lastno zadovoljstvo, 76% delati kar te veseli, 32% narediti nekaj novega, 28% izkoristitek svojega znanja in sposobnosti, 10% večji zaslužek, 21% prispevek k razvoju družbe, 14% pridobiti priznanje in ugled ter 21% drugo.

7. Vprašanje: Kaj meniš, kakšne so slabosti samostojnega podjetniškega posla?



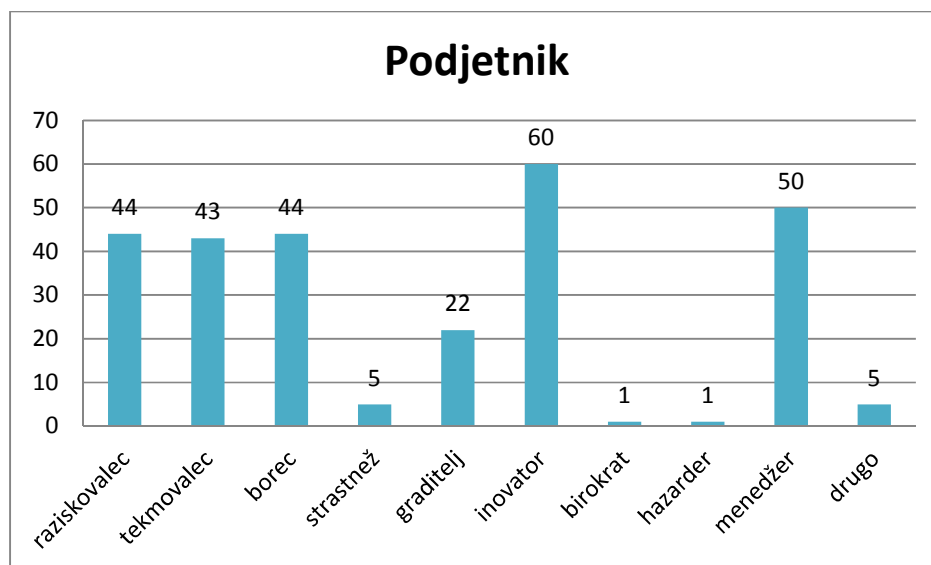
Pri tem vprašanju so lahko dijaki obkrožili do 3 odgovore. Kot slabost samostojnega posla vidi 67% dijakov izgubo vloženih sredstev ali negotov zaslužek, 15% odgovornost za delovanje podjetja, 14% veliko dela, malo prostega časa, 9% obremenitev družinskega življenja, 8% stres in ogroženo zdravje, 6% odvisnost od trga, 4% slabša kakovost življenja in za drugo 0% dijakov.

8. Vprašanje: Kako sam razumeš pojem podjetnik?



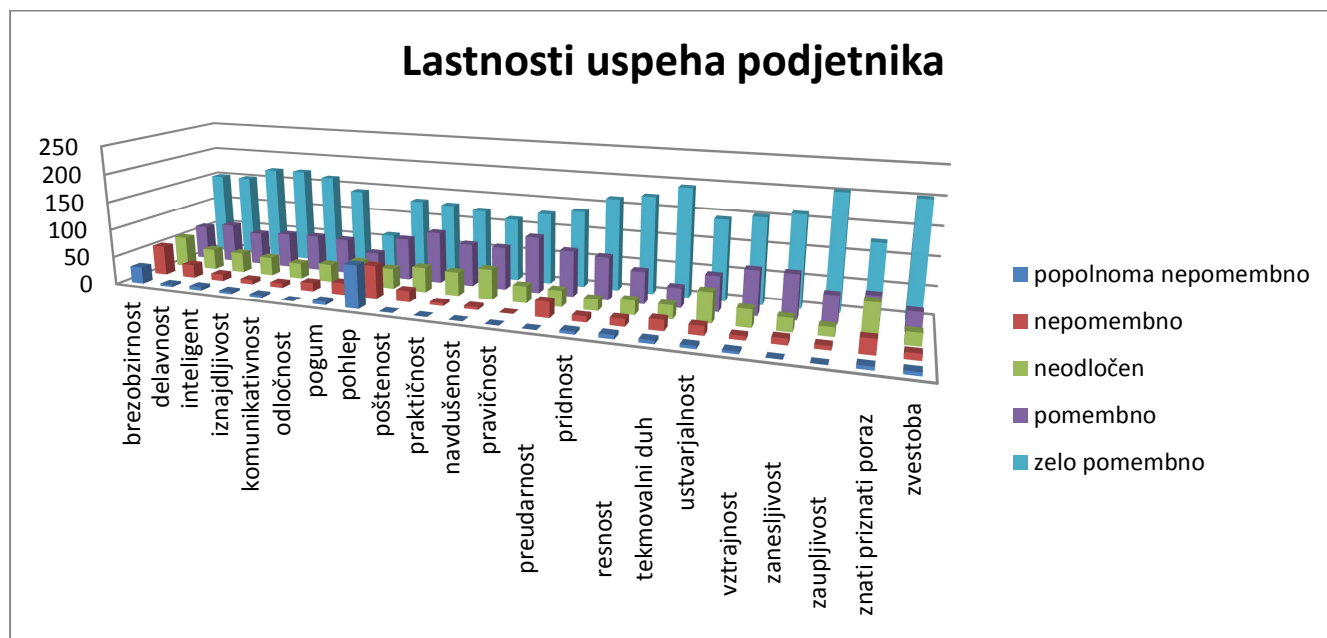
Kar 41% dijakov meni, da je podjetnik oseba, ki na podlagi svojega znanja, sposobnosti in virov ustanovi donosne podjetniške priložnosti. 20% dijakov je odgovorilo, da je podjetnik posameznik, ki prevzema tveganje in ustanovi nekaj novega. 16% se jih je odločilo za odgovor, da je podjetnik oseba, ki prepozna priložnosti, jih razvija in trži. 14% jih meni, da je podjetnik inovator, ki razvija nekaj novega, 9% pa da je to junak, ki ima vizijo.

9. Vprašanje: Kako si razlagaš pojem podjetnik?



21% dijakov si predstavlja, da je podjetnik inovator. 18% si ga predstavlja kot menedžerja, 32% kot borca ali raziskovalca, 15% kot tekmovalca, 7% kot graditelja, 3% kot strastneža ali drugo in 0,007% kot biokrata ali hazarderja.

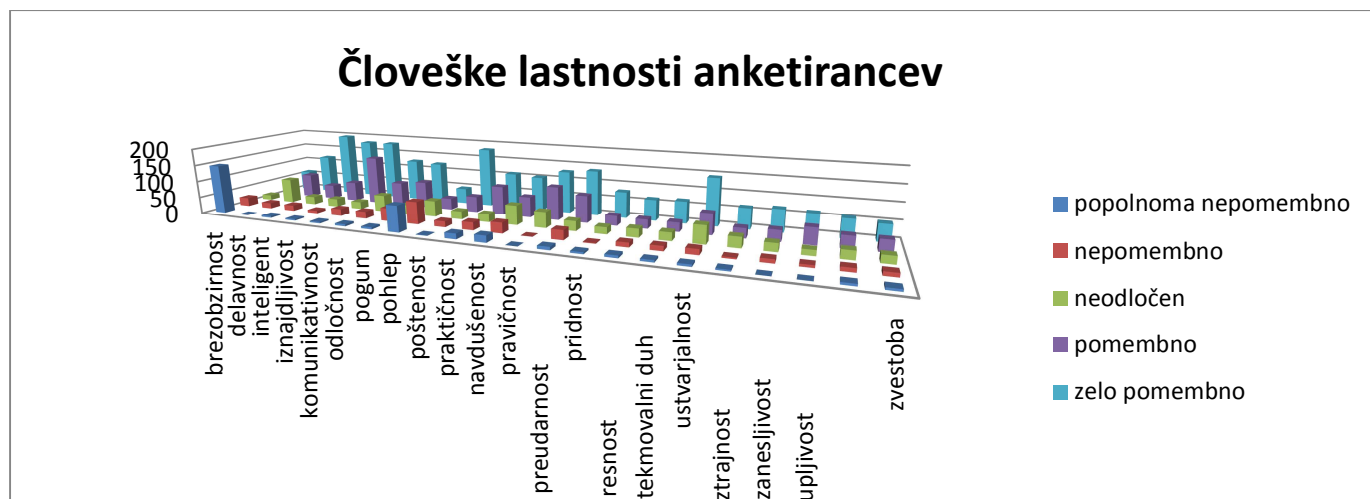
10. Vprašanje: Spodaj je naštetih več človeških dejavnosti, ki se povezujejo z uspešnostjo podjetnika. Kako pomembne so po vašem mnenju te lastnosti za uspeh podjetnika?



Dijaki menijo, da so najpomembnejše lastnosti podjetnika, da zna priznati poraz, da je ustvarjalen in da je pošten. Najbolj nepomemben se jim zdi pogum in brezobzirnost.

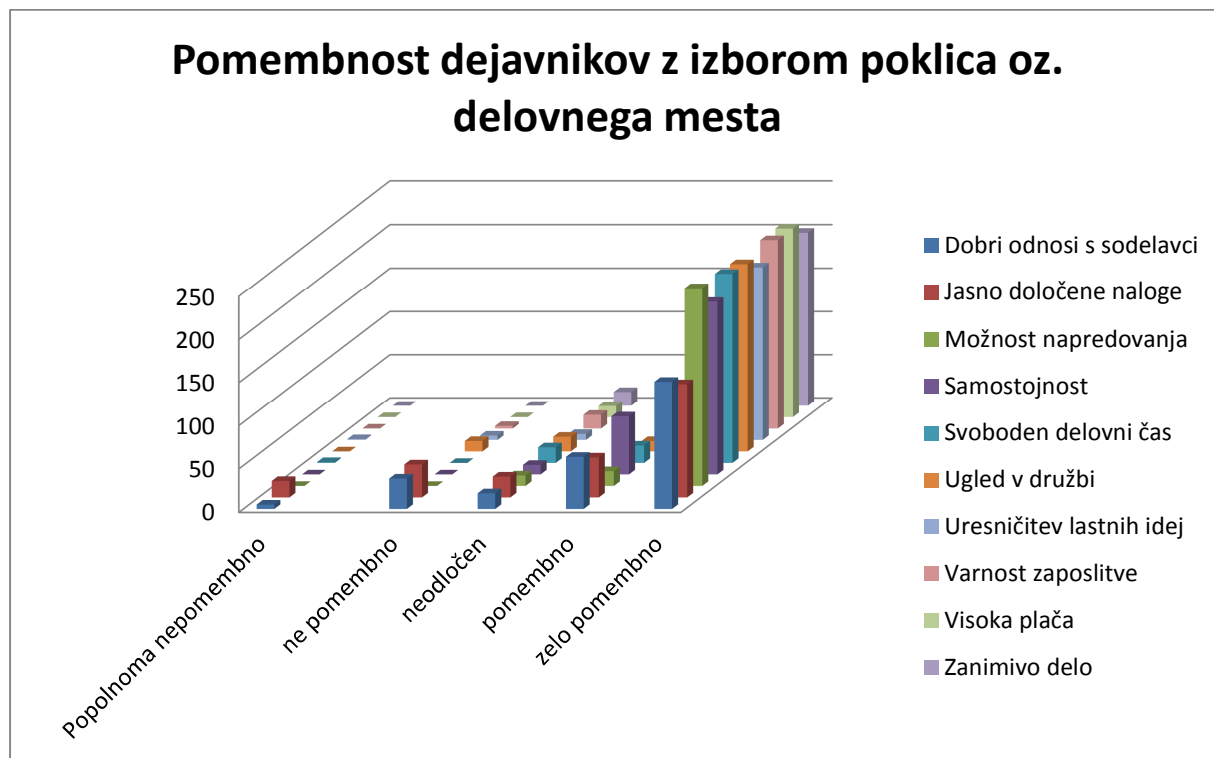
11. Vprašanje: Še enkrat so našteje različne človeške lastnosti.

Pri vsaki ocenite, v kakšni meri jo po vašem mnenju posedujete oz. je značilna za vas osebno!



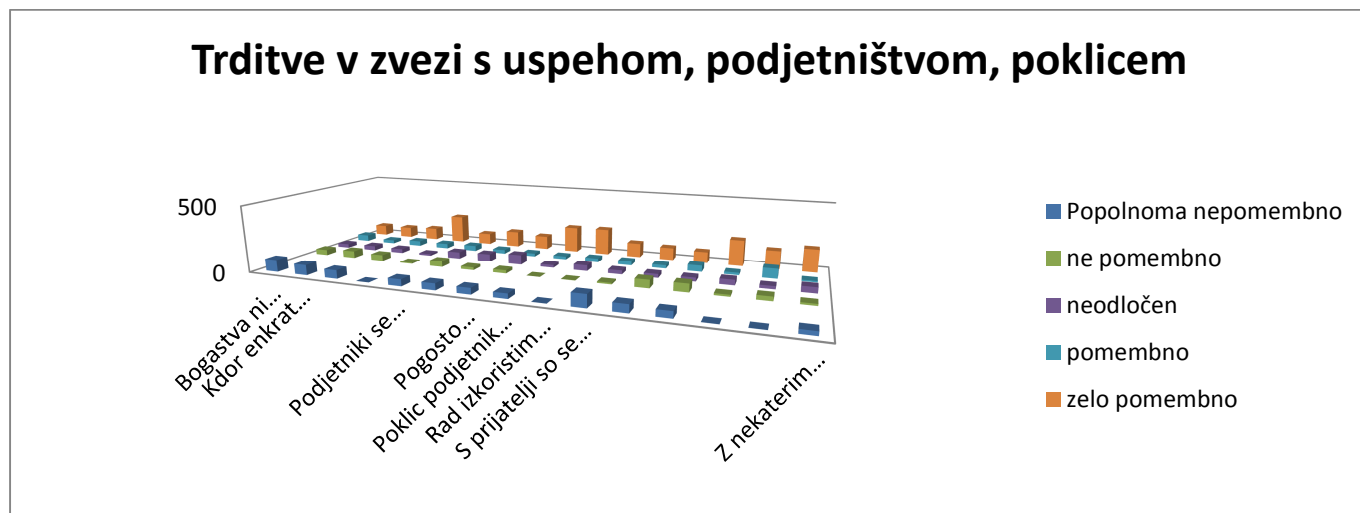
Pri opisu svojih lastnosti, so se dijaki opredelili najbolj za iznajdljive, pogumne, praktične in ustvarjalne. Najmanj pa za brezobzirne in pohlepne.

12. Vprašanje: Spodaj so naštet različni dejavniki, ki so povezani z izborom poklica oz. delovnega mesta. Ocenite, v kolikšni meri se vam zdijo pomembni!



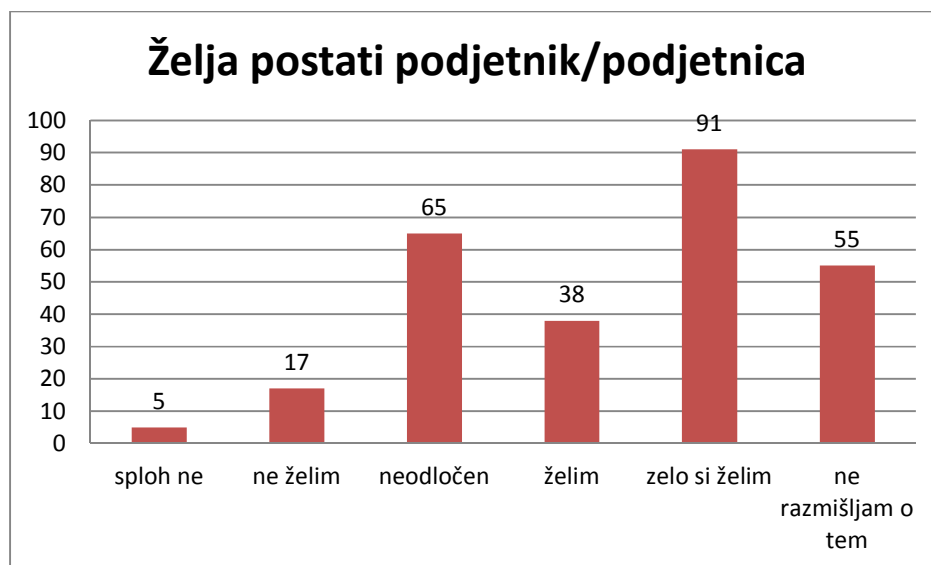
Najbolj pomembni dejavniki pri izboru poklica se jim zdijo možnost napredovanja, visoka plača, zanimivo delo in ugled v družbi. Najmanj pomembni pa dobri odnosi s sodelavci in jasno določene naloge.

13. Vprašanje: Pri tem vprašanju so našteje različne trditve v zvezi z uspehom, poklicem, in podjetništvom. V kolikšni meri se vi osebno strinjate z njimi?



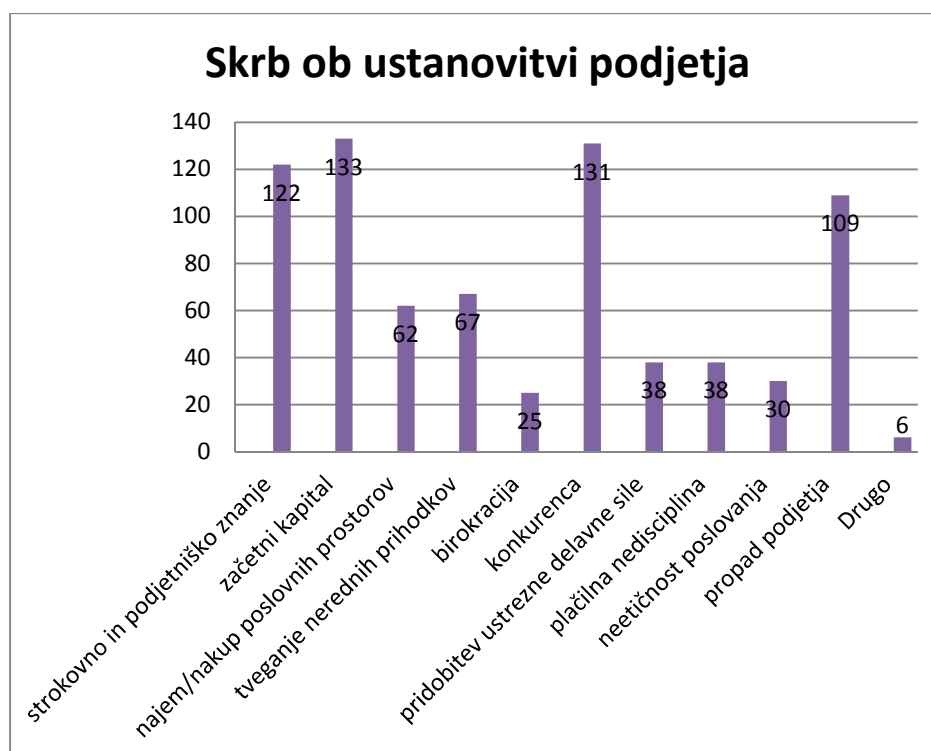
Postavili sva tudi nekaj trditev v zvezi z uspehom, podjetništvom in poklicem. V večji meri so se enakomerno strinjali oz. nestrinjali z njimi.

14. Vprašanje: Ali si želiš postati podjetnik/podjetnica?



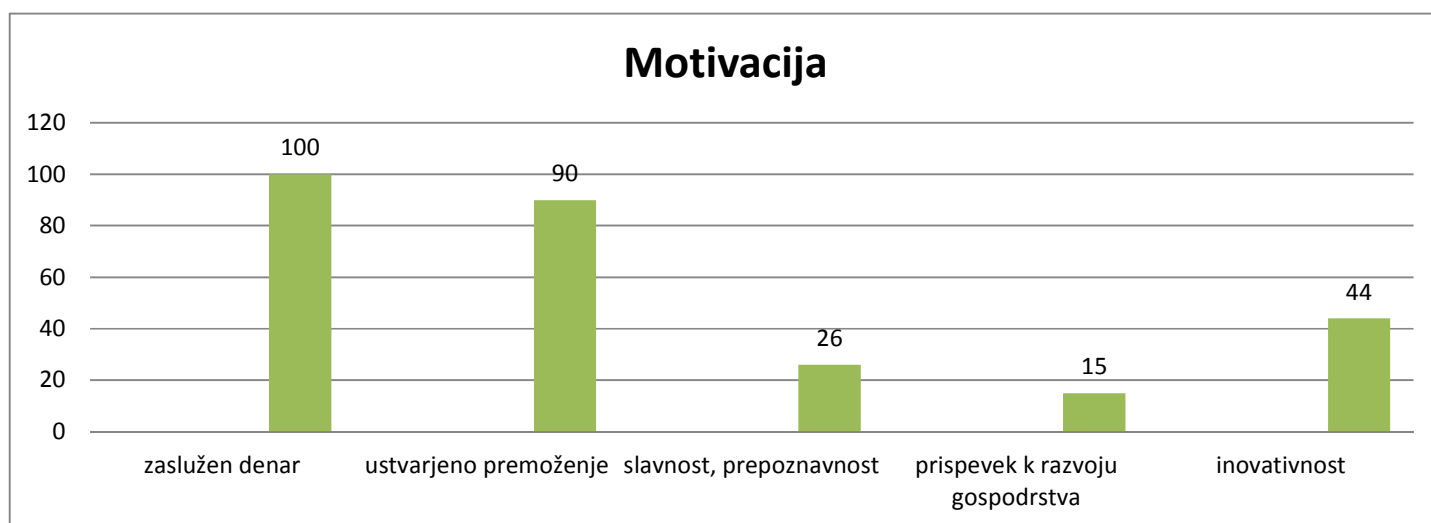
32% dijakov si zelo želi postati podjetnik/podjetnica, 22% jih je neodločenih, 19% jih ne razmišlja o tem, 13% jih želi, 6 jih ne želi, ter 1% sploh ne.

15. Vprašanje: Kaj bi te najbolj skrbelo ob ustanovitvi podjetja?



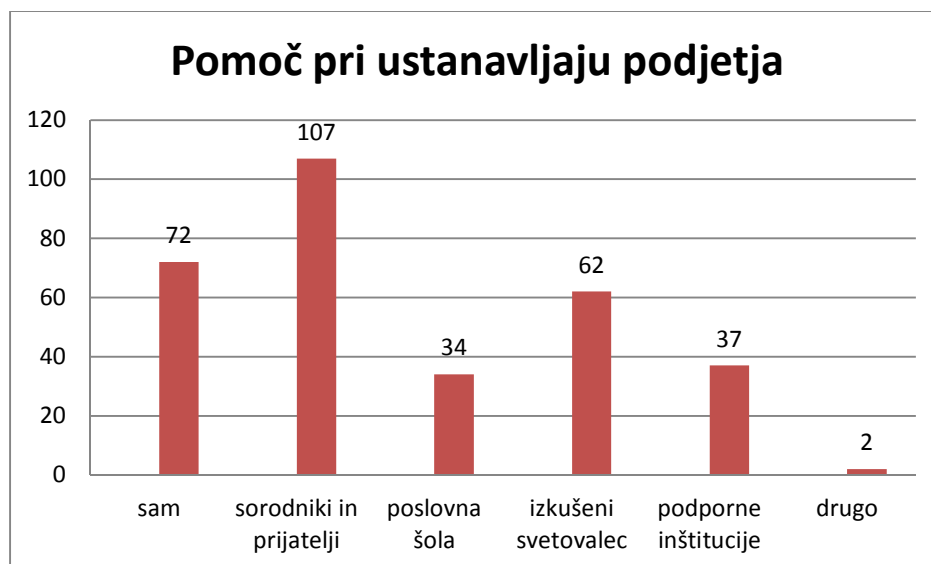
Pri tem vprašanju so dijaki lahko obkrožili največ tri odgovore. 44% dijakov se je odločilo, da je ena največjih skrbi strokovno in podjetniško znanje, 48%, da je to začetni kapital, 22% za najem/nakup poslovnih prostorov, 24% za tveganje nerednih prihodkov, 9% za birokracijo, 47% za konkurenco, 13% za pridobitev ustrezne delovne sile in plačilno nedisciplino, 10% za neetičnost poslovanja, 39% za propad podjetja in 2% za drugo.

16. Vprašanje: Kaj bi te kot podjetnika motiviralo?



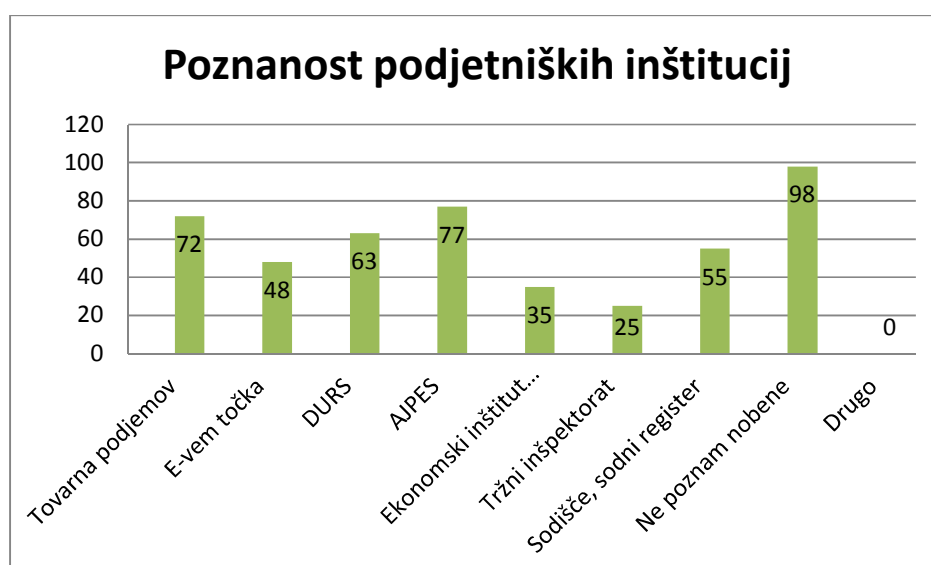
36% dijakov je odgovorilo, da bi jih kot podjetnike najbolj motiviral zaslužen denar, 32% dijakov ustvarjeno premoženje, 9% slavnost ter prepoznavnost, 4% prispevek k razvoju gospodarstva in družbe ter 15% dijakov inovativnost.

17. Vprašanje: Na koga bi se v svojem okolju obrnil za pomoč pri ustanavljanju podjetja?



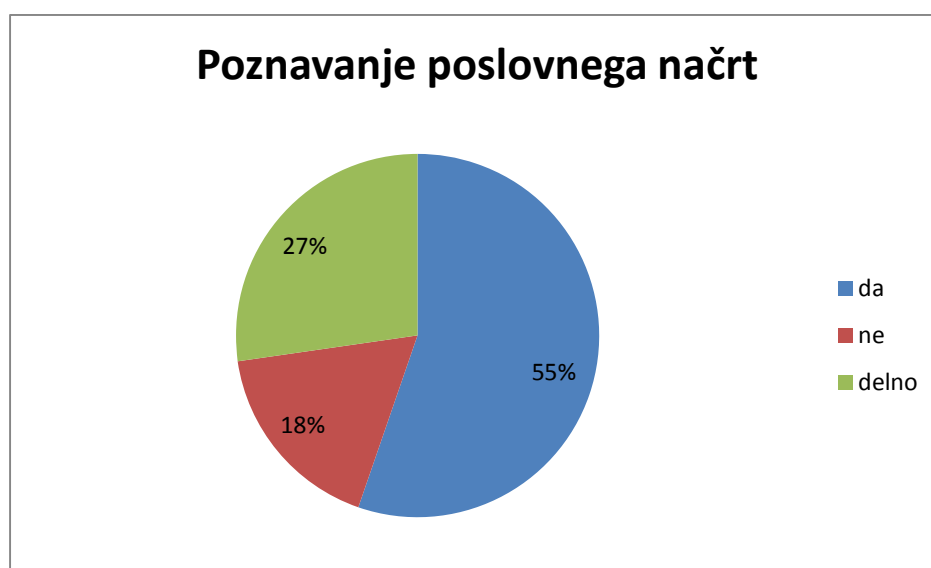
Pri tem vprašanju sta bila možna dva odgovora. V največji meri bi se za pomoč pri ustanavljanju podjetja obrnili na sorodnike in prijatelje, zato se je odločilo kar 38% dijakov. 26% dijakov za pomoč ne bi potrebovali nikogar, 12% bi se jih obrnilo na poslovne šole, 22% na izkušene svetovalce, 13% na podporne inštitucije ter 0,007% dijakov na nekoga drugega.

18. Vprašanje: Poznaš katero izmed podpornih inštitucij?



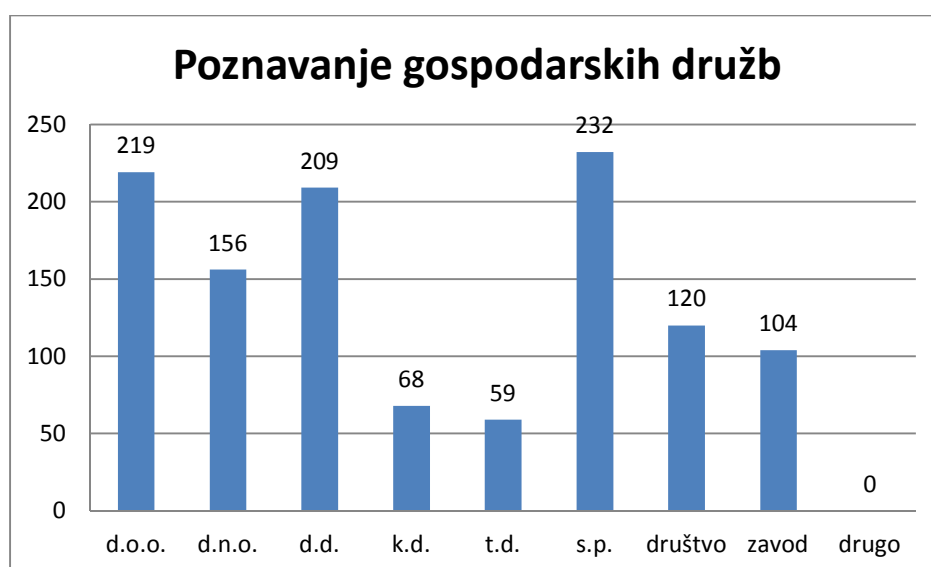
27% dijakov pozna Ajpes, Tovarno podjetjmov 26%, E-vem točko 17%, Durs 22%, Ekonomski inštitut Maribor 12%, Tržni inšpektorat 9%, Sodišče, sodni register 19%, ter 35% dijakov ne pozna nobene podporne inštitucije.

19. Vprašanje: Ali veš kaj je poslovni načrt?



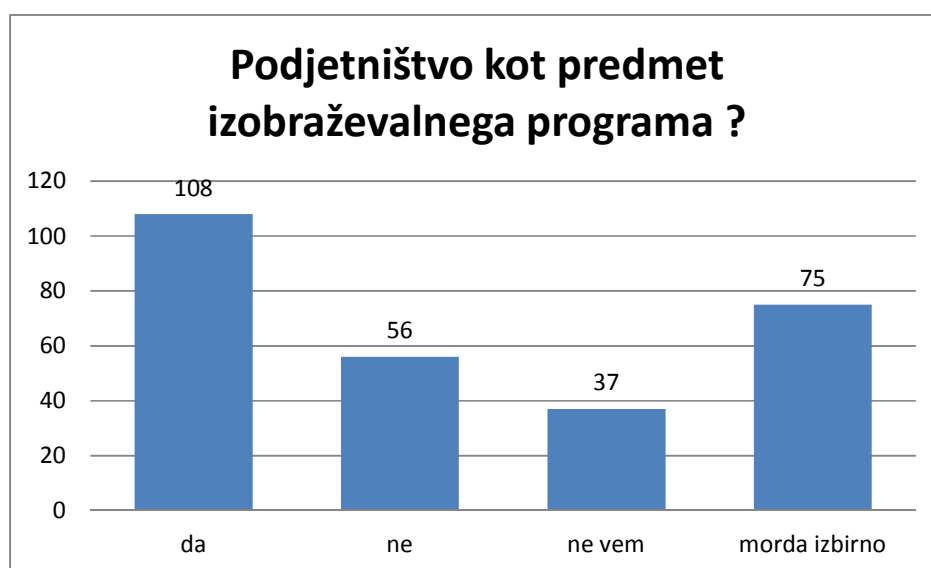
Poslovni načrt pozna 55% anketirancev, 27% ga pozna delno ter 18% ga sploh ne pozna.

20. Vprašanje: Za katere pravne oblike gospodarskih družb si že slišal-a?



V največji meri so slišal že za s.p. kar 84% dijakov, 80% za d.o.o., 75% za d.d., 56% za d.n.o. 43% za društvo, 37% za zavod, 24% za k.d., 21% za t.d., ter nihče za katero drugo.

21. Vprašanje: Ali meniš, da je predmet podjetništvo koristen in bi moral biti vključen v predmetnik tvojega izobraževalnega programa?



Podjetništvo kot šolski predmet se 39% dijakom zdi koristen, 28% bi ga vključilo v predmetnik svojega izobraževalnega programa izbirno, 20% dijakov ga ne bi želelo imeti na urniku ter 13% dijakov je neopredeljenih.

5.5. POTRDITEV HIPOTEZ

H1: Mladi se zavedajo pomena podjetništva za uspešno gospodarstvo.

H2: Mladi imajo podjetniške ideje in izkušnje.

H3: Mladi poznajo podpornih inštitucije.

H4: Želja mladih po lastnem podjetju je velika.

H5: Podjetniško znanje mladih ni zadovoljivo

5.6. SKLEPNA UGOTOVITEV

Dijaki so bili v povprečju stari nad 17 let. V večini obiskujejo splošne gimnazije in srednje strokovne šole. V večini so prvo rojeni otroci ali edinci. V svojem okolju se srečujejo s podjetniki, podjetje imajo tudi znanci oz. sorodniki. Sami že imajo podjetniške izkušnje. Opravljali so študentsko delo, prakso ter delo pri starših, ki so podjetniki. Zavedajo se, da so podjetniki pomemben člen pri uspešnosti gospodarstva. Prednosti če si »sam svoj šef« vidijo v lastnem zadovoljstvu, delati to kar jih veseli ter izkoristiti svoje znanje, manj pa kot prispevek v razvoju družbe ter pridobiti znanje in ugled. Pri samostojnem poslu bi jih skrbela izguba vloženih sredstev, negotov zaslužek, dosti dela ter malo prostega časa ter odgovornost, manj pa slabša kakovost življenja, stres in odvisnost od trga. Kot podjetnika si predstavljajo osebo, ki na podlagi svojega znanja, sposobnosti in virov ustanovi donosne podjetniške priložnosti. Podjetnika si predstavljajo kot inovatorja, menedžerja, raziskovalca ter tekmovalca. Najpomembnejše lastnosti podjetnika se jim zdijo zvestoba, zanesljivost, tekmovalen duh, zaupljivost, komunikativnost ter iznajdljivost. Pri sebi lahko prepoznajo ustvarjalnost, iznajdljivost, komunikativnost in praktičnost. Pri delu jim je najpomembnejša možnost napredovanja, dobri odnosi s sodelavci, varnost, visoka plača ter zanimivo delo. Želijo postati podjetniki ali so neopredeljeni ali pa o tem še sploh ne razmišljajo. Če bi ustanovili podjetje bi jih najbolj skrbela konkurenca, strokovno znanje, začetni kapital ter propad podjetja. V največji meri bi jih motiviral zaslužen denar ter ustvarjeno premoženje. Za pomoč pri ustanovitvi podjetja bi se obrnili na sorodnike in prijatelje, izkušene svetovalce ter podporne inštitucije. V največji meri poznajo Tovarno podjetij, AJPES, DURS ter sodni register ali pa sploh ne poznajo nobene podporne inštitucije. Več kot polovica dijakov pozna poslovni načrt ostala polovica pa ne oz. ga delno. Poznajo d.o.o., d.n.o., d.d., s.p. v manjši meri pa še društvo, zavod ter k.d. in t.d.

S podjetništvom se že srečujejo v šoli, večina bi ga vključila v predmetnik izbirno, manjšina ga ne bi želela imeti na urniku, nekaj dijakov pa je neopredeljenih.

7. LITERATURA IN VIRI

Internetni viri:

- <http://sl.wikipedia.org/wiki/Brainstorming>
- <http://www.racunovodja.com/clanki.asp?clanek=2082>
- - <http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje>
- <http://evem.gov.si/evem/tockeRazlike.evem>
- <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/ustanovitev-in-registracija-podjetja>
- <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/katero-obliko-podjetja-izbrati/samostojni-podjetnik-s.p.>
- <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/katero-obliko-podjetja-izbrati/druzba-z-omejeno-odgovornostjo-d.o.o>
- <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/katero-obliko-podjetja-izbrati/delniska-druzba-d.d>
- <http://www.podjetnik.si/default.asp?ClanekID=469>

Literatura:

- Boštjan Antonič..., 2002, Podjetništvo, Ljubljana: GV Založba
- Mitja Ruzzier..., 2008, Podjetništvo, Koper: Društvo za akademike in aplikativne raziskave
- Miroslav Glas, 2001, Podjetništvo 1; priročnik za učence, Ljubljana: Zavod Slovenije za šolstvo
- Miroslav Glas, 2002, Podjetništvo 2, pripravljam poslovni načrt; priročnik za učence, Ljubljana: Zavod Slovenije za šolstvo
- Gordon Dryden in dr. Jeanette Vos, 2001, Revolucija učenja, Ljubljana: Educy
- Miroslav Glas, Delavni zvezek Podjetništvo, 2000, Ljubljana: Zavod RS za šolstvo

6. PRILOGE

6.1. ANKETA

ANKETA: Odnos mladih do podjetništva

Sva, dijakinja, in letos sodelujeva v natečaju Mladi za napredek Maribora. V okviru natečaja pripravljava zanimivo raziskovalno nalogo in naju zanima kakšen odnos imajo mladi - dijaki do podjetništva in kateri dejavniki vplivajo nanj. Prosiva, da nama pri tem pomagate in na vprašalnik odgovorite resno in iskreno. Za odgovore in pripravljenost sodelovanja se zahvaljujema.

Spol

- a) M
- b) Ž

Starost

- a) do 16 let
- b) od 16 – 17 let
- c) od 17 – 18 let
- d) od 18 – 19 let
- e) nad 19 let

Izobraževalni program:

- a) splošna gimnazija
- b) strokovna gimnazija
- c) srednje strokovno izobraževanje
- d) srednje poklicno izobraževanje

Tvoj status v družini:

- a) sem edinec
- b) sem najstarejši otrok
- c) sem najmlajši otrok
- d) v družini je več otrok
- e) drugo _____

1. Ali poznaš koga, ki je podjetnik oz. se ukvarja s podjetništvom?

- a) da
- b) ne

2. Ali ima svoje podjetje kdo izmed tvojih sorodnikov oz. znancev?

- a) da ima
 - b) je imel
 - c) ne nima
3. **Ali imaš sam že podjetniško izkušnjo?**
- a) da
 - b) ne
4. **Če si odgovoril z DA, kakšno?**
- a) Starši so podjetniki, kjer pomagam
 - b) Prijatelji/sorodniki so podjetniki, kjer pomagam
 - c) Študentsko delo pri podjetju/podjetniku
 - d) Drugo: _____
5. **Ali meniš, da so podjetniki pomemben člen, ki prispeva k gospodarski uspešnosti?**
- a) zelo pomemben
 - b) delno pomemben
 - c) manj pomemben
6. **Kaj meniš, kakšne so prednosti, če si "sam svoj šef"? (obkroži največ tri odgovore)**
- a) Lastno zadovoljstvo.
 - b) Priložnost delati tisto, kar te veseli.
 - c) Priložnost narediti nekaj drugačnega, svojega.
 - d) Priložnost, da izkoristimo svoje znanje in sposobnosti.
 - e) Priložnost za večji zaslužek.
 - f) Priložnost prispevati k razvoju družbe.
 - g) Pridobiti priznanje, ugled.
 - h) Drugo _____
7. **Kaj meniš, kakšne so slabosti samostojnega podjetniškega posla? (obkroži največ tri odgovore)**
- a) Tveganje, da izgubiš vložena sredstva.
 - b) Negotov zaslužek.
 - c) Odvisnost od trga.
 - d) Dolge ure trdega dela, malo prostega časa.
 - e) Slabša kakovost življenja.
 - f) Obremenitev družinskega življenja.
 - g) Stres in ogroženo zdravje.
 - h) Popolna odgovornost za delovanje podjetja.
8. **Kako sam razumeš pojem podjetnik? (en odgovor)**
- a) Je posameznik, ki prevzema tveganje in ustanovi nekaj novega.
 - b) Je oseba, ki na podlagi svojega znanja in sposobnosti in virov ustvarja donosne podjetniške priložnosti.

- c) Je inovator, ki razvija nekaj novega, nove ideje.
- d) Je junak, ki ima vizijo.
- e) Je oseba, ki prepozna priložnosti, jih razvija in trži.
- f) Je oseba, ki daje pobude in organizira vire v praktično korist.
- g) Drugo_____.

9. Kako še razlagaš pojem podjetnik? (en odgovor)

- a) raziskovalec
- b) tekmovalec
- c) borec
- d) strastnež
- e) graditelj
- f) inovator
- g) birokrat
- h) hazarder
- i) menedžer
- j) drugo_____

10. Spodaj je naštetih več človeških dejavnosti, ki se povezujejo z uspešnostjo podjetnika. Kako pomembne so po vašem mnenju te lastnosti za uspeh podjetnika?

Ogovorite s pomočjo 5-stopenjske lestvice, pri kateri pomeni

	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
	Popolnoma nepomembno					zelo pomembno					
	ne pomembno					pomembno					
a.) brezobzirnost	1	2	3	4	5	l.) pravičnost	1	2	3	4	5
b.) delavnost	1	2	3	4	5	m.) preudarnost	1	2	3	4	5
c.) inteligentnost	1	2	3	4	5	n.) pridnost	1	2	3	4	5
d.) iznajdljivost	1	2	3	4	5	o.) resnost	1	2	3	4	5
e.) komunikativnost	1	2	3	4	5	p.) tekmovalni duh	1	2	3	4	5
f.) odločnost	1	2	3	4	5	q.) ustvarjalnost	1	2	3	4	5
g.) pogum	1	2	3	4	5	r.) vztrajnost	1	2	3	4	5
h.) pohlep	1	2	3	4	5	s.) zanesljivost	1	2	3	4	5
i.) poštenost	1	2	3	4	5	t.) zaupljivost	1	2	3	4	5
j.) praktičnost	1	2	3	4	5	u.) znati priznati poraz	1	2	3	4	5
k.) navdušenost	1	2	3	4	5	v.) zvestoba	1	2	3	4	5

11. Še enkrat so naštete različne človeške lastnosti.

Pri vsaki ocenite, v kakšni meri jo po vašem mnenju posedujete oz. je značilna za vas osebno!

Ogovorite s pomočjo 5-stopenjske lestvice, pri kateri pomeni

	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Popolnoma nepomembno	ne pomembno				neodločen	pomembno	zelo pomembno				
a.) brezobzirnost	1	2	3	4	5	l.) pravičnost	1	2	3	4	5
b.) delavnost	1	2	3	4	5	m.) preudarnost	1	2	3	4	5
c.) inteligentnost	1	2	3	4	5	n.) pridnost	1	2	3	4	5
d.) iznajdljivost	1	2	3	4	5	o.) resnost	1	2	3	4	5
e.) komunikativnost	1	2	3	4	5	p.) tekmovalni duh	1	2	3	4	5
f.) odločnost	1	2	3	4	5	q.) ustvarjalnost	1	2	3	4	5
g.) pogum	1	2	3	4	5	r.) vztrajnost	1	2	3	4	5
h.) pohlep	1	2	3	4	5	s.) zanesljivost	1	2	3	4	5
i.) poštenost	1	2	3	4	5	t.) zaupljivost	1	2	3	4	5
j.) praktičnost	1	2	3	4	5	u.) znati priznati poraz	1	2	3	4	5
k.) navdušenost	1	2	3	4	5	v.) zvestoba	1	2	3	4	5

12. Spodaj so naštetih različnih dejavnikov, ki so povezani z izborom poklica oz. delavnega mesta. Ocenite, v kolikšni meri se vam zdijo pomembni!

Ogovorite s pomočjo 5-stopenjske lestvice, pri kateri pomeni

	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Popolnoma nepomembno	ne pomembno				neodločen	pomembno	zelo pomembno				
a.) Dobri odnosi s sodelavci	1	2	3	4	5	f.) Ugled v družbi	1	2	3	4	5
b.) Jasno določene naloge	1	2	3	4	5	g.) Uresničitev lastnih idej	1	2	3	4	5
c.) Možnost napredovanja	1	2	3	4	5	h.) Varnost zaposlitve	1	2	3	4	5
d.) Samostojnost	1	2	3	4	5	i.) Visoka plača	1	2	3	4	5
e.) Svoboden delovni čas	1	2	3	4	5	j.) Zanimivo delo	1	2	3	4	5

13. Pri tem vprašanju so naštetih različne trditve v zvezi z uspehom, poklicem, in podjetništvom. V kolikšni meri se vi osebno strinjate z njimi?

	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Sploh se ne strinjam	se ne strinjam			ne odločen	strinjam se		popolnoma se strinjam				
a.) Bogastva ni mogoče pridobiti na pošten način.							1	2	3	4	5
b.) Kdor enkrat propade je slab podjetnik.							1	2	3	4	5
c.) Materialne dobrine dajejo življenju smisel.							1	2	3	4	5
d.) Moji starši bi bili ponosni name, če bi ustanovil podjetje.							1	2	3	4	5
e.) Podjetniki se ženejo samo za denar.							1	2	3	4	5
f.) Podjetniki v šoli niso bili posebej uspešni.							1	2	3	4	5
g.) Pogosto razmišljam o novih idejah, s katerimi bi se dalo zaslužiti.							1	2	3	4	5
h.) Poklic podjetnik je vreden spoštovanja.							1	2	3	4	5
i.) Rad izkoristim priložnost za zaslužek.							1	2	3	4	5
j.) S prijatelji so se že pogovarjali o tem, kako bi ustanovili podjetje.							1	2	3	4	5

k.) Šolsko znanje podjetniku bolj malo koristi za uspeh.	1	2	3	4	5
l.) Uspešen podjetnik je tisti, ki si lahko privoščiti razkošje.	1	2	3	4	5
m.) Vedno hočem imeti dovolj časa za družino in prijatelje.	1	2	3	4	5
n. Vsak človek je lahko uspešen podjetnik, če hoče.	1	2	3	4	5
o. Z nekaterim učitelji smo se že pogovarjali po podjetništvu.	1	2	3	4	5

14. Ali si želiš postati podjetnik/podjetnica?

1	2	3	4	5	X
sploh ne	ne želim	neodločen	želim	zelo si želim	ne razmišljam o tem

15. Kaj bi te najbolj skrbelo ob ustanovitvi podjetja? (največ tri odgovori)

- a) ali imam dovolj strokovnega in podjetniškega znanja
- b) začetni kapital
- c) najem/nakup poslovnih prostorov
- d) tveganje nerednih prihodkov
- e) birokracija
- f) konkurenca
- g) pridobitev ustrezne delovne sile
- h) plačilna nedisciplina
- i) neetičnost poslovanja
- j) propad podjetja
- k) drugo _____

16. Kaj bi te kot podjetnika motiviralo?

- a) zaslužen denar
- b) ustvarjeno premoženje
- c) da postanem slaven, prepoznaven
- d) da prispevam k razvoju gospodarstva in družbe
- e) da razvijem nekaj inovativnega, kar ni uspelo se nikomur
- f) drugo _____

17. Na koga bi se v svojem okolju obrnil za pomoč pri ustanavljanju podjetja? (dva odgovora)

- a) le nase
- b) na sorodnike in prijatelje

- c) na poslovno šolo
- d) na območnega izkušenega svetovalca
- e) na podporne podjetniške inštitucije
- f) drugo_____

18. Poznaš katero izmed podpornih podjetniških inštitucij? (več odgovorov)

- a) Tovarna podjetmov
- b) E-vem točka
- c) DURS
- d) AJPES
- e) Ekonomski inštitut Maribor
- f) Tržni inšpektorat
- g) Sodišče, sodni register
- h) Drugo_____

19. Ali veš kaj je poslovni načrt podjetja?

- a) da
- b) ne
- c) delno

20. Za katere pravne oblike gospodarskih družb si že slišal-a?

- a) d.o.o.
- b) d.n.o
- c) d.d.
- d) k.d.
- e) t.d.
- f) s.p.
- g) društvo
- h) zavod
- i) Drugo_____

21. Ali meniš, da je predmet podjetništvo koristen in bi moral biti vključen v predmetnik tvojega izobraževalnega programa?

- a) da
- b) ne
- c) ne vem
- d) morda izbirno

HVALA ZA SODELOVANJE!

6.2 PODJETNIŠKI TESTI

Vaja 3.7 ALI SI OSEBNOST ZA PODJETNIKA ?



Jaz
bom uspešen podjetnik, saj sem se kot tak že rodil.

Ali misliš, da je biti podjetnik kar tako?
Predlagam, da vsak zase izpolniva tele teste in
vprašalnike, potem bova pa videla, kakšne
zmožnosti imava.



DA NE

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. Si želiš službo, ki bi trajala od sedme do petnajste ure? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Neprijetno bi ti bilo, če bi moral naokoli iskati kupce in prodajati? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1. Starši bi te v celoti podprli pri odločitvi za samostojen posel? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Si zdrav in v dobri fizični kondiciji? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Sovražiš izpolnjevanje formularjev, pisanje poročil, evidenc? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Si želiš stalen in zanesljiv zaslužek? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Imaš proizvod ali storitev, ki bi se dobro prodajala? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Želiš, da nekdo drug nosi odgovornost za odločitve? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Želiš imeti prosto ob koncu tedna? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Imaš denar, ki ga želiš angažirati za tvegan posel? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Želiš dobro / mirno spati? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Neprijetno se počutiš v novih situacijah? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. Znaš pridobiti dodatna sredstva od drugih oseb? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. Ne želiš delati sam, za svoj račun? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. Si popolnoma privržen svoji ideji, viziji? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. Neprijetno ti je, če moraš opravljati več stvari hkrati? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. Če se spoprijemaš s problemom, ne želiš poiskati pomoč strokovnjaka? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. Pomembneje je, da si vse boljši, kot pa to, da premagaš konkurenta? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. Osnovna motivacija je denar in možnost kontrole drugih? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. Meniš, da je uspeh predvsem stvar sreče ali pa je usojen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. Rad tvegaš, če je možnost uspeha ena od treh? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. Rad se lotiš stvari, ki je zelo tvegana, vendar obeta visok dobiček? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21. Denar ti je pomemben, ker omogoči nov posel, da izrabim priložnost? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Kaj meniš, kateri odgovori odkrivajo podjetniške lastnosti?
- Preštej, kolikokrat si odgovoril na podjetniški način.
- V razredu poiščite pet tistih, ki so največkrat odgovorili na podjetniški način.

Vaja 3.8 ALI SEM OSEBNOST ZA PODJETNIKA ?

PODJETNIŠKE LASTNOSTI

	DA	NE
- imam pustolovsko žilico, rad grem v negotovost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- imam močan občutek potrebe po dosežkih	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- želim početi stvari, ki me bodo osebno zadovoljile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- sem samozavesten, opiram se predvsem nase	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- izrazito sem usmerjen k ciljem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- sem inovativen, ustvarjalen, spreten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pripravljen sem se prilagoditi, odzvati na spremembe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- sem vztrajen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pripravljen sem trdo delati, vložiti vso energijo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- sem izrazito pozitivno naravnani	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- sem zelo privržen stvari, ki jo izberem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Če si odgovoril z DA na večji del naštetih lastnosti, imaš talent za podjetniško ravnanje.

PODJETNIŠKE ZMOŽNOSTI

	RAVEN RAZVITOSTI ZMOŽNOSTI				
	1	2	3	4	5
- ustvarjalno razmišljanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- raziskovanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- načrtovanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- odločanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- organizacija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- komuniciranje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- razvijanje skupin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- upravljanje z denarjem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- shranjevanje dokumentacije (urejenost mize ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- vodenje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- postavljanje ciljev	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- oblikovanje kroga znancev	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- pogajanja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SEŠTEVEK TOČK					

Če si dosegel skupaj več kot 48 točk, imaš veliko zmožnosti podjetnikov.

Vaja 3.9 PODJETNIŠKI PROFIL (TEST)



No, koliko podjetniških
zmožnosti imaš? Verjetno
ne kaj dosti.

Zmožnosti lahko tudi pridobim. Zato sem se
pa vpisal v program ekonomske gimnazije. Zanima me, ali
bi znal ti, ki si tako brihten, tudi podjetno
ravnati?



ODGOVOR - TOČKE

4 3 2 1 0

1. ZAUPANJE VASE - Ali

- | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| A uresničiš svoje ideje? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B greš po svoji poti? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C nočeš, da te usmerjajo? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Č se zlahka pogovoriš z nekom, ki ga prvič srečaš? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D zaupaš v svoje zmožnosti? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2. NEODVISNOST

- | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| A si uspešen v osebnih dejanjih? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B si zmožen oblikovati lastno mnenje o stvareh? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C si vesel, če lahko delaš sam? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Č se znajdeš v večini situacij? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D si sposoben prevzeti odgovornost? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3. TRDNA ODLOČENOST - Ali

- | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| A delaš nalogo, dokler ni opravljena? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B skušaš vselej najti drugačne, alternativne rešitve? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C greš vselej do meja svojih zmožnosti? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Č nadaljuješ, kjer so drugi naleteli na težave? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D se veseliš novih izzivov? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

4. PRILAGODLJIVOST - Ali

- | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| A se odzivaš na spremenjene razmere? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B se vedno na neki način znajdeš v problemu? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C izkoristiš priložnosti, če se pojavijo? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Č skušaš videti stvari z vidika drugih? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D se učiš iz izkušenj - dobrih in slabih? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5. ODNOS DO TVEGANJA - Ali

- | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| A podpreš le zmagovalce? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B se izogibaš velikim tveganjem? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C se dolgočasiš, če ni izzivov? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Č skušaš zmanjšati izgube? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D se lotiš le nalog, kjer si prepričan v uspeh? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

ODGOVOR - TOČKE

4 3 2 1 0

6. ODLOČANJE - Ali

- A znaš sprejeti odločitve?
- B pozorno upoštevaš različne možnosti?
- C si vselej zadovoljen s svojo odločitvijo?
- Č si uspešen pri izvajanju odločitev?
- D paziš, da imaš vse potrebne informacije?

7. VODENJE - Ali lahko

- A dosežeš, da drugi naredijo, kar ti hočeš?
- B dosegaš svoje lastne cilje?
- C zlahka organiziraš stvari?
- Č oceniš, kako drugi reagirajo ob tebi?
- D nudiš oporo drugim?

8. USTVARJALNOST - Ali

- A se vsedeš in zasanjaš?
- B vidiš za probleme več kot le eno rešitev?
- C uživaš v vajah viharjenja idej?
- Č razvijaš ideje tudi za druge?
- D preučiš, kako si lahko pomagaš z idejami drugih?

Koliko točk si dosegel? V vprašalniku so nekatere kvalitete, ki naj bi jih imele podjetne osebe. Rezultate lahko uporabiš tako, da vrišeš v naslednjo sliko krivuljo, ki kaže tvoje prednosti in slabosti. S tem si lahko pomagaš pri razmišljanju, kako bi slabosti zmanjšal z usposabljanjem ali pa s tem, da pridobiš sodelovanje ustrezne druge osebe, ki ima tovrstne kvalitete.

V naslednjo sliko vriši točke za vsako od lastnosti posamezne skupine. Točke poveži z ravnimi črtami. Vrhovi (na desni strani) kažejo na tvoje prednosti, doline na slabosti. Premisli, kako bi lahko z usposabljanjem izboljšal ta svoj podjetniški profil.

ŠTEVILO TOČK

KVALITETE	0	5	10	15	20
ZAUPANJE VASE					
NEODVISNOST					
TRDNA ODLOČENOST					
PRILAGODLJIVOST					
ODNOS DO TVEGANJA					
ODLOČANJE					
VODENJE					

Vaja 4.12 ISKANJE POSLOVNIH IDEJ (4) – VPRAŠALNIK ZA PREVERJANJE POSLOVNIH IDEJ

Če tvoja ideja nima možnosti, da bi uspela, si seveda z njo ne moreš dosti pomagati.

POSLOVNA IDEJA:

	<i>Da</i>	<i>Nisem prepričan</i>	<i>Ne</i>	<i>Potrebujem dodatne informacije (katere)?</i>
1. Ali je to lahko posel in ali se bo ta posel lahko nadaljeval v prihodnje?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
2. Ali lahko posel v celoti opravite sami oziroma s pomočjo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
3. Ali bo dovolj ljudi kupovalo proizvod / storitev?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
4. Ali ste lahko »boljši« od konkurentov?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
5. Ali dovolj dobro poznate konkurente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
6. Ali veste, kakšne cene lahko zahtevate?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
7. Ali lahko prodajate po ceni, ki vam omogoča zaslužek?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
8. Ali dobro poznate »potrebe« kupcev, ki jih skušate zadovoljiti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
9. Ste svojo idejo že preizkusili na trgu (na majhnem vzorcu kupcev)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
10. Ali je proizvod / storitev varna za uporabo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
11. Je ta posel zakonit? Ga predpisi dovoljujejo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
12. Ali lahko »najamete« oziroma »kupite« posebne zmožnosti, ki jih rabite?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
13. Ali veste, koliko denarja potrebujete za začetek poslovanja?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
14. Lahko začnete posel najprej kot postranski, začasni posel?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
15. Ali se spleča idejo razvijati dalje, dopolniti, razširiti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
16. Ali tudi drugi (bančniki, dobavitelji, kupci) menijo, da je ideja dobra?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
17. Je lokacija zelo pomembna?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

7.3 PRIMER POSLOVNEGA NAČRTA

POSLOVNI NAČRT



Klavzula o poslovni skrivnosti:

Ta poslovni načrt se ne sme fotokopirati, če mu tega ne dovolita avtorici, zaradi avtorske zaščite.

PRILOGA

KAZALO

1.1	POVZETEK	3
2	OPIS PODJETJA	3
2.1	Osnovni <i>podatki</i>	3
2.2	<i>Poslanstvo</i>	4
2.3	Vizija	5
2.4	Cilji.....	5
2.5	Delovni čas.....	5
3	PANOGA, PODJETJE PROIZVODI/STORITVE	5
3.1	Ponudba.....	6
3.2	Obseg ponudbe.....	6
3.2.1.	Dejavniki uspešnosti v panogi.....	6
3.2.2	Možnost sprememb v prihodnih letih.....	6
3.3	Opis storitve.....	7
3.3.1	Opis storitve s tehnične strani.....	7
3.3.2	Zadovoljevanje kupčevih potreb.....	7
4	RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA	NAPAKA! ZAZNAMEK NI DEFINIRAN.
5	MARKETING	NAPAKA! ZAZNAMEK NI DEFINIRAN.
5.1	Politika izdelka.....	NAPAKA! ZAZNAMEK NI DEFINIRAN.
5.2	POLITIKA CENE	12
5.3	Politika komuniciranja.....	13
6	RAZVOJ IN PROIZVODNJA	14
6.1	NAČRT NABAVE	14
6.2	Načrt zaposlovanja	15
6.3	Motivacija.....	15
6.4	Nadzor kakovosti.....	16
6.5	ZAKONODAJA IN PREDPISI	NAPAKA! ZAZNAMEK NI DEFINIRAN.
7	MENEDŽEMENT, OTRGANIZACIJA, LASTNIŠTVO	NAPAKA! ZAZNAMEK NI DEFINIRAN.
7.1	Opis zaposlenih.....	18
7.1.1	Opis vodstvenega kadra.....	18
7.1.2	Lastnosti zaposlenih.....	18

7.1.3 Oddelki in naloge.....	19
7.2 Motivacija.....	20
8 FINANČNA ANALIZA POSLOVANJA.....	22
9 OCENA TVEGANJA IN PROBLEMOV	NAPAKA! ZAZNAMEK NI DEFINIRAN.
10 PRILOGE.....	26
10.1 Življenjepis.....	26
10.1.1 Življenjepis lastnice Sare Bračič.....	26
10.1.2 Življenjepis lastnice Maruške Pisar.....	26
10.2 Rezultati ankete o nakupu avtomobilov in storitev.....	27
11 PROPAGANDNI MATERIAL.....	32

1.1 POVZETEK

Vsak podjetnik mora najprej izbrati zamisel, zanimivo idejo in jo spremeniti v poslovno priložnost. Prav tako mora podjetnik izbrati takšno dejavnost, ki ga veseli. Naša podjetniška skupina je izbrala avto hišo.

Naša želja je seveda poslovati uspešno in učinkovito.

Osnovni partner s katerim sodeluje vsako podjetje pa so kupci oz. ciljna skupina. Naše stranke so v vseh starostnih skupinah in so s svojimi finančnimi sredstvi zmožne za nakup naših izdelkov ali storitev.

Na tržišču ponujamo različne izdelke kot so vozila višjega kakovostnega in cenovnega razreda, rezervne dele za avtomobile in tudi različne storitve povezane z dejavnostjo (taxi, avto pralnica, servis).

Naš cilj je, da prihodki krijejo stroške. Trudimo se, da bi naše cene bile čim bolj privlačne za naše stranke.

Naša želja je, da bodo kupci čim bolj zadovoljni in se bodo vedno radi vračali k nam.

2 OPIS PODJETJA

2.1 OSNOVNI PODATKI

Ime: **GUMAS d.o.o.**



Logotip:

GUMAS d.o.o.

Slogan: **Uživaj v vožnji!**

Barve: **Črna, bela**

Sedež: *Pesnica pri Mariboru 13, 2211 Pesnica*

Pravna oblika: **d.o.o.**

Status podjetja: **Podjetje se ustanavlja**

Datum (načrtovane) registracije: **1.6.2012**

Direktor: **Sara Bračič, Maruška Pisar**

Višina osnovnega kapitala: **25.000€**

Matična številka: **5538041000**

Indf. številka: **5814723**

Številka transakcijskega računa: **IBAN SI56 0510 0801 2158 845**

Lastništvo: **Sara Bračič
Maruška Pisar**

Povezave: **študentski servis
oglaševanje: TV, radio, letaki, panoji**

Poslovni prostori: **Pesnica**

Telefon: **02/663-661-890**

Fax: **02/663-123-790**

Email: **gumas.d.o.o.@gmail.com**

2.2 POSLANSTVO

Naša prodaja izdelkov in storitev mora karseda zadovoljiti potrebe strank. Ponujali bomo visoko kakovostne avtomobilske izdelke in storitve po ugodnih in konkurenčnih cenah. S tehnološkim napredkom in inovativnostjo bomo večali in plemenitili ponudbo. Sledili bomo tehničnim novostim, strokovno usposabljali kader, pridobivali certifikate kakovosti ter poslovali družbeno odgovorno.

2.3 VIZIJA

Želimo ustvariti ugoden imidž podjetja, razširiti našo ponudbo po vsej Sloveniji ter se kasneje prebiti tudi na trge sosednjih držav. Želimo, da bodo v naše podjetje zahajale stalne stranke in prav tako nove. V prihodnjih letih si bomo prizadevali za uresničevanje in preseganje ciljev, ki smo si jih zastavili.

2.4 CILJI

Zadani cilji :

- zadovoljstvo naših strank

- razširitev na tuje trge
- pridobitev novih strank
- dodatno izobraževanje zaposlenih
- ugodnosti zaposlenim
- ugodnosti zvestim kupcem
- urejeno zdravstveno zavarovanje zaposlenih
- * poslovanje z dobičkom
- * optimizacija stroškov

2.5 DELOVNI ČAS

Ponedeljek- petek 8.00 – 18.00

Sobota: 8.00 – 13.00
Nedelja, prazniki: zaprto

3 PANOGA, PODJETJE, PROIZVODI/STORITVE

Smo avto hiša, ki ponuja najnovejše in prodajno zanimive izdelke in storitve avtomobilske industrije. Kupec je pri nas kralj.

Dobrodošle so stranke vse starosti, saj ponujamo različne blagovne znamke in modele avtomobilov, ko so športne modele avtomobilov, karavane, limuzine,...

Če želite nov avtomobil ali samo kakšen rezerven del, mogoče servis, smo mi pravi naslov za to.

Moda na področju avtomobilizma in tehnološki razvoj se hitro spreminjata. Vsem tem spremembam naše podjetje sledi in se jim prilagaja. Zavedamo se velike konkurence, ki pa jo proučujemo, prav tako pa z njimi sodelujemo in vstopamo v partnerske odnose.

3.1 PONUDBA

Avto hiša s servisno garažo ponuja prodajo avtomobilov, rezervnih delov, servisa, avtopralnico, avtoličarstvo ter taxi službo.

3.2 OBSEG PONUDBE

Ponudba bo primerna za oba spola, ciljamo predvsem na stranke med 30. In 70. letom starosti, visokimi prihodki, s luksuznim načinom življenja ter take, ki pogosto menjavajo avtomobile.

3.2.1 DEJAVNIKI USPEŠNOSTI V PANOGI

Naša ponudba izdelkov in storitev je kakovostna in trendovska. Vso kakovost izdelkov ter druge storitve nudimo po ugodnih cenah. Prav tako smo izdelali natančno SWOT analizo in se zavedamo svojih prednosti, pazimo na odpravo slabosti.

3.2.2 MOŽNOST SPREMEMBE V PRIHODNIH LETIH

V prihodnih letih želimo razširiti naše podjetje z obsežnejšo ponudbo ter dodatnimi storitvami. Velika želja je prodreti na evropski trg, vendar se zavedamo, da je najprej treba uspešno poslovati na nacionalnem območju. S prijetnim ambientom, klimo in partnerskim načinom dela želimo obdržati stare kupce ter pridobiti nove. V prihodnosti želimo odpreti nove poslovne enote in na novo zaposlovati.

3.3 OPIS STORITVE

3.3.1 OPIS STORITEV S TEHNIČNE STRANI

- opremljenost

-
- varnost pri delu
 - izobrazba

3.3.2 ZADOVOLJEVANJE KUPČEVIH POTREB

- nov avtomobil
- popravila avtomobilov in druge storitve
- hitrost izvedbe storitve
- * kakovost izvedbe storitve
- * cenovna dostopnost
- * ponujanje zgodbe in doživetij

3.3.3 Poudarek na kakovosti storitve

Z novimi organizacijskimi in strokovnimi znanji bodo svetovanje, popravila ter ostale storitve veliko učinkovitejše. Ponujali bomo možnost nakupa na obroke, razne ugodnosti zvestim kupcem ter znižanje cen storitev ob posebnih dneh.

3.4.4 PREDNOST PRED KONKURENČNIMI PRIZVODI

S ponudbo najnovejših izdelkov in dodatnih storitev bomo pred konkurenco. Pri tem nam bo pomagala lahko dostopna lokacija. Ponudba bo raznovrstna, za vse tipe strank. Svojo konkurenčnost bomo povečevali s nenehnim oglaševanjem in ostalimi aktivnostmi za krepitev imidža v javnosti.

Naši konkurenti so:

- *Porsche Maribor*
- *Avtohiša Real - Renault - Nissan – Dacia*
- Avtohiša [Vrtač, d.o.o. Kranj](#)
- Avtohiša [Kolmanič & Co.](#)

3.4.5 DODATNE STORITVE, KI JIH PONUJAMO

Redne stranke bodo prejele kartice zvestobe, s katerimi bodo nabirale točke. Ob določenem št. zbranih točk jih čakajo razne ugodnosti.

3.5 SWOT ANALIZA

Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">● visoki stroški● nezaupanje dobaviteljev	Prednosti <ul style="list-style-type: none">● dobra lokacija● inovativnost● nagrajevanje uspešnih delavcev● kakovost● nenehno iskanje izboljšav na vseh področjih●
Priložnosti <ul style="list-style-type: none">● razvoj visoke tehnologije● vzdrževanje sorazmerno visokih standardov	Slabosti <ul style="list-style-type: none">● velika konkurenca● onesnaževanje zraka● visoke cene

4 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA

Naše podjetje Gumas d.o.o. želi čim bolj učinkovit način zadovoljiti potrebe naših strank. Ponudili bomo večjo izbiro osnovnih izdelkov in izvajali še številne dodatne storitve. Z našim kvalitetnim delom želimo obdržati stare stranke in pridobiti čim več novih. Kupcem bomo nudili svetovanje vsak delovnik v tednu. Naše prednosti vidimo v primerni lokaciji in konkurenčnih cenah ter dodatnih storitvah pri nakupu naših izdelkov. Naši delavci se bodo skozi vso leto dodatno izobraževali in pridobivali nova znanja na tem področju. Izobraževali bomo tudi kupce za pravilno uporabo. Sledili bomo trendom in izdelke prodajali po zadovoljivih cenah. Stranke bomo privabili z posebnimi ugodnostmi in brezplačnimi storitvami. Naše stare stranke bodo lahko pridobile nove izdelke s posebnimi popusti. Zadevamo se, da je kupec kralj, zato se bomo prilagodili zahtevam naših strank. Za nas kupci niso samo številke, saj je za nas pomemben osebni odnos.

Želimo, da bi nam naše stranke zaupale in se z veseljem vračale k nam.

5 MARKETING

5.1 POLITIKA IZDELKA

Ponujali bomo osebna in tovorna vozila. Kupcem bomo omogočili servis, avtopralnico in dodatna izobraževanja o pravilni rabi vozil, saj bomo s tem zmanjšali napake pri rabi. Ponujali bomo možnost avtomobila po naročilu. Sledili bomo novostim in trendom.

Oblikovali bomo skupino naših rednih strank, ki jih bomo obveščali o novostih v ponudbi in storitvah, prav tako bodo stranke na tak način lahko izrazile svoje želje in pričakovanja.

Prodajali bomo vozila, rezervne dele, dodatno opremo znamke BMW, Audi, Mercedes, VW in Volvo. Prodajamo pa tudi olja in tekočine (čistila) ter opremo za tovorna vozila.

Pri rezervnih delih bomo ponujali menjalnike in motorje, izpušne sisteme, tesnila, klimo, luči, notranjo opremo, elektriko/računalnik in karoserijo.

Prodajali bomo tudi dodatno opremo. Vlečne kljuge, prtijažnike, kolesne pokrove, spojlerje, podvozje, zavore, tekmovalno opremo, svetlobna telesa, avtoradio, zvočnike, ojačevalce, antene, navigacijo, TV in LCD monitorje.

Primer izdelka: BMW serija 7: 730d (limuzina)

- senzor za dež
- usnje
- električno nastavljiv sedež
- ALU dodatki v notranjosti
- naprava za pranje žarometov
- tonirana stekla
- klimatska naprava
- navigacija
- servo volan
- multifunkcijski volan

-
- tempomat
 - centralno zaklepanje
 - električno zložljiva zunanja ogledala
 - ogrevanje zunanjih ogledal
 - gretje sedežev
 - potovalni računalnik
 - nastavljiv volan po višini



5.2 POLITIKA CENE

Cene bomo prilagodili konkurenci na trgu, nabavi, porabi goriva in dodatni opremi. Poskrbeli bomo za akcijske cene ob različnih priložnostih. Vozila, ki se bodo slabše prodajala bodo v naslednjih sezonah cenejša.

Akcijske ponudbe:

- **ob nakupu tretjega izdelka bomo našim kupcem podarili 15% popusta (izdelek vreden nad 25.000€)**
- **ob sobotah med 9.00-12.00, 50% popust ob uporabi avtopralnice**
- **s kartico zvestobo ponujamo ugodnosti na določene izdelke**

Cene morajo biti dovolj visoke, da pokrijemo stroške in ustvarimo dobiček, ter dovolj nizke, da pritegnemo in obdržimo čim več strank.

Primer cenika:

Izdelek	Cena
BMW serija 5: 530d	44.750 €
BMW serija 7: 730d	57.500 €
BMW 5 - ventilator klime	220 €
RACECHIP chiptuning PRO za bencinske motorje	479€
INJEKTORJI ŠOBE BMW	1.000€
vlečna sklopka ROCKINGER	500€

Plačilni pogoji:

- **ponujamo možnost plačila na obroke, s kartico pri bankah NKBM, NLB, Raiffasien Bank, Uni Credit banka na naš transakcijski račun**
- **možnost kreditiranja do 7 let, po trenutni obrestni meri**
- **ob napaki izdelka ponujamo rabat po dogovoru**

5.3 POLITIKA KOMUNICIRANJA

Eden izmed ciljev podjetja je čim popolnejša informiranost naših kupcev in drugih poslovnih partnerjev. Namen dobre komunikacije je namreč čim večji nakup naših izdelkov. Zavedamo pa se, da se bodo morali naši oglasi ponavljati. V ta namen smo izdelali tudi medija plan za posamezen objekt

oglaševanja. Posamezni oglasi se bodo ponavljali večkrat na različnih mestih, da nas bodo potencialne stranke zanesljivo opazile.

Oglaševali bomo na naši uradni spletni strani, kjer bodo objavljene vse novosti in akcijske cene. Naše oglase boste zasledili tudi na televiziji, da nas opazi širša množica, popoldanskem in večernem času, saj je takrat gledanost največja. V nakupovalnih centrih se bodo delili naši letaki.

Poleg tiskanih medijev bomo oglaševali preko radijskih oglasov. Radijske oglase bomo zaupali Radiu City, Radiu Center in Radiu Net FM, predvsem ob jutranjem in zgodnjem popoldanskem času, saj je takrat poslušanost največja. Zavedamo se da bodo pri tem nastali dodatni stroški, vendar na naše poslovanja ni bi smeli vplivati.

Učinkoviti odnosi z javnostmi so ključni element za uspeh našega poslovanja. Preko medijev bomo komunicirali s svojimi kupci, uporabniki storitev in na ta način gradili svoj ugled, mediji pa so tisti, ki prenašajo informacije in zgodbe širši javnosti.

Za komuniciranje z mediji in javnostjo, s profesionalnim pristopom in inovativnostjo bomo vedno znova poiskali nove načina pojavljanja v medijih in ustvarjali nove zanimive oglase.

Spoznavnost podjetja si bomo zagotovili z oglaševanjem po različnih medijih. Večji del bo potekal po radijskih oglasih in naši uradni spletni strani, kjer bodo stranke obveščene o novostih in dodatnih informacijah. Z prijaviteljem na našo spletno stran, vam bomo akcijske ponudbe pošiljali tudi po elektronski pošti.

6 RAZVOJ IN PROIZVODNJA

6.1 NAČRT NABAVE

Naše podjetje se zaveda, da je od optimalne nabave odvisna tudi uspešna prodaja. Trg avtomobilizma je zelo konkurenčen zato je treba poiskati tiste dobavitelje ki bodo vstopili z najoptimalnejšimi cenami. Po temeljiti raziskavi trga nabavnega trga bomo v nabavnem marketingu dali prednost tistim dobaviteljem, ki bodo ponudili najustreznejše pogoje.

Naši dobavitelji bodo slovenska in tuja podjetja.

Naš cilj je nabava izdelkov po čim nižjih cenah v najkrajšem možnem roku. Z dobavitelji bomo sodelovali dolgoročno in uspešno.

Izdelke bomo skladiščili v prostorih našega podjetja.

Nabavljali bomo najbolj kakovostne izdelke. in s tem zagotovil našim strankam optimalno ponudbo izdelkov in storitev.

Izbira dobaviteljev bo temeljila na: ceni, dobavnih rokih, zalogah dobaviteljev, plačilnih pogojih, kakovosti, in finančni moči.

Z dobavitelji bomo komunicirali predvsem osebno, lahko pa tudi preko spletnih strani in e-pošte.

odnos dobaviteljev bo temeljil na natančnosti, bo natančno preučen in bo odvisen od sodelovanja z dobavitelji. Dober odnos z dobavitelji pomeni

dolgotrajno dobro naložbo, zato moramo te odnose ohranjati, spremljati in razvijati.

6.2 NAČRT ZAPOSLOVANJA

Ob odprtju našega podjetja bo redno zaposlenih 10 družbenikov. Vodstveni kader bo oblikoval načrt zaposlovanja. Razpis za nove delavce bomo objavili na naši uradni spletni strani in preko Zavoda RS za zaposlovanje.

Družbeniki bodo prevzeli posamezne funkcije v podjetju, za uspešno poslovanje pa bo potrebno zaposliti dodatno delovno silo in sicer: prodajalce, mehanike, čistilke, šoferje,...

Naše podjetje bo sodelovalo z zunanjimi strokovnimi službami:

- **Čistilni servis**
- **Varnostna služba**
- **Finančno svetovanje**
- **Tržne raziskave**

Zaposlovali bomo za določen in nedoločen čas in pri tem upoštevali vse zakonske predpise.

6.3 MOTIVACIJA

Kvaliteten kader in lojalnost podjetju je največji uspeh poslovanja. Zagotovili bomo ugodne delovne pogoje, nagrajevanje zaposlenih, urejeno zavarovanje in možnosti izobraževanja ter napredovanja.

Zaposlenim bomo nudili mesečna izobraževanja in izbor delavca leta.

Zavedamo se, da je za uspešno poslovanje pomemben element motivacija delavcev. Zaposlene bomo motivirali s stalnimi plačami, denarnimi nagradami in brezplačnim izobraževanjem. Omogočili jim bomo ugodnosti pri nakupih, kot so popusti.

6.4 NADZOR KAKOVOSTI

Izdelki in storitve, ki jih ponujamo bodo na najvišjem kakovostnem nivoju. Prav tako pa v okviru kakovostnega poslovanja izhajamo iz potreb zadovoljstva in pričakovanj naših strank. Zavedamo se, da naše stranke pritegne vizualni izgled prostorov, urejenost zaposlenih in dober medsebojni odnos zaposlenih in strank. Željam naših strank želimo najboljše ugoditi. Redno spremljamo kakovost nabavljenih surovin in izdelkov, saj sodelujemo s kontroliranimi in certificiranimi dobavitelji.

6.5 ZAKONODAJA IN PREDPISI

Zakon o varnosti in zdravju pri delu

5. člen

Delodajalec je dolžan zagotoviti varnost in zdravje delavcev v zvezi z delom. V ta namen mora delodajalec izvajati ukrepe, potrebne za zagotovitev

varnosti in zdravja delavcev, vključno s preprečevanjem nevarnosti pri delu, obveščanjem in usposabljanjem delavcev, z ustrezno organiziranostjo ter potrebnimi materialnimi sredstvi.

8. člen

Delavec ima pravico do dela in delovnega okolja, ki mu zagotavlja varnost in zdravje pri delu.

Delovni proces mora biti prilagojen telesnim in duševnim zmožnostim delavca, delovno okolje in sredstva za delo pa morajo glede na naravo dela zagotavljati delavcu varnost in ne smejo ogrožati njegovega zdravja.

Zakon o varstvu konkurence

6. člen

Podjetja, ki se po zakonu, ki ureja gospodarske družbe, štejejo za mala ali srednja, lahko sklepajo sporazuma o racionalizaciji dejavnosti in poslovanja:

- če tak sporazum krepi konkurenčno sposobnost malih in srednjih podjetij in
- če s takim sporazumom ni opazneje prizadeta konkurenca na trgu.

Zakon o varstvu okolja

6. člen

Država in občina pri sprejemanju politik, strategij, programov, planov, načrtov in splošnih pravnih aktov, ki se nanašajo na varstvo okolja, omogočata sodelovanje povzročiteljev obremenitve, izvajalk ali izvajalcev (v nadaljnjem besedilu: izvajalec) javnih služb varstva okolja in drugih oseb, ki opravljajo dejavnosti varstva okolja, in javnosti.

7 MENEDŽMENT, ORGANIZACIJA , LASTNIŠTVO

7.1 OPIS ZAPOSLENIH

7.1.1 VODSTVENI KADER

Vodenje bo temeljilo na odgovornosti, racionalnem ravnanju, ciljnosti, aktivnosti in inovativnosti. Zavedava se kaj je najino delo, zato bova zaposlene skrbno nadzorovali, razvijali podjetje, planirali, motivirali zaposlene, vzpodbujali timsko delo ter sprejemali odločitve v kriznih razmerah.

7.1.2 LASTNOSTI ZAPOSLENIH

Lastnosti ki jih pričakujemo od zaposlenih so inovativnost, prilagodljivost, delavnost in komunikativnost. Zaposlili bomo strokovno usposobljen kader s predhodnimi izkušnjami. Temeljito se bomo pozanimali o predhodni karieri naših zaposlenih. Zavedamo se da je ustrezna komunikacija zelo pomembna

pri poslovanju, zato bomo zaposlili komunikativne delavce, ki bodo znali organizirati delo in uvajati inovacije.

Od naših delavcev iz oddelkov finančnega svetovanja, kadrovskega oddelka in nabave, pričakujemo končano fakulteto iz področja ekonomije in menedžmenta. Od delavcev specializiranih za servis in prodajo pričakujemo končano srednjo poklicno šolo.

Pri razpisu delovnih mest zahtevamo življenjepis, vizitko in reference.

7.1.3 ODDELKI IN NJIHOVE NALOGE

Vodstveni kader bo skrbel za organiziranost in vodenje dela, predstavljanje in vodenje podjetja. Odločal bo o porabi sredstev, nabavi in prodaji. Ukrepal bo v primeru motenj poslovanja, odločal bo o razporejanju delovnih urnikov. Organiziral bo strokovno izobraževanje.

V tajništvu bodo skrbeli za telefonske klice, pošto, pisanje zapisnika, vodenje rokovnika, sprejemanje obiskovalcev, vodenje vizitk, in pripravo sestankov celotnega tima.

Delavci v nabavi bodo sprejemali ponudbe, analizo delovnih pogojev, sklepanje pogodb o nabavi, kontrolo prejetih računov in vodenje kartoteke dobaviteljev.

V prodaji bodo sestavljali in pošiljali ponudbe, analizirali naročila, raziskovali prodajni trg, vodili kartoteke kupcev ter sklepali prodajne pogodbe.

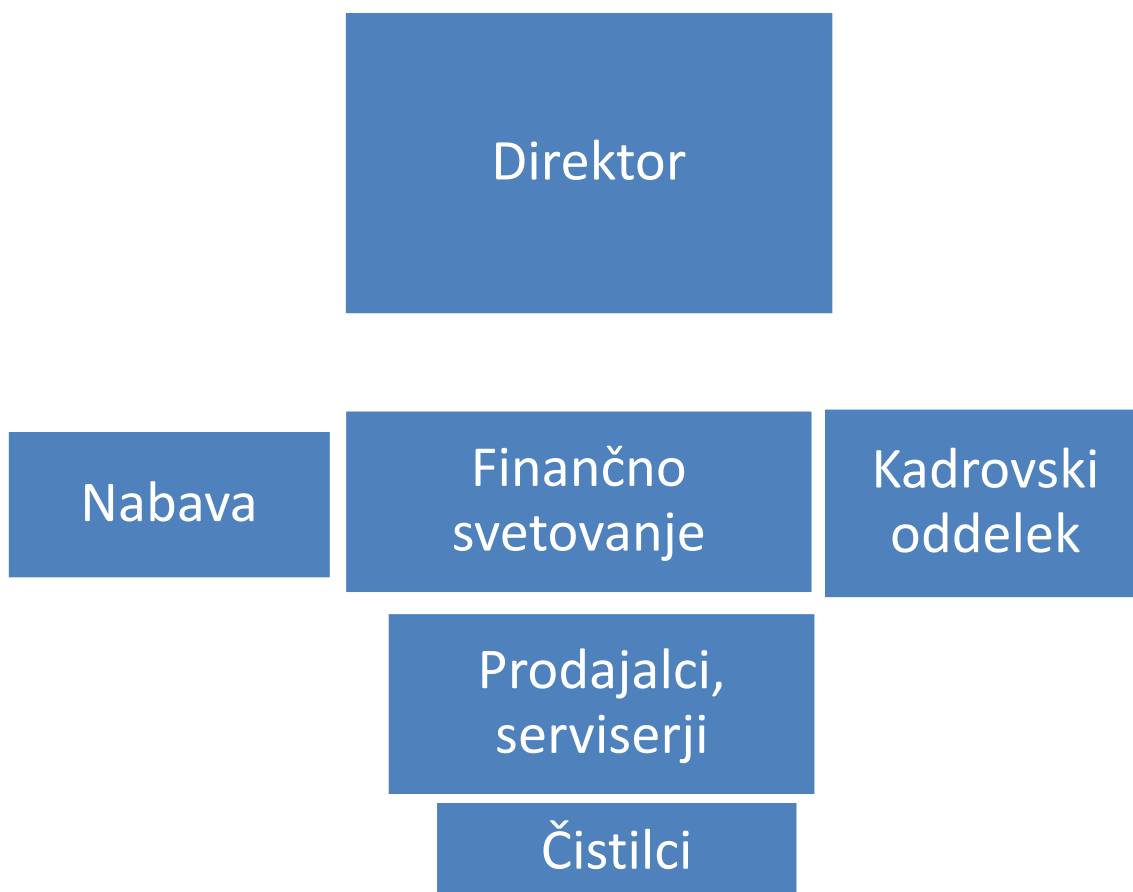
Na kadrovskem oddelku bodo razpisovali nova delovna mesta, vodili evidenco prošenj

kandidatov, zaposlovali, prekinjali delovna razmerja in sklepali pogodbe o delu.

Čistilci bodo poskrbeli za čiščenje prostorov v podjetju.

7.2 Motivacija

Z veseljem do dela, angažiranostjo, lojalnostjo ter pozitivnim odnosom do dela, bomo takšne zaposlene nadgrajevali, tako ob koncu meseca kot tudi ob koncu leta. Ob koncu meseca bomo izbrali delavca meseca, ki bo dobil posebne ugodnosti on nakupu naših izdelkov, prav tako bo to dobil delavec leta, ki pa bo deležen še posebne denarne nagrade.



8 FINANČNA ANALIZA POSLOVANJA

Ocena prodaje

- v EUR

Vrsta izdelkov	Cena	1. leto	2. leto	3. leto
<i>Avtomobil</i>	<i>kos</i>	<i>20 000 000</i>	22 500 000	24 000 000
<i>Rezervni deli</i>	<i>kos</i>	<i>235 200</i>	300000	310000
<i>Avtopravnica</i>	<i>kom</i>	<i>302 400</i>	303 300	304 200
<i>Servis</i>	<i>kom</i>	<i>604 800</i>	660 000	660 000
<i>Taksi storitve</i>	<i>km</i>	<i>43 800</i>	48000	52000
SKUPAJ	Kos/km/kom	15 186 200	23 811 300	25 326 200

Osnovna sredstva

Vrsta opreme	Vrednost v EUR
<i>Delovni prostor</i>	<i>500 000</i>
<i>Računalniška oprema</i>	<i>9000</i>

Vrsta opreme	Vrednost v EUR
<i>Pisarniška oprema</i>	<i>5000</i>
<i>Strojna oprema</i>	<i>7000</i>
<i>Blagajna</i>	<i>1000</i>
Skupaj	522 000

Stroški poslovanja podjetja

- v EUR

<i>Stroški poslovanja</i>	<i>Mesec</i>	<i>1. leto</i>
<i>Stalni</i>		
<i>Ogrevanje, elektrika, voda</i>	<i>100</i>	<i>1200</i>
<i>Amortizacija</i>	<i>25920</i>	<i>311040</i>
<i>Plača</i>	<i>19 200</i>	<i>230400</i>
<i>Telefon</i>	<i>80</i>	<i>960</i>

<i>Zavarovanje</i>	<i>50</i>	<i>600</i>
<i>Malica</i>	<i>125</i>	<i>1500</i>
<i>Nabava materiala</i>	9634	11 561 000
Drobni inventar	40	480
Kilometrina	1200	14400
<i>Skupaj</i>	56 349	12108580

Načrtovani poslovni izid podjetja

- v EUR

<i>Oz.</i>	<i>Postavke</i>	<i>1. leto</i>
<i>A.</i>	<i>PRIHODKI</i>	
<i>1</i>	<i>Čisti prihodki od prodaje</i>	15 186 200
<i>2</i>	<i>Drugi poslovni prihodki</i>	/
	<i>Skupaj prihodki (1 + 2)</i>	<i>15 186 200</i>
<i>B.</i>	<i>ODHODKI</i>	
<i>3</i>	<i>Stroški materiala in nabavna vrednost blaga</i>	

		11 561 000
4	<i>Stroški storitev</i>	19140
5	<i>Stroški dela zaposlenih</i>	230400
6	<i>Amortizacija osnovnih sredstev</i>	25920
7	<i>Drugi stroški</i>	/
	<i>Skupaj odhodki (3 + 4 + 5 + 6 + 7)</i>	11836460
C.	<i>Poslovni izid poslovanja</i>	3349740

9 OCENA TVEGANJA IN PROBLEMOV

Podjetja se vsakodnevno srečujejo z tveganji in problemi. Zato obstaja verjetnost, da bo do teh problemov res prišlo. Zaradi tega je potrebno oceniti finančne posledice, predvidevanja ukrepov. S tem se lahko izognemo posledicam ali pa jih vsaj zmanjšamo.

Z obvladovanjem tveganj podjetje odkrije nevarnosti, ugotovi, kdo od delavcev bi bil lahko izpostavljen tem nevarnostim, oceni tveganje, določi ali je tveganje sprejemljivo in določi ukrepe za zmanjšanje nesprejemljivega tveganja.

Z tveganji bo Gumas d.o.o. zagotavljal neprestano izboljševanje poslovanja in s tem zagotavljanje kakovosti izdelkov in storitev. Redno in predvsem učinkovito bomo sodelovali znotraj podjetja.

Zato bo v Gumas d.o.o. pomembno naslednje:

- 1. Uprava bo z poslovodji obvladovala tveganja**
- 2. Celotno podjetje bo imelo zadostno pravno podporo, zaradi morebitnih napačnih dokumentacij**
- 3. Vsi zaposleni bodo seznanjeni z pravili in politiko obvladovanja tveganj**

Področja tveganja	Možna tveganja
KONKURENCA	Bodo naše cene konkurenčne drugim? Bodo naši izdelki iste kakovosti?
FINANČNO TVEGANJE	Se bodo naše naložbe obnesle? Bodo prihodki pokrili odhodke? Bo dobiček večji od pričakovanega?
ZAPOSLENI	Vrednost zaupanja Marljivost delavcev Zadovoljnost delavcev
TRŽNO TVEGANJE	Manjša kupna moč Velikost trga
PRODAJNO TVEGANJE	Slaba promocija Preveliki stroški
NABAVNA TVEGANJA	Nezanesljivost Visoki stroški Rok nabave
POSLOVNO TVEGANJE	Spremembe potreb strank Investiranje

TERMINSKI NAČRT

TERMINSKI NAČRT	APR	MAJ	JUN	JUL	AVG	SEP	OKT	NOV	DEC	JAN	FEB	MAR

Zbiranje idej	x	x										
Iskanje dobaviteljev			x	x								
Iskanje poslovnih partnerjev		x	x	x								
Priprava propagandnih materialov				x	x	x						
Tržna analiza			x									
Kalkulacija lastne cene			x									
Izdelava poslovnega načrta		x	x									
Registracija podjetja					x							
Zaposlitev delavcev						x	x	x				
Distribucija – organizacija						x	x	x	x	x		
Vstop na trg					x							
Analiza poslovanja								x	x	x		
Razvoj prodajne mreže								x	x	x	x	x
Promocija za kupce					x	x	x	x	x	x	x	x
Stik z javnostmi						x	x		x			
Ostali promocijski materiali					x		x					
Izobraževanje kadra						x	x	x	x	x	x	x
Pridobivanje tujih finančnih virov							x	x				x

10 PRILOGE

10.1 ŽIVLJENJEPISI

10.1.1 Življenjepis lastnice 1

<u>OSEBNI</u> <u>PODATKI</u>	<p>5.4.1970 , v Mariboru, Slovenija, ženska, slovenska državljanica</p> <p><i>Osebne lastnosti:</i></p> <p>Delavna, inovativna, natančna, prilagodljiva, trmasta, hitro učljiva, samozavestna</p> <p><i>Hobiji:</i></p> <p>Jahanje, tek, plavanje, tenis</p>
<u>IZOBRAZBA</u>	<p>uni. dipl. pravnica</p> <p>univerza v Mariboru, Pravna faulteta</p> <p><i>Diplomsko delo:</i> Pravna država in podjetja</p> <p>Diplomirala leta 1996</p> <p>Srednja ekonomska šola Maribor</p> <p>Smer ekonomska gimnazija</p> <p>Zaključek leta 1989</p>
<u>DELO</u>	<p>1997-2004- redno zaposlena v pravniški pisarni Čederin</p> <p>Moje naloge so obsegale:</p> <ul style="list-style-type: none">•

	2012- usvanovitev podjetja Gumas d.o.o.
<u>ZNANJA</u> <u>IN IZKUŠNJE</u>	<p><i>Računalništvo:</i></p> <p>Okolje Windows, MS Office (Word, Access, Excel, Power Point), internet, elektronska pošta.</p> <p><i>Tuji jeziki:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • angleški- aktivno, uporabljam večkrat na teden, opravljen tečaj • nemški- aktivno, uporabljam večkrat tedensko • italjanski. Pasivno, večkrat mesečno <p><i>Vozniški izpit:</i></p> <p>B in C kategorije</p>

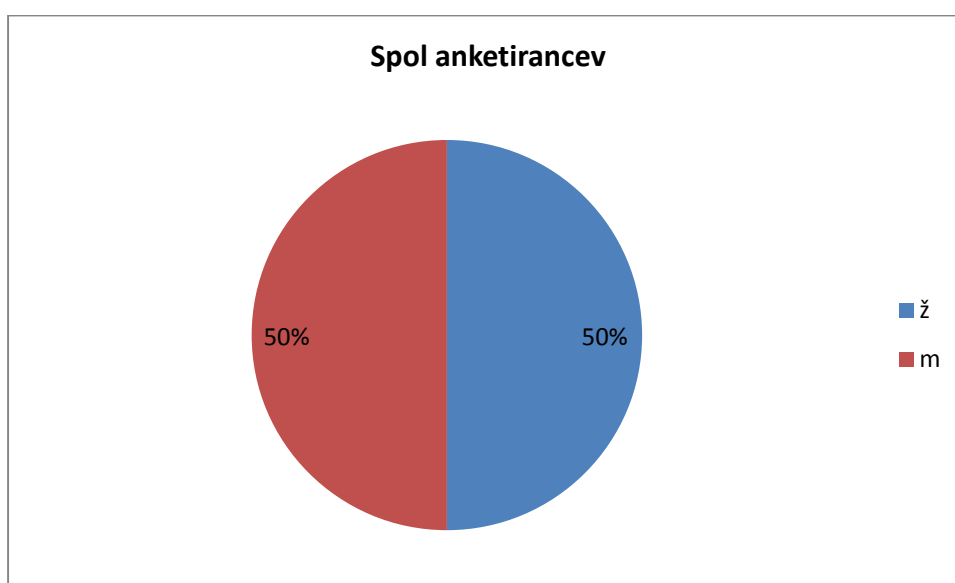
10.1.2 Življenjepis lastnice 2

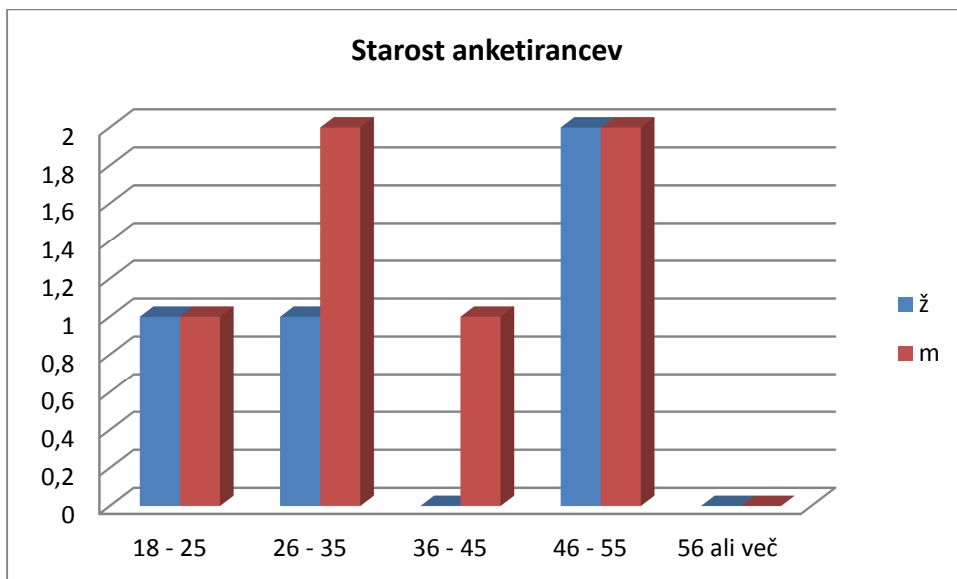
<u>OSEBNI</u> <u>PODATKI</u>	<p>6.9.1975 , v Slovenj Gradcu, Slovenija, ženska, slovenska državljanica</p> <p><i>Osebne lastnosti:</i></p> <p>Samozavestna, delavna, sposobna, vztrajna</p> <p><i>Hobiji:</i></p>
---------------------------------	--

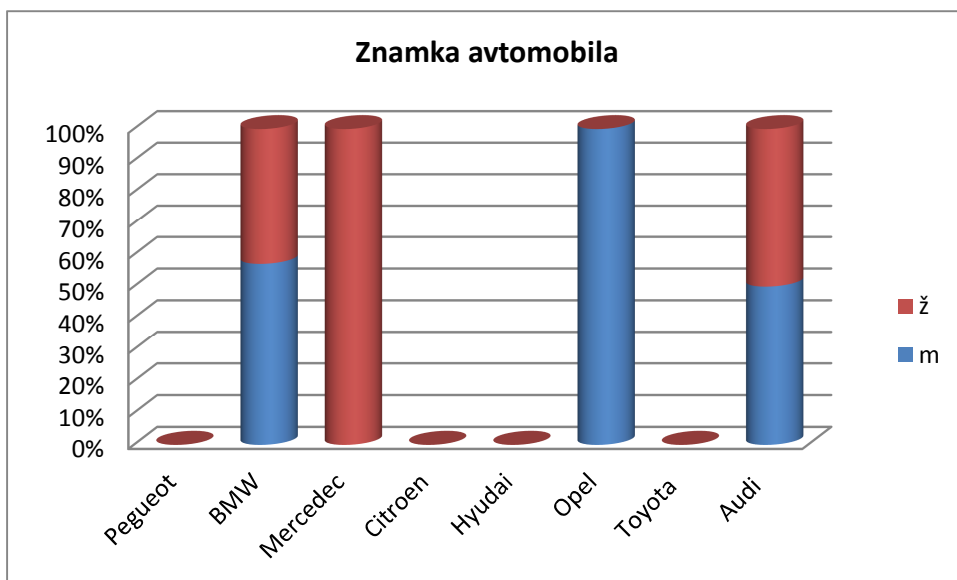
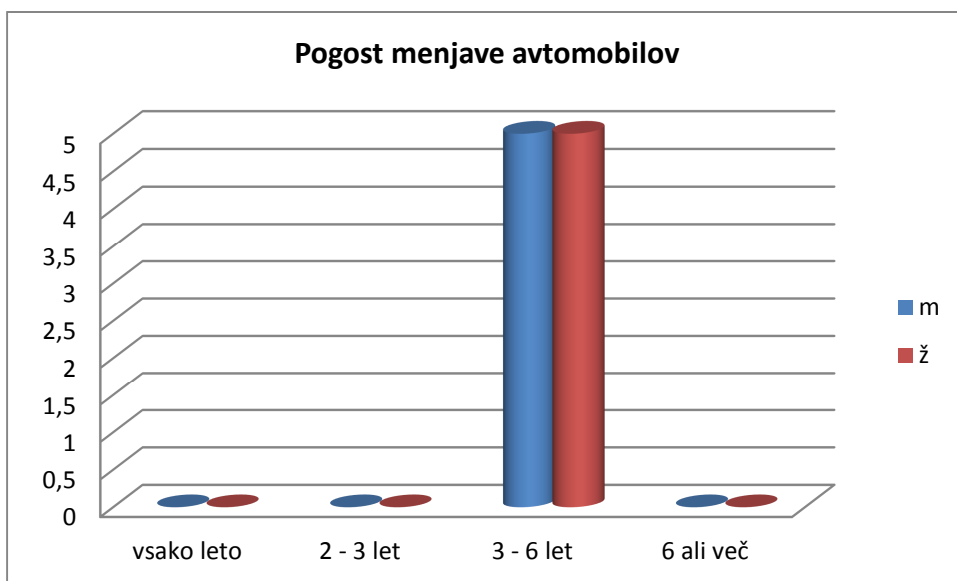
	Tek, odbojka, kolesarjenje
<u>IZOBRAZBA</u>	<p>univerza v Kopru, Fakulteta za management</p> <p><i>Diplomsko delo:</i> Management in skrivnost motivacije</p> <p>Diplomirala leta 2001</p> <p>Srednja ekonomska šola Maribor</p> <p>Smer ekonomska gimnazija</p> <p>Zaključek leta 1993</p>
<u>DELO</u>	<p>2002-2008- redno zaposlena v podjetju Zreče d.d.</p> <p>2012- usvanovitev podjetja Gumas d.o.o.</p>
<u>ZNANJA</u> <u>IN IZKUŠNJE</u>	<p><i>Računalništvo:</i></p> <p>Okolje Windows, MS Office (Word, Acess, Excel, Power Point), internet, elektronska pošta.</p> <p><i>Tuji jeziki:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • angleški- aktivno, uporabljam večkrat na teden, opravljen tečaj • nemški- aktivno, uporabljam večkrat tedensko, opravljen tečaj • francoski-pasivno, večkrat mesečno <p><i>Vozniški izpit:</i></p>

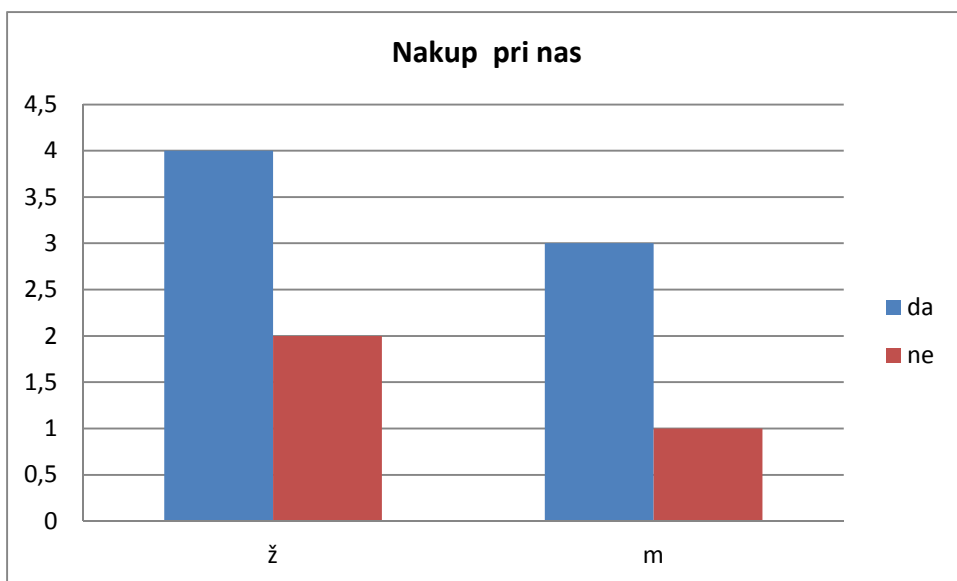
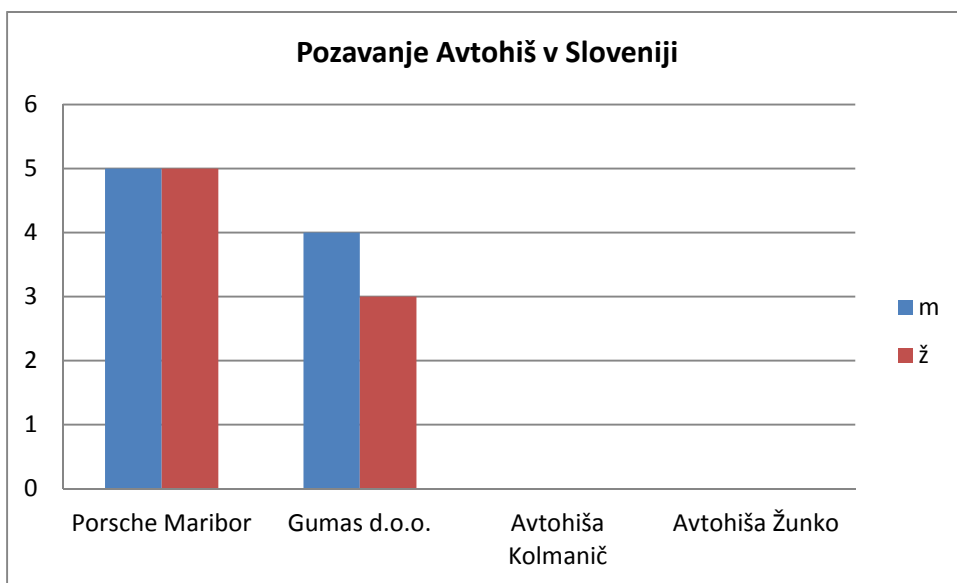
10.2 REZULTATI ANKETE O NAKUPU AVTOMOBILOV IN STORITEV

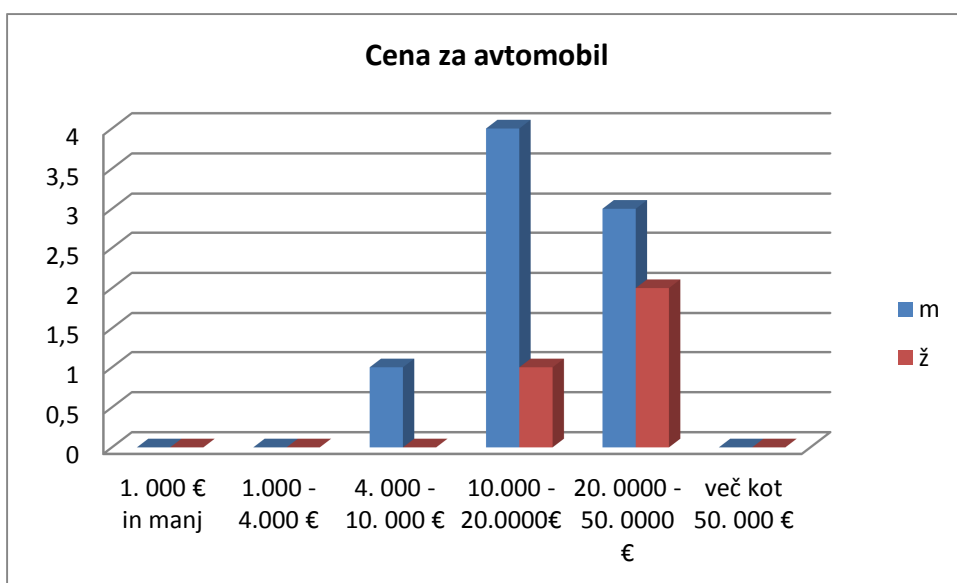
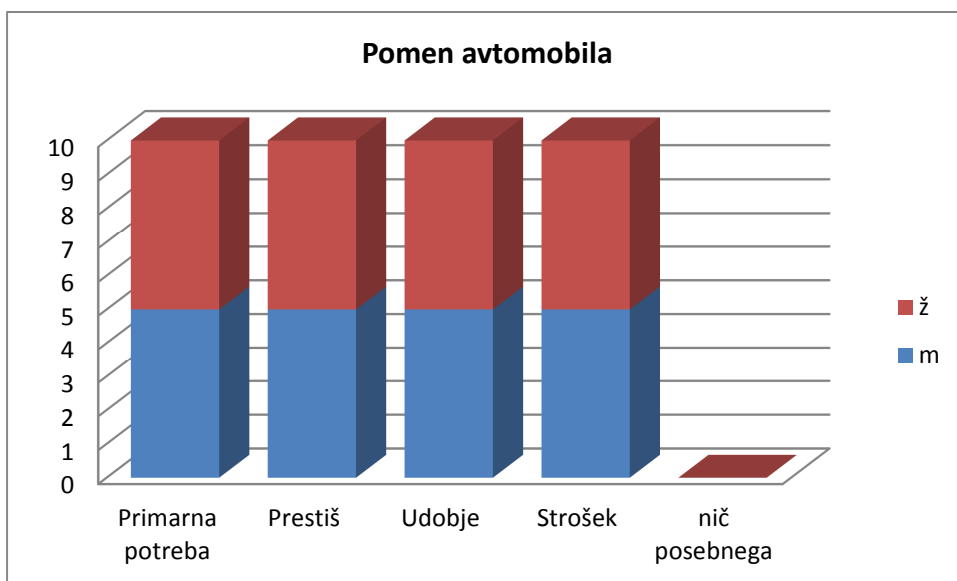
Anketirali smo deset naključnih anketirancev, od tega pet žensk ter pet moških. Od tega so bili štirje stari med 46 in 55let, trije med 26 in 35 let, dva med 18 in 25 let eden med 36 in 45. Vsi menjavajo avtomobile po šestih letih ali več. Največ anketiranih jih vozi avto znamke BMW, dva Audija ter eden Opla. Poznani avto hiši sta Porsche Maribor in Gumas d.o.o. Sedem jih je že kupovalo v naši avto hiši, trije pa še ne. Avtomobil jim pomeni primarno potrebo, prestiž, udobje ter strošek. Za avto do pripravljeni odšteti največ od 20.000 do 50.000, ter najmanj 4.000 do 10.000. Najbolj jim je všeč karoseristka oblika cuope, kabriolet ter limuzina. Nobeden si življenja brez avtomobila ne predstavlja.

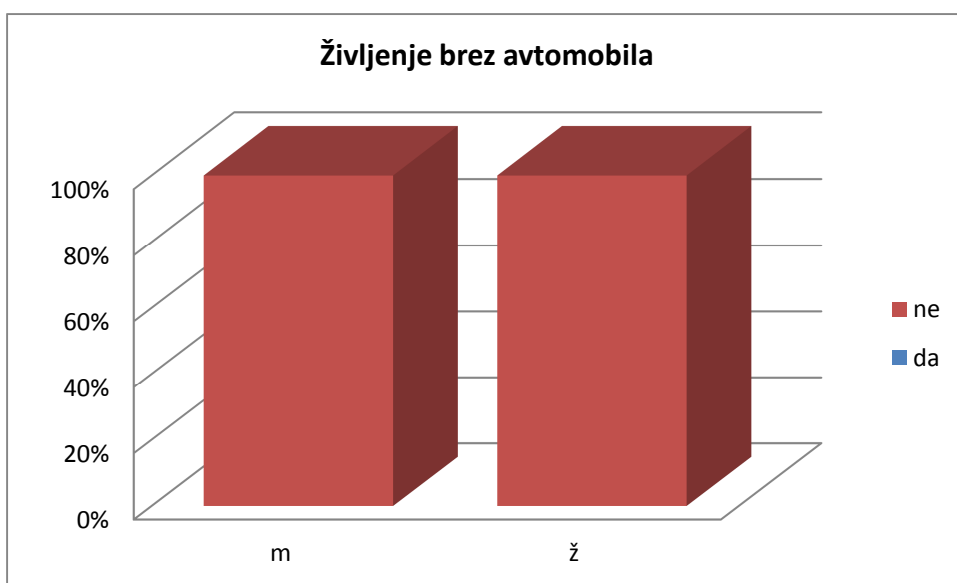
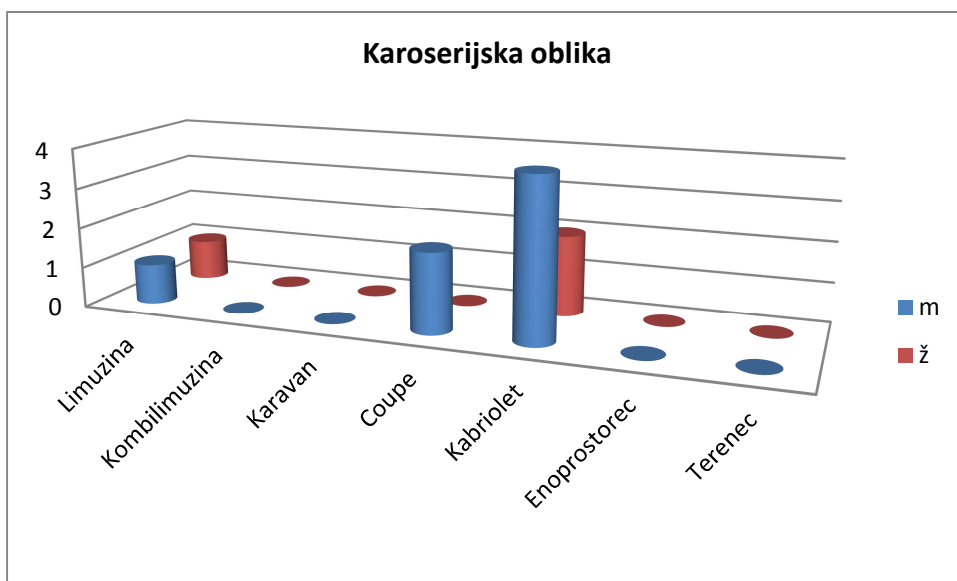












11 PROPAGANDNI MATERIAL



GUMAS D.O.O.

Užitek v vožnji

www.gumasdoo.webs.com

Ta teden od 23.4.-30.4. akcijske cene.

GUMAS d.o.o.





Užitok v vožnji

Gumas d.o.o.

www.gumasdoo.piczo.com

E-mail: gumas.doo@gmail.com

Tel.: 02-64-78-654