

DRUŠTVO ZA VARSTVO OKOLJA BLED

POSLOVNI NAČRT

NARAVOVARSTVENI ČUVAJ – VODIČ BLEDA

KAZALO

1. POVZETEK NAČRTA	3
1. 1 Opis posla.....	3
1. 2 Ciljni trg	3
1. 3 Potencial za rast.....	3
1. 4 Napoved prodaje in dobička.....	4
1. 5 Potrebna finančna sredstva.....	4
1. 6 Seznam kritičnih dejavnikov za uspeh	4
1. 7 Potrebna pomoč	4
2. OPIS	5
2. 1 Pregled ideje	5
2. 2 Cilj.....	5
2. 3 Inovativnost našega koncepta.....	6
2. 4 Zakaj verjamemo, da obstaja resnična potreba po naši storitvi?	6
2. 5 Dolgoročno videnje razvoja	6
3. OPIS STORITVE	7
4. PSPN (SWOT) analiza.....	8
4. 1 P – Prednosti.....	9
4. 2 S – Slabosti.....	9
4. 3 P – Priložnosti.....	9
4. 4 N – Nevarnosti.....	9
5. NAČRT TRŽENJA IN PRODAJE	9
5. 1 Storitve, ki jo želimo prodajati	9
5. 2 Kupec	10
5. 3 Prodajne poti.....	10
5. 4 Metoda oglaševanja in prodajanja	11
6. NAČRT ČLOVEŠKIH VIROV	11
7. FINANČNI NAČRT.....	11
7. 1 Kalkulacija lastne cene ure vodenja.....	11
7. 2 Napoved prodaje.....	112
7. 3 Oprema.....	12
7. 4 Načrt stroškov poslovanja in finančnih odhodkov	13
7. 5 Načrt izkaza poslovnega izida.....	14
7. 6 Načrt izkaza sredstev in virov sredstev.....	15
8. IZBRANE REŠITVE IN KRITIČNA TVEGANJA	16
8.1 Kritična tveganja.....	16
8. 2 Ukrepi za odpravo kritičnih tveganj	16

1. POVZETEK NAČRTA

1. 1 Opis posla

Naravne danosti nadgrajene z aktivnostmi, naravovarstvenim izobraževanjem in doživetji so turistični proizvodi visoke dodane vrednosti. To je odlično izhodišče za zadovoljitev ključnih potreb in želja ciljne skupine turistov, ki so ljubitelji narave. Trajnostni turizem je zelo pogosto poudarjen kot primerna gospodarska panoga na območjih Natura 2000. Nadzorna služba ohranjanja narave je vzpostavljena le v večjih zavarovanih območjih – parkih. Na eni turistično najpomembnejših lokacij v Sloveniji (Bled z okolico), ki je obenem tudi biodiverzitetno zelo bogata (8 območij Natura 2000 in več deset naravnih vrednot) bomo razvili nov tip delovnega mesta, to je naravovarstvenega čuvaja - vodiča v eni osebi. Naravovarstveni čuvaj - vodič bo vodil turiste po naravovarstveno zanimivih območjih, ki trajnostni turistični obisk lahko prenesejo. Turistom bo ponudil nov turistični produkt, obenem pa tudi nevsiljivo naravovarstveno izobraževanje. Naredili bomo inovativen korak stran od masovnega turizma, ki na Bledu prevladuje, proti osveščenemu, trajnostnemu in za naravo varnemu turizmu. Naravovarstveni čuvaj – vodič bo izobražen tako, da bo razumel nosilno kapaciteto narave in je s svojim delovanjem ne bo prekoračil. Goste ne bo le vodil, temveč tudi naravovarstveno izobraževal, usmerjal in nadziral. Ker bo naravovarstveni vodič in čuvaj pogosto prisoten v naravi, bo zbiral podatke o stanju in grožnjah in o njih v rednih intervalih obveščal Zavod za varstvo narave, okoljsko inšpekcijo in občino.

1. 2 Ciljni trg

Gostu in obiskovalcu Bleda je treba ponuditi vrhunsko novost v obliki storitve vodenja po varovanih območjih narave, s čimer se poveča število in kakovost turističnih storitev v kraju in okolici. Poudarek na varovanju in spoštovanju narave pomeni izgradnjo temeljev za trajnostni razvoj območja in zajema:

- Skupine turistov, ki so ljubitelji narave.
- Izobraževanje turističnih delavce in stroke, ki predstavljata ključne deležnike pri razvoju trajnostnega turizma na Bledu.
- Osveščanje mlade populacije.

1. 3 Potencial za rast

Potencial za rast je vedno večja potreba po trajnostnem turizmu. Turistom bo ponujen nov turistični produkt in nevsiljivo naravovarstveno izobraževanje. Potencial za rast so tudi inovativni koraki stran od masovnega turizma, ki na Bledu prevladuje, proti osveščenemu, trajnostnemu in za naravo varnemu turizmu.

- Naravovarstveni čuvaj – vodič bo izobražen tako, da bo razumel nosilno kapaciteto narave in je s svojim delovanjem ne bo prekoračil.
- Goste ne bo le vodil, temveč tudi naravovarstveno izobraževal, usmerjal in nadziral.
- Ker bo naravovarstveni vodič in čuvaj pogosto prisoten v naravi, bo zbiral podatke o stanju in grožnjah in o njih v rednih intervalih obveščal Zavod za varstvo narave, okoljsko inšpekcijo in občino.

V obdobju enega do treh let je potrebno zagotoviti prepoznavnost novega turističnega produkta in pozitiven vpliv naravovarstvenega izobraževanja na razvoj trajnostnega turizma.

1. 4 Napoved prodaje in dobička

1. leto

Prodaja novega turističnega produkta vodenje po Bledu in njegovi okolici z naravovarstvenim vodičem – čuvajem bo v 1. letu pokrila vse stroške poslovanja (stroški dela, stroški telefona, bančni stroški, administracije, materiala ...).

2. leto

Predviden 10% dobiček od ustvarjene prodaje.

3. leto

Predviden 20% dobiček od ustvarjene prodaje.

1. 5 Potrebna finančna sredstva

- a) Za začetek bomo potrebovali veliko prostovoljnega dela in sponzorskih sredstev.
- b) Sredstva od Ministrstva za kmetijstvo in okolje dobljena preko javnega razpisa v višini 3.100,00 EUR.

1. 6 Seznam kritičnih dejavnikov za uspeh

- premalo finančnih sredstev,
- premalo sponzorskih sredstev,
- premalo prostovoljnega dela,
- neozaveščeni turistični delavci.

1. 7 Potrebna pomoč

- sodelovanje z Zavodom za varstvo narave, občino in okoljsko inšpekcijo, Zavodom za gozdove in lastniki zemljišč,
- sodelovanje z državnimi institucijami pri razvoju trajnostnega turizma s pomočjo naravovarstvena vodiča – čuvaja,
- črpanje državnih in evropskih sredstev skozi razpise,
- učinkovito povezovanje s turističnimi delavci z namenom izboljšanja kvalitete storitev za skupni nastop na trgu,
- sodelovanje z vsemi institucijami, ki se ukvarjajo s podobno dejavnostjo, ohranjanjem narave in trajnostnim turizmom,
- sodelovanje s posamezniki, ki bodo lahko prispevali s svojim sodelovanjem pri predstavitvi storitve naravovarstvenega vodiča - čuvaja,
- sodelovanje z izobraževalnimi ustanovami na vseh nivojih.

2. OPIS

2.1 Pregled ideje

Projekt Naravovarstveni čuvaj in vodič rešuje problematiko spremljanja stanja varovanih območij narave in strokovno vodenje osnovnošolcev, dijakov, študentov, turistov po tovrstnih območjih blejske občine. Občina Bled je leta 1998 z Odlokom o razglasitvi povirij, močvirij in rastišč redkih rastlin v Občini Bled (Ur.l. RS, št. 90/1998) za naravne spomenike zaradi izjemnih botaničnih, biotopskih, krajinskih in hidroloških vrednot razglasil dvanajst mokrišč (eno spada sedaj v občino Gorje). Na Bledu je osem območij v sistemu Nature 2000, med njimi je verjetno najpomembnejše prav območje Brja s Piškovico. Največja znamenitost Brja so lehnjakotvorni izviri, iz katerih voda v kaskadah polzi in ob tem gradi visoka rumena slapišča iz lehnjaka ali kalcijevega karbonata, ki je v vodi raztopljena jezerska kreda. Ta se razliva v bazično barje, revno s hranili, in ravno ta lastnost omogoča življenje reziki, Loeselovi grezovki (*Liparis loeselii*) in drugim varovanim predstavnikom take vrste mokrišč. V Sloveniji je le še nekaj podobnih mokrišč in lehnjakotvornih slapišč, ki so spadajo med prednostne habitatne tipe za ohranjanje preko Nature 2000. Lehnjakotvorni izviri sodijo med evropsko najbolj ogrožene habitatne tipe. So prednostni habitatni tip omrežja Natura 2000, kar pomeni, da je za uničenje izvira, ki je uvrščen v Naturo 2000, potrebno soglasje Evropske komisije (razen, ko gre za višje interese človekove varnosti in zdravja).

2.2 Cilj

Delovno mesto naravovarstvena čuvaja - vodiča je pomembno predvsem iz vidika ohranjanja varovanih območij (naravovarstveni čuvaj), ker bo stanje območij pregledano najmanj dva krat mesečno skozi celo leto, vzpostavi se sistem hitrega obveščanja o grožnjah, kot so npr. invazivne rastline, ki se nekje pojavijo, zasipanje ali druga gradbena dela v na območju in v bližini. Osveščanje udeležencev pripomore k večjemu spoštovanju narave in okolja. Pomembno je tudi samo izobraževanje, ki ga bodo izvajali člani Zavoda za varstvo narave, saj se bo dal sistem izobraževanja uporabiti tudi v drugih občinah in okoljih.

Cilj je spremljanje stanja varovanih območij, hitro odzivanje na kakršnekoli grožnje njihovemu ekosistemu, redni obiski znamenitosti z namenom ugotavljanja stanja v vseh letnih časih, izboljšanje komunikacije med občinami, inšpektorati, Zavodom za varstvo narave, Zavodom za gozdove in lastniki zemljišč. Prav lastniki zemljišč so med pomembnejšimi dejavniki.

Skupaj z ZVN je potrebno izbrati najpomembnejše naravne znamenitosti, ki so primerne za obisk. Izobražen turistični delavec se bo zavedal pomena našega okolja, tako da bo zmožen razviti take turistične produkte, ki so vezani na obisk Bleda predvsem zaradi naravnih vrednot.

Novo delovno mesto vodiča – čuvaja bo možno trajnostno ohranjati in financirati iz lastnega delovanja. V poslovnem načrtu bomo predvideli korake za nadaljnji razvoj dejavnosti.

Trajnostni razvoj in turizem na Bledu in v okolici ter aktivna vključitev varovanih območij narave v trajnostno ponudbo kraja sta osnovna cilja. Vzpostavljeni cilj je varovanje in nadzor varovanih območij narave v praksi, ki predstavlja vzporeden sistem inšpekcijskemu in redarskemu nadzoru.

2. 3 Inovativnost našega koncepta

Inovativnost se kaže prav v kombinaciji vodenja in hkrati aktivnega spremljanja stanja varovanih območij (zaradi tega tudi hitrega ukrepanja ob grožnjah ekosistemu) ter hkrati v popularizaciji območij sistema Natura 2000, ki ga ljudje še vedno premalo poznajo in spoštujejo.

2. 4 Zakaj verjamemo, da obstaja resnična potreba po naši storitvi?

Vodniki po varovanih območjih narave bodo z izobraževanjem pridobili osnovno in zadostno znanje, hkrati pa tudi bistvene podatke o vrednosti teh območij za trajnostni in ekološko naravnani razvoj kraja. Ker so ta območja pomembna tudi kot turistična storitev, je potrebno povabiti v izobraževanje tudi turistične delavce in stroko, ki predstavljata ključne deležnike pri razvoju trajnostnega turizma na Bledu. Ta del javnosti je tudi prvi, ki se mora zavedati pomena tovrstnih območij za razvoj mehkega turizma kot alternative zastarelim in preživelim oblikam turizma, ki kraju povzročajo predvsem stroške in škodo z relativno malo prihodkov.

Gostu in obiskovalcu Bleda je treba ponuditi vrhunsko novost v obliki storitve vodenja po varovanih območjih narave, s čimer se poveča število in kakovost turističnih storitev v kraju in okolici, poudarek na varovanju in spoštovanju narave pa pomeni izgradnjo temeljev za trajnostni razvoj območja.

Mlado populacijo je potrebno osveščati (vodenja za šole bodo brezplačna). Na izobraževanje bodo vabljeni tudi predstavniki šol, kmetov, lokalnih nevladnih organizacij in drugih.

2. 5 Dolgoročno videnje razvoja

Bled zdaj že doživlja močno turistično izrabo, njegove primerjalne prednosti v smislu razvoja zelenega turizma pa ostajajo slabo ali skorajda neizkoriščene. Ima vrhunske naravne danosti, ki pa so v ponudbo vključene pomanjkljivo, zato so spregledane. Za dušo kraja in okolice je nujno, da postanejo varovana območja narave prepoznavna kot njun vitalni del. Cilj je promoviranje njihove naravovarstvene, ekološke, kulturne, etnološke in duhovne rabe, ki pa v nobenem smislu ne smejo posegati v naravovarstvene režime, pač pa ta status lahko le utrjujejo.

Temeljni namen je povezati vse deležnike v skupnem varovanju in naravovarstveni rabi varovanih območij. Ustvaril bo pogoje za izboljšanje sodelovanja med vsemi, ki na tem območju živijo in/ali delajo v različnih strokah, kot člani civilne družbe, javne oblasti in občanov. Ustvaril bo delovno mesto naravovarstvenega vodiča čuvaja, katerega kvalifikacijo bo lahko pridobil vsak za področje narave zainteresiran posameznik, ki bo opravil ustrezno izobraževanje. Vodenje po varovanih območjih bo potekalo v več jezikih in vsebinah glede na interes obiskovalcev. Imel bo pozitiven zaposlitveni učinek tudi po zaključku, saj bo tekkel še naprej in vključeval nove vodiče po varovanih območjih, kot tudi ljudi, ki bodo sodelovali pri spremljajočih aktivnostih: prevajanje, priprava materialov, vzporedne storitve za obiskovalce s strani domačinov, kmetov, kulturnikov, podjetnikov, turističnih delavcev in drugih. Projekt je torej naravnani k trajnosti v časovnem, turističnem, ekonomskem, ekološkem in etičnem smislu.

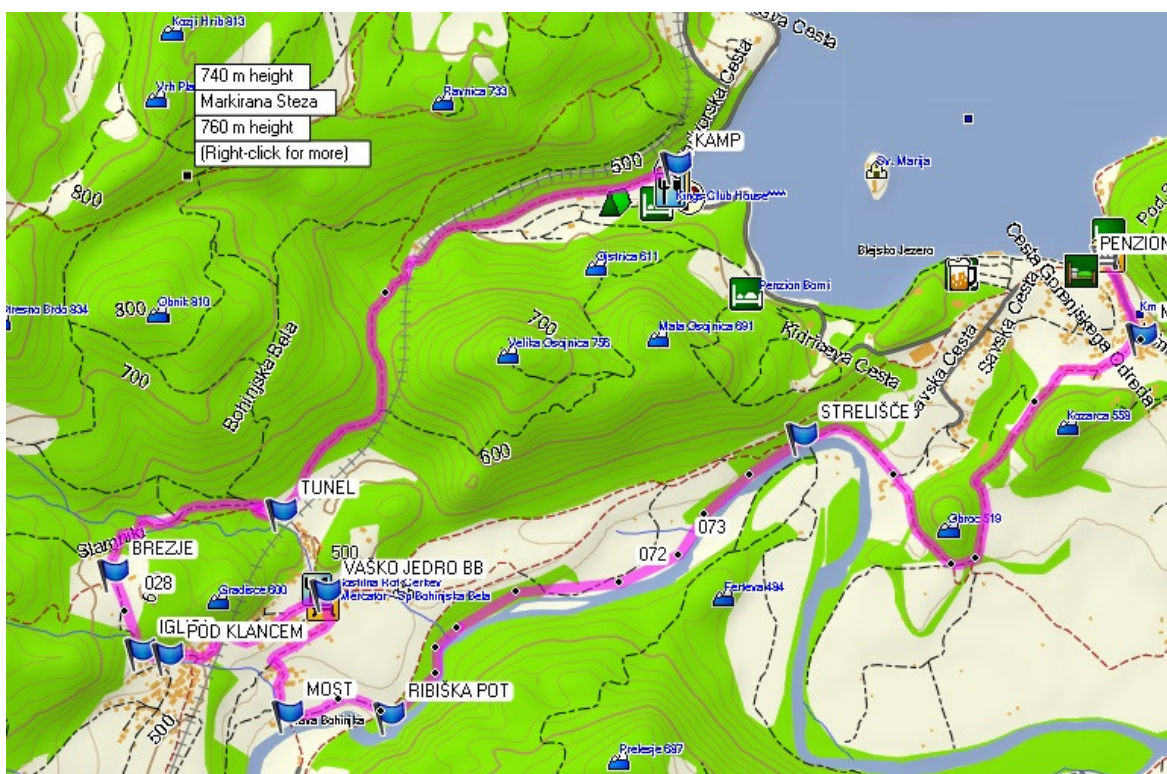
3. OPIS STORITVE

Naravovarstveni vodič – čuvaj vodič bo vodil turiste po naravovarstvenih zanimivih območjih, ki trajnostni turistični obisk lahko prenesejo in jih obenem naravovarstveno izobraževal.

Vzporedno bodo vodenja podprta z izobraževalno informativnimi zloženkami in naravovarstvenimi izobraževalnimi razglednicami.

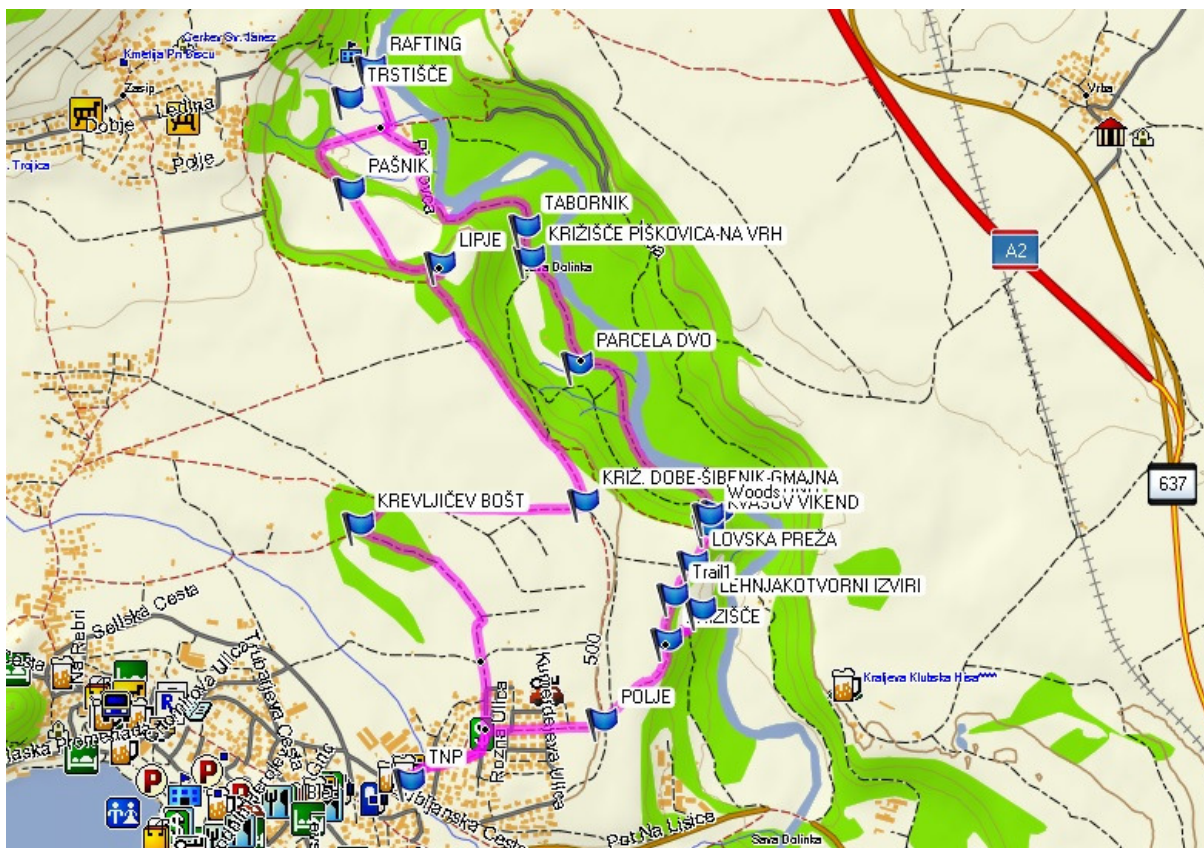
Prvi primer vodenja:

Pot Bohinjska Bela



Drugi primer vodenja:

Pot Brje



4. PSPN (SWOT) analiza

4.1 P – Prednosti

- inovativen pristop, ki se kaže v kombinaciji vodenja in hkrati aktivnega spremljanja stanja varovanih območij,
- popularizacija območij sistema Natura 2000,
- vrhunske naravne danosti Bleda in okolice, ki pa so v sedanjo ponudbo vključene pomanjkljivo, zato so spregledane,
- trajnostni in za naravo varen turizem,
- novost v obliki storitve vodenja po varovanih območjih narave,
- pozitiven vpliv na razmišljanje ljudi in način življenja,
- izobraževanje posameznika za zdrav način življenja in skrb za okolje.

4. 2 S – Slabosti

- pomanjkanje zagonskih finančnih sredstev,
- premalo prostovoljnega dela,
- premalo sponzorskih sredstev,
- neozaveščeni turistični delavci.

4. 3 P – Priložnosti

- vzporedne storitve za obiskovalce s strani domačinov, kmetov, kulturnikov, podjetnikov, turističnih delavcev in drugih,
- nova storitev s pozitivnim pristopom do narave in ljudi,
- razvijanje novega delovnega mesta, ki bo koristen za naravo in trajnostni turizem,
- prispevek k razvoju drugačne zavesti v družbi,
- odziv na potrebe in želje ljudi.

4. 4 N – Nevarnosti

- slaba prodaja storitev,
- visoki stroški poslovanja.

5. NAČRT TRŽENJA IN PRODAJE

5.1 Storitve, ki jo želimo prodajati

Naravovarstveni čuvaj - vodič bo turiste vodil po naravovarstvenih zanimivih območjih, obenem pa jih nevseljivo naravovarstveno izobraževal.

Naravovarstveni čuvaj – vodič bo s svojim tridelnim vsebinskim konceptom ponudil namesto ene storitve tri: vodenje po naravovarstvenih zanimivih območjih, naravovarstveno izobraževanje in aktivno spremljanje stanja varovanih območij.

Pomembna lastnost te nove turistične storitve za Bled je inovativnost z novim pristopom. Nove turistične storitve s pomočjo naravovarstvenega čuvaja - vodiča bodo odgovarjale na potrebe ljudi, vplivale na boljše počutje, zdravje in boljše okolje.

Pomembne lastnosti, ki nagovarjajo k turistični storitvi naravovarstveni vodič - čuvaj:

1. ponujamo namesto ene tri stvari: vodenje po naravovarstvenih zanimivih območjih, naravovarstveno izobraževanje in aktivno spremljanje stanja varovanih območij,
2. vzdrževanje kakovosti storitve in stalno preverjanje ponujene storitve,
3. odgovarjamo na potrebe in želje ljudi,
4. izobraževanje in vpliv na boljše zdravje ljudi in okolja,
5. Bled in okolica potrebuje trajnostni turizem, ki obsega infrastrukturo in storitve, ki se zlivajo s pokrajino, ji ne škodujejo in je lahko zagon za lokalno gospodarstvo.

V Društvu za varstvo okolja Bled bi lahko izboljšali prodajo storitve naravovarstveni vodič - čuvaj:

- z inovativno ponudbo,
- osebnim, strokovnim in prijaznim pristopom do kupca,
- celostno, vsebinsko zaokroženo ponudbo,
- stalnim dopolnjevanjem in uvajanjem novih storitev in vsebin ter ukinitvev tistih, ki ne bodo zadovoljili naših kupcev.

Storitev naravovarstveni čuvaj – vodič, ki bo tržena v okviru Društva za varstvo narave Bled, bo ponujene z namenom naravovarstvenega izobraževanja in ohranjanja narave.

Vseskozi bomo temeljili na tridelnem konceptu storitve. Ob vodenju bomo ponudili kupcu še naravovarstveno izobraževanje in aktivno spremljanje stanja varovanih območij. Kvalitetna vsebina, uporabnost in dodatno izobraževanje bo stalnica naše ponudbe.

5. 2 Kupec

Ponudba storitve naravovarstveni vodič – čuvaj se bo vselej odzivala in prilagajala širokemu krogu kupcev vseh starostnih in statusnih skupin. Tip kupca, ki bo kupoval našo storitev, je ozaveščen, želi pomagati sam sebi in drugim in je ekološko osveščen ter ljubitelj narave. Prodajna strategija bo prilagojena tej ciljni skupini kupcev. Pozitiven ali negativen odziv kupcev in uporabnikov naših storitev bo neprestano vplival na spremembe v naši ponudbi in povzročil dopolnjevanje ali izboljšanje dela programa.

Zelo pomembno je, da prepoznamo mnenje kupcev glede naših izdelkov in storitev. Z osebnim pristopom pride informacija direktno in najprej do prodajnega osebja. Osebna prodaja je prepričljivejša od oglaševanja in zagotavlja takojšnjo povratno informacijo, ki prodajalcu omogoči, da prilagodi svojo ponudbo kupčevemu zaznavanju, kritiki ali nezadostnemu razumevanju informacij. Preko občasnih anket in rubrike na naši spletni strani bomo zbirali povratne informacije od kupcev.

Skrb za zadovoljstvo kupcev in upoštevanje njihovih predlogov bo pomenila tudi njihovo vračanje in »zvestobo« storitvam, ki varujejo naravo.

5. 3 Prodajne poti

Društvo bo preko interneta in drugih medijev oglaševalo tematske izlete, fotografske delavnice, opazovanje ptic in drugih živali, botanične foto delavnice in vodene sprehode. Vse te storitve lahko popestrijo ponudba lokalno pridelane in pripravljene hrane in spanje na manjših kmečkih turizmih v okolici. Izlete bomo povezali s klasičnimi« blejskimi znamenitostmi, z raftingom, kolesarjenjem in drugimi oblikami prevoza in rekreacije.

Strategija prodaje pa bo še posebej usmerjena na ciljne skupine in njihove potrebe. Za podporo bo imelo društvo tudi internetno stran, ki bo pomenila lažjo dostopnost za ljudi izven Bleda in bo obenem tudi informativni portal za vse, kar se bo dogajalo. Naše storitve se bodo po potrebi prodajale po turističnih agencijah, na primernih sejmih ali prireditvah.

5. 4 Metoda oglaševanja in prodajanja

Za promocijo naše storitev bo primerno oglaševanje in prodaja preko internetne strani, ter pisanje v časopisih kot so Blejske novice in revija ZAvest. Za turiste bo natisnjena naravovarstvena izobraževalna razglednica s ponudbo za vodenje v več jezikih.

6. NAČRT ČLOVEŠKIH VIROV

Na začetku ne predvidevamo zaposlenih. Naravovarstveni vodiči – čuvaji bodo plačani na podlagi civilnih pogodb ali izstavljenega računa. Veliko dela bo opravljenega s prostovoljci. Kasneje se lahko s povečanjem posla lahko tudi koga zaposli.

7. FINANČNI NAČRT

7. 1 Kalkulacija lastne cene ure vodenja

LC 13,00 EUR ura vodenja

(upoštevano plačilo vodiča 9,80 EUR bruto – bruto na uro
ob predpostavki, da je njegova neto mesečna plača za 174 ur 900,00 EUR + malica + prevoz
+ 17 % ostali stroški telefon, reklama ...+ 15 % RVC)

7. 2 Napoved prodaje

Osnove za napoved realistične prodaje

Pri napovedi realistične prodaje bomo uporabili raziskavo in analizo trga oziroma lastne izkušnje ter lastno ceno.

Pogoji za pesimistično napoved

Pesimistično napoved bomo dosegli, če se stanje poslabša, torej z nezadostno mesečno prodajo, nedoseganjem prodajne cene ...

Pogoji za optimistično napoved

Lahko se pojavi veliko povpraševanje po naših storitvah in s tem večji mesečni promet ter doseganje višje cene.

Prodajni pogoji

Na začetku bo prodaja naravnana na individualne kupce, ki plačajo storitev z gotovino.

Napoved prodaje

1. KOLIČINSKA NAPOVED PRODAJE				
Vrsta prodaje	EM	Leto 1	Leto 2	Leto 3
Storitve št. oseb	kom	520	780	1.300
2. VREDNOSTNA NAPOVED PRODAJE				
Vrsta prodaje	Cena/EM	Leto 1	Leto 2	Leto 3
Storitve povprečno/osebo	25,00 EUR	13.000,00 EUR	19.500,00 EUR	32.500,00 EUR
Povprečna mesečna Realizacija prometa		1.083,33EUR	1.625,00 EUR	2.708,33 EUR
Skupaj realistična napoved	po 25,00 EUR	kom 520 13.000,00	kom 780 19.500,00	kom 1.300 32.500,00
Skupaj pesimistična napoved	po 25,00 EUR	kom 260 6.500,00	kom 390 9.750,00	kom 520 13.000,00
Skupaj optimistična napoved	po 25,00 EUR	kom 1.040 26.000,00	kom 1.560 39.000,00	kom 3.120 78.000,00

Tabela 1: Količinska napoved prodaje
Vir: lasten

Realistična napoved:

Prodano letno : **520 storitev po 25,00 EUR** (povprečna cena brez DDV) = 13.000,00 EUR
(čisti letni prihodki)

Pesimistična napoved:

Prodano letno: **260 storitev po 25,00 EUR** (povprečna cena brez DDV) = 6.500,00 EUR
(čisti letni prihodki)

Optimistična napoved:

Prodano letno: **1.040 storitev po 25,00 EUR** (povprečna cena brez DDV) = 26.000,00 EUR
(čisti letni prihodki)

7.3 Oprema

Obstoječa oprema

Društvo nima opreme in poslovnih prostorov.

Načrtovana oprema

Poslovni prostori se bodo v primeru povečanja dejavnosti najeli in opremili. Kasneje s povečanjem dejavnosti bo potrebno načrtovati nakup informacijske tehnologije (računalnik)

in telekomunikacijskih sredstev (telefon, optični čitalnik, internet). Ne predvidevamo nakupa programske opreme. Plačevali bomo mesečno uporabo programske opreme.

Vrsta opreme	EM	Število	Cena	Plan/datum
računalnik	kos	1	750,00	3. leto
Tiskalnik, optični čitalnik	kos	1	250,00	3. leto
Telefon	kos	1	100,00	3. leto
Police, mize, stoli			900,00	3. leto
Skupaj vrednost načrtovane opreme			2.000,00	

Tabela 2: Vrsta opreme
Vir: Lasten

7. 4 Načrt stroškov poslovanja in finančnih odhodkov

Vrsta stroškov	Mesečni znesek	Letni znesek
A. SPREMENLJIVI STROŠKI		
1. Nabavna vrednost materiala		
2. Pogodbeno ali avtorsko delo	736,66	8.840,00
3. Delo preko študentskega servisa		
3. Drugi spremenljivi stroški	121,67	1.460,00
SKUPAJ SPREMENLJIVI STROŠKI	858,33	10.300,00
B. STALNI STROŠKI		
1. Stalni del bruto plač		
2. Davki in prispevki na BOD		
3. Režijske tuje storitve		
4. Režijski material in DI (drobni inventar)	125,00	1.500,00
5. Amortizacija		
6. Energija (elektrika, ogrevanje)		
7. PTT stroški, telefoni	100,00	1.200,00
8. Najemina		
9. Zavarovanje		
10. Drugi stroški:		
- potni stroški		
- prehrana		
- regres letni dopust		
SKUPAJ STALNI STROŠKI	1.083,33	13.000,00
C. FINANČNI ODHODKI	0,00	0,00
SKUPNI STROŠKI IN ODHODKI	1.083,33	13.000,00

Tabela 3: Načrt stroškov poslovanja in finančnih odhodkov
Vir: Lasten

7. 5 Načrt izkaza poslovnega izida

V načrtu izkaza poslovnega izida bomo uporabili realistično napoved prodaje za 1., 2. in 3. leto, načrtovano opremo in načrt stroškov poslovanja in finančnih odhodkov. Načrt izkaza poslovnega izida je poenostavljen in temelji na osnovnih postavkah.

	Plan 1. leto	Plan 2. leto	Plan 3. leto
A. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	13.000	19.500	32.500
I. Čisti prihodki na domačem trgu	13.000	19.500	32.500
II. Čisti prihodki na trgu EU	0	0	0
III. Čisti prihodki na trgu izven EU	0	0	0
B. DRUGI POSLOVNI PRIHODKI	0	0	0
C. KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA	13.000	19.500	32.500
D. POSLOVNI ODHODKI	13.000	17.550	26.000
I. Stroški blaga, materiala in storitev	13.000	17.550	26.000
1. Nabavna vrednost blaga			
2. Stroški porabljenega materiala	1.500	2.450	3.500
2.1. Stroški surovin in materiala			
2.2. Stroški pomožnega materiala			
2.3. Stroški nadomestnih delov			
2.4. Drugi stroški materiala	1.500	2.450	3.500
3. Stroški storitev	11.500	15.100	22.500
3.1. Stroški promocijskih aktivnosti	1.460	2.600	4.500
3.2. Izdelava proizvodov			
3.3. Stroški prevoznih storitev			
3.4. Stroški vzdrževanja			
3.5. Stroški najemnin			
3.6. Stroški drugih storitev	10.040	12.500	18.000
II. Stroški dela			
1. Stroški plač			
4. Drugi stroški dela			
III. Odpisi vrednosti, amortizacija			
1. Neopredmetena sredstva	0	0	0
2. Opredmetena osnovna sredstva	0	0	0
2.1. Poslovni prostori/zgradba	0	0	0
2.2. Oprema, vozila, mehanizacija			
2.3. Računalniki z opremo			0
2.4 Drugo	0	0	0
IV. Drugi poslovni odhodki	0	0	0
E. DOBIČEK/IZGUBA IZ POSLOVANJA	0	1.950	6.500
F. FINANČNI PRIHODKI			
G. FINANČNI ODHODKI			
H. DRUGI PRIHODKI			
I. DRUGI ODHODKI			
J. CELOTNI DOBIČEK/IZGUBA	0	1.950	6.500
K. DAVEK IZ DOBIČKA		331	1.105
L. ODLOŽENI DAVKI			
M. ČISTI DOBIČEK/IZGUBA	0	1.619	5.395
N. Povprečno št. Zaposlenih na podlagi ur	0	0	0
O. Število zaposlenih 31. decembra	0	0	0

Tabela 4: Izkaz poslovnega izida

Vir: lasten

7. 6 Načrt izkaza sredstev in virov sredstev

Izkaz stanja ali bilanca stanja je tako rekoč ene vrste tehtnica našega poslovanja, sestavljena iz dveh delov. Prvi del izkaza so sredstva ali aktiva, drugi del izkaza so viri sredstev in pasiva.

Postavka na dan 31. 12	Plan 1. leto	Plan 2. leto	Plan 3. leto
SREDSTVA		1.619	7.014
A. DOLGOROČNA SREDSTVA		0	5.000
I. Neopredmetena sredstva			
II. Opredmetena osnovna sredstva	0	0	5.000
III. Naložbene nepremičnine			
IV. Dolgoročne finančne naložbe			
V. Dolgoročne poslovne terjatve			
VI. Odložene terjatve za davek			
B. KRATKOROČNA SREDSTVA	0	1.619	2.014
I. Sredstva za prodajo			
II. Zaloge			
III. Kratkoročne finančne naložbe			
IV. Kratkoročne poslovne terjatve			
V. Denarna sredstva	0	1.619	2.014
C. KRATKOROČNE AČR			
Zunajbilančna sredstva			
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	0	1.619	7.014
A. SKLAD	0	1.619	7.014
I. Društveni sklad	0	1.619	7.014
II. Presežek iz prevrednotenja			
B. REZERVACIJE IN DOLG. PČR			
C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI			
I. Dolgoročne finančne obveznosti			
II. Dolgoročne poslovne obveznosti			
III: Odložene obveznosti za davek			
C. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI			
I. Obveznosti za odtujitev			
II. Kratkoročne finančne			
III. Kratkoročne poslovne obveznosti			
D. KRATKOROČNE PČR			
Zunajbilančne obveznosti			

Tabela 5: Izkaz stanja

Vir: lasten

Bistvo izkaza stanja je v tem, da nam pove, koliko je naše društvo vredno (aktiva) in čigav je kapital (pasiva). Pomembno je, da sta oba dela (sredstva in viri sredstev) uravnotežena. Načrt izkaza sredstev in virov sredstev je poenostavljen.

8. IZBRANE REŠITVE IN KRITIČNA TVEGANJA

8.1 Kritična tveganja

Kritična tveganja in problemi so lahko naslednji:

- premalo finančnih sredstev,
- nova storitev, ki se še ni prepoznavna,
- preveliki stroški poslovanja,
- premajhna prodaja.

8.2 Ukrepi za odpravo kritičnih tveganj

Morebitne dogodke, ki bi lahko ogrozili naše poslovanje, bomo skušali preprečevati:

- s celotno ponudbo in podobo društva bomo postali prepoznavni in edinstveni,
- redno bomo preverjali in nadzorovali stroške poslovanja ter pri velikih odklonih takoj ukrepali,
- skrbeli za stalno izobraževanje,
- poiskali bomo rešitev za čim boljše poslovno sodelovanje z dobavitelji,
- skrbeli bomo za to, da bo društvo fleksibilno in se bo hitro odzivalo potrebam na trgu,
- razvijali bomo nove poslovne dejavnosti.