



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Promet
Modul: Logistika

POSLOVNI NAČRT PODJETJA

Mentor: Matej Herlec, univ. dipl. ekon.
Lektor: Martin Vrtačnik

Kandidat: Robert Gradišar

Ljubljana, avgust 2007

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju Mateju Herlecu za pomoč in vodenje pri izdelavi diplomskega dela.

Zahvaljujem se tudi lektorju Martinu Vrtačniku, ki je lektoriral mojo diplomsko nalogo.

Zahvaljujem se gospe Marinki Borštnar za pomoč pri izdelavi bilanc.

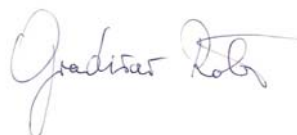
IZJAVA

»Študent Robert Gradišar izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom Mateja Herleca, univ. dipl. ekon.«

»Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.«

Dne, 23. 6. 2007

Podpis:

Handwritten signature of Robert Gradišar in blue ink.

POVZETEK

A. KRATEK OPIS PODJETJA

Podjetje P&L kozmetične storitve, d. o. o., bo ustanovljeno 30. avgusta 2007. Podjetje bo osnoval tričlanski tim. P&L kozmetične storitve, d. o. o., se bo ukvarjalo s kozmetično dejavnostjo. S Krko smo sklenili pogodbo o poslovnem sodelovanju za leto 2007.

B. PRILOŽNOST IN STRATEGIJA

Tim podjetja se zaveda, da so tržni deleži te dejavnosti že razdeljeni. Prav zaradi začetniških težav, ki bi jih lahko imeli pri prodoru na trg, smo si poiskali partnerja: Krko, tovarno zdravil, d. d., Novo mesto. V salonu bomo uporabljali Krkino kolekcijo: Vitaskin, Invite, Vitaskin regenerativ, LR My beauty. V zameno za promocijo njihovih izdelkov pa nam bo Krka nudila razne ugodnosti. Za izdelke bomo plačali le njihovo nabavno vrednost in se tako izognili visokim maržam, ki bremenijo tujo kozmetiko. Skušali bomo dokazati, da *tuje* ne pomeni vedno *boljše*. Nižje cene storitev ter prijazno in visoko strokovno osebje so naši glavni aduti pri prodoru na trg.

C. CILJNI TRGI IN PROJEKCIJE

Tržne raziskave so pokazale, da je zanimanje oziroma povpraševanje po kozmetičnih storitvah zelo visoko. Glavne skupine kupcev predstavljajo predvsem poslovne ženske med 30. in 40. letom starosti, saj je v poslovnem svetu urejen videz zelo pomemben. Pričakujemo, da si bomo predvsem zaradi nižjih cen pridobili tudi starejšo populacijo od 50 do 60 let. Po kozmetičnih storitvah pa povprašuje tudi čedalje več moških med 35. in 40. letom starosti. Z inovacijami, kot so permanentni make-up in tetoviranje, pa bomo pritegnili tudi mlajšo generacijo (15–25 let).

D. KONKURENČNE PREDNOSTI

Pričakujemo, da bomo večino strank pridobili s pomočjo nižjih cen in visoke kakovosti, kar je pokazala tudi tržna raziskava. Opazili smo, da so že obstoječi kozmetični saloni precej nedovzetni za novosti (permanentni make-up), mi pa bomo prav inovacijam namenili največ pozornosti. Naše kozmetičarke se bodo redno udeleževale seminarjev, kozmetičnih sejmov, obiskovali bomo prezentacije novih kozmetičnih naprav. Svetovnim kozmetičnim trendom pa bomo sledili preko revij in medijev. Vsem odjemalcem bomo nudili tudi brezplačno svetovanje o ličenju in negi telesa.

E. EKONOMIKA, DOBIČKONOSNOST IN MOŽNOST ŽETVE

Pričakujemo, da bo panoga, v kateri posluje naše podjetje, rastla kot naš tržni delež, pa tudi, da se bo višina dobičkov gibala v isti smeri. Pričakovani profiti so prikazani v predračunski bilanci uspeha. V prvih dveh mesecih 1. leta bomo beležili izgubo v višini 8.000 € in 1.000 €, nato se bo dobiček povečeval. Konec prvega leta poslovanja pa izgube ali dobička ne pričakujemo. V 2. letu se dobiček povečuje in znaša 35.000 €, v 3. letu pade na 28.000 €, v naslednjih dveh letih pa zopet narašča iz 30.000 € na 32.000 €.

F. MENEDŽMENT TIM

V prvih petih letih našega poslovanja management tim predstavljata 2 člana, in sicer direktorica Andreja Zajc in njena namestnica Vesna Klinec, Robert Gradišar pa je član upravnega odbora.

KLJUČNE BESEDE

- Poslovni načrt
- Pogodba
- Poslovanje
- Kozmetika

ABSTRACT

A: SHORT PRESENTATION OF THE COMPANY

The P&L d. o. o. Cosmetics Service Company will be established August 30th 2007 by a three member team. The company will be involved in cosmetics services within the framework of Krka, a large pharmaceutical company located in Novo mesto. Both mentioned companies have signed a contract about mutual cooperation for the year 2007.

B: BUSINESS STRATEGY AND OPPORTUNITIES

Our company is aware of the fact that market shares of this economic activity have already been distributed. Due to initial problems we may be facing while trying to set our company through in the market we have found ourselves a partner, Krka d. d. a pharmaceutical company from Novo mesto. Exclusively cosmetics products from Krka, such as Vitaskin, Invite, Vitaskin Regenerativ and LR My Beauty, will be used at our saloon. In return of advertising their products Krka will offer certain benefits to our company. Purchase price will be paid for their products which will enable us to avoid high margins incrising the price of foreign cosmetics products. We will try to prove that foreign does not necessarily mean better as well. Our major advantages are lower service prices as well as friendly and highly qualified personnel, which will enable us to break through in the market.

C: MARKETS AND PROJECTIONS

Market researches have shown a great demand for cosmetics services. We aim particularly at business women aged 30 to 40 who find appearance important in the business world. However, due to lower prices we expect to win over older population aged 50 to 60 as well. Recently cosmetics services have been in great demand also among men aged 35 to 40. Innovations like permanent make-up and tatoos will enable us to win over the younger generation aged 15 to 25.

D: COMPETITIVE ADVANTAGES

We expect to gain most clients due to lower prices and a high quality, which has also been shown by the market research. We have noticed that the existing cosmetics saloons are quite resistable to novelties (permanent make-up), whereas we intend to devote most attention to various innovations. Our cosmeticians will regularly attend seminars on different topics (Acne Treatment at a Cosmetics Saloon organised by the Institution for Technical Education, Diserboric Complex – the study of a structure and function of sebaceous glands, diserboric skin at an old age, Circulation Disorder organised by professor Stjepan Bunta, M. D.), cosmetics fairs and demonstrations of new devices. World's cosmetics trends will be followed via magazines and media as

well. All clients will be offered free consulting about the latest make-up trends and beauty treatment.

E: ECONOMICS, PROFIT AND HARVEST POSSIBILITIES

We expect the branch of our company as well as our market shares to grow constantly. As a consequence we expect to increase our profits. The expected profit is shown in the balance of success. The first two months of the first business year will show a loss of €8.000 and € 1000, but gradually gross profit will increase. At the end of the first business year we do not expect neither loss or profit. In the second year gross profit is expected to increase and reach the amount of € 35.000, but then sink to € 28.000 in the third year, just so to show a new increase from € 30.000 to € 32.000 in the next two years.

F: MANAGEMENT TEAM

In the first five years of operating the management team of our company will consist of two members – Andreja Zajc, managing director, and Vesna Klinec, deputy of the managing director. Robert Gradišar will be a member of the management board

KEYWORDS

- Business plan
- Contract
- Operation
- Cosmeties

KAZALO

I. Industrijska panoga, podjetje, proizvodi in storitve.....	1
A. Industrijska panoga	1
B. Podjetje	1
C. Proizvodi oziroma storitve.....	1
D. Strategija vstopa in rasti	2
II. Tržne raziskave in analiza.....	3
A. Odjemalci (kupci).....	3
B. Obseg trga in trendi.....	3
C. Konkurenca	3
D. Sprotno ocenjevanje trga	4
III. Ekonomika poslovanja podjetja.....	5
A. Prihodki in dobiček	5
B. Profitni potencial in trajnost profitov	5
C. Fiksni in variabilni stroški.....	5
D. Število mesecev do točke preloma	5
E. Število mesecev za doseganje pozitivnega denarnega toka	5
IV. Načrt trženja	6
A. Celotna marketinška strategija	6
B. Določanje cen	6
C. Prodajna taktika	6
D. Politika prodajnih storitev in garancija	6
E. Oglaševanje in promocija	7
F. Distribucija	7
V. Načrt, dizajn in razvoj	8
A. Status razvoja in bodoče naloge	8
B. Težave in tveganja	8
C. Izboljšave proizvoda in novi proizvodi	8
D. Stroški	8
VI. Proizvodni in izdelavni načrt	10
A. Proizvodni cikel.....	10
B. Geografska lokacija.....	10
C. Zgradbe in izboljšave	10
D. Strategija in plan.....	10
E. Pravne zahteve dovoljenja in vprašanja okolja	11
VII. Menedžment tim	12
A. Organizacija	12
B. Ključno vodilno osebje	12
C. Nagrajevanje menedžmenta in lastništvo.....	13
D. Drugi investitorji.....	13
E. Spodbude, vezava ljudi na podjetje, pogodbe o zaposlitvi	13
F. Upravni odbor.....	13
G. Drugi lastniki delnic, njihove pravice in omejitve	13
H. Profesionalni svetovalci in storitve	13
VIII. Splošni terminski plan.....	14
IX. Kritična tveganja in problemi.....	15
A. Nedoseganje obsega prodaje	15
B. Neugodni trendi, ki zadevajo panogo.....	15

C.	Zniževanje cen s strani konkurence.....	15
D.	Pojav novega kozmetičnega salona na isti lokaciji	15
E.	Težave pri zaposlovanju delovne sile	16
F.	Stroški presegajo predvidene cene	16
X.	Finančni načrt	17
A.	Predračun bilanc uspeha.....	17
B.	Predračun bilanc denarnih tokov	17
C.	Predračun bilanc stanja.....	17
D.	Prikaz točke preloma.....	17
E.	Kontrola stroškov.....	17
XI.	Predvidena ponudba vrednostnih papirjev	18
A.	Zaželeno financiranje	18
B.	Ponudba vrednostnih papirjev	18
C.	Kapitalizacija	18
XII.	Preglednice in finančni prikazi	19
XIII.	Dodatki	23
	LITERATURA IN VIRI.....	41

I. INDUSTRIJSKA PANOGA, PODJETJE, PROIZVODI IN STORITVE

A. INDUSTRIJSKA PANOGA

Pri uvrstitvi našega kozmetičnega salona P&L kozmetične storitve, d. o. o., v eno izmed osnovnih področij dejavnosti ugotovimo, da smo izrazito storitveno podjetje. Po dokaj temeljiti raziskavi tržišča, pri čemer smo se osredotočili predvsem na Novo mesto in ožjo okolico, smo ugotovili, da v omenjeni okolici trenutno posluje deset kozmetičnih salonov. Kar zadeva nudenje storitev, izstopajo trije kozmetični saloni (Medicinsko-estetski center – Biserka Dolenc, Kozmetični salon Ana in Kozmetični salon Zdenka Žibert). Storitve ostalih kozmetičnih salonov so večinoma osnovne.

Menimo, da bo tržna uspešnost v veliki meri odvisna od inovativnosti nujenja kozmetičnih storitev in hkrati ustreznega promoviranja, saj je v bližnji okolici več konkurentov. Zato poleg nujenja standardnih kozmetičnih storitev načrtujemo tudi posebne storitve, kot je npr. ne trajno tetoviranje in permanentni make-up.

B. PODJETJE

Naše podjetje se bo ukvarjalo z nudenjem kvalitetnih kozmetičnih storitev. P&L kozmetične storitve, d. o. o., bo ustanovljeno 30. 8. 2007. S poslovanjem bo začelo 1. 9. 2007, in sicer s 50.000 € začetnih vlog ustanoviteljev in nato še s pomočjo bančnega kredita, ki bo prav tako znašal 50.000 €. Za bančni kredit bomo zaprosili že v prvem mesecu poslovanja pri banki Sparkasse, d. d., iz Ljubljane, in sicer po 7,122% letni obrestni meri, ki je sestavljena iz 3-mesečnega Euriborja in pribitka v višini 3,000 %. Bančni kredit bomo najeli kot že ustanovljeno podjetje v obliki hipotekarnega kredita, pri čemer bo član tima zastavil enosobno stanovanje v Ljubljani.

Na začetku poslovanja bomo ponujali bolj osnovne storitve. Večji bo poudarek na oglaševanju, saj se zavedamo, da nas ne čaka prazen tržni prostor, ampak ga bo treba z ustrežno tržno politiko še pridobiti. Kasneje načrtujemo razširitev naše dejavnosti. V drugem letu bomo v sklopu uspešnega oglaševanja Krkinih izdelkov začeli tudi s prodajo. Nakup izdelkov za prodajo ne bo mogoč po polovični nabavni ceni, pač pa po njihovem uradnem ceniku, s cenami brez davka; maržo oblikujemo sami. V sklopu uvedbe dodatnih storitev načrtujemo zlasti permanentni make-up in ne trajno tetoviranje. Na začetku poslovanja bomo glede pravilne uporabe kozmetike in pomoči pri lažjih dermatoloških težavah uvedli brezplačna svetovanja po telefonu.

C. PROIZVODI OZIROMA STORITVE

Glavni prodajni element našega kozmetičnega salona P&L kozmetične storitve, d. o. o., so kozmetične usluge, ki vključujejo nego obraza, ličenje, depilacijo, epilacijo, solarij, miolift, aromaterapijo, limfno drenažo, masažo, kasneje pa še permanentni make-up in ne trajno tetoviranje. Naše kozmetične storitve bodo v tem prostoru nekaj posebnega, saj bo to edini kozmetični salon, ki bo temeljil na Krkini kozmetiki in ostalih domačih proizvajalcih. S tem bo zagotovljena kvaliteta

proizvodov in storitev. Zaposlili bomo dve kozmetičarki in skrbeli za njuno dodatno izobraževanje (tečajji doma in v tujini, razni seminarji ...). Tako bomo sledili aktualnim svetovnim trendom in kvalitetnemu nujenju storitev.

Po obisku štirih kozmetičnih salonov smo ugotovili, da vodstvo ne posveča posebne pozornosti dodatnemu izobraževanju, kar nam omogoča prednosti pri pridobivanju potencialnih odjemalcev naših storitev. Bistveni dejavnik, ki nam bo na začetku omogočil prodor na trg, predstavljajo ugodnosti, ki so nam zagotovljene po pogodbi s Krko, d. d. Po tej pogodbi namreč nabavljamo Krkine izdelke za uporabo v kozmetičnem salonu po polovični nabavni ceni. Ta razlika v ceni nam omogoča večje konkuriranje na področju oglaševanja, raznih drobnih ugodnosti in količinskih popustov. Poleg tega pa bomo imeli tudi od 5 do 10 % nižje cene od povprečne cene konkurenta.

D. STRATEGIJA VSTOPA IN RASTI

Ob odprtju kozmetičnega salona vstopimo v tržni prostor, ki ima v bližnji okolici že 10 kozmetičnih salonov. Ti predstavljajo naše potencialne konkurente. Po obisku štirih salonov, ki smo jih izbrali naključno, smo ugotovili, da je njihovo nudenje kozmetičnih storitev bolj ali manj standardno, prav tako pa naredijo presenetljivo malo na področju oglaševanja. Menimo, da imajo že zaključen krog stalnih obiskovalcev, ki v večji meri zapolnijo njihov delovni čas.

V naš kozmetični salon želimo privabiti tudi stranke teh kozmetičnih salonov in tiste, ki kozmetičnih salonov še ne obiskujejo. Že na začetku bomo več sredstev namenili reklamiranju, da bi opozorili na odprtje našega kozmetičnega salona. Ta sredstva bomo v toku poslovanja počasi zmanjševali. Naj na kratko predstavim: skupni stroški reklamiranja prvega meseca bodo relativno veliki, in sicer 5.150 €, zadnjega meseca prvega leta pa le še 550 €. Tudi ta številka se bo počasi zmanjševala. Menimo tudi, da je prodajna taktika že obstoječih kozmetičnih salonov premalo orientirana na nudenje manjših ugodnosti, ki si jih kupci zapomnijo celo bolj kot drago reklamiranje. Pri nas se bomo potrudili tudi na tem področju (brezplačna telefonska svetovanja, količinski popusti, testni vzorci ...).

Uvesti nameravamo nove, modernejšje načine ličenja. Z dodatnim izobraževanjem naših kozmetičark bomo sledili sodobnim trendom. To pa bo odvisno tudi od odziva strank na novitete, saj so tovrstni tečajji za kozmetičarke večinoma v tujini in so precej dragi.

V drugem letu bomo začeli še s prodajo Krkinih proizvodov, ki jih bomo pri opravljanju naših osnovnih storitev uporabljali v kozmetičnem salonu. Po petem letu nameravamo razširiti naš poslovni prostor in odpreti še savno. Zaposlili bomo še eno kozmetičarko, in sicer za polovični delovni čas.

II. TRŽNE RAZISKAVE IN ANALIZA

A. ODJEMALCI (KUPCI)

Podatke o naših potencialnih odjemalcih smo dobili z anketiranjem 100 ljudi, ki smo jih povprašali za mnenje. Na podlagi ankete smo ugotovili: najpogostejše kupce kozmetičnih storitev predstavljajo poslovne ženske, ki rade skrbijo za svoj videz. Ugotovili smo še, da se za obisk kozmetičnih salonov čedalje bolj odločajo tudi moški, ki so v preteklih letih kozmetične salone obiskovali redkeje. Večina odjemalcev živi v središču mesta ali v njegovi okolici. Nadalnje ugotovitve kažejo, da 40 % anketirancev še nikoli ni bilo v kozmetičnem salonu, vendar bi ga bili pripravljene obiskati ob nižjih cenah. Odločilna pri izbiri kozmetičnega salona je v 95 % kvaliteta, v 70 % cena, v 20 % reklama in osebni stiki ter oddaljenost v 5 %. Anketiranci, ki obiskujejo kozmetični salon, se v 100 % odločajo za nego obraza, 42 % za depilacijo, 25 % za solarij in 17 % za ličenje. Kozmetične salone 42 % anketirancev obiskuje spomladi. V 76 % so anketiranci zvesti enemu kozmetičnemu salonu, 33 % pa jih salone menja.

B. OBSEG TRGA IN TRENDI

Ob začetku poslovanja predvidevamo, da se bo naš tržni delež gibal okoli 10 %. Ocenjujemo, da se bo le-ta v prvem letu povišal na okoli 15 % zaradi naslednjih dejavnikov:

1. lokacije (center Novega mesta),
2. nižje cene od konkurence (pogodba s Krko),
3. sprotne spremljanja svetovnih kozmetičnih trendov in uvajanja le-teh v praksi,
4. brezplačnih svetovanj..

V drugem in tretjem letu lahko pričakujemo povišanje tržnega deleža še za 2–3 odstotke predvsem zaradi razširjene ponudbe, kar bi pomenilo dodatno ugodnost pri našem poslovanju.

C. KONKURENCA

Z našo dejavnostjo smo se usmerili predvsem na regionalni trg. Potencialno konkurenco nam predstavljajo predvsem že obstoječi kozmetični saloni v Novem mestu in okolici. V središču Novega mesta sicer obstajajo kozmetični saloni, vendar pa na samem Novem trgu ni še nobenega. Prav tukaj pa je pretok ljudi največji. Naši največji konkurenti so predvsem trije:

- Medicinsko-estetski center – Biserka Dolenc,
- Kozmetični salon Ana,
- Kozmetični salon Zdenka Žibert.

Vsi našti saloni so dobro obiskani, kapacitete imajo polno izkoriščene. Po razgovorih, ki smo jih imeli z direktoricami salonov, smo opazili, da je povpraševanje po storitvah precej večje od ponudbe. To pomeni, da trg s tovrstno ponudbo ni prenasičen, prej nasprotno. Cilj vsakega kozmetičnega salona je, da si pridobi svoje stalne stranke in jih tudi obdrži. Opazili smo predvsem togost ponudbe: noben izmed salonov ne nudi trajnega make-upa, ki je ena izmed zelo donosnih novosti.

Naše osebje je zelo dovzetno za vse vrste inovacij, ki jih bomo sproti uvrščali v našo ponudbo. Spremljanje in uvajanje novosti, predvsem tistih, pri katerih je

povpraševanje največje, nam bo iz leta v leto prinašalo več strank in s tem večji tržni delež.

D. SPROTNO OCENJEVANJE TRGA

Večinoma so tržni deleži kozmetične dejavnosti že zavzeti. V začetku ocenjujemo, da bo naš tržni delež znašal okoli 10 %. S sprotnimi anketami (enkrat mesečno) pa si bomo pridobili podatke o tržnih deležih naših konkurentov in nas samih.

III. EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA

A. PRIHODKI IN DOBIČEK

V finančnih preglednicah, ki jih najdemo v nadaljevanju, je prikazano gibanje prihodkov, stroškov in dobička v prvih petih letih poslovanja. V prvih dveh mesecih poslovanja prvega leta bomo beležili izgubo. Nato se bo dobiček povečeval do osmega meseca, v 9. mesecu pa bo zopet nižji zaradi povišane nabave materiala. Tako v prvem letu poslovanje zaključimo brez izgube ali dobička. V drugem letu nam računovodski izkazi prikažejo dobiček v vrednosti 35.000 €. Zaradi razširitve ponudbe se nam dobiček v tretjem letu zmanjša na 28.000 €, v četrtem letu se poviša na 30.000 €, v petem letu pa znaša 32.000 €.

LETO	ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE V €	DOBIČEK V €
1	176.000	0
2	306.000	35.000
3	230.000	28.000
4	244.000	30.000
5	255.000	32.000

B. PROFITNI POTENCIAL IN TRAJNOST PROFITOV

Predvideno velikost in trajnost profitov si lahko ogledamo v tabeli (bilanca uspeha, str. 19). Velikost profitov opravičujemo predvsem s podatki o opravljenih storitvah v našem salonu in s prodajo Krkinih proizvodov, kajti naši proizvodi imajo dobro "dobro ime" in gredo dobro v promet. Kot je razvidno iz tabele (bilanca uspeha), profit dosežemo v drugem letu, nato pa narašča. Za doseganje profitov je treba zasledovati novosti v kozmetiki.

C. FIKSNI, VARIABILNI IN POLVARIABILNI STROŠKI

Med fiksne stroške uvrščamo amortizacijo, stroške plač uprav, stroške obresti dolgoročnih kreditov, stroške zavarovanja in stroške najemnin. Med variabilnimi stroški pa so pomembni stroški reklamiranja, stroški plač zaposlenih, stroški plačil nabave materiala in stroški plačil dobaviteljem.

D. ŠTEVILO MESECEV DO TOČKE PRELOMA

V našem primeru se točka preloma doseže že v drugem mesecu poslovanja, kar je prikazano v grafu v Prilogi F (str. 39).

E. ŠTEVILO MESECEV ZA DOSEGANJE POZITIVNEGA DENARNEGA TOKA

Kljub temu, da točko preloma dosežemo nekje v sredini drugega meseca našega poslovanja, se pozitivni denarni tok oziroma dobiček iz poslovanja pojavi v tretjem mesecu prvega leta poslovanja. Od tu dalje pa se nadaljuje pozitivni denarni tok.

IV. NAČRT TRŽENJA

A. CELOTNA MARKETINŠKA STRATEGIJA

Pri opravljanju naših kozmetičnih storitev smo upoštevali predvsem dejstva, ki smo jih dobili s pomočjo raziskave trga oziroma z anketo. Kot ciljne skupine kupcev predvidevamo predvsem ženske srednjih let, pa tudi moške in mlade. Do neke meje vpliva na obisk takega kozmetičnega salona tudi posameznikov dohodek. Da bomo ljudi seznanili z našimi storitvami, bomo svoj salon reklamirali v raznih revijah in na domači televiziji, brezplačno pa bomo nudili tudi telefonska svetovanja. Predvidevamo, da bodo kupce naših storitev pritegnile nižje cene, upamo pa tudi na zaupanje v domače, visoko kvalitetne Krkine izdelke, ki jim bomo pri oglaševanju posvetili še posebno pozornost. Kozmetične storitve bomo opravljali v Novem mestu, to je na področju Dolenjske. Obstoječe kozmetične salone že dobro poznamo. Z našo posebno ponudbo bi zagotovo pritegnili stalne stranke obstoječih kozmetičnih salonov in pridobili nove. Tudi pri nas se pojavljajo sezonska nihanja, saj so kozmetični saloni poleti manj obiskani. Ta primanjkljaj bomo skušali nadomestiti z uvedbo določenih drugih storitev v naslednjih letih.

B. DOLOČANJE CEN

Cene naših storitev so odvisne najprej od cen kozmetičnih izdelkov, ki jih bomo po polovični ceni dobavljali iz Krke, pa tudi od cen storitev naših konkurentov. Cene bomo oblikovali na osnovi strategije penetracijskih cen, kar pomeni, da bodo le-te za okoli 5–10 % (odvisno od vrste storitve) nižje od cen naših konkurentov. Predvidevamo, da bodo prav nižje cene ena od glavnih tržnih strategij, ki nam bodo omogočale polno zasedenost kapacitet. Seveda bomo povečan profit v veliki meri namenili oglaševanju in promociji, saj si bomo le tako lahko ustvarili svoj tržni delež in ime. Uvedli bomo količinske popuste in strankam po 10 obiskih brezplačno nudili celotno nego obraza.

C. PRODAJNI POSTOPKI

Najpomembnejši faktor pri prodaji naših storitev je zagotovo nabavljanje Krkinih kozmetičnih izdelkov po polovični ceni, kar je tudi jasno navedeno v naši pogodbi s Krko kozmetiko. S tem bomo lahko postavili nižje cene za naše storitve, uspešno konkurirali, proizvajali s profitom in z oglaševanjem uporabljenih izdelkov zagotavljali kvaliteto le-teh. Naš prodajni postopek je intenziven, kar pomeni široko pokrivanje trga z izdelkom, velik obseg prodaje in dobička, veliko število kupcev, ki pričakujejo kvaliteto in udobje, oglaševanje v množičnih občilih, lokacijo blizu porabnikov in zalogo izdelkov.

D. POLITIKA PRODAJNIH STORITEV IN GARANCIJA

Dejanske garancije uporabnikom naših storitev kot storitveno podjetje ne moremo dajati, vendar bomo skušali doseči čim višji nivo kozmetičnih storitev, ki so v skladu z domačimi in tujimi normativi. Zavedamo se, da so možna tudi odstopanja od korektno opravljenih storitev. Vzroki za to so lahko nezbranost pri delu, neusposobljenost pri delu z novimi stroji, razne okvare strojev. Da do takšnih napak ne bi prihajalo, bomo kupovali aparate uveljavljenih proizvajalcev, kozmetičarki pa se bosta udeleževali predstavitev pravilne uporabe le-teh.

E. OGLAŠEVANJE IN PROMOCIJA

Ob ustanovitvi P&L kozmetične storitve, d. o. o., bomo veliko svojih sredstev in prihodkov namenili oglaševanju. V prvih mesecih bomo za oglaševanje in promocijo porabili več sredstev, kasneje pa manj, razen, ko bomo v svojo dejavnost uvedli določene dodatne storitve. Oglaševali bomo v Dolenjskem listu, kjer za en oglas plačamo okoli 1.900 €. Z oglaševanjem na dolenskem Radiu Krka in Studiu D bomo v primerjavi z oglaševanjem v Dolenjskem listu za 5-kratno predvajanje prikrajšani za 100 €. Za oglaševanje na TV Vaš kanal pa bomo morali za en posnetek odšteti 90 €. Oglaševali bomo tudi v reviji Novi medij, ki izhaja enkrat mesečno. Skupaj bomo za oglaševanje v prvem letu morali odšteti približno 19.200 €. Poleg že naštetih vrst reklamiranja, bomo imeli v salonu tudi Krkina programna obvestila in testne vzorce kozmetičnih izdelkov, ki jih bomo brezplačno delili našim strankam, in jim svetovali pri pravilni uporabi le-teh. Za kvalitetno reklamo bomo poskrbeli tudi z brezplačnim telefonskim svetovanjem.

F. DISTRIBUCIJA

Naša distribucija predstavlja nudenje storitev prebivalcem Novega mesta in okolice, pa tudi prebivalcem drugih bližjih mest, do kjer bi segle naše reklame. Na slednje se ne moremo zanašati v veliki meri. V prihodnosti predvidevamo možnost razširitve naše dejavnosti na druga, obrobna dolenska območja. Kar pa zadeva dobavo reprodukcijskega materiala, ne bomo imeli nobenih stroškov, saj nam pogodba s Krko Kozmetiko zagotavlja popolnoma brezplačno dostavo izdelkov. To pomeni, da so za morebitne poškodbe pri transportu odgovorni sami, zagotavljajo pa nam tudi 'stalnost' zaloge.

V. NAČRT, DIZAJN IN RAZVOJ

A. STATUS RAZVOJA IN BODOČE NALOGE

V našem primeru gre za kozmetične storitve, kar pomeni, da moramo doseči čim višjo kvaliteto nujenja le-teh. Na splošno se pri takih vrstah storitev pozna postopek opravljanja storitve, predvsem je pomembno opraviti storitev kvalitetno, s kvalitetnimi izdelki. Pri tem ne bomo imeli težav, kajti Krkini izdelki so visoko kvalitetni in laboratorijsko preizkušeni. Možne težave lahko nastanejo pri nujenju storitev, vendar se bomo temu izognili tako, da bomo svoje kozmetičarke pošiljali na tečaje in seminarje v okviru Zavoda za tehnično izobraževanje in podjetja Meridiana, d. o. o., ki bodo pripomogli k brezhibnemu nujenju storitev.

Primerjava cen nekaterih kozmetičnih storitev med podjetjem P&L kozmetične storitve, d. o. o., in povprečnimi cenami konkurentov. (Cene so v €.)

VRSTA USLUGE	POVPREČNE CENE KONKURENTOV	NAŠE CENE
depilacija	35	31
solarij	17	15
ličenje	31	28
nega obraza	52	49
miolift	19	17
aromaterapija	39	35

B. TEŽAVE IN TVEGANJA

Pri vsakem poslovanju se podjetja srečujejo s tveganji, ki jih morajo upoštevati pri poslovanju. Pri razvoju oziroma uvedbi novih vrst storitev se lahko zgodi, da stranke novosti ne bodo sprejele. To bi nam povečalo stroške zaradi nakupa drugih aparatov, ki ne bi bili uporabljeni oziroma bi bili uporabljeni v manjšem obsegu. Naslednje tveganje so previsoke cene permanentnega make-upa, saj je možno, da stranke ne bi bile pripravljene plačati toliko za tako storitev (okoli 600 € letno).

C. IZBOLJŠAVE PROIZVODA IN NOVI PROIZVODI

Naše kozmetične storitve bomo skušali izvesti čim bolj natančno in kvalitetno, kot bi to želele naše stranke. V prihodnje bomo uvedli tudi dodatne storitve, npr. permanentni make-up, netrajno tetoviranje. Kasneje je možna tudi uvedba savne. Zaradi dodatnih storitev bo potrebna nabava novih aparatov in pripomočkov, kot so tetovažne igle in barve, masažne blazine, ozonska hidromasaža ...

D. STROŠKI

Pri uvedbi novih storitev smo za vsak dodaten kos opreme oziroma aparata v povprečju prikrajšani za 1.000 €. V celotnem petletnem delovanju predvidevamo okoli 30.000 € dodatnih stroškov. Dodatne investicije v nove aparate in pripomočke so naslednje: tetovažne igle (1.150 €), ozonska hidromasaža (2.230 €).

€), dodatni nakupi manjših aparatov, npr. frekveca in lupa (500–1.000 €), nakup anticelulitnih masažnih aparatov (800 €). V drugem letu načrtujemo tudi nakup modernejšega solarija v vrednosti 20.000 €.

VI. PROIZVODNI IN IZDELAVNI NAČRT

A. PROIZVODNI CIKLUS

P&L kozmetične storitve, d. o. o., je storitveno podjetje, ki nudi čim bolj kvalitetne kozmetične storitev. Glede na to, da kupujemo proizvode v Krki, tovarni zdravil, d. d., in pri ostalih slovenskih proizvajalcih kozmetičnih proizvodov, bo naš "proizvodni" cikel storitev drugačen oziroma odvisen od proizvodnega ciklusa proizvajalcev in s tem tudi od drugih ponudnikov istih storitev.

Sam proces se začne z nabavo proizvodov, in sicer preparativne kozmetike Vitaskin regenerativ in Bioten ter dekorativne kozmetike LR My Beauty in Invite. Na obseg nujenja kozmetičnih storitev vplivajo tudi sezonska nihanja. Manjše obiske pričakujemo zlasti v poletnih mesecih. Na to se bomo pripravili z nekoliko povečanim oglaševanjem; če pa to ne bo zadostovalo, bo treba eno od kozmetičark zaposliti le za polovični delovni čas.

B. GEOGRAFSKA LOKACIJA

Poslovni prostor našega kozmetičnega salona bo na Novem trgu, ki je postal nov poslovni center ne le Novega mesta, pač pa tudi Dolenjske. Novi trg obkrožajo naslednje ulice: Seidlova ulica, Ulica talcev, Rozmanova ulica, Breg ...
NASLOV: P&L kozmetične storitve, d. o. o.

Novi trg
8000 Novo mesto

Prednost tega poslovnega prostora je v lokaciji, dostopnosti, velikem pretoku ljudi, v neposredni bližini pa so tudi občina, banka, zavarovalnici, manjši gostinjski lokali, dva frizerska salona ...V neposredni bližini so urejena tudi parkirišča. Slabosti opazimo v visoki najemnici in neposredni bližini konkurentov.

C. ZGRADBE IN IZBOLJŠAVE

60 m² velik poslovni prostor bo razdeljen na štiri dele. Predprostor za sprejemanje strank bo zavzemal 15 m² in bo prijazno urejen, saj bo tu poleg sedežne garniture tudi vsa administrativna oprema, npr. računalnik, telefon, pisarniška miza, omara.

Glavni prostor bo zaradi solarija razdeljen na dva dela. Četrty prostor so sanitarije. Po petem letu, to je v primeru odprtja savne, načrtujemo razširitev na sosednji prostor. Trenutno je na tej lokaciji trgovina z otroško konfekcijo. Vso opremo in aparate bomo kupili. V drugem letu načrtujemo nakup novega, modernejšega solarija.

D. STRATEGIJA IN PLAN

Že ob začetku poslovanja nakupimo aparate v vrednosti 38.150 €. Stroški ob nakupu aparatov so naslednji: vapozone (1.500–2.000 €), frekvenca (500 €), lupa (1.000 €), postelja (2-krat 1.500 €), solarij (10.000 €), aparati za depilacijo nog in obraza (500 €), miolift (5.000 €), grelna blazina (600 €), presoterapija (6.000 €), aparat za epilacijo (6.000 €), masažna blazina (1.000 €), ozonska hidromasaža (2.000 €).

V prvem letu nimamo nadaljnjih stroškov z nakupi aparatov. Načrtujemo približno 12 opravljenih storitev na dan. To število se bo z uvedbo novih storitev še povečalo.

V drugem letu načrtujemo nakup novega solarija. Začeli bi tudi s prodajo Krkinih izdelkov, ki bi jih kupovali po uradnem ceniku, maržo pa bi oblikovali sami. Začeli bi investirati tudi v aparate, in sicer s poudarkom na aparatih za anticelulitne tretmane. Po petem letu načrtujemo razširitev poslovnega prostora (odprtje savne).

E. PRAVNE ZAHTEVE DOVOLJENJA IN VPRAŠANJA OKOLJA

Poslovni prostor našega kozmetičnega salona predstavlja le del celotnega poslovnega kompleksa na Novem trgu. Vsa dovoljenja (lokacijska, zdravstvena in podobno) so že urejena. Urejena so tudi dovoljenja, ki zadevajo zaščito okolja. Poskrbljeno je za dnevni odvoz smeti in čiščenje zunanjih prostorov. Kar pa zadeva naše pravne in pogodbene obveznosti, menimo, da lahko pride do zapletov le pri podaljševanju pogodbe o poslovnem sodelovanju. Naredili bomo vse, da do tega ne bo prišlo.

VII. MANAGEMENT TIM

A. ORGANIZACIJA

Podjetje je organizirano kot družba z omejeno odgovornostjo.

KLJUČNE VLOGE MENEDŽMENTA	IME IN PRIIMEK
Direktorica podjetja	ANDREJA ZAJC
Namestnica direktorice podjetja	VESNA KLINEC
Upravni odbor	ROBERT GRADIŠAR

Direktorica podjetja:

Glavna naloga je uspešno vodenje podjetja in skrb za spremljanje novosti v kozmetiki oziroma ponudbi kozmetičnih storitev. Nadzira delovanje namestnice in z njeno pomočjo izbira nove zaposlene, kozmetičarke, honorarne sodelavce, najema specialiste in svetovalce za kozmetične storitve. Redno se mora udeleževati ogledov kozmetičnih sejmov in spremljati kozmetična dogajanja.

Namestnica direktorice podjetja

Namestnica podjetja mora biti dobra poznavalka kozmetičnega področja in prav tako spremljati kozmetična dogajanja. Svoje znanje in sposobnosti mora aktivno uporabljati pri delu, predlagati oziroma uvajati inovacije.

Upravni odbor

Član upravnega odbora je hkrati tudi lastnik podjetja (poleg direktorice in njene namestnice). Njegova naloga je predlagati in skupaj z direktorico tudi sprejemati inovacije. Udeležen je pri delitvi dobička, spremlja finančno poslovanje, skrbi za ustrezno promocijo kozmetičnih storitev in za tekočo informiranost na področju financ.

B. KLJUČNO VODILNO OSEBJE

Andreja Zajc – direktorica podjetja

Dolžnosti in odgovornosti:

Kot direktorica podjetja bo skrbela za uspešno vodenje in za stalne novosti v kozmetiki. Kot glavna direktorica bo skrbela za razne novosti s področja kozmetike. Odgovorna bo tudi za zakonito delovanje podjetja in posredovanje poročil o poslovanju.

Vesna Klinec – namestnica direktorice podjetja

Dolžnosti in odgovornosti:

Kot namestnica direktorice podjetja mora v njeni časovni odsotnosti vse dolžnosti opravljati sama, hkrati pa ima tudi vse njene pravice.

Upravni odbor

Upravni odbor bo potrjeval predloge direktorice, spremljal delovanja podjetja in bil udeležen pri delitvi dobička.

C. NAGRAJEVANJE MANEGMANTA

Nagrajevanje manegamenta ni predvideno, saj je udeležen pri razdelitvi dobička.

D. IN LASTNIŠTVO

Direktorica in njena namestnica sta pripravljene sprejeti začetne plače v višini 2.500 € (bruto). Članici se zavedata, da bo na začetku poslovanja težje uresničljivo, saj pričakujeta v začetnih mesecih tudi izgubo.

P&L kozmetične storitve je družba z omejeno odgovornostjo. Vsi člani so prispevali sorazmerni delež k ustanovitvenemu kapitalu. Nagrajevanje vodilnega kadra s povečevanjem lastniških deležev ni predvideno; če pa bo podjetje uspešno poslovalo, nameravamo uvesti tudi nagrajevanje menedžmenta glede na njegovo učinkovitost.

D. DRUGI INVESTITORJI

Investiranje od zunaj ni predvideno.

E. SPODBUDE, VEZAVA LJUDI NA PODJETJE, POGODBE O ZAPOSILITVI

Glavni, ključni ljudje bodo ustanovitelji sami. V začetku bomo zaposlili še dve kozmetičarki. Z rastjo in razvojem podjetja nameravamo zaposliti nove ljudi. Vse zaposlene bomo motivirali za njihovo nadaljnje "uspešno delo" z različnimi denarnimi nagradami ob posebnih priložnostih. Kozmetičarke bodo na naše stroške hodile na domače in tuje seminarje in tečaje za ličenje. S svojim marljivim in vestnim delom ter lojalnostjo do podjetja bodo lahko pridobile lastninski delež našega podjetja. Delitev lastniškega deleža podjetja zaposlenim določa Upravni odbor.

F. UPRAVNI ODBOR

V upravnem odboru so družbeniki podjetja, ki imajo sorazmerno pravico odločanja, saj so sorazmerno vložili v podjetje.

G. DRUGI LASTNIKI DELNIC, NJIHOVE PRAVICE IN OMEJITVE

Zaenkrat drugi lastniki vrednostnih papirjev niso predvideni.

H. PROFESIONALNI SVETOVALCI IN STORITVE

Člani skupine pri sestavi poslovnega načrta še iščemo pomoč pri strokovnjakih (pri poslovnem načrtu nam je veliko pomagala Tovarna zdravil Krka, kozmetičarka Anamarija Verček), ki se profesionalno ukvarjajo z različnimi kozmetičnimi storitvami (nega obraza, solarij, depilacija nog in obraza, miolift, aromaterapija, limfna drenaža, epilacija, masaža). Do sedaj smo naleteli na ugoden odziv in pripravljenost za pomoč pri projektu.

VIII. SPLOŠNI TERMINSKI PLAN

AKTIVNOST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	odgovornost
Registracija podjetja								30.8.2007					direktor
Končanje načrtov ion razvoja					15.6.2007								direktor
Marketinška aktivnost (promocija)								1.8.2007					namestnik
Prva nabava materiala								10.8.2007					namestnik
Prejem prvih naročil								25.8.2007					kozmetičarki
Začetek obratovanja									1.9.2007				kozmetičarki
Prva plačila dobaviteljem								30.8.2007					namestnik
Prva prodaja kozm. Storitvev									2.9.2007				kozmetičarki
Prvi prilivi n TRR									2.9.2007				stranke

Podjetje P&L, d. o. o., bo ustanovljeno 30. 8. 2007, za kar bo odgovorna direktorica. Z marketinško aktivnostjo bomo začeli en mesec pred dejanskim obratovanjem, ki je predvideno za 1. 9. 2007. Prvi material bomo nabavili 10. 8. 2007, za kar bo prevzela odgovornost namestnica direktorice. Prejem prvih naročil pričakujemo konec meseca avgusta, to je od 25. 8. 2007, prvo prodajo kozmetične storitve pa takoj prvi dan po otvoritvi, in sicer 2. 9. 2007. Isti dan pričakujemo tudi prve prilive na TRR račun, saj nam bodo stranke plačale takoj po opravljeni storitvi.

IX. KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI

A. NEDOSEGANJE OBSEGA PRODAJE

Ocena: V prvem letu poslovanja domnevamo, da bomo imeli v začetnih mesecih izgubo, proti koncu leta pa se že obetajo dobički; prvo leto poslujemo z izgubo. V kasnejših letih napovedujemo dobičke, saj je potreben določen čas, da nas stranke sprejmejo.

Ukrep: V začetku našega poslovanja nameravamo pritegniti kupce z učinkovito promocijo. Velik poudarek namenjamo kvalitetnemu izboru Krkinih izdelkov in kakovosti naših storitev.

B. NEUGODNI TRENDI, KI ZADEVAJO PANOGO

Ocena: Ugotavljamo, da tudi v tej panogi prihaja do pogostega spreminjanja tehnologije, novih kozmetičnih metod, novih vrst krem in modnih trendov ličenja. Neugodna so tudi sezonska nihanja, ki so za to panogo značilna.

Ukrepi: Pri uvajanju novosti v samo poslovanje našega salona se nameravamo v čim večji meri prilagajati novim usmeritvam. Naše kozmetičarke bodo obiskovale različne mednarodne seminarje in tečaje. Čez čas nameravamo posodobiti tudi opremo. Predstavili bomo dodatno ponudbo, ki pri nas še ni prisotna, v tujini pa je že zelo priljubljena – permanentni make-up in tetovaža. Na podlagi anket smo ugotovili, da za našo panogo veljajo sezonska nihanja, povečan obisk pričakujemo predvsem spomladi in jeseni. V tem času bo salon obratoval ves dan, delovne bodo tudi sobote.

C. ZNIŽEVANJE CEN S STRANI KONKURENCE

Ocena: Naša konkurenca so že obstoječi kozmetični saloni v Novem mestu, ki nam lahko znižajo cene.

Ukrepi: Na podlagi pogodbe, sklenjene s Krko, predvidevamo, da bodo naše cene storitev nižje v primerjavi z ostalimi kozmetičnimi saloni. Ob znižanju cen konkurentov pa bomo poskušali znižati stroške ali pa izboljšati ponudbo.

D. POJAV NOVEGA KOZMETIČNEGA SALONA NA ISTI LOKACIJI

Ocena: Na Novem trgu je zelo ugodna lokacija za našo dejavnost, saj je v središču mesta, kjer je velik pretok ljudi. Ostali kozmetični saloni so razpršeni bolj na mestnem obrobju.

Ukrepi: Uvedemo dodatne ugodnosti za naše stranke. Nov salon bo imel najbrž visoke začetne stroške in ne bodo mogli slediti vsem našim ukrepom.

E. TEŽAVE PRI ZAPOSLOVANJU DELOVNE SILE

Ocena: Kot povsod je tudi tu težko najti ustrezno kvalificirano delovno silo. Iz anket smo izvedeli, da stranke cenijo kvaliteto ponudb in izobraženost kozmetičark.

Ukrepi: Naše kozmetičarke bomo zaposlili na osnovi izkušenj, nudili pa jim bomo tudi obisk raznovrstnih seminarjev in tečajev v tujini in doma. Pri daljši odsotnosti kozmetičarke (bolniška odsotnost, letni dopust) se bomo prilagajali s spreminjanjem urnika drugih zaposlenih kozmetičark ali s honorarno zaposlitvijo nove kozmetičarke.

F. STROŠKI PRESEGAJO PREDVIDENE CENE

Ocena: Načrtovane stroške je možno preseči zaradi nenehnih in nenačrtovanih sprememb, ki zadevajo tehnologijo in modernizacijo.

Ukrepi: Večji del teh finančnih stroškov imamo iz lastne amortizacije. Včasih so načrti opredeljeni dolgoročno in so stroški na kratek rok večji od načrtovanih. Stroške pokrivamo iz profitov, lastnega kapitala, ob večjih zneskih pa jih pokrivamo iz najetih posojil.

X. FINANČNI NAČRT

A. PREDRAČUN BILANC USPEHA

Vsi predračuni so izdelani ob predpostavki minimalnih mesečnih zalog. (Največja količina materiala, ki nam ostane, je okoli 300 €.) Storitve nudimo na osnovi predhodnih naročil. V prvem letu ne pričakujemo dobička predvsem zaradi nabave aparatov, pripomočkov, materiala in bistveno večjega reklamiranja kot v naslednjih letih. Na našo dejavnost vpliva tudi sezonsko nihanje.

V prvem letu ne pričakujemo dobička ali izgube. V drugem letu nam računovodski izkazi prikažejo dobiček 35.000 €, dobiček se poveča kot posledica velikega reklamiranja v prvem letu in zaradi povečane same storitvene dejavnosti. Pričnemo tudi s prodajo Krkine kozmetike.

V tretjem letu pričakujemo dobiček približno enak dobičku iz drugega leta poslovanja. V četrtem in petem letu pa pričakujemo povečanje dobička.

Tveganje in občutljivosti:

Največje tveganje pri naši dejavnosti bi bilo v primeru manjšega obiska salona zaradi konkurence ali neuspešnosti reklamiranja.

B. PREDRAČUN BILANC DENARNIH TOKOV

Začetno stanje na TRR računu znaša v prvem letu 1.000 €, v drugem 58.000 €, v tretjem 75.000 €, začetno stanje v četrtem in petem letu pa znaša od 118.000 € do 165.000 €.

C. PREDRAČUN BILANC STANJA

Finančni tok ni občutljiv na pravočasnost plačil, ker nam kupci plačajo takoj po opravljeni storitvi.

Ob začetku poslovanja načrtujemo 50.000 € ustanovitvenega kapitala. V prvem mesecu zaprosimo za 50.000 € bančnega kredita, namenjenega za razvoj malega gospodarstva. Amortizacijski načrt je prikazan v Prilogi C (str. 35). Ob začetku poslovanja nakupimo aparate in pripomočke za 38.150 €, nato kupimo še solarij za 20.000 €. Z izplačevanjem letnih dobičkov in davkov na dobiček ne bomo imeli težav.

D. PRIKAZ TOČKE PRELOMA

Točko preloma bomo predvidoma dosegli v drugem mesecu poslovanja. Takrat se bodo celotni stroški izenačili s celotnimi prihodki.

E. KONTROLA STROŠKOV

Stroški so na začetku visoki, ker investiramo v opremo. Poleg teh stroškov prevladujejo tudi stroški nabave materiala, stroški reklame, pa tudi stroški storitev plač zaposlenih. Celotni stroški poslovanja prvega leta znašajo 168.000 €, v drugem 251.000 €, v tretjem 187.000 €, v četrtem in petem letu pa 192.000 € in 201.000 €.

XI. PREDVIDENA PONUDBA VREDNOSTNIH PAPIRJEV

A. ZAŽELENO FINANCIRANJE

Že v prvem mesecu poslovanja zaprosimo za 50.000 € bančnega posojila. Vračamo ga 3 leta po 7,122% letni obrestni meri. Drugih kreditov ne predvidevamo.

B. PONUDBA VREDNOSTNIH PAPIRJEV

Na začetku poslovanja naše podjetje ni predvidelo nikakršne ponudbe vrednostnih papirjev.

C. KAPITALIZACIJA

Ob začetku poslovanja direktor in namestnik vložita vsak po 16.500 €, član upravnega odbora pa 17.000 €, kar skupaj znaša 50.000 € ustanovnega kapitala.

XII. PREGLEDNICE IN FINANČNI PRIKAZI

P&L d.o.o.	12 vsi zneski so v 1000€																	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12					
	0/1	1/1	2/1	3/1	4/1	5/1	6/1	7/1	8/1	9/1	10/1	11/1	12/1	1	2	3	4	5
BILANCA USPEHA																		
A. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	0	14	14	14	14	14	14	14	15	15	15	16	16	176	306	230	244	255
I. Čisti prihodki od prodaje na domačem trgu		14	14	14	14	14	14	14	15	15	15	16	16	176	306	230	244	255
1. Čisti prihodki od prodaje blaga in materiala		14	14	14	14	14	14	14	15	15	15	16	16	176	306	230	244	255
G. POSLOVNI ODHODKI	5	25	14	13	12	13	12	13	13	14	13	13	13	168	251	187	192	201
I. Stroški blaga, materiala in storitev		16	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	60	115	62	48	52
1. Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	63	16	23
2. Stroški porabljene materiala		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	11	12	14	18
3. Stroški storitev		15	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	48	41	34	34	34
II. Stroški dela		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	36	36	36	36
1. Stroški plač		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	36	36	36	36
III. Odpisi vrednosti		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	13	13	13	13
1. Amortizacija		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	13	13	13	13
2. Prevednotovalni poslovni odhodki pri obratnih sr.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IV. Drugi poslovni odhodki	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	87	76	72	72
1. Rezervacije		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	60	60	60	60
2. Drugi stroški		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27	16	12	12
H. DOBIČEK IZ POSLOVANJA	0	0	1	2	1	2	2	2	2	1	2	3	3	19	55	43	52	54
I. IZGUBA IZ POSLOVANJA	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0
J. FINANČNI PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
K. FINANČNI ODHODKI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	8	6	4	1
I. Finančni odhodki iz finančnih obveznosti		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	8	6	4	1
1. Finančni odhodki iz posojil, prejetih v banki		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	8	6	4	1
L. DRUGI PRIHODKI	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0
II. Drugi finančni prihodki in ostali prihodki		4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0
M. DRUGI ODHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
N. CELOTNI DOBIČEK	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	2	2	9	47	37	48	53
O. CELOTNA IZGUBA	8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0
P. DAVEK IZ DOBIČKA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	12	9	18	21
Š. ČISTI DOBIČEK	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	9	35	28	30	32
Ž. ČISTA IZGUBA	8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0

P&L d.o.o.	vsi zneski so v 1000€																	
	0/1	1/1	2/1	3/1	4/1	5/1	6/1	7/1	8/1	9/1	10/1	11/1	12/1	1	2	3	4	5
BILANCA FINANČNIH TOKOV																		
Začetno stanje denarnih sredstev	1	44	44	44	45	46	47	49	49	51	51	53	56	1	58	75	118	165
Prihodki	17	14	14	14	14	14	14	15	15	15	15	16	16	179	306	230	244	255
- Odhodki brez amortizacije	24	13	12	12	12	12	11	13	12	14	12	12	13	160	245	180	183	191
- Davki iz dobička	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	-1	-2	12	9	18	21
= Nepopravljeni čisti pritoki pri poslovnih dejavnostih	-7	1	2	2	2	2	3	2	3	1	3	3	2	17	49	41	43	43
+ Povečanje obveznosti iz poslovanja in PČR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	12	9	18	21
- Povečanje terjatev iz poslovanja in AČR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Povečanje zalog	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	-1	16	-15	1	-3
= Popravljeni čisti pritoki pri poslovnih dejavnostih	-7	1	2	2	2	2	3	1	3	1	3	4	3	18	45	65	60	67
- Pobotano povečanje neopredm. dolg. sredstev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Pobotano povečanje opredmetenih osnovnih sredstev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	13	0	0
- Pobotano povečanje dolgoročnih finančnih naložb	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Pobotano povečanje kratkoročnih finančnih naložb	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Čisti pritoki pri poslovnih in investicijskih dejavnostih	-7	1	2	2	2	2	3	1	3	1	3	4	3	18	25	52	60	67
+ Povečanje kapitala	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Pobotano povečanje dolgoročnih rezervacij	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Pobotano povečanje dolg. obv. iz financiranja	50	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	39	-8	-9	-13	-13
+ Pobotano povečanje kratk. obv. iz financiranja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Neto finančni tok	43	0	1	1	1	1	2	0	2	0	2	3	2	57	17	43	47	54
Končno stanje denarnih sredstev	44	44	45	46	46	47	49	49	51	51	53	56	58	58	75	118	165	219

	vsi zneski so v 1000€				
P&L d.o.o.	1	2	3	4	5
BILANCA STANJA					
SREDSTVA	97	136	163	198	238
A. Dolgoročna sredstva	35	42	42	29	17
<i>I. Neopredmetena dolgoročna sredstva</i>	0	0	0	0	0
<i>II. Opredmetena osnovna sredstva</i>	35	42	42	29	17
1. Zemljišča	0	0	0	0	0
2. Zgradbe	0	0	0	0	0
3. Oprema	35	42	42	29	17
4. Predujmi za opredmetena osnovna sredstva	0	0	0	0	0
<i>III. Naložbene nepremičnine</i>	0	0	0	0	0
<i>IV. Dolgoročne finančne naložbe</i>	0	0	0	0	0
1. Dolgoročne finančne naložbe	0	0	0	0	0
2. Dolgoročna posojila	0	0	0	0	0
<i>V. Dolgoročne poslovne terjatve</i>	0	0	0	0	0
<i>VI. Odložene terjatve za davek</i>	0	0	0	0	0
B. Kratkoročna sredstva	62	94	121	169	221
<i>I. Sredstva (skuopine za odtujitev) za prodajo</i>	0	0	0	0	0
<i>II. Zaloge</i>	4	19	3	4	2
1. Material	4	3	3	4	2
2. Nedokončana proizvodnja in proizvodi	0	0	0	0	0
3. Proizvodi	0	0	0	0	0
4. Trgovsko blago	0	16	0	0	0
5. Predujmi za zaloge	0	0	0	0	0
<i>III. Kratkoročne finančne naložbe</i>	0	0	0	0	0
<i>IV. Kratkoročne poslovne terjatve</i>	0	0	0	0	0
<i>V. Denarna sredstva</i>	58	75	118	165	219
<i>VI. Aktivne časovne razmejitev</i>	0	0	0	0	0

	vsi zneski so v 1000€				
P&L d.o.o.	1	2	3	4	5
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	97	136	163	198	238
A. Kapital	50	85	113	143	175
<i>I. Vpoklicani kapital</i>	50	50	50	50	50
1. Osnovni kapital	50	50	50	50	50
II. Kapitalske rezerve	0	0	0	0	0
<i>III. Rezerve iz dobička</i>	0	0	0	0	0
<i>IV. Presežek iz prevrednotenja</i>	0	0	0	0	0
<i>V. Preneseni čisti dobiček</i>	0	0	35	63	93
<i>VI. Prenešena čista izguba</i>	0	0	0	0	0
<i>VII. Čisti dobiček poslovnega leta</i>	0	35	28	30	32
<i>VIII. Čista izguba poslovnega leta</i>	0	0	0	0	0
B. Rezervacije in dolgoročne pasivne časovne	0	0	0	0	0
C. Dolgoročne obveznosti	44	36	26	13	0
I. Dolgoročne finančne obveznosti	44	36	26	13	0
1. Dolgoročne finančne obveznosti do bank	44	36	26	13	0
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	0	0	0	0	0
III. Odložene obveznosti za davek	0	0	0	0	0
Č. Kratkoročne obveznosti	3	15	24	0	0
I. Kratkoročne finančne obveznosti	0	0	0	0	0
1. Kratkoročne obveznosti do bank	0	0	0	0	0
II. Kratkoročne poslovne obveznosti	3	15	24	42	63
1. Kratkoročne obveznosti do dobaviteljev	3	15	24	42	63
D. Kratkoročne pasivne časovne razmejitev	0	0	0	0	0

XIII. DODATKI

PRILOGA A

Pogodba s Krko Kozmetiko o poslovnem sodelovanju

PRILOGA B

Pogodba z banko Sparkasse, d. d., o kreditu

PRILOGA C

Amortizacijski načrt odplačevanja glavnice in obresti

PRILOGA D

Grafični prikaz celotnih prihodkov in odhodkov za obdobje petih let

PRILOGA E

Bilanca denarnih tokov

PRILOGA F

Grafični prikaz točke preloma

PRILOGA G

Grafični prikaz bruto in neto dobička za obdobje petih let

PRILOGA A

POGODBA S KRKO KOZMETIKO O POSLOVNEM SODELOVANJU

Krka, tovarna zdravil, d. d., Novo mesto
Šmarješka 6
8000 Novo mesto
Program kozmetika (v nadaljevanju prodajalec)

in

P&L kozmetične storitve, d. o. o.
Novi trg 4
8000 Novo mesto (v nadaljevanju kupec)

sta sklenila naslednjo

POGODBO poslovnem sodelovanju za leto 2007

Pogodba se sklepa za prodajo Vitaskin in Bioten kolekcije ter kozmetike za ličenje iz proizvodnega programa prodajalca v planiranem prometu 11.335 €.

1.

Prodajalec se obvezuje dobavljati kupcu blago v dogovorjenih količinah in rokih, ki jih bosta stranki določili sporazumno.

2.

Prodajalec in kupec sta se dogovorila, da bodo proizvodi, zajeti v tej pogodbi, izdelani in označeni v soglasju z zakonskimi predpisi. Blago mora biti shranjeno v predpisani embalaži, sposobni za varen transport.

3.

Kupec se zavezuje dostavljeno blago pravilno uskladiščiti in ga prodajati na ustreznih prodajnih mestih. Stroški dostave bremenijo prodajalca.

4.

Cene gotovih izdelkov in drugega blaga so cene po veljavnem ceniku prodajalca ob vsakokratni dobavi blaga.

5.

V cenah je delež proizvodne in prometne organizacije sledeč:

skupina proizvodov	proizv. org.	prom. org.
Kozmetika, toaletna mila, parfumerija, ostali kemični proizvodi.	75 %	25 %

6.

Kupec se zavezuje, da bo terjatev, ki bo nastala na osnovi prejetega blaga, poravnal oziroma zavaroval plačilo v **50** dneh od nastanka obveznosti. Obveznost kupca do dobavitelja nastane z dnem odpreme blaga iz skladišča prodajalca. Za dan poravnave dolga se šteje dan, ko prodajalec prejme plačilo na svoj TRR.

7.

Kupec se zavezuje blago plačati oziroma zavarovati plačilo na enega od načinov določenih v Zakonu o finančnem poslovanju:

- a) z nakazilom na TRR prodajalca,
- b) s čekom, vročenim prodajalcu,
- c) z dostavo dokazila o otvoritvi nepreklicnega dokumentarnega akreditiva v korist prodajalca,
- d) z vročitvijo akceptnega naloga prodajalcu. Akceptni nalog sme vsebovati roka dospelja največ **50** dni od dneva nastanka obveznosti.

8.

V primeru, da dolg ne bo poravnán v roku, določenim s to pogodbo, bo prodajalec zaračunal kupcu obresti v skladu z veljavnimi zakonskimi predpisi.

V primeru poravnave dolga s kompenzacijo se domneva za datum plačila dan, ko prodajalec potrdi kompenzacijo preko banke.

9.

Prodajalec ima pridržano pravico na blagu do dospelja celotnega plačila na njegov TRR.

10.

Pogodbeni stranki sta sporazumni, da ta pogodba nadomešča vsakokratno izjavo, da stranki druga drugi dovoljujeta pobot zapadlih istovrstnih obveznosti. Ob podpisu nove pogodbe so razveljavljene vse dotedanje pogodbe in sporazumi sklenjeni med strankami.

13.

Pogodba je narejena v štirih enakih izvodih. Veljati prične z dnem podpisa obeh strank.

V Novem mestu, dne

PRODAJALEC

KUPEC

Krka, tovarna zdravil, d. d., Novo mesto
Šmarješka 6
8000 Novo mesto
Program kozmetika (v nadaljevanju prodajalec)

in

P&L kozmetične storitve, d. o. o.
Novi trg 4
8000 Novo mesto (v nadaljevanju kupec)

sta sklenila

ANEKS št. 1 POGODBE O POSLOVNEM SODELOVANJU ZA LETO 2007

1. člen

S tem Aneksom pogodbe se obe stranki dogovorita o pravici uporabe Krkinih preparatov za nego kože v salonu P&L kozmetične storitve, d. o. o., v Novem mestu.

2. člen

Kupec bo pri opravljanju kozmetičnih storitev uporabljal preparativno kozmetiko Vitaskin, Vitaskin regenerativ in Bioten. Pri nujenju make-up storitev bo kupec uporabljal dekorativno kozmetiko LR My Beauty in Invite.

3. člen

Prodajalec bo kupcu poleg proizvodov, ki so predmet pogodbe o poslovnem sodelovanju, dostavil ustrezno količino reklamnih vzorcev, testnih vzorcev in reklamnih materialov predhodno navedenih blagovnih znamk, ki jih bo kupec brezplačno razdeljeval svojim strankam. Obenem bo kupec svoje stranke na ta način obveščal o kvaliteti in prednostih teh proizvodov.

4. člen

Kupec je pri svoji dejavnosti dolžan uporabljati samo preparativno in dekorativno kozmetiko iz asortimana proizvodnega programa prodajalca. Prav tako je kupec obvezen preizkusiti vse nove proizvode in o kvaliteti le-teh sporočiti prodajalcu svoje mnenje.

5. člen

Kupec je dolžan v okviru svojih sposobnosti in po predhodnem dogovoru testirati proizvode, ki jih prodajalec pripravlja v svojem razvojno raziskovalnem laboratoriju. Kupec je dolžan o opravljenih aktivnostih pisno sporočati svoja mnenja.

6. člen

V primeru spora, ki bi izhajal iz poslovanja, ki ga ureja ta Aneks, pa stranki ne bi mogli doseči sporazuma, priznavata sodbo Okrožnega sodišča v Novem mestu.

7. člen

Aneks je sestavljen in podpisan v dveh izvodih, vsak podpisnik dobi po en izvod Aneksa.

V Novem mestu, dne

PRODAJALEC

KUPEC

PRILOGA B

POGODBA Z BANKO SPARKASSE, D. D., O KREDITU

(VZOREC POGODBE)

KREDITNA POGODBA - št. 5014/00xxx-00

ki jo sklepata:

BANKA SPARKASSE, d. d.
Cesta v Kleče 15
1000 Ljubljana
(v nadaljevanju banka)

22. 5. 2007

in

P & L kozmetične storitve, d. o. o.
Novi trg 4
8000 Novo mesto
ID za DDV SI00000000
(v nadaljevanju kreditojemalec)

1. člen

Banka daje, kreditojemalec pa sprejema kredit za pokritje dolga v znesku EUR 50.000,00 (z besedo: petdesettisoč evrov).

Kreditni znesek, zmanjšan za stroške, navedene v prvem odstavku 5. člena te pogodbe, bo banka izplačala kreditojemalcu kot čisto vrednost po sklenitvi te pogodbe in pod pogojem, da je kreditojemalec izpolnil vse obveznosti, za katere je v tej pogodbi določeno, da jih je dolžan izpolniti pred črpanjem kredita.

Za čas od koriščenja kredita do 1. 8. 2007 plača kreditojemalec interkalarni obresti po obrestni meri iz 2. člena te pogodbe. Te obresti zapadejo ob črpanju kredita.

Kreditojemalec lahko odstopi od te pogodbe pred črpanjem kredita. Šteje se, da je kreditojemalec odstopil od te pogodbe tudi v primeru, če ni izpolnil obveznosti, za katere je v tej pogodbi določeno, da jih je dolžan izpolniti pred črpanjem kredita.

V primeru odstopa iz prejšnjega odstavka je kreditojemalec dolžan povrniti banki škodo oz. stroške v višini 2,00 % od odobrenega zneska kredita, vendar najmanj EUR 30,00 in največ EUR 1.250,00.

2. člen

Obrestna mera za kredit iz 1. člena znaša ob sklenitvi te pogodbe 7,122 % letno in je sestavljena iz trimesečnega Euriborja (trenutno 4,122 %) in pribitka v višini 3 %. Višina obrestne mere se prilagodi vsakega 1. 1., 1. 4., 1. 7. in 1.10. v letu.

V primeru spremembe stopnje tveganja banke v tem kreditnem razmerju je banka kreditojemalcu upravičena predlagati tej spremembi prilagojeno obrestno mero (npr. v obliki povišanja pribitka na zgoraj navedeni indikator ali prehoda na variabilno, kadar koli spremenljivo obrestno mero).

V kolikor v roku 4 tednov ne pride do sporazuma o novi obrestni meri, imata tako kreditojemalec kot banka pravico do pisne odpovedi tega kreditnega razmerja s štiritredenskim odpovednim rokom.

Banka obračunava pogodbeno določene obresti v višini, rokih in na način, določen v Sklepu o obrestnih merah banke.

Efektivna obrestna mera za kredit po tej pogodbi znaša ob odobritvi 7,840 % in se lahko spremeni ob spremembi pogodbene obrestne mere v rokih in po postopku, kot je dogovorjeno v prejšnjih odstavkih tega člena.

3. člen

Kreditojemalec je dolžan vračati kredit v 36 zaporednih mesečnih anuitetah v višini, ki znaša ob sklenitvi te pogodbe EUR 1.546,65 (z besedo: en tisoč petsto šestinštirideset 65/100 evrov). Anuitete zapadejo v plačilo v enakem časovnem zaporedju, to je vsakega 1. v mesecu, od katerih prva zapade v plačilo dne 1. 8.2007, zadnja pa dne 1. 10. 2010.

4. člen

Kreditojemalec oz. porok je dolžan vršiti vsa plačila v zvezi s to pogodbo na poravnalni račun banke, št. računa 01000-0004500030, sklic na številko 00-0000-501400xxx.

5. člen

Banka zaračuna enkratno nadomestilo za obdelavo zahtevka v višini 0,600 % od odobrenega kredita.

Poleg nadomestila iz prvega odstavka tega člena je banka v času kreditnega razmerja upravičena do zaračunavanja nadomestila za vodenje kredita. Nadomestilo se bo obračunavalo v skladu z vsakokrat veljavnim cenikom storitev banke.

Kreditojemalec je dolžan povrniti banki tudi druge stroške, ki nastanejo v okviru tega kreditnega razmerja (npr. stroški nakazila, spremembe kreditnih pogojev, opomini in drugo) v skladu z vsakokrat veljavnim cenikom storitev banke.

6. člen

Kreditojemalec je dolžan od vsake zapadle in neporavnane obveznosti po tej pogodbi, razen od obresti, za čas, ko je s plačilom v zamudi, banki plačati zamudne obresti po predpisani obrestni meri.

7. člen

Kreditojemalec je za zavarovanje vseh terjatev iz te pogodbe dolžan pred črpanjem kredita za zavarovanje zneska glavnice EUR 50.000,00 (z besedo: petdeset tisoč evrov), z obrestmi iz 2. člena te pogodbe, zamudnimi obrestmi in vsemi stroški na lastne stroške na 1. mestu ustanoviti zastavno pravico oz. zagotoviti ustanovitev zastavne pravice v korist banke na nepremičninah – stanovanju, last Roberta Gradišar, po postopku, ki ga določi banka.

Za zavarovanje vseh terjatev iz te pogodbe je kreditojemalec dolžan pred črpanjem kredita izročiti banki tudi 6 bianco podpisanih menic z menično izjavo.

Kreditojemalec se zavezuje vsako izpolnjeno ali uničeno menico na prvi poziv banke nadomestiti z novo bianco podpisano menico.

8. člen

Kreditojemalec oz. zastavitelj se zavezuje, da bo zastavljeno nepremičnino uporabljal in pazil kot dober gospodar ter da bo preprečeval vsako poslabšanje stanja, da bo zastavljeno nepremičnino ustrezno zavaroval pri zavarovalnici in vinkuliral zavarovalno polico v korist banke ter potrdilo o vinkulaciji takoj poslal skupaj s kopijo zavarovalne police banki, kar je pogoj za črpanje kredita.

9. člen

Banka bo po plačilu vseh obveznosti kreditojemalca do banke izdala izbrisno dovoljenje, pri čemer pa vse stroške v zvezi z izbrisom zastavne pravice plača kreditojemalec.

10. člen

Kreditojemalec lahko predčasno v celoti ali delno vrne kredit z obrestmi in stroški, vendar mora o tem predhodno pisno obvestiti banko najmanj 10 dni pred datumom nameravanega predčasnega vračila.

V primeru predčasnega vračila kredita je kreditojemalec dolžan banki povrniti škodo oz. stroške v višini 2,00 % od predčasno vrnjenega zneska, vendar najmanj EUR 30,00 in največ EUR 1.250,00.

11. člen

Kreditojemalec izjavlja in jamči:

- 1) da sklenitev te pogodbe ne nasprotuje njegovim ustanovitvenim in drugim aktom ter aktom, ki jih je sklenil s tretjim osebami,
- 2) da je pridobil vsa dovoljenja in soglasja, ki so po njegovih aktih potrebna za veljavno sklenitev te pogodbe,
- 3) da so to pogodbo in druge listine v zvezi s to pogodbo podpisale osebe, ki so vpisane v sodni oz. drug ustrezen register kot zastopniki kreditojemalca oz. osebe, ki so pooblaščenice s strani zakonitega zastopnika kreditojemalca,
- 4) da so vsi podatki in dejstva, ki jih je kreditojemalec oz. od njega pooblaščenice osebe posredoval banki v zvezi z odobritvijo tega kredita in sklenitvijo te pogodbe resnični, verodostojni in popolni.

12. člen

Kreditojemalec se obvezuje:

- 1) obveščati banko o vseh najetih kreditih in garancijah pri drugih bankah, hranilnicah in drugih finančnih organizacijah,
- 2) predložiti banki periodične obračune in letni obračun redno v rokih, predpisanih za njihovo predložitev, oz. predložiti računovodske izkaze v skladu z Zakonom o gospodarskih družbah in Slovenskimi računovodskimi standardi na zahtevo banke, pa tudi izkaze poslovanja za krajša obdobja in drugo dokumentacijo ter povrniti banki vse stroške preverjanja bonitete kreditojemalca, v kolikor le-ta ne predloži zahtevane dokumentacije,
- 3) omogočiti banki kontrolo porabe tega kredita in pregled vseh poslovnih knjig in listin, ki so povezane s porabo kredita po tej pogodbi,
- 4) zastavljene nepremičnine zavarovati oziroma zagotoviti, da bodo zavarovane za dejansko vrednost ter redno plačevati zavarovalno premijo in vinkulirati zavarovalno polico v korist banke ter predložiti banki ustrezna dokazila o plačilu zavarovalne premije,
- 5) obveščati banko o spremembi sedeža, dejavnosti, pooblaščenih zastopnikov in o vseh drugih podatkih, ki se vpisujejo v sodni oz. drug ustrezen register,
- 6) obveščati banko o vseh drugih okoliščinah, dogodkih in dejanjih, ki lahko vplivajo na izpolnjevanje obveznosti in izvrševanje pravic po tej pogodbi,
- 7) da ne bo brez pisnega soglasja banke:
 - a) pristopil k statusnim spremembam in kapitalskim naložbam v druge pravne osebe,
 - b) odtujeval svojega premoženja zunaj okvirov rednega poslovanja,
 - c) prenesel svojih pravic iz te pogodbe na tretje osebe.

13. člen

Banka ima pravico:

- 1) pregledovati poslovne knjige in druge listine, iz katerih je razvidno celotno finančno poslovanje kreditojemalca,
- 2) spremeniti pogoje kredita zaradi uvedbe oz. povečanja stopnje davkov, taks in spremembe denarne politike ter spremembe drugih predpisov, ki imajo za posledico spremenjeno poslovanje banke na področju kreditno-garancijskega

- poslovanja, pri čemer se kreditojemalec zavezuje skleniti z banko dodatek k tej pogodbi,
- 3) odpovedati kredit in zahtevati vračilo vsega porabljenega kredita z vsemi obrestmi in ostalimi stroški v roku 14 dni od odpovedi banke, če kreditojemalec:
 - a) ne izpolnjuje obveznosti, določenih v 12. členu te pogodbe,
 - b) ne poravnava 2 zaporednih zapadlih mesečnih anuitet ali 1 zapadle četrtletne anuitete v roku 60 dni po njeni zapadlosti in drugih zapadlih obveznosti po tej pogodbi,
 - c) preneha izpolnjevati katerega izmed pogojev kreditne sposobnosti,
 - d) ne sklene dodatka k tej pogodbi v roku 14 dni v skladu z zahtevo banke iz prejšnjega odstavka,
 - e) po mnenju banke postane insolventen ali plačilno nesposoben oz. če se njegovo premoženje bistveno zmanjša,
 - f) se ne ravna skladno s katerim koli določilom te pogodbe;
 - 4) do pošiljanja določene pošte na naslov, ki ji ga pisno sporoči kreditojemalec, in je drugačen od njegovega uradnega naslova.

14. člen

Kreditojemalec oz. porok pooblašča banko, da v primerih, ko je to potrebno za izvrševanje te pogodbe, posreduje podatke v zvezi s to pogodbo tretjim osebam in opravi vse poizvedbe pri pristojnih državnih in drugih organih, bankah, hranilnicah in drugih finančnih organizacijah in navedenim subjektom dovoljuje, da banki dajo zahtevane podatke.

Banka se obvezuje:

- 1) da podatkov, ki jih bo pridobila na ta način, ne bo posredovala drugim osebam in jih bo uporabljala za namen izvajanja pogodb ter za namene določene z Zakonom o varstvu osebnih podatkov; izjema velja za z banko povezane in odvisne družbe,
- 2) da bo podatke hranila in varovala na primeren način tako, da ne bo prišlo do morebitnih neupravičenih posredovanj podatkov nepooblaščenim osebam.

15. člen

Za vse, kar ni drugače določeno v tej pogodbi, se uporabljajo določbe Zakona o bančništvu, Obligacijskega zakonika in drugih predpisov, veljavnih v Republiki Sloveniji.

16. člen

Pogodbene stranke bodo vsa pisanja v zvezi s to pogodbo pošiljale na naslove njihovih sedežev oz. bivališč.

Vsaka pogodbeni stranka je o spremembi sedeža oz. prebivališča in drugih podatkov dolžna obvestiti drugo pogodbeno stranko.

17. člen

Vse morebitne spore iz s to pogodbo sklenjenega razmerja bosta stranki poskušali oziroma bodo stranke poskušale rešiti s sporazumom, v kolikor pa to ne bo uspešno, jih bo reševalo stvarno pristojno sodišče v Ljubljani.

18. člen

Ta pogodba je sestavljena v 2 izvodih.

V Ljubljani,2007

KREDITOJEMALEC

BANKA

.....

.....

PRILOGA C**AMORTIZACIJSKI NAČRT ODPLAČEVANJA GLAVNICE IN OBRESTI****Amortizacijski načrt: 9973****11-jun-07**

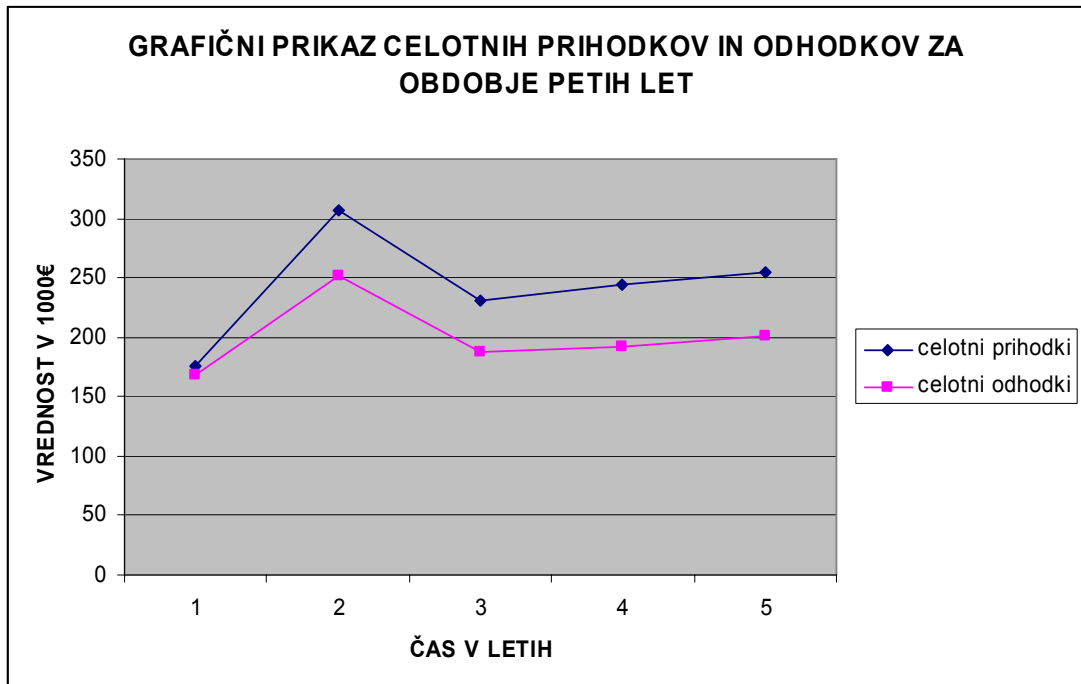
P & L, d. o. o.
Znesek posojila: 50.000,00 **Valuta:** EUR **Anuiteta:** 1.546,65
Obdobje posojila od: 11. 6. 07 **do:** 1. 7. 10 **Obr.** 4,122 %
Število anuitet: 36 **Pribitek** 3,000 %
Zapadlost glavnice: anuitetno **Interval odplačevanja:** mesečno
Interkalarne od: 11. 6. 07 **do:** 1. 7. 07 197,83
Moratorij od: 1. 7. 07 **do:** 1. 7. 07

Števec	Datum	Glav.pred razp.		Glav. po razp.	
				Obresti	Odplačilo dolga
	1. 7. 07	50.000,00	0,00	0,00	50.000,00
1.	1. 8. 07	50.000,00	306,64	-1.240,01	48.759,99
2.	1. 9. 07	48.759,99	299,04	-1.247,61	47.512,38
3.	1. 10. 07	47.512,38	281,99	-1.264,66	46.247,71
4.	1. 11. 07	46.247,71	283,63	-1.263,02	44.984,69
5.	1. 12. 07	44.984,69	266,98	-1.279,67	43.705,03
6.	1. 1. 08	43.705,03	268,04	-1.278,61	42.426,41
7.	1. 2. 08	42.426,41	260,19	-1.286,46	41.139,96
8.	1. 3. 08	41.139,96	236,03	-1.310,62	39.829,34
9.	1. 4. 08	39.829,34	244,27	-1.302,38	38.526,95
10.	1. 5. 08	38.526,95	228,66	-1.317,99	37.208,96
11.	1. 6. 08	37.208,96	228,20	-1.318,45	35.890,51
12.	1. 7. 08	35.890,51	213,01	-1.333,64	34.556,87
13.	1. 8. 08	34.556,87	211,93	-1.334,72	33.222,15
14.	1. 9. 08	33.222,15	203,75	-1.342,90	31.879,24
15.	1. 10. 08	31.879,24	189,20	-1.357,45	30.521,80
16.	1. 11. 08	30.521,80	187,19	-1.359,46	29.162,33
17.	1. 12. 08	29.162,33	173,08	-1.373,57	27.788,76
18.	1. 1. 09	27.788,76	170,42	-1.376,23	26.412,53
19.	1. 2. 09	26.412,53	161,98	-1.384,67	25.027,87
20.	1. 3. 09	25.027,87	138,64	-1.408,01	23.619,86
21.	1. 4. 09	23.619,86	144,86	-1.401,79	22.218,06
22.	1. 5. 09	22.218,06	131,86	-1.414,79	20.803,28
23.	1. 6. 09	20.803,28	127,58	-1.419,07	19.384,21
24.	1. 7. 09	19.384,21	115,05	-1.431,60	17.952,60
25.	1. 8. 09	17.952,60	110,10	-1.436,55	16.516,05
26.	1. 9. 09	16.516,05	101,29	-1.445,36	15.070,69
27.	1. 10. 09	15.070,69	89,44	-1.457,21	13.613,49
28.	1. 11. 09	13.613,49	83,49	-1.463,16	12.150,33
29.	1. 12. 09	12.150,33	72,11	-1.474,54	10.675,79
30.	1. 1. 10	10.675,79	65,47	-1.481,18	9.194,61

Števec	Datum	Glav. pred razp.	Obresti	Odplačilo dolga	Glav. po razp.
31.	1. 2. 10	9.194,61	56,39	-1.490,26	7.704,35
32.	1. 3. 10	7.704,35	42,68	-1.503,97	6.200,38
33.	1. 4. 10	6.200,38	38,03	-1.508,62	4.691,76
34.	1. 5. 10	4.691,76	27,85	-1.518,80	3.172,95
35.	1. 6. 10	3.172,95	19,46	-1.527,19	1.645,76
36.	1. 7. 10	1.645,76	9,77	-1.536,88	108,88
	Obresti v moratoriju		0,00		
	Obresti v rednem odplačevanju		5.788,28		
	S k u p a j		5.788,30	-49.891,10	

PRILOGA D

GRAFIČNI PRIKAZ CELOTNIH PRIHODKOV IN ODHODKOV ZA OBDOBJE PETIH LET



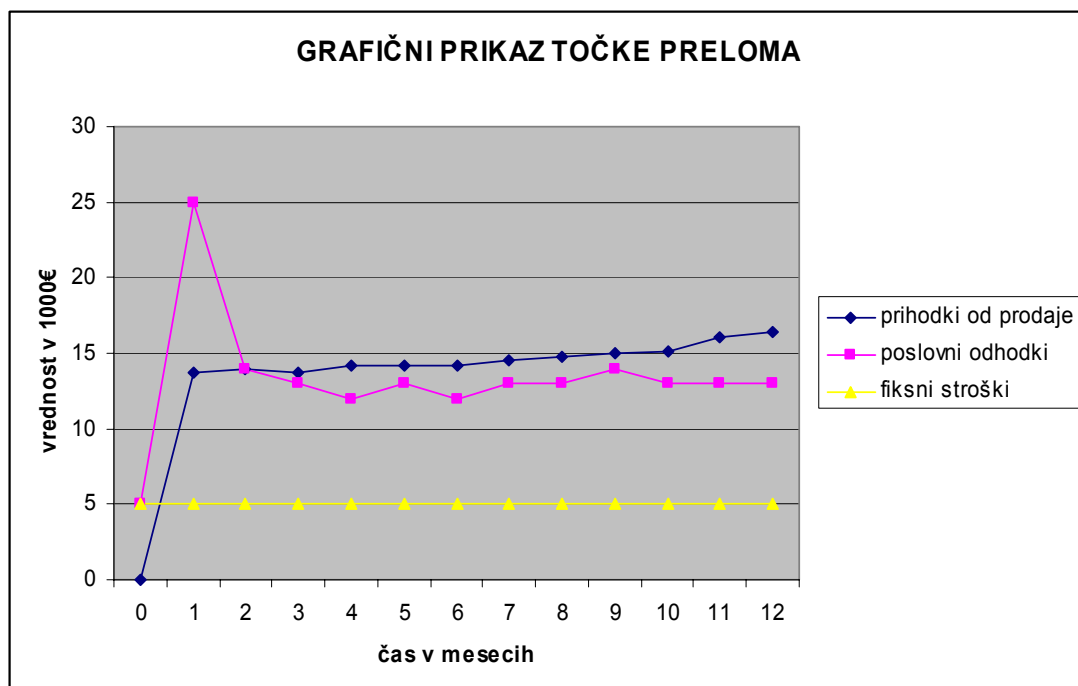
PRILOGA E

BILANCA DENARNIH TOKOV

P&L d.o.o.	vsi zneski so v 1000€																	
	0/1	1/1	2/1	3/1	4/1	5/1	6/1	7/1	8/1	9/1	10/1	11/1	12/1	1	2	3	4	5
BILANCA FINANČNIH TOKOV																		
Začetno stanje denarnih sredstev	1	44	44	45	46	47	49	49	51	51	53	56	56	1	58	75	118	165
Prihodki	17	14	14	14	14	14	15	15	15	15	16	16	16	179	306	230	244	255
- Odhodki brez amortizacije	24	13	12	12	12	11	13	12	14	12	12	13	13	160	245	180	183	191
- Davki iz dobička	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	-1	-1	-2	12	9	18	21
= Nepopravljeni čisti pritoki pri poslovnih dejavnostih	-7	1	2	2	2	3	2	3	1	3	3	2	17	49	41	43	43	43
+ Povečanje obveznosti iz poslovanja in PČR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	12	9	18	21	21
- Povečanje terjatev iz poslovanja in AČR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Povečanje zalog	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	-1	16	-15	1	-3
= Popravljeni čisti pritoki pri poslovnih dejavnostih	-7	1	2	2	2	3	1	3	1	3	4	3	18	45	65	60	67	67
- Pobotano povečanje neopredm. dolg. sredstev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Pobotano povečanje opredmetenih osnovnih sredstev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	13	0	0
- Pobotano povečanje dolgoročnih finančnih naložb	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Pobotano povečanje kratkoročnih finančnih naložb	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Čisti pritoki pri poslovnih in investicijskih dejavnostih	-7	1	2	2	2	3	1	3	1	3	4	3	18	25	52	60	67	67
+ Povečanje kapitala	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Pobotano povečanje dolgoročnih rezervacij	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Pobotano povečanje dolg. obv. iz financiranja	50	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	39	-8	-9	-13	-13
+ Pobotano povečanje kratk. obv. iz financiranja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Neto finančni tok	43	0	1	1	1	2	0	2	0	2	3	2	57	17	43	47	54	54
Končno stanje denarnih sredstev	44	44	45	46	47	49	49	51	51	53	56	58	58	58	75	118	165	219

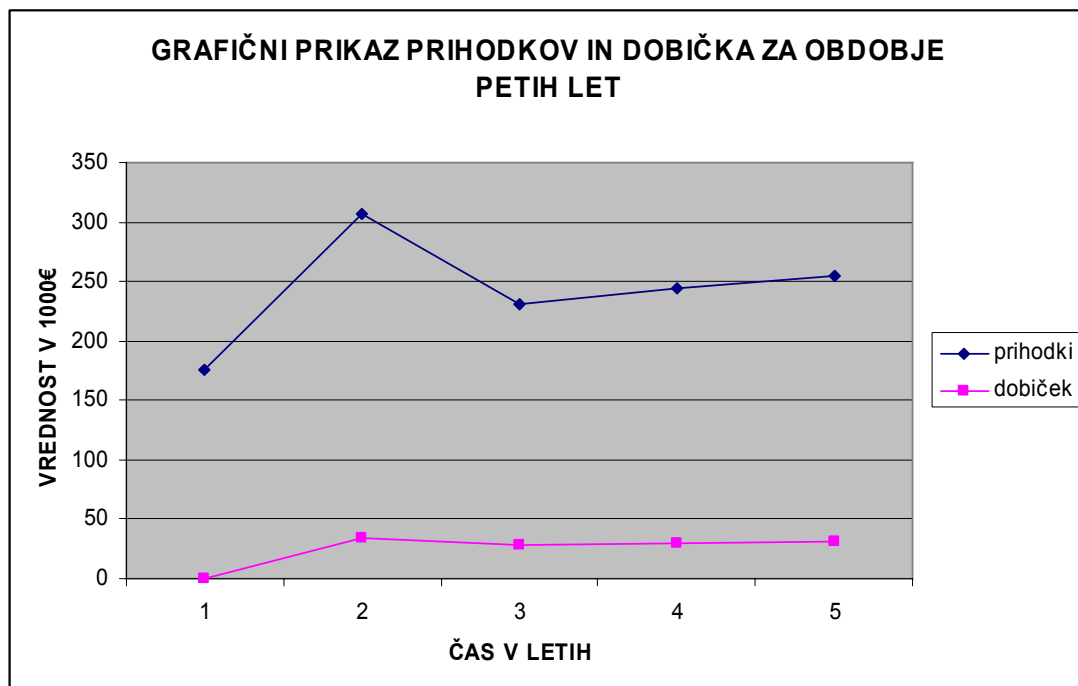
PRILOGA F

GRAFIČNI PRIKAZ TOČKE PRELOMA



PRILOGA G

GRAFIČNI PRIKAZ PRIHODKOV IN DOBIČKA ZA OBDOBJE PETIH LET



LITERATURA IN VIRI

Cassar, Raymond M. (prevod Gregor Horžen) *Kako pripraviti poslovni načrt* (priročnik), Ljubljana: Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije – JAPTI; 2006, ISBN 961-6436-20-9.

Glas, Miroslav (1999) *Moj poslovni načrt*, Pospeševalni center za malo gospodarstvo: Zavod RS za zaposlovanje, Ljubljana, ISBN 961-217-029-0.

Glas, Miroslav (2003) *Podjetništvo 2*, prvi del, Pripravljam poslovni načrt; priročnik za učence / Miroslav Glas – 1. natis. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo, 2002, ISBN 961 234-436-1.

Glas, Miroslav (2005) *Podjetništvo 2*, Pripravljam poslovni načrt: učbenik za tretji letnik ekonomskih gimnazij / Miroslav Glas – Ljubljana: Zavod RS za šolstvo, 2005 ISBN 961-234-536-8.

Vidic, Franci (1999) *Priročnik za poslovni načrt za tehnološke inovacije*, Pospeševalni center za malo gospodarstvo: Zavod RS za zaposlovanje, Ljubljana, 1999, ISBN 961-217-030-4.

Zapiski predavanj pri predmetu Ekonomika in management.