



Poklicna želja “podjetnik”

Marjan Geč, Gimnazija Murska Sobota

Poklicna želja »podjetnik«



Postavi se vprašanje, kaj se lahko skozi **podjetnost** učenci naučijo?

Predvsem vrednote, ki se skrivajo v besedi **podjetnost**:

odgovornost,

sodelovanje,

samostojnost,

zmožnost odločanja,

vztrajnost.

Če otroci te vrednote sprejmejo, bodo tudi uspešni v življenju.

Podjetnost - o čem sploh govorimo?

- **Podjetnik** - nekdo, ki ustanovi podjetje
- **Podjetništvo** - odločitev, da se želiš sam preživljati z ustvarjanjem, s svojim lastnim znanjem, storitvami, produkti in s tem prevzameš tveganje za sebe kot tudi za vse katere zaposliš.
- **Podjetnost** - osebnostne lastnosti, katere pa potrebujemo vsi ne glede na to kje bomo delali... In človeka, ki ni podjeten ne moreš naučiti podjetništva.

Brez podjetnosti ni podjetništva

„Podjetnika se ne da narediti iz človeka, ki ni podjeten.“

„ Na podjetništvo danes ne gledam več stereotipno, da so podjetniki

tisti, ki služijo denar na drugih. **Podjetništvo pomeni odnos do življenja, želja, ciljev, in ambicij.** Podjetništvo je, če želiš zmagati

na tekmi, urediti pločnik, organizirati zbiralno akcijo. Povsod moraš

opraviti enake korake. „

Želeli bi ustanoviti podjetje? Toda pri tem se porajajo naslednja vprašanja:



bomo podjetje ustanovili **sami ali s partnerjem**,

- kakšni so **postopki** pri ustanovitvi podjetja,

kje bomo **ustanovili podjetje** in,

- kakšno **idejo ali proizvod** bi želeli ponuditi,



- kako bomo **podjetje financirali**

- katere **pogoje** moramo izpolnjevati,



V današnjih turbulentnih in kriznih časih varna služba enostavno več ne obstaja, prav tako pa je vse manj kariernih priložnosti in možnosti za zaposlitev. Tudi iz teh razlogov vse več ljudi razmišlja o podjetništvu - in prav je tako.

Najprej potrebujete za ustanovitev podjetja naslednje osnovne predpostavke:

Voljo do
ustanovitve

Poslovno idejo

Osebne in pravne
predpostavke

1.1. Volja do ustanovitve

Pomembna predpostavka za ustanovitev podjetja je volja. Že znan pregovor namreč pravi: „**Kjer je volja, je tudi pot.**“ Šele z zavestno voljo lahko realiziramo cilje, kot npr. ustanovitev podjetja.



1.2. Poslovna ideja



Poslovno idejo



Interreg 
SLOVENIJA – AVSTRIJA
SLOWENIEN – ÖSTERREICH
Evropska unija | Evropski sklad za regionalni razvoj
Europäische Union | Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

Ideja kot taka predstavlja **temelj vseh gospodarskih aktivnosti**. Bodisi, da smo idejo razvili sami, si jo izposodili, prevzeli in dalje razvili ali kupili.

Brez poslovne ideje ni gospodarstva in samo z novo inovativno idejo je možna ustanovitev uspešnega podjetja.

Nove ideje pa je seveda potrebno preoblikovati v proizvode ali storitvene dejavnosti.

Ideje, ki jih na trgu prodamo, označujemo kot **inovacije**.

Nenehno nove ideje in inovacije vodijo **k spremembam na trgu in konkurenčnosti**.

Poslovne ideje so v nekem smislu motor gospodarstva.

Če seveda obstaja **volja** do ustanovitve podjetja in **poslovna ideja**, mora novi ustanovitelj razpolagati še z določenimi **osebnostnimi in pravnimi predpostavkami**.

Ljudje so polni nenavadnih in neobičajnih poslovnih idej, za katere bi večina ljudi že na prvi pogled rekla, da s te moke ne bo kruha. Vseeno pa se nekatere takšne ideje razvijejo v dobičkonosno in uspešno podjetje, seveda ob veliko vložnem trudu in vztrajanju pobudnika oziroma kasneje podjetnika. Poglejte si nekaj bizarnih poslovnih idej, iz katerih so se razvili večmilijonski posli:



Bogastvo so ustvarili s sončnimi očali za pse

Sončna očala za pse? Čeprav se sliši precej neumno, je to očitno zlata jama. Podjetje Doggles je ustvarilo milijone s proizvodnjo sončnih očal za pse, poleg očal pa so začeli izdelovati in prodajati tudi ostale modne dodatke. Za svojega hišnega ljubljence lahko tako sedaj kupite nahrbtnik, jakno, majico, kapo in celo vrsto igrač.



Milijone je zaslužila z grelnimi blazinami

Gospodinja Kim Levine je izumila blazine Wuwit, majhne vrečke, napolnjene s koruzo, ki se jih lahko v mikrovalovni pečici segreje in držijo toploto okoli 45 minut. Vrečke s koruzo je na domačem šivalnem stroju zašila v blazine in izdelala zabaven in preprost izdelek, primeren za otroke. Na začetku je mislila, da bo njen izdelek primeren le kot darilo za otroke v bližnji okolici, kmalu pa je spoznala, da ima njeno odkritje večji potencial, saj so jo starši klicali sredi noči, če jim lahko proda kakšno blazino, ker brez nje njihov otrok ne more zaspati. Izdelek je začela tržiti pri lokalnih trgovcih in sejmi, kmalu pa jo je odkrila večja trgovska veriga, ki se je odločila njene izdelke postaviti na police. Kim je sedaj milijonarka, o svojem uspehu pa je napisala celo knjigo.

Najstnik, ki je zaslužil milijone z marmelado

Fraser Doherty je pri 14 letih začel kuhati prve kozarce domače marmelade po receptu svoje stare mame na Škotskem, katere je v trenutku prodal vsem sosedom v soseki. Posel je kmalu zrasel, saj je v kuhinji svojega očeta in v kuhinji svoje stare matere pripravljaval več tisoč kozarcev marmelade na leto. Kmalu je zato potreboval nove prostore, v katerih je ustanovil podjetje Superjam. Podjetju se je popolnoma posvetil pri 16 letih, ko je zapustil šolo. Trenutno ima podjetje več kot 10-odstoten tržni delež na področju marmelad v Veliki Britaniji in prodira tudi na tuje trge.





1.3. Osebnostne in pravne predpostavke

Osebne in pravne predpostavke

K osebnostnim predpostavkam štejemo:

- pripravljenost tveganja
- vzdržljivost
- želja po samostojnosti
- zaupanje vase

Razen tega pa mora vsak podjetnik upoštevati pravne predpostavke:

- prijava v poslovni register (AJPES)
- prijava v davčni register (FURS)
- prijava v sistem socialnega zavarovanja (ZZZS)

VAJA:



Katere so po vašem mnenju **prednosti samostojnega podjetnika** pri njegovem delu?

Zakaj imajo mnogi zaposleni v podjetjih to obliko zaposlitve še vedno za najbolj varno?
Poskusite za obe obliki zaposlitve poiskati prednosti in slabosti, kot je razvidno iz tabele.

Zaposlen v podjetju (delojemalci)		Samostojni podjetnik	
Prednosti	Slabosti	Prednosti	Slabosti
denarno nadomestilo za brezposelnost	omejen dopust	velike možnosti osebnega razvoja	lastno financiranje
reden dohodek	nadrejeni	fleksibilen delovni čas	velik rizik
urejen status bolniških in porodniških odsotnosti		samostojnost	malo prostega časa
večja socialna varnost		večji zaslužek	60 -70 urni delovnik
		opravljanje dela, ki te veseli	redni prihodki niso zagotovljeni (predvsem v prvih letih samostojnega podjetništva)
		ustvarjanje ugleda	

2. Priložnosti in tveganja samostojnega podjetnika

Podjetništvo nam nudi raznovrstne **priložnosti in možnosti**.



Premislite, katere **motive imajo ljudje**, da ustanovijo podjetje?
Zapišite na kratko svoja razmišljanja. (**Vaš motiv?**)

- želijo biti neodvisni,
- ne želijo imeti nobenega nadrejenega nad sabo ,
- kako, kaj in kdaj pri svojem delu želijo sami določati,
- želijo uresničiti svoje življenjske sanje,
- želijo delati na področju, ki jih zanima,
- želijo pridelati dobiček,
- si privoščiti več kot običajno

Priložnosti samostojnega podjetnika

Individualni gospodarski motiv

višji
prihodki

dobra
kapitalska
naložba

Osebni motiv

samouresničitev

neodvisnost
(način dela,
delovni čas)

Poleg individualnih gospodarskih motivov, kot so višji prihodki ali dobre kapitalske naložbe, imamo še celo vrsto osebnih motivov: Tako nam samostojnost nudi možnost samouresničitve, da realiziramo lastne predstave in ideje in na ta način dosežemo samopotrditev.

V primerjavi z **delojemalci (zaposleni v podjetjih)** pa so **samostojni podjetniki deležni tudi večjega osebnega tveganja.**

- ❑ **Večja psihična in fizična** angažiranost- ta se kaže v daljšem delovnem času (60-70 ur tedensko)
- ❑ **Prisotna so tržna tveganja** - postavlja se vprašanje, ali so izpolnjena vsa pričakovanja strank glede kvalitete, cene...
- ❑ **Redni prihodki niso zagotovljeni**, predvsem v prvih letih samostojnega podjetništva
- ❑ **Prostega časa ni veliko**

Finančni riziko podjetniki pogosto podcenjujejo, kar lahko vodi do plačilne nesposobnosti ali insolventnosti

3. Iskanje in razvoj poslovnih idej

Kot že veste je **ideja osnova vsake uspešne trgovske dejavnosti**. Vendar je treba povedati, da „**idealna**“ **poslovna ideja ne obstaja**, saj ima vsak človek različne sposobnosti in različne pogoje, npr. posebna strokovna znanja, trgovski talent, kreativnost.

Poslovne ideje zato naj nebi izbirali po **njeni pričakovani donosnosti**, ampak bi le te naj ustrezale **podjetnikovi osebni in strokovni kvalifikaciji**.

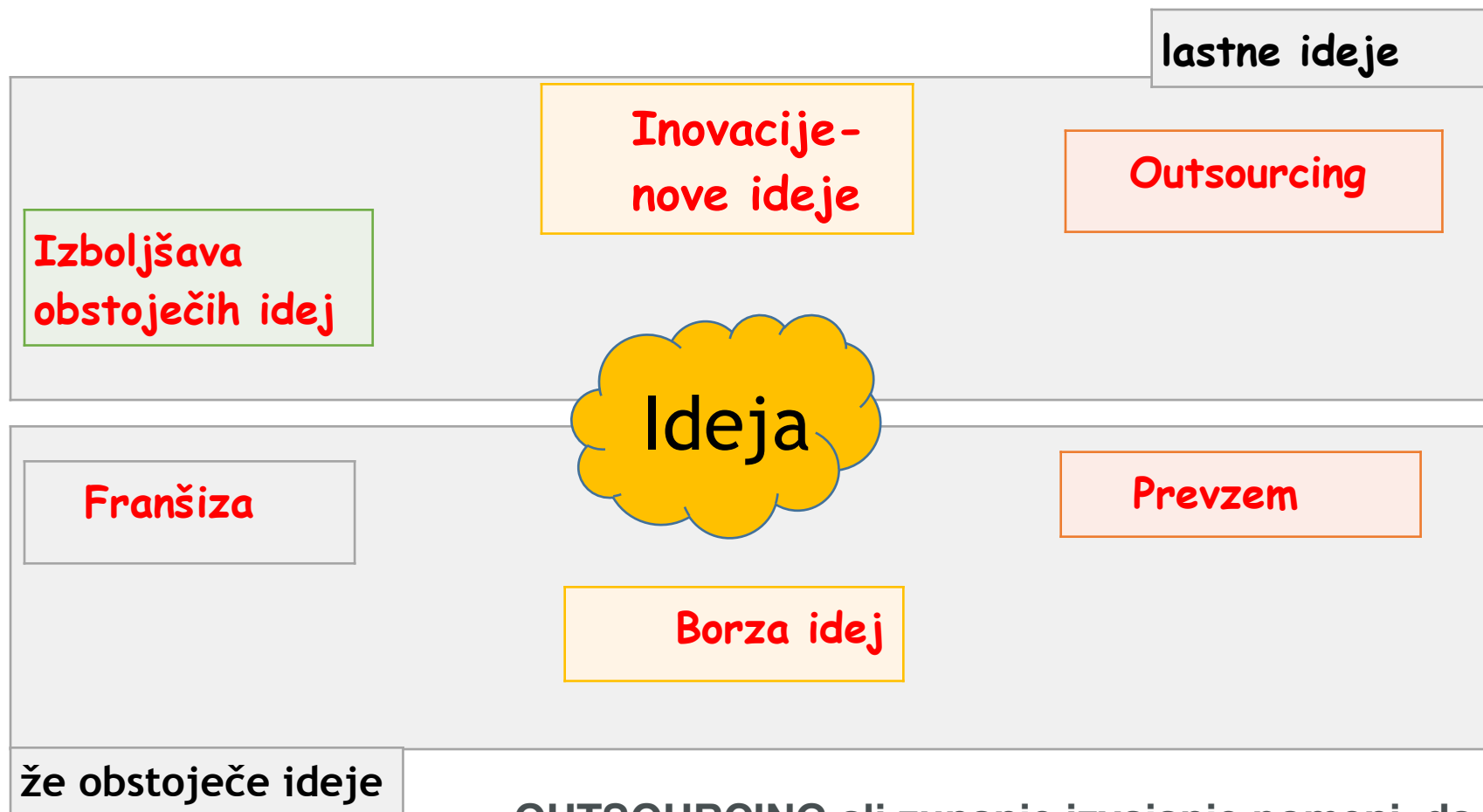
Vaja:



Kako lahko podjetniki pridejo do poslovnih idej? Zabeležite svoja razmišljanja.

- z lastno poslovno idejo (izboljšava obstoječih idej, inovacije -nove ideje, outsourcing)
- z že obstoječo poslovno idejo (franšiza, borza idej, prevzem)

Obstajajo različne poti, kako priti do poslovnih idej:



OUTSOURCING ali zunanje izvajanje pomeni, da praktično vsa opravila prevzame zunanji izvajalec. Razlogi za boljšo učinkovitost pri zunanjih izvajalcih so splošno znani: optimizirani procesi in izkušnje.

1. Uporaba že obstoječih poslovnih idej

Uporaba že obstoječih poslovnih idej

Franšizing

Borza idej

Prevzem

Večina ustanovljenih podjetij **temelji** na že ustanovljenih podjetij. Tako da ima **samo** vsak 20. mladi podjetnik povsem **novi poslovni ideji**.

Tako da večina podjetij posega po že **obstoječih in uspešnih poslovnih idejah**, jih izpopolnjuje in razvija naprej ter jih prilagaja trenutnim razmeram na tržišču.

Pogosto se dogaja, da se na primer uspešne poslovne ideje kar uvozijo iz drugih držav v domovino. Ali pa se prenesejo iz ene panoge na drugo panogo.

Za odkritje takih idej so nam lahko v pomoč obstoječi informacijski viri kot so:

gospodarske revije, tržne študije, strokovni sejmi itd.

Pri prevzemu tujih poslovnih idej, moramo paziti na to, ali se le te lahko prosto uporabljajo.

FRANŠIZA

Posebna oblika **prevzema** že obstoječih idej je **franšiza**, kjer lastnik **ideje da svojo idejo v najem**. (franšizo-dajalec in franšizo-jemalec).

McDonalds je npr. franšizno podjetje.

Franšizo -dajalec daje na razpolago **franšizo -jemalcu določene storitve v obliki franšiznega paketa**. Le ta vsebuje **organizacijsko, tehnično in trgovsko znanje (Know-How)** ter med drugim nudi tudi pravno varnost.

Franšizo -jemalec za ta paket **plača najemnino**. Sodelovanje obeh partnerjev je tesno in dolgoročno naravnano z **franšizno pogodbo**.

Vaja:



Kaj menite, kateri prednosti in slabosti bi franšiza imela za podjetnika?
Zapišite svoja razmišljanja.

PREDNOSTI

Pomoč pri ustanavljanju podjetja,
riziko neuspeha je majhen,
gre za preizkušen koncept,
prepoznavna znamka ali ime,
pridobitev strank.

SLABOSTI

Večinoma dolgoročna vezanost na pogodbo,
odvisnost od franšizo-dajalca,
omejene možnosti odločanja,
možnosti osebnega razvoja so vprašljive,
velika obremenitev z dajatvami.

PREVZEM PODJETJA

Druga možnost pri uporabi že obstoječih poslovnih idej **je prevzem podjetja**. Pri tej obliki prevzamemo že **obstoječe vrednote podjetja**.

V najboljšem primeru dobimo podjetje, ki je na trgu že dobro vpeljano. Obstajajo različne možnosti prevzema.

- Darilo:** ta oblika je pogosta pri družinskih podjetjih
- Dedovanje:** prav tako pogosta oblika pri družinskih podjetjih
- Zakup:** oseba, ki daje v zakup ostane lastnik podjetja
- Nakup podjetja:** z pogodbo določeno fiksno kupnino prodajalec prenese podjetje na kupca
- Nakup deleža:** gre za nakup deležev podjetja



Ustanovitev s.p.



Ustanovitev s.p. je enostaven postopek, ki ga opravimo prek **systema VEM**. Za dostop do sistema potrebujete **digitalno kvalificirano potrdilo**.

Ob ustanovitvi podjetja (registracija podjetja) se je najprej potrebno **odločiti za obliko podjetja**.

Najpogostejša je odločitev **za samostojnega podjetnika (s.p.)**, predvsem popoldanskega s.p.

Sledi odprtje **družbe z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)**.

Po pridobitvi vseh informacij sledi **registracija podjetja na VEM / SPOT točki**.

Registracija podjetja

Sama registracija podjetja je za podjetnika v zadnjih letih postala precej bolj enostavna kot nekoč ter **brezplačna**, saj **stroške postopka ustanovitve krije država**.

Ustanovitev podjetja lahko opravimo na eni izmed **fizičnih VEM točk** ali preko spleta na **e-VEM točki**. Tam lahko opravite tako **registracijo s.p. kot tudi enostavne d.o.o.**

Med obema vrstama pri registraciji podjetja obstajajo določene razlike. Registracija s.p. je nekoliko hitrejša in bolj enostavna ter je praviloma zaključena v nekaj dneh.

Postopek registracije d.o.o. pa je nekoliko daljši in zahtevnejši ter dokončno zaključen v nekaj tednih.



Ustanovitev s.p. poteka v treh korakih, ki jih bomo natančno pojasnili v nadaljevanju:

- 1. Prijava v poslovni register (AJPES)**
- 2. Prijava v davčni register (FURS)**
- 3. Prijava v sistem socialnega zavarovanja (ZZZS)**

1 . Prijava v poslovni register (AJPES)

Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (**AJPES**) **vpiše** samostojnega podjetnika (s.p.) v **Poslovni register Slovenije**.

Kaj samostojni podjetnik potrebuje za vpis v Poslovni register?

- **Podatke:** ime in priimek, EMŠO, davčna številka, prebivališče,
- **firno podjetnika:** ime in priimek podjetnika ter dodatne sestavine, označba s.p., dejavnost),
- **skrajšano firno** (vsaj ime in priimek samostojnega podjetnika in označba s.p.),
- **poslovni naslov**
- potrebno je razmisliti o **dejavnostih podjetnika** po Standardni klasifikaciji dejavnosti (SKD).



Firma podjetnika pri s.p.

Firma je oznaka s katero podjetje nastopa v pravnem prometu, "ime, s katerim družba posluje".

Primer firme podjetnika

Skrajšano ime / skrajšana firma: Ime in priimek podjetnika, označba s.p.: **Janez Novak s.p.;**

Popolno ime / firma: Ime in priimek podjetnika ter dodatne sestavine, označba s.p.: **PLESKAJ, slikopleskarstvo, Janez Novak s.p..**

2. Prijava na FURS

Samostojni podjetnik lahko **že hkrati z oddajo predloga** za vpis v **Poslovni register** odda prijavo za vpis v davčni register na Točki VEM.

Če pa tega ne stori, pa mora v osmih dneh po vpisu v **Poslovni register Slovenije** sporočiti finančnemu uradu - upošteva je svojo organiziranost - naslednje podatke:

- davčno številko in osebno ime,
- firmo in skrajšano firmo,
- osebo, ki vodi poslovne knjige,
- podatke o poslovnih enotah doma in v tujini,
- morebitne številke poslovnih računov v tujini in podatke o morebitnih kapitalskih naložbah doma in v tujini,
- način ugotavljanja davčne osnove - po normiranih ali po dejanskih odhodkih,
- višino prihodkov in višino odhodkov zaradi določitve višine akontacije dohodnine.



3. Prijava na ZZZS

Samostojni podjetnik se lahko prijavi **v socialna zavarovanja** z oddajo ustreznega **M-obrazca** (**M1 za navadni s.p.**, **M12 za popoldanski s.p.**).

Obrazec je možno oddati sočasno z ustanovitvijo s.p. na Točki VEM, sicer pa najkasneje v 8 dneh od vpisa v poslovni register, kar lahko stori s.p. sam preko portala e-VEM.

Izdajatelji digitalnih potrdil

Kvalificirana digitalna potrdila v Sloveniji izdajajo štirje overitelji:

- Ministrstvo za javno upravo - [SIGEN-CA](#)
- Pošta Slovenije d.o.o. - [Pošta®CA](#)
- Nova Ljubljanska banka d.d. - [AC NLB](#)
- Halcom d.d. - [Halcom CA](#)

Za konec si pogledjmo še nekaj razlik med s.p. in d.o.o:

Samostojni podjetnik - s.p.	Družba z omejeno odgovornostjo - d.o.o.
Ni ustanovnega kapitala.	Ustanovni kapital 7.500 evrov.
Samostojni podjetnik za posle odgovarja s svojim premoženjem.	Ločenost premoženja (družbeniki odgovarjajo samo s svojim deležem v družbi).
Progresivna obdavčitev, ki velja za samostojnega podjetnika, ni primerna za velike dobičke.	Primerna oblika za večje dobičke (enotna davčna stopnja za pravne osebe).
Pravno-organizacijska oblika: fizična oseba z dejavnostjo.	Pravna oseba.
Enostavno / dvostavno knjigovodstvo ali normirani odhodki.	Dvostavno knjigovodstvo.
S.p. s sredstvi na računu prosto razpolaga.	Za vsak odliv je potrebno imeti ustrezen dokument (račun, potni nalog...).
S.p. velja za nekoliko manj kredibilno obliko podjetja.	Nekoliko večja kredibilnost podjetja pri poslovanju.
Enoosebna oblika opravljanja dejavnosti.	Eno ali več osebna oblika podjetja.
Ustanovitev s.p. je slaba odločitev v primeru, da računate na investicijo.	Možnost vstopa novega lastnika, povečanja osnovnega kapitala...



4.1 Podjetje in njegovo okolje

4.1.1 Deležniki in delničarji podjetja

4.1.2 Profitne in neprofitne organizacije

4.2 Cilji in njihova merljivost po SMART kriterijih

4.2.1 Vrste ciljev

4.3 Marketing

4.3.1 Marketinški miks

4.4 Investicije in financiranje

4.5 Vodenje podjetja

4.6 Organizacija podjetja

4.1 Podjetje in njegovo okolje

Pojme, kot so **firma, podjetje in obrat**, v vsakdanjem življenju pogosto uporabljamo. Pri tem pa te pojme s pravnega vidika velikokrat pomešamo.

Primer:

Gospa Breznik ima "Pekarno Breznik", ki poleg kruha in pekarskih izdelkov proizvaja tudi različne slašičarske proizvode. Razen tega poskuša zadovoljiti še individualne želje svojih strank, npr. s catering storitvami.

Vaja: Kaj menite, s katerimi od teh pojmov lahko opišemo podjetje gospe Breznik?

- ▲ podjetje
- ▲ obrat
- ▲ firma

Kot podjetje označujemo neko gospodarsko, pravno in organizacijsko enoto, katere glavni cilj je proizvodnja blaga in ponudba storitev. Podjetje je širši pojem kot obrat, saj obsega tudi druge dejavnosti, kot so nabava, prodaja, računovodstvo ...

Primer:

podjetje

Gospa Breznik sklepa posle, kupuje blago in ga dalje prodaja svojim strankam. Svojim sodelavcem daje plačo, državi pa davek. Gospa Breznik vodi torej _____.

Obrat je gospodarska enota, v kateri se proizvajajo materialne dobrine ali opravljajo storitve za potrebe naročnikov. Obrat je vedno tesno povezan s krajem, kjer poteka proizvodnja.

Primer:

Obrat gospe Breznik je v Mariboru. K njenemu obratu spadajo še poslovni lokal, pekarna in pisarniški prostori.

Firma pa je ime, ki ga ima podjetje in je s tem imenom vpisano v register firm na sodišču.

Primer:

Podjetje, ki ga vodi gospa Breznik, deluje pod imenom "Pekarna Breznik".

PODJETJE

gospodarska, pravna
in organizacijska
enota

OBRAT

kraj proizvodnje

FIRMA

pravno zaščiteno ime

4.1.1 Deležniki in delničarji v podjetju

Gospodarsko trgovanje podjetij lahko lepo opišemo s pomočjo dveh načinov vključenosti v podjetje: **Stakeholder (deležniki) in Shareholder (delničarji)**.

Podjetje ne deluje izolirano, tj. samo zase, ampak vedno v povezavi s svojim okoljem. Poleg lastnikov imajo interes, da podjetje uspešno deluje, še druge osebe in institucije.



Kaj menite, kdo bi lahko imel interes, da podjetje uspešno posluje?

Stakeholder - deležnik

Če pogledamo pojem „**to have a stake**“ v slovarju, najdemo prevod „**biti gospodarsko zainteresiran za**“ Deležnik ima torej interes, da je podjetje gospodarsko uspešno. Kdo razen lastnika pa lahko ima še interes, da je podjetje uspešno? Med gospodarsko zainteresiranimi razločujemo interne in eksterne deležnike.

interni deležnik

podjetnik/lastnik

zaposleni

podjetje



eksterni deležnik

stranke

dobavitelji

banke

država

družba

Kakšne zahteve imajo interni in eksterni deležniki do podjetja?

interni deležniki	njihove zahteve oz. pričakovanja
podjetnik oz. lastnik	Lastnik želi, da podjetje posluje s čim večjim dobičkom.
zaposleni	Zaposleni želijo biti redno plačani za svoje delo, imeti zagotovljeno delovno mesto in zanimivo zaposlitev.

eksterni deležniki	njihove zahteve oz. pričakovanja
stranke	Stranke želijo kvalitetne proizvode in pripisujejo velik pomen zanesljivosti podjetja.
dobavitelji	Želijo imeti redna naročila in pravočasno plačilo.
banke	Pričakujejo pravočasno in zanesljivo vračilo odobrenih posojil.
država	Pričakuje dajatve in davke, ki jih podjetje mora plačati, in zahteva, da podjetja ravnajo po veljavnih zakonih.
družba	Družba zahteva etično in okolju prijazno ravnanje podjetja.
Iz vsega tega je razvidno, da podjetnik mora ugoditi različnim zahtevam.	

Shareholder

Če pogledamo pomen „**to have a share**“ v slovarju, najdemo prevod „**imeti delež od nečesa**“
Delničarji imajo torej deleže v podjetju.

Delničarji posedujejo deleže pri delniški družbi in tako lahko direktno vplivajo na vodenje podjetja.

Vaja: Razvrsti posamezne primere k pravih oznakam.

	Interni deležniki	Eksterni deležniki	Shareholder-delničarji
Gospa Flisar poseduje deleže v firmi Lek.			✘
Gospod Kos daje pri svojih nakupih velik poudarek kvalitetnemu blagu.		✘	
Kot zaposleni želi gospod Mesec dobiti redno plačo.	✘		
Davčni urad pričakuje od podjetja plačevanje davščin.		✘	

4.1.2 Profitne in neprofitne organizacije

Glede na svoje cilje lahko podjetja razdelimo na:

Profitne organizacije

Cilj je doseči čim večji dobiček.

Neprofitne organizacije

Ne stremijo k doseganju dobička.

Načeloma je za podjetnika ali podjetnico **najvažnejši dobiček**. Iz dobička je razvidno, kako gospodarno, učinkovito in donosno je podjetnik delal. Dobiček služi tudi za določitev osnove pri plačilu davka.

S pojmom profitna dejavnost je neposredno povezan **pojmem dobička** in pričakovanje lastnika, da bo po lastni presoji uporabil **dobiček** kot rezultat uspešnega poslovanja.

Ključno pri **profitni** dejavnosti je torej **ustvarjanje dobička**.

Kaj je dobiček?

Najbolj pogosta definicija dobička je, da je dobiček razlika med **celotnimi prihodki in celotnimi odhodki**. Torej, če kupimo avtomobil za 500 EUR in ga prodamo za 800 EUR in so nas ob tem ostale dajatve, kot so na primer davki, stroški dela, oglaševanja itd., stali 100 EUR, smo torej ustvarili 200 EUR dobička.



Kaj je **NEPROFITNA** dejavnost?

Na neprofitnem območju **ni dobička**. Lastniki kot ustanovitelji neprofitnih dejavnosti dobička niti ne pričakujejo.

Neprofitne organizacije so npr. **Caritas, Greenpeace, razne aids organizacije** ...

Neprofitne organizacije se večinoma financirajo iz prostovoljnih denarnih prispevkov in s podporo prostovoljcev.

Vaja: Ali gre pri naslednjih podjetjih za profitne ali neprofitne dejavnosti?

	Profitne dejavnosti	Neprofitne dejavnosti
Kulturno društvo „Mesec“		
Cvetličarna „Roža“		
Mizarstvo Šavel		
Bolnišnica Rakičan		
Pekarna Breznik		

4.2 Cilji in njihova merljivost po SMART kriterijih

Postavljanje ciljev tako na privatnem kot tudi na poklicnem področju je eden ključnih pogojev za kasnejši uspeh, kajti tisti, ki ne pozna cilja, tudi poti ne more najti.

Kaj pravzaprav razumemo s ciljem in kako lahko ugotovimo, ali smo cilj dosegli?

Za cilj si lahko zadamo, da uspešno zaključimo projekt ali da zmagamo na maratonu. Kot podjetnik si boste zadali cilj,

da boste povečali prodajo in dobiček ter zmanjšali stroške proizvodnje.

Da bi dosegli svoje cilje, jih moramo točno definirati. To lahko zelo uspešno opravimo s **SMART** -kriteriji.

S	specifičen	specifičen- kaj želimo doseči, pomembno je, da cilje konkretno definiramo, in da so cilji, ki si jih zadamo, dosegljivi
M	merljiv	
A	atraktiven	
R	realističen	
T	terminski	

Specifičen



Kaj želimo doseči? Pomembno je, da cilje konkretno definiramo, in da so cilji, ki si jih zadamo, dosegljivi.

Primer: Gospa Breznik želi povečati prodajo svojih proizvodov.

Merljivost

Kako prepoznamo, ali smo dosegli cilj?

Da bi lahko kontrolirali, ali smo cilj dosegli, je pomembno, da si natančno določimo obseg cilja.

Primer: Gospa Breznik določi obseg povečane prodaje na 3 %.

Atraktivnost

Kaj mi uresničitev cilja omogoča? Formulirani cilji naj bodo pozitivni in atraktivni.

Primer: S povečanjem prihodkov si lahko gospa Breznik več privošči. Po eni strani je to dobro za podjetje, saj lahko investira v proizvodnjo, po drugi strani pa si lahko spet privošči dopust.

Realistično

Kako lahko dosežemo cilj? Da bi cilj dosegli, moramo premisliti, koliko časa, katere osebe in kompetence so za to potrebne.

Primer: Catering storitev, ki jo gospa Breznik ponuja, stranke zelo rade koristijo. Z dodatno reklamo bi lahko dosegla še večjo prepoznavnost ter tako dobila še več naročil.

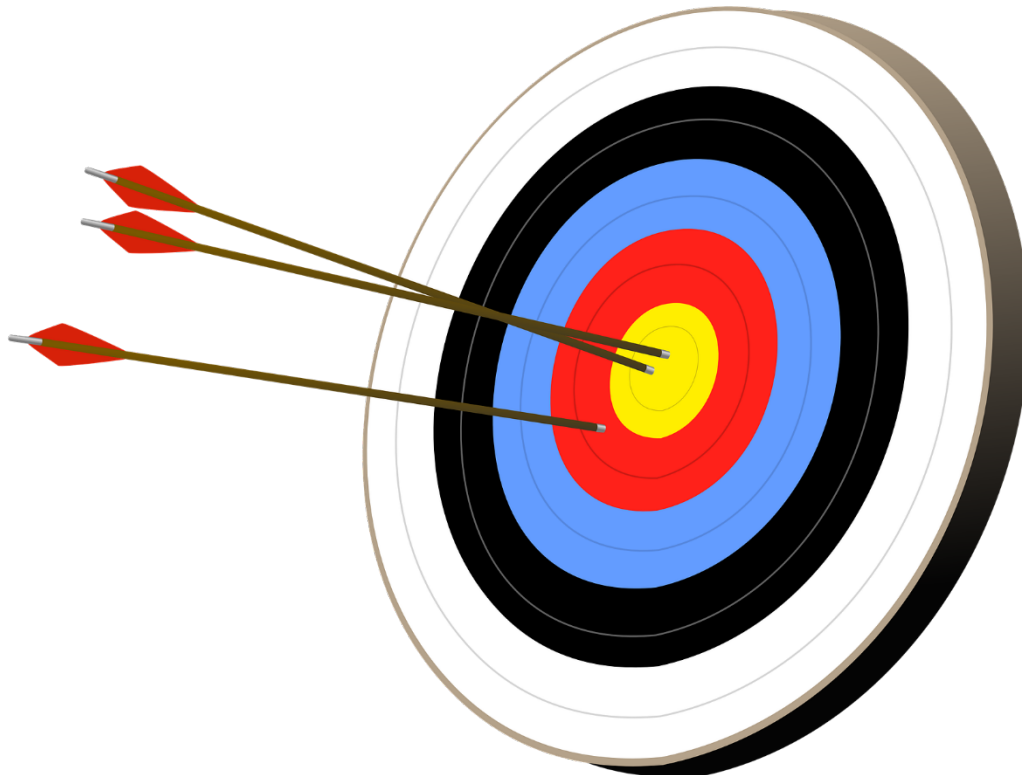
Terminsko

Do kdaj moramo cilj doseči? Pomembno je, da si določimo časovni okvir za uresničitev cilja.

Primer: Gospa Breznik želi povečati prodajo v šestih mesecih.

VAJA

Zapišite 1 cilj, ki jih imate. Premislite, v kolikšni meri vaši cilji ustrezajo kriterijem po metodi SMART?



Postavljanje ciljev
S.M.A.R.T. metoda:

- S - specific. Kaj natančno želimo?
- M - measurable. Po čem opazimo, da smo dosegli svoj cilj?
- A - adjustable. Ali to res želimo? Kakšno ceno smo pripravljeni plačati?
- R - realistic. Ali jih je možno doseči?
- T - timed. Kdaj bo cilj dosežen?

Postavite si cilje po metodi S.M.A.R.T.

Ali veste, kakšna je razlika med željami in cilji?

Želje so nekaj, kar obstaja le v domišljiji, cilji pa so vizualizirani in z narejenim načrtom za doseganje. **Želje se vam lahko uresničijo le, če jih spremenite v cilje.**

Oblikovanje ciljev po modelu S.M.A.R.T. s ciljnim okvirjem je odlična metoda, s katero si lahko postavimo cilje ter jih nato tudi dosežemo.

Kaj pomeni kratica S.M.A.R.T. lahko spoznate v spodnjem opisu.

S. = Specifično konkreten. Kaj natančno hočete?

M. = Merljiv. Po čem prepoznate, da ste svoj cilj dosegli (kaj so dokazni kriteriji)?

A. = Atraktiven. Ali ga res hočete doseči? Ste se pripravljene za to angažirati? Čemu se morate v ta namen odpovedati (sekundarni dobiček)? Katero ceno morate plačati?

R. = Realen. Ali je to za Vas v območju "možnega"? Ali se vam to zdi izvedljivo? Je to že komu uspelo?

T. = Timing. Kdaj natančno bo cilj dosežen?

4.2.1 Vrste ciljev

Cilje lahko delimo na formalne in stvarne oz. objektivne cilje.

O formalnih ciljih govorimo, ko so naša prizadevanja naravnana na uspeh, npr. povečanje prodaje.

Stvarni cilji pa se nanašajo na realne objekte in aktivnosti. V tem primeru lahko gre npr. za uvajanje nove tehnologije pri proizvodnji.

	Stvarni cilj	Formalni cilj
V šestih mesecih naj bi ponudili strankam novo serijo proizvodov.		
V naslednjem letu naj bi modernizirali proizvodnjo z novimi stroji.		
Do konca leta naj bi prodajo povečali za 5 %.		

Proizvodnja v podjetju

Proizvodnja v podjetju je proces, ki je naravnan na kombinacijo različnih dejavnosti z namenom, da bi dobili proizvode za prodajo.



4.3 MARKETING

Marketing - **trženje** - je celovito obnašanje in delovanje ponudnika na trgu.

Je znanje in vedenje o:

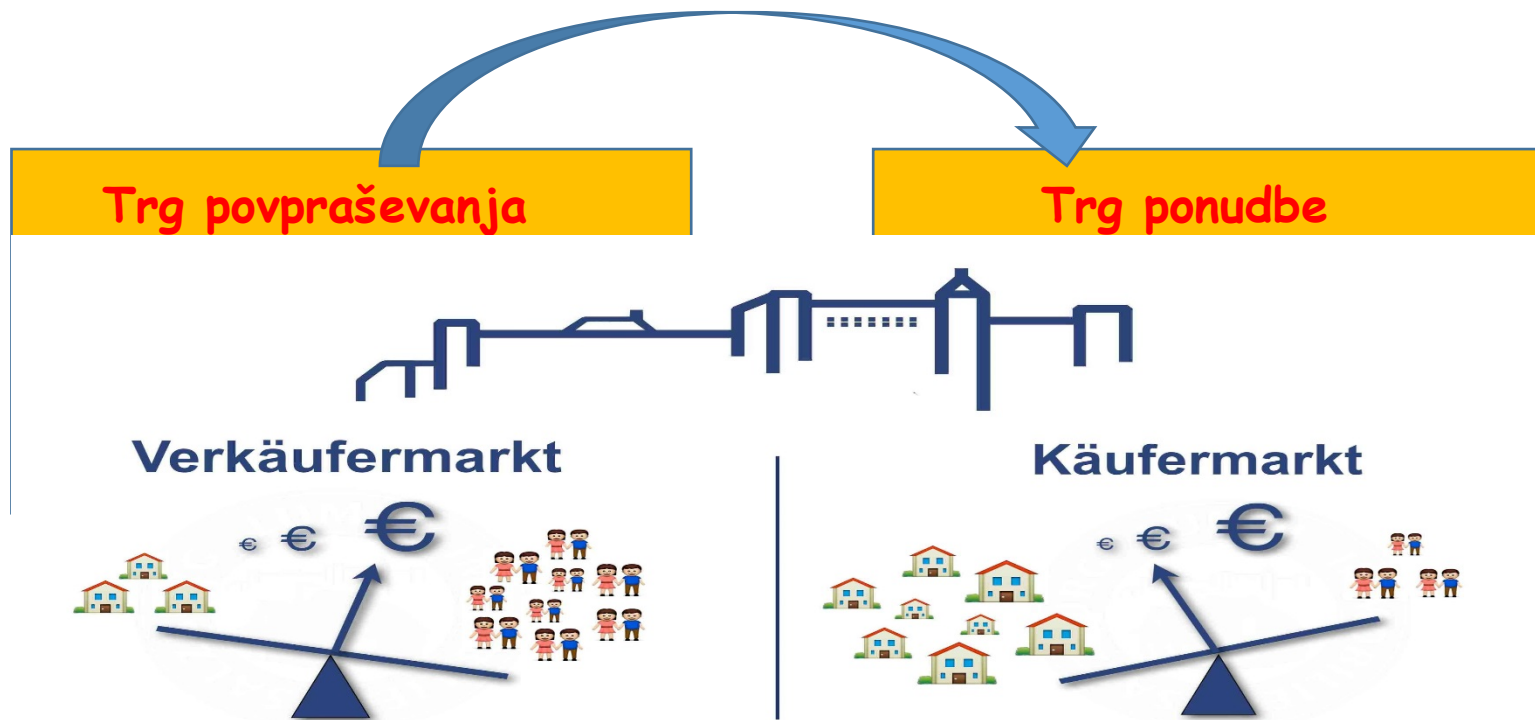
- izdelku ali storitvi,
- trgu in dogajanju na njem,
- politiki cen,
- prodajnih poteh,
- promocijskih prijemih in kanalih.

Naloga marketinga je, da vse tržno usmerjene aktivnosti nekega podjetja **načrtuje, koordinira in kontrolira**.

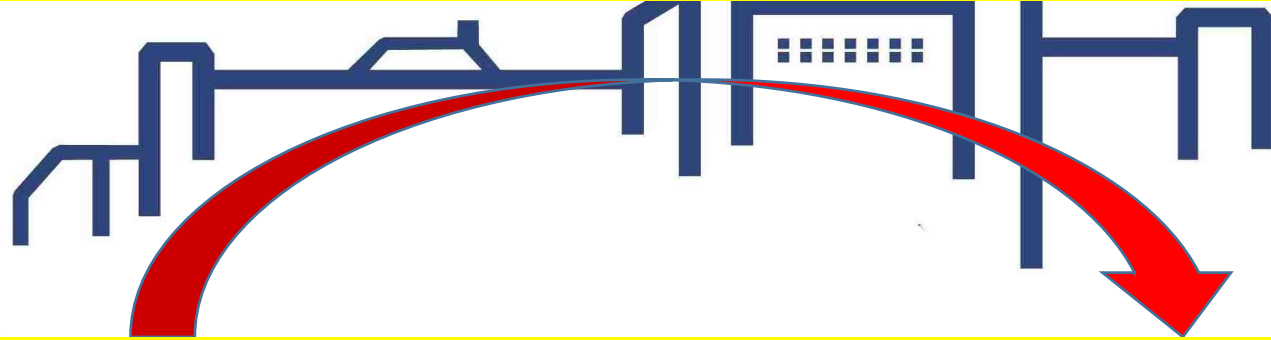
Vaja: Zakaj je marketing dandanes tako pomemben za podjetja? Zapišite vaša razmišljanja.

Ker so podjetja s to spremembo bila prisiljena, da so ravnala v skladu z željami in potrebami kupca oz. potrošnika.
Niso več razmišljali proizvodno orientirano ampak tržno orientirano.

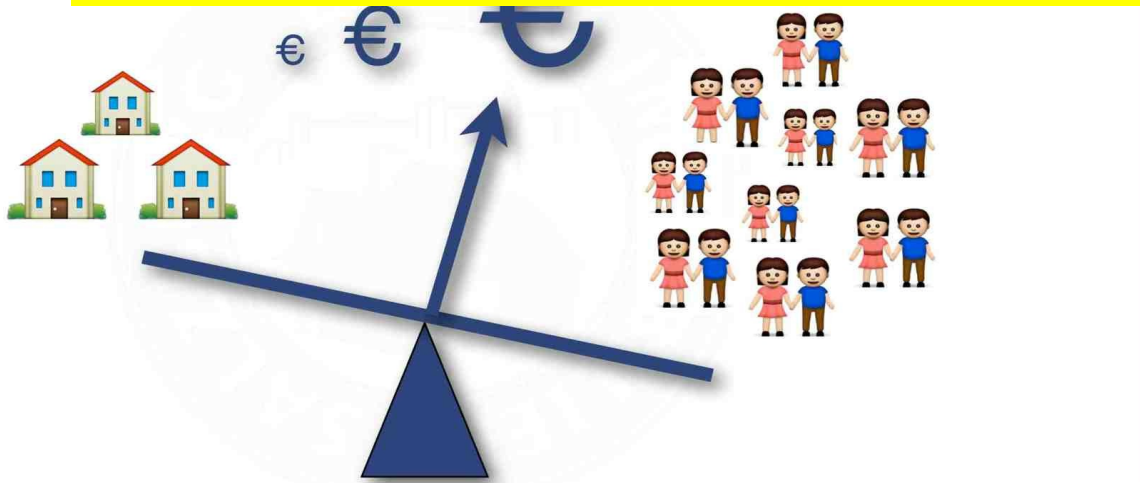
Käufermarkt Beispiel
Bei den meisten Produkten wie z.B. Milch, Autos und Fernsehgeräten gibt es eine ausgiebige Zahl an Anbietern und Produkten; der Käufer kann sich zwischen vielen Marken und Produkten entscheiden, es herrscht ein Angebotsüberhang, die Unternehmen müssen um die Kunden werben, deren Kundenwünsche erfüllen sowie attraktive Preise anbieten.



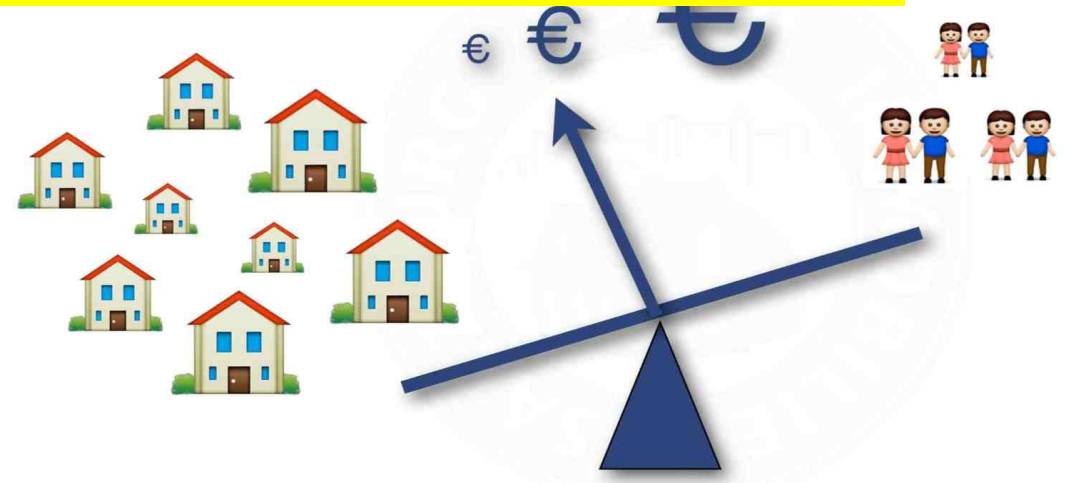
Marketing je za podjetja postal tako pomemben, ker se je



trg povpraševanja sčasoma spremenil v trg ponudbe.



Povpraševanje je večje od ponudbe



Ponudba je večja od povpraševanja

4.3.1 MARKETINŠKI MIKS - 4 P

4 P marketinški miks opisuje vse aktivnosti, ki jih je potrebno izpeljati, da bi kupca/potrošnika pridobili in ga zadržali.



Proizvod/izdelek

Dober podjetnik se mora zavedati, s kakšnimi proizvodi bo zadovoljil potrebe in želje potrošnikov oz. potencialnih kupcev.

S pojmom proizvod je tesno povezana kvaliteta izdelka, dizajn, embalaža, servisna služba, relaunch in odstranitev izdelka iz asortimenta.

(relaunch - ponuditi star proizvod, vendar v novi embalaži)

Cena

Podjetnik mora tudi razmišljati o tem, kako bo oblikoval ceno proizvoda in ali bo ponudil rabat za izdelek. V to področje spada tudi odločitev, po katerih cenah bo podjetnik ponujal blago (strategija visokih ali nizkih cen).

Distribucija

Na tem področju gre za vprašanje, kako bo izdelek od proizvajalca prišel do končnega porabnika (logistična distribucija/akviziterska distribucija).

Promocija ali politika komuniciranja

Naloga le-te je, da posreduje končnemu potrošniku/kupcu čim več informacij o proizvodu in o podjetju. Instrumenti promocije so: reklama, direktna komunikacija, PR, osebna prodaja, udeležba na sejnih ...



Vaja: **Razvrstite naslednje primere v področja - 4 P.**

	proizvod	cena	distribucija	promocija
Gospa Breznik ponudi svojim strankam rabat ob nakupu večje količine blaga.		×		
Kontrola zalog v skladišču pokaže, da se določen proizvod slabo prodaja in ga zaradi tega vzamejo iz asortimenta oz. ponudbe.	×			
S propagandno akcijo začne gospod Mai na glavnem mestnem trgu.				×
Gospa Breznik želi povečati prodajo in premišljuje, da bi zaposlila trgovskega zastopnika.			×	



Primer:

Tudi gospa Breznik premišljuje, kako bi pridobila nove stranke.

1. Premišljuje predvsem o tem, katere pekarske proizvode bi ponudila bodočim strankam. Kaj ponuja konkurenca? Gospa Breznik mora raziskati trg - opravlja tržno raziskavo.
2. Po opravljeni tržni raziskavi gospa Breznik ve, katere pekarske proizvode mora proizvajati, obenem pa tudi premišljuje, v kakšni embalaži bi ponudila svoje sveže pekarske izdelke v prodajalnah.
3. Sedaj še poskrbi za finančni del in izračuna vse stroške, ki so povezani s proizvodnjo. Pri tem seveda mora paziti, da svojih izdelkov ne bo prodajala po prenizki ceni, saj v tem primeru ne bi imela dobička. Svojih izdelkov pa tudi ne sme prodajati predrago, ker bodo kupci sicer kupovali pri konkurenci.
4. Po opravljeni kalkulaciji gospa Breznik premišljuje o tem, kako bi svoje nove proizvode strankam najhitreje predstavila. Svoje izdelke lahko prodaja izključno v svoji pekarni, premišljuje pa tudi o tem, da bi nabavila mobilno prodajno stojnico.
5. Navsezadnje pa mora premisliti tudi o tem, kako bo oglaševala svoje proizvode.

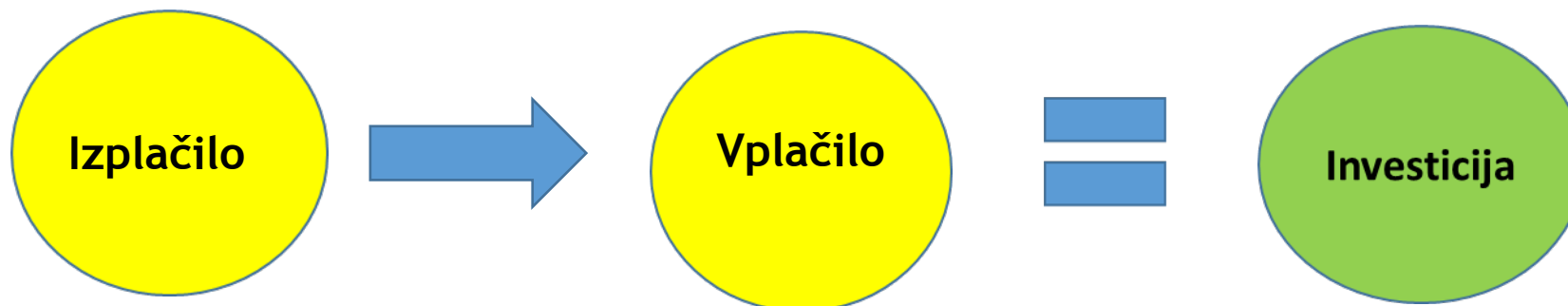


MARKETINŠKI MIKS

Ključna pri vsem je zgodba, ki stoji za našim izdelkom. Zgodba izdelka pokrije vse 4 P-je, zgodba je tista, ki ostane v spominu ljudi. Zgodba je tista, ki pritegne kupca in uporabnika izdelka. **Zgodba vzbudi čustva in zaradi čustev smo dojemljivi za nakup.**

4.4 Investicija in financiranje

Kaj je investicija? Na to vprašanje lahko preprosto odgovorimo.



Primer:

Gospa Breznik kupi nov mešalni stroj in za to porabi denar – sledi izplačilo. Z novim mešalnim strojem bo lahko proizvedla še več pekarskih izdelkov – sledi vplačilo.

Investicije lahko vršimo v nefinančna sredstva in finančna sredstva. K nefinančnim naložbam (obratna sredstva) spadajo npr stroji, zgradbe, pisarniška oprema, itd.

Če pa gre za delnice ali soudeležbe govorimo o finančnih naložbah. Z izrazom **financiranje** pa razumemo izvor sredstev za nakup nekega blaga.



**Primer: Gospa Breznik za financiranje (nakup) novega mešalnega stroja najame kredit pri banki.
Najprej dobi s strani banke nakazilo na svoj račun-vplačilo.**

Vaja: Razložite, zakaj je nakup novega mešalnega stroja gospe Breznik hkrati investicija in financiranje.

Odločitev gospe Breznik za nakup novega mešalnega stroja je ta, da bi proizvedla več pekarskih izdelkov in tako dosegla večje prihodke. Torej investira v nov mešalni stroj. Da bi lahko financirala mešalni stroj potrebuje denar. Ker je stroj veliko stane, se odloči za bančni kredit. Banka torej financira mešalni stroj-