

BIOTEHNIŠKI IZOBRAŽEVALNI CENTER LJUBLJANA
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

**ANALIZA TRGA – ŠTUDIJA
PRIMERA TRŽNIH RAZISKAV V
PODJETJU TORTICA, D. O. O.**

SEMINARSKA NALOGA

MATEJ KOLMANIČ

6. 4. 2015

Vsebina

1. Uvod	3
1.1 Definicija poslovnega načrta	3
1.2 Sestava poslovnega načrta	3
1.3 Analiza trga	3
2. Opredelitev teme	4
3. Analiza trga v poslovnem načrtu podjetja Tortica, d. o. o.	4
3.1 Sestava tematskega sklopa Tržne raziskave	4
3.1.1 Kupci	5
3.1.2 Obseg trga	5
3.1.3 Analiza ankete	5
4. Diskusija	6
5. Zaključek	6
6. Seznam virov	7

1. Uvod

1.1 Definicija poslovnega načrta

Ko se odločamo za ustanovitev novega podjetja ali širitve dejavnosti že obstoječega, želimo biti prepričani o dolgoročni donosnosti poslovne ideje. V ta namen večina strokovnjakov s področja ekonomike priporoča pripravo poslovnega načrta. Omenjeni dokument nam lahko služi kot osnovni element pri procesu ustanavljanja ali širitve podjetja. Med izdelovanjem poslovnega načrta si postavljamo načrtovalna vprašanja, ki nam vzbuja strateški način razmišljanja in smernice za razvoj podjetja ter podjetniške miselnosti. Dobro pripravljen dokument pa nam služi tudi kot suverena predstavitev pred potencialnimi investitorji in posredno tudi kupci naših izdelkov oz. storitev. Iz tega lahko jasno sklepamo, da nam je poslovni načrt lahko v veliko pomoč pri pridobivanju sredstev.

1.2 Sestava poslovnega načrta

Poslovni načrt navadno delimo na vsebinske sklope, ki jih izbiramo glede na potrebe načrtovanja za posamezno podjetje oz. dejavnost. Kot osnovo pa bi lahko izpostavili vsebine: Uvod, opis podjetja in panoge, opis izdelka oz. storitve, strategije trženja, ključna področja upravljanja, finančne projekcije, načrt dela in aktivnosti in analiza trga (vir: Poslovni načrt, priročnik za podjetnike, Pomurski tehnološki park) Slednjega bom s študijo primera predstavil v obravnavani seminarski nalogi.

1.3 Analiza trga

Analiza trga je vsebinski sklop, ki ga praviloma pod istim ali vsebinsko podobnim imenom najdemo v poslovnih načrtih podjetij, saj je v procesu spoznavanja poslovnega okolja ključni del za določitev ciljnega trga in trendov na tržišču oz. v panogi. V tem sklopu lahko opravimo tudi študije podobnih podjetij, s čimer spoznamo dobre prakse delovanja in identificiramo konkurente. Posebno pozornost namenimo tudi identifikaciji potencialnih kupcev naših izdelkov oz.

storitev. Analiziramo potrebe prebivalstva in možne kanale za pridobivanje kupcev (vir: Mesojedec, T., et. al., Socialno podjetništvo, Salve, Ljubljana, 2012).

2. Opredelitev teme

V seminarski nalogi bom predstavil Analizo trga kot vsebinski sklop poslovnega načrta skozi študijo primera poslovnega načrta živilskega - slašičarskega podjetja Tortica, d. o. o. Poslovni načrt za omenjeno podjetje je napisala ga. Sanda Dulić, kot diplomsko delo višješolskega strokovnega programa Poslovni sekretar.

3. Analiza trga v poslovnem načrtu podjetja Tortica, d. o. o.

V poslovnem načrtu omenjenega podjetja je po vsebini skladen tematski sklop poimenovala »tržne raziskave«.

3.1 Sestava tematskega sklopa Tržne raziskave

Avtorica je omenjeni tematski sklop razdelila na tri podpoglavja: Kupci, Obseg trga in Analiza ankete.

3.1.1 Kupci

Avtorica navaja, da so se za ustanovitev podjetja odločili zato, ker so od znancev in prijateljev, ki živijo v bližnji okolici izbrane lokacije za obrat, večkrat slišali, da v njihovem kraju manjka slaščičarna, kjer bi si v prostem času lahko privoščili dobre slaščice in kavo.

Avtorica predvideva, da na začetku ciljajo predvsem na stranke iz bližnje okolice, kasneje pa tudi od drugod. Ciljna starostna skupina so upokojeanci in mlade družine. Mladine v večjem obsegu ne pričakujejo.

Največji obisk predvidevajo med vikendi, saj kot navaja Duličeva, imajo ljudje med vikendi več časa. Ob koncih tedna računajo tudi na naročila celih tort za razna praznovanja.

3.1.2 Obseg trga

Avtorica navaja, da želijo v omenjenem podjetju ponuditi slaščice, ki bodo kakovostne in iz naravnih materialov, hkrati pa bodo unikatne in nekaj posebnega in bodo lahko prilagojene željam strank. V ta namen predvidevajo ponudbo slaščic po zamisli strank. Ob vpeljavi tega poslovnega prijema so načrtovali, da bodo na trg prišli z vedno novimi idejami in zamislili.

Na trg so ponudili tudi dietične slaščice, s čimer bi slaščice približali tudi ljudem z različnimi kroničnimi boleznimi, kot sta diabetes in celiakija ter ljudem, ki se še posebej zavedajo pomena varovalne prehrane ter s tem slediti uveljavljenim trendom ponudbe varovalne hrane. V ta namen so predvideli torte, piškote in ostale slaščice brez jajc, moke in sladkorja.

Zato, ker so strankam svojo ponudbo večplastno približali, avtorica predvideva, da ne bodo privabili le gostov iz bližnje okolice, ampak bodo stranke sčasoma začele prihajati tudi iz bolj oddaljenih krajev.

3.1.3 Analiza ankete

V sklopu tržnih raziskav je avtorica izvedla javnomnenjsko raziskavo oz. anketo. Izvedena je bila med naključno izbranimi prebivalci v bližnji okolici predvidene lokacije obrata.

Anketa je bila sestavljena iz vprašanj, ki so se navezovala na ponudbo slaščic in komercialne prijeme, opisane v podpoglavjih »kupci« in »obseg trga«, kako pogosto zahajajo v slaščičarno ter o predlogih dopolnitev in izboljšav obstoječe ponudbe.

Rezultati ankete so, po podatkih iz obravnavanega besedila, pokazali všečnost načrtovanih izdelkov in komercialnih prijemov med anketiranci.

4. Diskusija

Raziskovani tematski sklop se vsebinsko sklada s priporočili za pisanje poslovnega načrta, navedenimi v poglavju Tržne raziskave in analiza trga knjige Socialno podjetništvo, priročniku za podjetnike Poslovni načrt, katerih povzetke sem vključil v uvod seminarske naloge.

Avtorica pa v tržne raziskave ni vključila analiz konkurence, v lokalnem okolju obrata ni drugih slaščičarn, ki bi lahko konkurirale novoustanovljenemu podjetju. To lahko sklepamo iz dejstva, da so se odločili za ustanovitev slaščičarne ravno zato, ker so prebivalci lokalnega okolja izrazili potrebo po slaščičarni, ki je v okolici do tedaj še ni bilo.

Avtorica je kot analitsko sredstvo uporabila javnomnenjsko raziskavo – anketo. Z omenjeno raziskavo je analizirala potrebe trga in napisala poglavje Tržne raziskave.

Uspešnosti podjetja glede na cilje, ki jih je avtorica postavila na podlagi tržnih raziskav, nisem mogel preveriti, saj podjetja Tortica, d. o. o. ni mogoče najti v poslovnem registru AJ PES-a. Na svetovnem spletu, razen objavljenega obravnavanega diplomskega dela, nisem našel drugega oz. konkretnjšega sledu o omenjenem podjetju. Iz česar sklepam, da je bilo podjetje ukinjeno in izbrisano iz poslovnega registra.

5. Zaključek

Analiza trga je pomemben vsebinski sklop poslovnega načrta, saj vsebuje ključne analize za določitev temeljnih pogojev za uspešno poslovanje podjetja. V danem

primeru sta to analizi potencialnih kupcev in obsega trga, ki predstavljata osnovo za opravljanje dejavnosti.

6. Seznam virov

Loborec, V. in Gajić, M., *Ekonomika podjetja*, Zavod IRC, Ljubljana, 2011

Mesojedec, T., et. al., *Socialno podjetništvo*, Salve, Ljubljana, 2012

Dulić, S., *Poslovni načrt podjetja Tortica, d. o. o.*, diplomsko delo, B&B VSŠ, Kranj, 2008

Poslovni načrt, priročnik za podjetnike, Pomurski tehnološki park