



ŠOLSKE CENTER VELENJE
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

EKONOMIKA PODJETJA

Gradivo za interno uporabo

Sestavila: Martina Omladič, univ. dipl. ekon

Velenje, 2008

KAZALO VSEBINE

1 OPREDELITEV EKONOMIKE PODJETJA IN GOSPODARJENJE	5
1.1 KRIVULJA PRIZVODNIH MOŽNOSTI.....	5
1.2 EKONOMSKI CILJI DRUŽBE.....	6
1.3 TEMELJNA EKONOMSKA VPRAŠANJA.....	7
1.4 UDELEŽENCI V GOSPODARSTVU.....	7
1.5 DELITEV DELA.....	8
1.5.1 VRSTE DELITVE DELA	9
1.5.2 Delitev gospodarstva.....	10
1.5.3 Faze gospodarskega procesa.....	11
2 PODJETJE	12
2.1 POJEM PODJETJA.....	12
2.2 VRSTE PODJETIJ GLEDE NA VELIKOST.....	13
2.3 VRSTE PODJETIJ GLEDE NA PRAVNO ORGANIZACIJSKO OBLIKO.....	14
2.4 STATUSNOPRAVNE ZNAČILNOSTI GOSPODARSKIH DRUŽB.....	14
2.4.1 DELNIŠKA DRUŽBA (d.d.).....	15
2.4.2 DRUŽBA Z OMEJENO ODGOVORNOSTJO (d.o.o.).....	15
2.4.3 KOMANDITNA DELNIŠKA DRUŽBA (k.d.d.).....	16
2.4.4 EVROPSKA DELNIŠKA DRUŽBA - societas europaea - SE.....	16
2.4.5 DRUŽBA Z NEOMEJENO ODGOVORNOSTJO (d.n.o.).....	17
2.4.6 KOMANDITNA DRUŽBA (k.d.).....	17
2.4.7 TIHA DRUŽBA (t.d.).....	17
2.4.8 SAMOSTOJNI PODJETNIK (s.p.).....	18
3 FINANČNI TRG	18
3.1 BORZE VREDNOSTNIH PAPIRJEV	19
3.1.1 Posli na borzah vrednostnih papirjev.....	19
3.1.2 Oblikovanje tečaja.....	19
3.2 LJUBLJANSKA BORZA VREDNOSTNIH PAPIRJEV	
.....	20
3.3 VREDNOSTNI PAPIRJI.....	20
3.3.1 OBVEZNICE.....	20
3.3.2 DELNICE.....	21
4 POSLOVNI PROCES	22
4.1 POSLOVNE FUNKCIJE (FUNKCIJE PODJETJA).....	22
4.1.1 Nabavna funkcija.....	23
4.1.2 Proizvodna funkcija.....	23
4.1.3 Prodajna funkcija.....	23
4.1.4 Finančna funkcija.....	23
5 PRVINE POSLOVNEGA PROCESA	23
5.1 ČLOVEKOVO DELO.....	24
5.2 DELOVNA SREDSTVA.....	24
5.3 PREDMETI DELA.....	25
5.3.1 Vrste predmetov dela:.....	25
5.3.2 Značilnosti predmetov dela.....	26
5.3.3 Zaloge predmetov dela.....	26
5.3.4 Storitve.....	26
5.4 AMORTIZACIJA.....	26

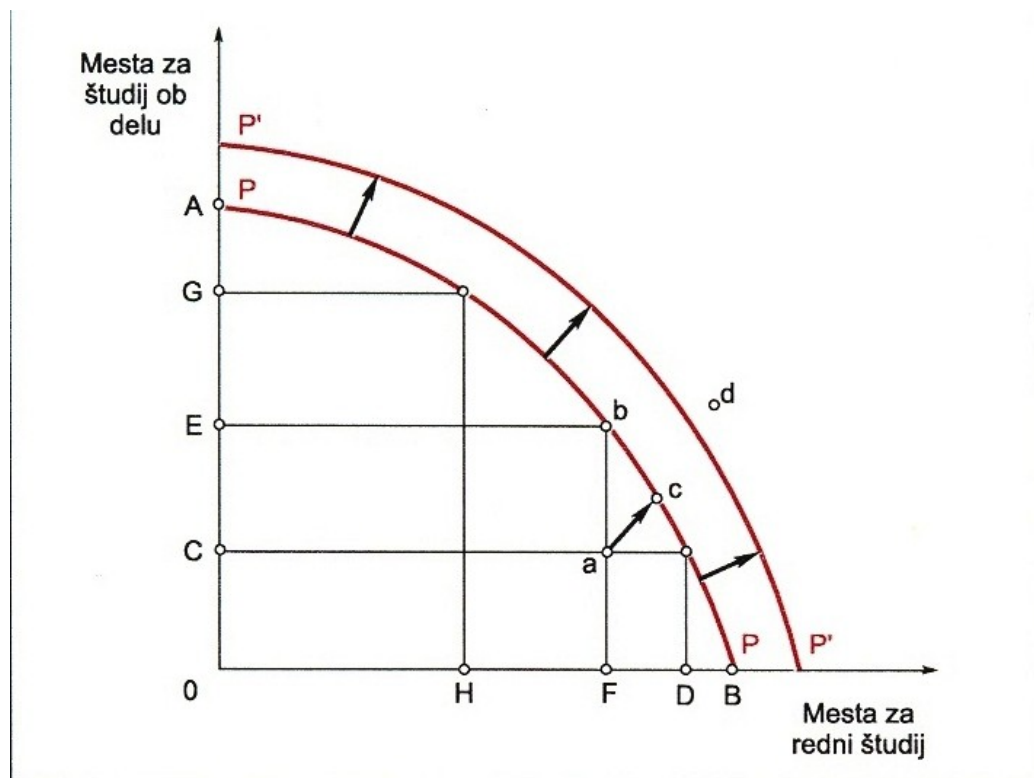
5.4.1 Funkcionalni način amortiziranja.....	27
5.4.2 Časovni način amortiziranja.....	28
5.4.3 Revalorizirana vrednost delovnega sredstva.....	30
6 STROŠKI	30
6.1 VRSTE STROŠKOV.....	31
7 KALKULACIJE.....	34
7.1 DELITVENA KALKULACIJA.....	34
7.2 KALKULACIJA S POMOČJO POGOJNIH ENOT.....	35
7.3 KALKULACIJA Z DODATKI.....	36
7.4 KALKULACIJA PO VARIABILNIH STROŠKIH.....	38
7.5 TEMELJNE RAZLIKE MED OPISANIMI KALKULACIJAMI.....	40
8 PREMOŽENJE PODJETJA IN UGOTAVLJANJE USPEŠNOSTI POSLOVANJA.....	40
8.1 SREDSTVA PODJETJA.....	40
8.2 VIRI PREMOŽENJA.....	41
8.2.1 LASTNI oz. TRAJNI VIRI SREDSTEV.....	42
8.2.2 ZAČASNI OZ. TUJI VIRI SREDSTEV.....	43
8.3 BILANCA STANJA.....	43
8.4 OBRAČANJE OBRATNIH SREDSTEV.....	45
8.5 OCENJEVANJE USPEŠNOSTI PODJETJA.....	46
9 PRESOJANJE USPEŠNOSTI PODJETJA.....	48
9.1 KAZALNIKI USPEŠNOSTI POSLOVANJA.....	48
9.1.1 Rentabilnost ali donosnost.....	48
9.1.2 Ekonomičnost ali gospodarnost.....	49
9.1.3 Produktivnost dela ali proizvodnost.....	49
9.1.4 Likvidnost ali plačilna sposobnost.....	49
10 PRIDOBIVANJE IN DELITEV PRIHODKA PODJETJA.....	51
10.1 PRIHODKI IN ODHODKI PODJETJA.....	51
10.2 ODHODKI	52
10.3 IZKAZ USPEHA (UGOTAVLJANJE POSLOVNEGA IZIDA).....	52
10.4 BILANCA USPEHA.....	53
10.5 PRENEHANJE DRUŽBE (LIKVIDACIJA PODJETJA).....	54
10.6 PRISILNO PRENEHANJE – STEČAJ.....	54
10.7 ANALIZA PRAGA POKRITJA (PRAGA RENTABILNOSTI, TOČKE PRELOMA).....	55
11 TRG IN KONKURENCA.....	59
11.1 KONKURENCA NA TRGU.....	60
11.2 OBLIKE KONKURENCE GLEDE NA ŠTEVILO UDELEŽENCEV.....	60
11.3 KARTELI IN PROTIMONOPOLNI UKREPI V EVROPSKI UNIJI.....	61
11.4 POVPRŠEVANJE	62
11.4.1 KRIVULJA POVPRŠEVANJA.....	63
11.4.2 ELASTIČNOST POVPRŠEVANJA.....	64
11.5 PONUDBA.....	65
11.5.1 DEJAVNIKI PONUDBE.....	65
11.5.3 ELASTIČNOST PONUDBE.....	67
11.6 TRŽNO RAVNOVESJE.....	68
12 EKONOMIKA INVESTICIJ.....	69
12.1 VRSTE INVESTICIJ.....	69
12.2 OMEJITVE INVSTICIJSKEGA PROJEKTA.....	70
12.3 OCENJEVANJE INVESTICIJSKIH OBJEKTOV.....	70

12.4 METODE VREDNOTENJA INVESTICIJSKIH PROJEKTOV.....	71
13 TRŽENJE ALI MARKETING.....	72
13.1 SEGMENTIRANJE TRGA.....	72
13.2 DOLOČITEV CILJNIH TRGOV.....	72
13.3 TRŽNO POZICIONIRANJE.....	73
13.4 TRŽENJSKI SPLET.....	73

1 OPREDELITEV EKONOMIKE PODJETJA IN GOSPODARJENJE

- je veda ali znanost, ki proučuje zakonitosti gospodarjenja.
- Ukvarja se z gospodarjenjem
- Ukvarja se z ekonomskimi problemi:
 - ni mogoče zadovoljiti vseh potreb, ker
 - ni dovolj dobrin
- Redkost in izbira:
 - Proizvodni viri – sredstva, s katerimi proizvedemo dobrine
 - Redkost – neomejene želje in omejeni viri
 - Krivulja proizvodnih možnosti – kaj lahko v danem obdobju proizvajamo z razpoložnimi viri (*zmanjšati moramo proizvodnjo dobrin ene vrste, če bomo povečali proizvodnjo dobrin druge vrste*).
 - Oportunitetni stroški -

1.1 KRIVULJA PRIZVODNIH MOŽNOSTI



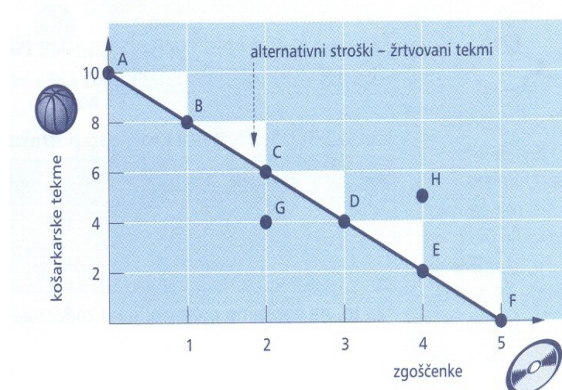
Slika: 1.1.: Krivulja proizvodnih možnosti (Vir: Rebernik, M.: Ekonomika podjetja)

KRIVULJA PRIZVODNIH MOŽNOSTI – razlaga primera

- Omejeni proizvodni viri na EPF: učilnice, profesorji, asistenti, učna tehnologija
- EPF lahko zagotovi A mest za študij ob delu (vpisujejo samo študente ob delu ali B mest za redni študij (vpisujejo samo redne študente
- Izbere lahko katerokoli izmed kombinacij na krivulji PP
- Primer: če izberejo H mest rednih študentov, se morajo odreči določenemu številu študentov ob delu, zato nastanejo t.i. oportunitetni (alternativni) stroški, ker smo se odrekli določenemu številu izrednih študentov

OPORTUNITETNI STROŠKI

Možnost	Zgoščenke	Košarkarske tekme
A	0	10
B	1	8
C	2	6
D	3	4
E	4	2
F	5	0



Slika 1.2: Premica možnosti potrošnje (Vir: Fortič, H.:Temelji ekonomike)

Pomembno za podjetje:

- Nenehno odločanje v poslovnem procesu
- Vsaka odločitev ima posledice
- Tisti, ki odloča, nosi tudi posledice (lahko se napačno odloči – izbrana možnost je slabša od alternative)

1.2 EKONOMSKI CILJI DRUŽBE

- Ekonomska rast in razvoj (večja proizvodnja, kvalitetnejši izdelki in storitve z namenom izboljšati življenjske pogoje
- Polna zaposlenost (vsi, ki želijo delati, naj imajo primerno zaposlitev
- Ohranjanje stabilnosti cen (čim nižja in čim bolj umirjena inflacija, izogibanje deflaciji)
- Ekonomska svoboda (lastniki podjetij, delavci, kupci, prodajalci, ... naj bodo pri svojih odločitvah svobodni)
- Pravična razdelitev dohodka (naj ne bo revnih ljudi)
- Ekonomska varnost (pomoč bolnim, invalidom, ostarelim,...)

- Tehnološka in ekonomska učinkovitost (tehnološki in ekonomski razvoj)

1.3 TEMELJNA EKONOMSKA VPRAŠANJA

- Kaj proizvajati
- Koliko posameznih dobrin proizvajati
- Kako se posamezna dobrina naj proizvaja
- Za koga se proizvajajo dobrine
- Kolikšna je nezaposlenost v družbi
- Kolikšna je inflacija v družbi
- Ali se večajo proizvodne zmogljivosti v družbi

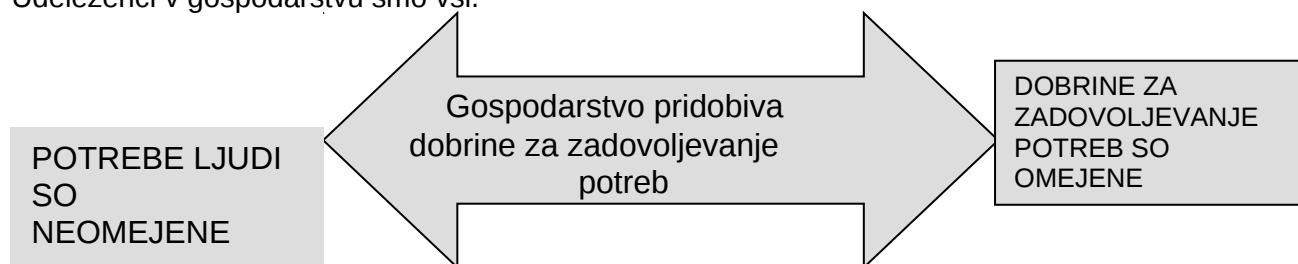
Z navedenimi vprašanji lahko opredelimo odnos mikroekonomiko in makroekonomiko.

- MIKROEKONOMIKA odgovarja na prva štiri vprašanja
- MAKROEKONOMIKA odgovarja na zadnja tri vprašanja

Ekonomiko podjetja je tisti del mikroekonomike, ki se nanaša na podjetje in se podrobno ukvarja z njegovim delovanjem in obnašanjem na trgu.

1.4 UDELEŽENCI V GOSPODARSTVU

Udeleženci v gospodarstvu smo vsi.



POTREBE:

- So občutek pomanjkanja
- So neomejene
- Vrste potreb:
 - **Lahko jih zadovolji gospodarstvo:**
 - ◆ eksistenčne (hrana, obleka, stanovanje,...)
 - ◆ luksuzne (modna oblačila, jahta, potovanja,...)
 - ◆ kulturne (gledališča, knjige, glasba, film...)
 - **Gospodarstvo jih ne more zadovoljiti** (potreba, da se pogovarjamo z drugimi, po prijateljstvu, po pohvali, do svobodnega izražanja, odločanja,...)

DOBRINE

Sredstva, s katerimi zadovoljujemo potrebe, imenujemo dobrine. Pojem dobrina se ne nanaša le na predmete ampak tudi na stvari. Skoraj vse dobrine so omejene.

Ločimo:

- Potrošne dobrine (dобрine končne porabe – zadovoljevanje potreb gospodinjstev in drugih potrošnih kategorij)

- o Stvarne (materialne) dobrine – npr. obleka, hrana, stanovanje, čistila,...
- o Storitvene (nematerialne) dobrine – npr. storitve zdravnikov, pošte, bank, zavarovalnic,...
- Producerske dobrine (namenjene za nadaljnjo proizvodnjo)
 - o Reprodukcijski material – surovine in material, namenjen za proizvodnjo novih dobrin
 - o Investicijske dobrine – trajne dobrine za proizvodnjo drugih potrošnih in investicijskih dobrin: npr. tovarniška hala, stroj, tovornjak, avto za službene namene
- Naravne dobrine (voda, zrak, zemlja, svetloba,...)

Za premislek: kako je z omejenostjo naravnih dobrin?

1.5 DELITEV DELA

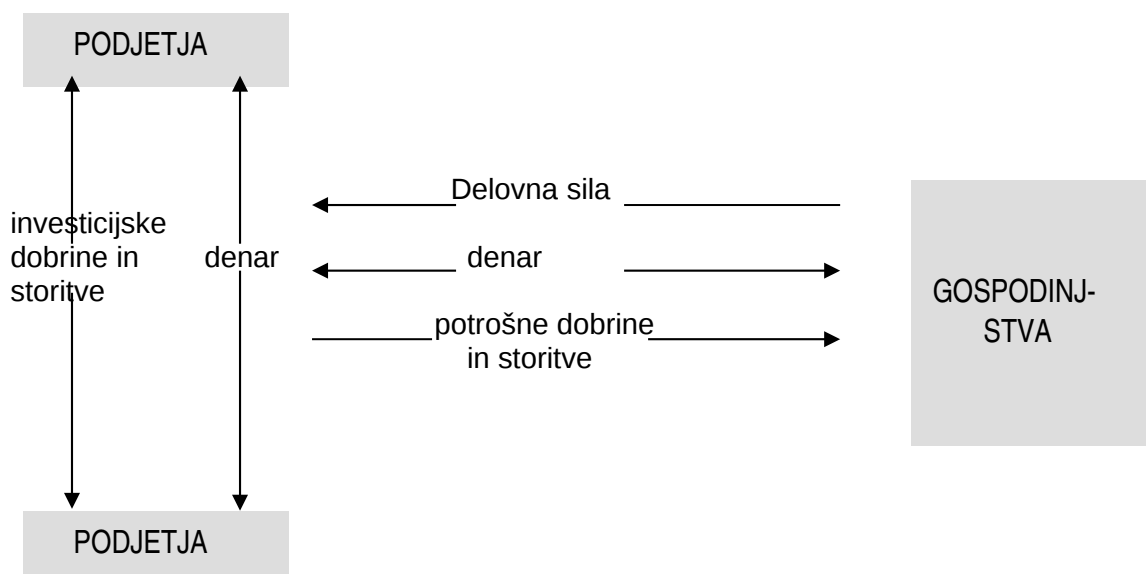
Delitev dela je osnova za tehnični napredek družbe. Že v začetku človeštva se je začela specializacija dela na **poljedelce in lovce**. Delitev je naglo napredovala. Razvijati se je začela **obrt** (rokodelstvo). Ljudje so pričeli **menjavati blago med sabo** – blago za blago (B ----- B) kot npr. meso za žito, živino za poljedelsko orodje,....), kar pa je povzročalo težave, saj niso takoj našli blago, ki so ga potrebovali. Zaradi tega so uvedli »denar«, ki je bil v začetku v obliki blaga (npr. tobak v kockah, školjke), kmalu pa so uvedli kovance in nato papirnati denar. Danes ima pomembno vlogo »plastični denar« (kreditne in plačilne kartice).

Menjava blaga tako razpade na dva dela:

- * prodajo (blago za denar) in B ----- D
- * nakup (denar za blago). D ----- B

Nastane moderni promet v gospodarstvu. Raznovrstna ponudba materialnih dobrin in storitev se srečuje s povpraševanjem gospodinjstev in podjetij. To srečanje označujemo kot »**trg**«.

Trg lahko poenostavljeno prikažemo:



1.5.1 VRSTE DELITVE DELA

Delitev dela v podjetju (tehnična delitev dela)

Znotraj podjetja se delo deli na različna delovna opravila ali delovne naloge. Delitev dela poteka med posameznimi fazami proizvodnega procesa (nabava, proizvodnja, prodaja, razvoj, tehnologija,...). Predvsem pri proizvodjanju materialnih dobrin se delitev dela čedalje bolj širi, tako da delavec opravlja samo eno fazo proizvodnega procesa.

Družbena delitev dela

➤ Nacionalna delitev dela

V narodnem gospodarstvu poteka specializacija (delitev dela)

- o Navpično (vertikalno)
- o Vodoravno (horizontalno)

Vertikalna specializacija

Pri vertikalni specializaciji si sledijo specializirana podjetja zaporedno.

- Iz primarne proizvodnje (kmetijstvo, gozdarstvo, rudarstvo, pridobivanje nafte itd. Pridobivamo surovine
- Proizvodnja (predelovalna dejavnost) jih obdeluje in predeluje v potrošne ali investicijske dobrine
- Občasno se vključujejo storitvena podjetja, kot so trgovska in prometna podjetja, banke, zavarovalnice.

Primer: izdelava plašča

- Primarna proizvodnja: pridelovanje bombaža oz. ovčereja
↓
- storitev: trgovina na debelo, promet (prevoz)
↓
- Proizvodnja (predelovalne dejavnosti): predilnica, tkalnica, tovarna oblačil
↓
- storitev: promet (prevoz), trgovina na debelo, trgovina na drobno
↓
- Potrošnik

Naloga: razloži navpično specializacijo na primeru proizvodnje avtomobila

Horizontalna specializacija

Specializirana podjetja si ne sledijo zapovrstjo, temveč opravljajo delo na enaki gospodarski stopnji

Primer horizontalne specializacije v industriji pohištva:

Kuhinje	Dnevne sobe	Spalnice	Pisarniško pohištvo	Stilno pohištvo	Šolsko pohištvo	Vrtno pohištvo
---------	-------------	----------	---------------------	-----------------	-----------------	----------------

Naloga: Poišči primere za vodoravno specializacijo v naslednjih panogah:

- Industrija vozil
- Tekstilna industrija
- Osebne storitve

➤ **Mednarodna delitev dela**

Vsaka država proizvaja tiste dobrine, za katere ima najboljše poboje zaradi podnebja, nahajališč surovin, izobrazbe in usposobljenosti delovne sile,...

Prednost: Proizvodnja je organizirana tam kjer bo najmanj stroškov

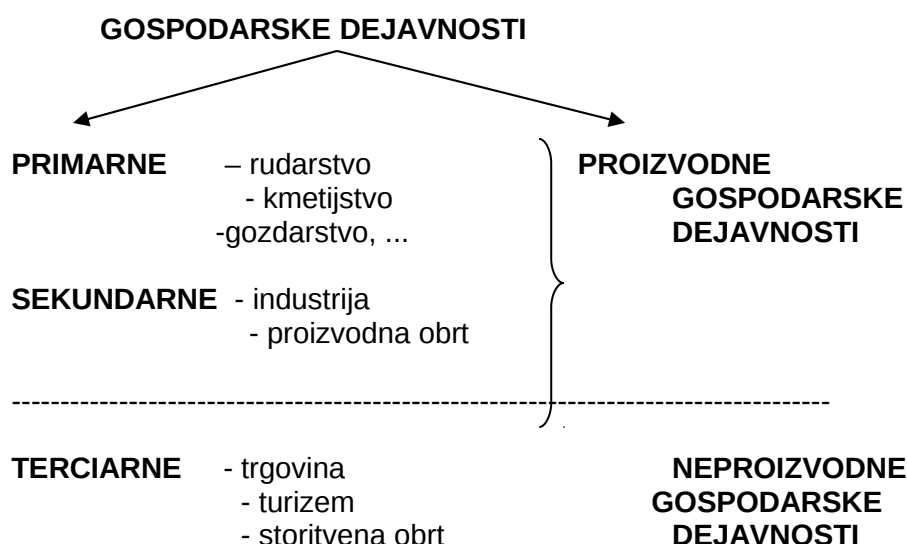
Slabost: narodna gospodarstva so močno odvisna od mednarodnih političnih in gospodarskih razmer (naftna kriza)

Celoto mednarodnih gospodarskih odnosov imenujemo svetovno gospodarstvo.

Naloga: Razmisli

- ali je v Sloveniji primerna proizvodnja železa; zakaj so v preteklosti bile v Sloveniji kar 3 velike železarne?
- kje se naj proizvaja električna energija

1.5.2 Delitev gospodarstva

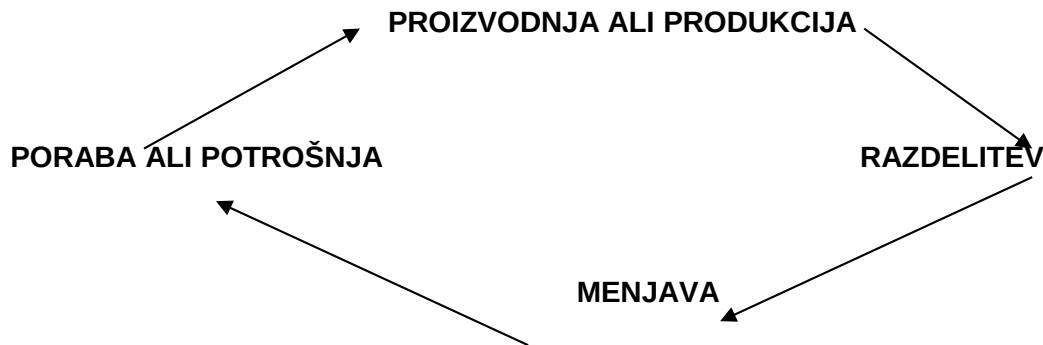


Primarne dejavnosti črpajo dobrine iz zemlje: rudniki premoga, kovin, nekovin (sol, kreda, pesek), črpanje nafte in zemeljskega plina, ribištvo, poljedelstvo, sadjarstvo, vrtnarstvo, gozdarstvo in pridobivanje energije (hidroelektrarne)

Sekundarne gospodarske dejavnosti se ukvarjajo s predelavo surovin v materiale, polizdelke in končne izdelke. V to skupino sodijo vsa industrijska podjetja in proizvodna obrt.

Terciarne gospodarske dejavnosti opravljajo različne storitve (promet, trgovina, gostinstvo, bančništvo, storitvena obrt).

1.5.3 Faze gospodarskega procesa



PROIZVODNJA

Človek spreminja naravna bogastva preko proizvodnega procesa v proizvodnjo. To je torej faza, v kateri človek dobrine iz narave predeluje v uporabljive dobrine zaradi zadovoljevanja potreb (drevo – papir).

Če se ta proces pridobivanja dobrin stalno ponavlja, govorimo o **REPRODUKCIJI**, ki je lahko:

- **Enostavna** – dobrine proizvajamo vedno v enakem obsegu, npr. v tovarni pohištva vsako leto proizvedejo isto količino stolov in miz ne da bi pri tem spreminjali enakost in videz.
- **Razširjena** – obseg proizvodnje se večja, npr. v tovarni pohištva vsako leto proizvedejo več stolov in miz in jih posodablajo
- **Zožena** – vsako leto se proizvaja manj; proizvodnja poteka v manjšem obsegu . do te produkcije pride v času krize oz. poslovnih problemov.

Proizvodnja je lahko:

- **Naturalna proizvodnja** - proizvodnja dobrin za lastno porabo
- **Blagovna proizvodnja** - proizvajanje dobrin zaradi prodaje na trgu.

RAZDELITEV

Je faza, v kateri pride do razdelitve medsebojno ustvarjenih rezultatov dela med udeležence proizvodnje glede na to koliko je kdo prispeval k ustvarjanju dobrin.

Razdelitev opravimo tako, da vsak udeleženec dobi plačilo za ustvarjeno delo in s tem kasneje kupuje tiste dobrine, ki jih potrebuje (če pride do gospodarske krize, pride do razdelitve ustvarjenih proizvodov med delavce). Del denarja dobi tudi država v obliki prispevkov in davkov, del zasluženega denarja dobi tudi podjetje za nadaljnjo proizvodnjo.

MENJAVA

Je faza, ki je posledica dejstva, da posameznik ne izdeluje vseh proizvodov, ki jih potrebuje. Šele v medsebojnem menjalnem procesu pride do izdelkov, ki jih potrebuje. Pri menjavi blaga dobrine prehajajo od proizvajalca do potrošnika. Je torej faza, v kateri menjujemo blago v določeni količini in vrsti.

Ločimo:

2. **denarno blagovno menjavo**, kjer se menja blago za denar. Denar je namreč splošno plačilno sredstvo in zanj lahko kupimo katerokoli blago. Menjava poteka preko trgovine, ki kupuje blago različnih proizvajalcev in jih prodaja različnim kupcem.
3. **Barter (blago za blago)** – pogoj je, da se najmeta vsaj dva proizvajalca, ki imata presežek dobrine in jo zaradi potrebe zamenjata med sabo (menjava krompirja za koruzo.)

PORABA

Je končna faza gospodarskega procesa, kjer dobrine uporabljamo za zadovoljevanje potreb. Poraba vpliva na začetek in obseg proizvodnje. Velja pa tudi obratno, da ne bi bilo porabe, če ne bi bilo proizvodnje. Proizvodnja in poraba sta torej soodvisni, vendar pri tem ne gre za kakršnokoli proizvodnjo dobrin, ampak le tistih, ki jih ljudje potrebujejo.

2 PODJETJE

2.1 POJEM PODJETJA

Podjetje pojmuje kot gospodarsko enoto, ki izdeluje izdelke ali opravlja storitve. Je osnovna proizvodna enota v tržnem gospodarstvu.

Podjetje je pravna oseba, ki proizvaja za trg. Organizirane ima potrebne poslovne funkcije, ki pripomorejo k temu, da podjetje na trgu uspešno nastopa. Te poslovne funkcije so od prodaje, do raziskave trga, prodajo, nabavo, proizvodnjo, ...

V praksi pogosto uporabljamo pojme podjetje, firma in obrat z zelo podobnimi pomeni.

Firma je ime, pod katerim podjetje posluje. V firmi mora biti oznaka, ki nakazuje dejavnost družbe. Družba mora pri svojem poslovanju uporabljati firmo v obliki kot je vpisana v register. Lahko uporablja tudi skrajšano ime. Biti mora v slovenskem jeziku. Firma družbe se mora jasno razlikovati od firm vseh drugih družb.

Obrat je fizični del podjetja, kot je tovarna, rudnik, trgovina, ... Je gospodarska enota, v kateri izdelujejo materialne dobrine ali opravljajo storitve za potrebe tretjih oseb (naročnikov) – torej za trg. Posamezno podjetje lahko ima samo en obrat ali pa več obratov, predvsem takrat, ko proizvaja različne izdelke, kot npr. v Gorenju obrat kuhalnih aparatov, obrat hladilno zamrzovalnih aparatov, obrat pralne tehnike. Podjetje je lastnik teh obratov in jih vodi.

Pogosto se srečamo tudi s pojmom panoga. **Panoga** je skupina podjetij, ki proizvaja enake ali vsaj podobne izdelke ali storitve, ki si medsebojno konkurirajo (panoga elektroindustrije, lesarstva, gradbeništva, kovinske industrije, papirno in papirno predelovalno industrijo, trgovino, ...).

2.2 VRSTE PODJETIJ GLEDE NA VELIKOST

Zakon o gospodarskih družbah v 55. členu razvršča družbe na:

- mikro,
- majhne,
- srednje,
- velike družbe

Kriteriji za razvrščanje so:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu,
- čisti prihodki od prodaje, in
- vrednost aktive bilance stanja.
-

Mikro družba je družba, ki izpolnjuje dve od navedenih pogojev:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega deset,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 2.000.000 €, in
- vrednost aktive ne presega 2.000.000 €.

Majhna družba je družba, ki izpolnjuje dve od navedenih pogojev:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 50,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 7.300.000 €, in
- vrednost aktive ne presega 3.650.000 €.
-

Srednja družba je družba, ki izpolnjuje dve od navedenih pogojev:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 250,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 29.200.000 €, in
- vrednost aktive ne presega 14.600.000 €.
-

Velika družba je družba, ki ni mikro ali majhna ali srednja družba.

Delež v zaposlenih po velikosti družb v letu 2004

Velikost družbe	Število družb	Delež v %	Zaposleni	Delež v %
Velika	305	0,32	217.889	35,8
Srednja	1.179	1,26	125.289	20,5

Majhna	4.898	5,23	99.143	16,3
Mikro družbe	87.315	93,19	169.388	27,4
SKUPAJ	93.697	100,00	606.811	100,0

Vir: Statistični letopis 2006

2.3 VRSTE PODJETIJ GLEDE NA PRAVNO ORGANIZACIJSKO OBLIKO

Gospodarska družba je pravna oseba, ki na trgu samostojno opravlja pridobitno dejavnost kot svojo izključno dejavnost. Pridobitna dejavnost je vsaka dejavnost, ki se opravlja na trgu zaradi pridobivanja dobička. Družbo lahko ustanovi domača ali tuja fizična ali pravna oseba, če Zakon o gospodarskih družbah (ZGD) ne določa drugače.

Gospodarske družbe se lahko pojavijo v eni izmed naštetih pravnoorganizacijskih oblik, to so:

- **OSEBNE DRUŽBE:** družba z neomejeno odgovornostjo (d.n.o.), komanditna družba (k.d.), tiha družba(t.d.)
- **KAPITALSKE DRUŽBE:** družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.), delniška družba (d.d.) in komanditno delniška družba (k.d.d.), evropska delniška družba.

Gospodarski subjekt je tudi samostojni podjetnik (s.p.), to je fizična oseba, ki na trgu samostojno opravlja pridobitno dejavnost kot svojo izključno dejavnost.

Družbe pridobijo lastnost pravne osebe z vpisom v sodni register. Register vodi sodišče. Prijavo za vpis družbe vložijo oseba, ki je po zakonu ali po njenih aktih upravičena za zastopanje. Prijava za prvi vpis družbe v register mora vsebovati firmo, dejavnost, sedež in druge podatke, določene z zakonom. priložiti ji je potrebno akt o ustanovitvi.

Družbe morajo voditi poslovne knjige ter izdelati letna poročila v skladu z ZGD. Letno poročilo za poslovno leto obsega računovodske izkaze in poslovno poročilo.

2.4 STATUSNOPRAVNE ZNAČILNOSTI GOSPODARSKIH DRUŽB

FIRMA

Firma je ime, s katerim družba posluje. Firma mora biti v slovenskem jeziku. Če družbenik, čigar ime je v firmi, preneha biti član družbe, lahko družba nadaljuje poslovanje pod dosedanjo firmo le z njegovim izrecnim soglasjem. Če družbenik umre, lahko njegovi dediči v dveh letih po njegovi smrti zahtevajo, da se ime pokojnika izbriše iz firme.

Firma ima lahko dodatne sestavine, ki družbo podrobneje označujejo. Firma ne sme vsebovati znakov, ki:

- nasprotujejo zakonu ali morali
- vsebujejo znane blagovne ali storitvene znake drugega upravičenca
- vsebujejo in posnemajo uradne znake

Firma družbe se mora jasno razlikovati od firm drugih družb. Družba lahko uporablja tudi skrajšano ime (firmo), ki se vpiše v register.

SEDEŽ

Sedež družbe je kraj, ki je kot sedež družbe vpisan v register. Za sedež je mogoče določiti kraj, kjer družba opravlja dejavnost. Družba lahko ima podružnice.

DEJAVNOST

Družba sme opravljati gospodarske posle le v okviru dejavnosti, ki je vpisana v register. Družba sme opravljati tudi vse druge posle, potrebne za njen obstoj in za opravljanje dejavnosti, ne pomenijo pa neposrednega opravljanje dejavnosti. Svoje dejavnosti ne sme začeti opravljati preden ni vpisana v register in ne izpolni z ZGD določenih pogojev.

2.4.1 DELNIŠKA DRUŽBA (d.d.)

Je kapitalska družba, ki ima osnovni kapital razdeljen na delnice. Delniško družbo lahko ustanovi ena ali več fizičnih ali pravnih oseb, ki sprejmejo statut. Najnižji znesek osnovnega kapitala je 25.000.- €.

Potrebna sredstva za ustanovitev d.d. imenujemo **osnovni kapital**. Sredstva se zberejo s prodajo delnic.

Delničarji d.d. jamčijo do višina vložnega kapitala. Za vloženi kapital dobijo delničarji **dividendo**. Dividenda je delež od dobička, če ima družba dobiček.

Potek ustanovitve d.d.:

- ❖ sprejmejo statut v katerem določijo sedež d.d., višino kapitala, ime d.d.
- ❖ izdajo delnice
- ❖ izvolijo organe upravljanja
- ❖ vpišejo družbo v sodni register

Delničarji imajo dve veliki skupini pravic: **premoženjske** in **članske**.

Premoženjske pravice:

- ❖ pravica do udeležbe pri dobičku
- ❖ pravica do likvidacijskega deleža v primeru prenehanja družbe
- ❖ pravica do prednostnega nakupa novih delnic

Članske pravice:

- ❖ volilna pravica v d.d.
- ❖ pravica do nadzorstva poslovanja
- ❖ pravica do informacij glede poslovanja
- ❖ pravica do izpodbijanja določenih sklepov oz. ukrepov organov družbe

Organi upravljanja d.d.:

- ❖ **skupščina delničarjev** – sklicuje jo uprava, sklepa o spremembah kapitala, preoblikovanju in prenehanju družbe
- ❖ **nadzorni svet** – imenuje in odpokliče upravo ter nadzoruje vodenje poslov družbe
- ❖ **uprava** – vodi posle, zastopa družbo, poroča nadzornemu svetu, sestavi letno poročilo in predlaga delitev dobička

2.4.2 DRUŽBA Z OMEJENO ODGOVORNOSTJO (d.o.o.)

je kapitalska družba katere osnovni kapital sestavljajo **osnovni vložki** družbenikov.

Družbeniki so lahko domače ali tuje pravne ali fizične osebe, pri čemer lahko družbo ustanovi tudi en sam družbenik, vendar pa ima d.o.o. lahko največ 50 družbenikov. Družbeniki za obveznosti družbe ne odgovarjajo (odgovarjajo samo do višine vložnega kapitala).

Osnovni kapital mora znašati vsaj 7.500.- €. Osnovni vložki so lahko v denarju, stvareh in pravicah, izraženih v denarnih vrednostih.

Družba se ustanovi s **pogodbo**, ki jo mora overiti notar. Ko družbo vpišemo v sodni register, dobi pravno sposobnost. Kdor vplača osnovni vložek pridobi **člansko pravico** pri d.o.o., ki se imenuje **poslovni delež**. Zneski osnovnih vložkov različnih družbenikov se lahko razlikujejo med seboj.

Za ustanovitev d.o.o. morajo ustanovitelji:

- sestaviti pogodbo o ustanovitvi družbe v obliki notarskega zapisa,
- na banki skleniti pogodbo o naložitvi sredstev na vpogled, in odpreti poslovni račun
- notarsko overiti podpis osebe, pooblaščene za zastopanje,
- izpolniti obrazce za vpis v sodni register in priglasiti družbo za vpis v sodni register.

Organi d.o.o.:

- ❖ **skupščina d.o.o.** – imenuje poslovodja, izvoli nadzorni svet
- ❖ **nadzorni svet** – nadzoruje poslovodjo
- ❖ **poslovodja** – vodi družbo, jo predstavlja in zastopa

2.4.3 KOMANDITNA DELNIŠKA DRUŽBA (k.d.d.)

Komanditna družba je družba, pri kateri najmanj en družbenik odgovarja za obveznosti družbe z vsem svoji premoženjem (komplementar), komanditni delničarji, ki imajo delež v osnovnem kapitalu, pa za obveznosti družbe do upnikov ne odgovarjajo.

Posle vodijo komplementarji, ki tudi zastopajo družbo. Imajo torej položaj članov uprave k.d. in se kot takšni tudi vpišejo v sodni register. Komplementarji imajo na skupščini glasovalno pravico, vendar je omejena.

Je redka oblika družbe, najpogosteje se pojavlja v Franciji, redkeje v germanskem pravnem krogu.

2.4.4 EVROPSKA DELNIŠKA DRUŽBA - societates europaea - SE

Bistvene novosti Zakona o gospodarskih družbah je evropska delniška družba oziroma societates europaea.

Evropska delniška družba je zasnovana tako, da bo lahko brez ustanavljanja hčera ali podružnic poslovala v vseh državah EU.

Vnaša se tudi možnost doslej pri nas neznanega enotirnega upravljanja v delniških družbah. To pomeni, da bodo delničarji poleg sedanjega dvotirnega sistema (organa upravljanja sta uprava in nadzorni svet) lahko izbrali sistem, v katerem družbo upravlja upravni odbor, ki lahko imenuje izvršne direktorje.

2.4.5 DRUŽBA Z NEOMEJENO ODGOVORNOSTJO (d.n.o.)

Je družba dveh ali več članov, ki odgovarjajo za obveznosti družbe z vsem svojim premoženjem. Ustanovi se s pogodbo med družbeniki. Družba dobi pravno sposobnost z vpisom v sodni register vložki v družbo so enaki, če ni v pogodbi drugače določeno. Ustanovitvene vloge so lahko v denarju, v stvareh ali v pravicah.

Z družbeno pogodbo se določi kdo vodi družbo (lahko eden ali več družbenikov). Posloводство se lahko prenese tudi na tretjo osebo. Vsi družbeniki pa imajo vpogled v družbene knjige in listine. Za zastopanje družbe je upravičen vsak družbenik.

Družbenik mora za prodajo svojega deleža dobiti soglasje ostalih družbenikov, še prej mora ponuditi delež ostalim družbenikom. Vsi družbeniki imajo pravico in obveznost do opravljanja poslov družbe, lahko pa se v pogodbi drugače določi.

Če družba na koncu leta izkaže izgubo, le-ta obremeni vsakega člana družbe do višine, ki odpade na njegov delež.

Prenehanje družbe:

Družba preneha delovati zaradi naslednjih razlogov:

- s potekom časa, za katerega je bila ustanovljena
- s sklepom družbenikov, s stečajem
- s smrtjo družbenika, če pogodba ne določa drugače ali če se število družbenikov zmanjša na enega člana
- z začetkom stečaja nad družbenikovim premoženjem, z odpovedjo ali sodno odločbo

2.4.6 KOMANDITNA DRUŽBA (k.d.)

Je družba dveh ali več oseb, v kateri najmanj en družbenik odgovarja za obveznosti družbe z vsem svojim premoženjem (**komplementar**), medtem ko najmanj en družbenik za obveznosti družbe ne odgovarja (**komanditist**). Če ni določeno drugače, se za komanditno družbo uporabljajo določbe zakona, ki veljajo za družbo z neomejeno odgovornostjo. Zakon podrobno ureja pravna razmerja med družbeniki, zlasti položaj komanditista ter pravna razmerja družbenikov do tretjih oseb.

Vložki v družbo so lahko denar, stvari, premoženjske pravice in storitve. Vložek se izrazi v denarju.

Komanditist ne more voditi poslova družbe in ne more nasprotovati odločitvam komplementarjev, ima pa posebno pravico do nadzora, če za to obstajajo utemeljeni razlogi, kot npr. dvom v pravilno vodenje družbe in poslovnih knjig. V tem primeru ima pravico zahtevati prepis letnega poročila in vpogled v poslovne knjige.

2.4.7 TIHA DRUŽBA (t.d.)

Tiha družba nastane s pogodbo. Navzven ne nastopa kot družba. Tihi družbenik vložki v podjetje svoj kapital, zato pa dobi pravico do udeležbe pri dobičku. Udeležba tihega družbenika ni vidna navzven, kapital pa preide v premoženje podjetnika, ki upravlja družbo.

Posebnosti tihe družbe:

- ni pravna oseba
- nima svojega premoženja
- nima firme

- ni vpisana v sodni register
- ne more tožiti in ne more biti tožena

Ustanovitev:

Tiho družbo sestavljata:

- fizična oseba, ki je tihi družbenik in
- pravna oseba, ki je nosilec tihe družbe.

Nosilec tihe družbe lahko vstopi v pravno razmerje z več fizičnimi osebami. Z vsakim s pogodbo uredijo medsebojna razmerja. Kolikor je tihih družbenikov, toliko je tihih družb. Med seboj so neodvisne, lahko pa sodelujejo.

Vložki so lahko v denarju, stvareh, pravicah ali storitvah. Minimalen znesek ni predpisan.

Primerna je za skrita, nevidna financiranja in je zato zelo pogosta. Takšna gospodarska družba obstaja le med družbeniki (med tihim družbenikom in kakšno drugo že obstoječo gospodarsko družbo). Družbenika s pogodbo določita merila za delitev dobička, ki pripada tihemu družbeniku ali njegovo udeležbo pri izgubi (pri izgubi samo do vložnega kapitala).

2.4.8 SAMOSTOJNI PODJETNIK (s.p.)

Samostojni podjetnik je fizična oseba, ki na trgu samostojno opravlja pridobitno dejavnost kot svojo izključno dejavnost. Za svoje obveznosti podjetnik odgovarja z vsem svojim premoženjem.

Firma podjetnika vsebuje poleg označbe dejavnosti in morebitnih dodatnih sestavin tudi ime in priimek podjetnika ter skrajšano označbo, da gre za samostojnega podjetnika (s.p.). Podjetnik lahko začne opravljati dejavnost na podlagi priglasitve v [vpisnik podjetnikov](#). Vpisnik je javen. Priglasitev se opravi pri pristojnem davčnem uradu, kjer je sedež obrata podjetnika posameznika. Davčni urad je tudi pristojen za vodenje vpisnika podjetnikov. Lahko imenuje poslovodjo, ki vodi podjetje.

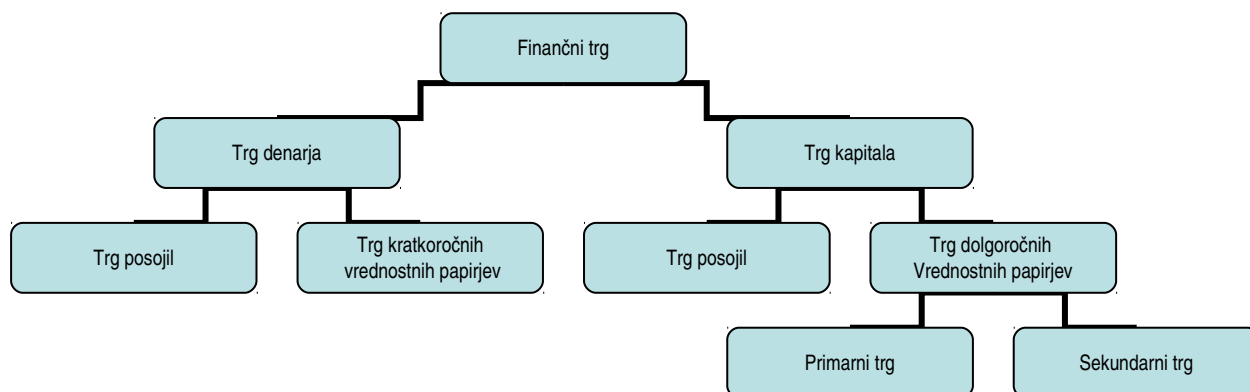
Vodenje finančnega poslovanja določa Pravilnik o vodenju poslovnih knjig in sestavljanju letnega poročila za samostojnega podjetnika (Ur. L. RS št. 5/95, 76/97 in 86/98).

3 FINANČNI TRG

Finančni trg je trg, kjer se srečata ponudba in povpraševanje po finančnih sredstvih. V širšem pomenu zajema finančni trg vse institucije in postopke, ki združijo vse kupce in prodajalce finančnih instrumentov. V ožjem pomenu finančni trg zajema trgovanje z vrednostnimi papirji. Pri tem se upošteva prenos sredstev preko bank.

V najširšem pomenu obsega finančni trg ves pretok finančnih prihrankov, ne glede na to, ali se trguje z vrednostnimi papirji ali se opravljajo transakcije med posojilodajalcem in posojilojemalcem. Finančni trg v tem pomenu delimo na **denarni trg** in **trg kapitala**. Glavna razlika med obema trgoma je v tem, da se praviloma na denarnem trgu opravljajo kratkoročne transakcije (zapadlost instrumentov na tem trgu je znotraj enega leta), na kapitalnem trgu pa imamo opraviti s transakcijami, katerih dospelost je daljša od enega leta.

Delitev finančnega trga



Slika 1.3: Delitev finančnega trga, Vir: Peterlin, Repovž, 2000, str. 35

3.1 BORZE VREDNOSTNIH PAPIRJEV

3.1.1 Posli na borzah vrednostnih papirjev

- **promptni posli**
• **skladi posli**

Promptni posli se sklepajo takoj ali v kratkem času. **Namen** promptnih poslov je **trajne ali dolgoročne naložbe** v **trg vrednostnih papirjev**.

Terminski posli se sklepajo za poznejši, trdno določen čas. Služijo samo za špekulacije. Ločimo:

- **terminski nakup** - kupimo vrednostni papir za določen čas v prihodnosti. Upamo na dvig tečaja.

Primer: Terminski nakup za 3 mesece po tečaju 30 USD. Tečaj se do dospelja dvigne na 32 USD. Vrednostni papir prodamo po tem višjem tečaju in ustvarimo dobiček 2 USD.

- **terminska prodaja** - prodamo vrednostni papir za določen čas v prihodnosti. Upamo na padec tečaja.

Primer: terminska prodaja za 3 mesece po tečaju 30 USD. Tečaj pade na 27 USD, papir kupimo ceneje in ustvarimo dobiček 3 USD na delnico.

3.1.2 Oblikovanje tečaja

Na borzah se lahko oblikuje:

- **enotni tečaj** - vsi posli, ki se opravijo v enem borznem dnevu, se opravijo po enotnem tečaju
- **spremenljivi tečaj** - tečaji se v istem borznem dnevu spreminjajo glede na ponudbo in povpraševanje

3.2 LJUBLJANSKA BORZA VREDNOSTNIH PAPIRJEV

Ljubljanska borza vrednostnih papirjev je bila ustanovljena leta 1934 in je delovala do druge svetovne vojne. Po vojni v Sloveniji ni bilo borze, ponovno se je ustanovila zopet leta 1989. Oblikovana je kot delniška družba. Njeni delničarji so lahko banke in druge finančne organizacije. Borzne posle sklepajo samo člani borze. Borzni posredniki morajo imeti pooblastilo za opravljanje poslov, ki ga izda borza.

Člani borze sklepajo posle preko borznega informacijskega sistema (BIS). BIS vnos, spreminjanje, in sklenitev borznih poslov, daje pregled informacij o trgovanju in sklenjenih borznih poslih. BIS je računalniško podprt sistem.

Borzno trgovanje poteka vsak delovnik od 9.30 do 13. ure.

Vsak dan se sproti oblikuje uradni enotni tečaj vsakega vrednostnega papirja, ki kotira na borzi ter zadnji tečaj ponudbe in povpraševanja, ki so začetni tečaji naslednjega borznega dne.

Borzo nadzoruje Agencija za trg vrednostnih papirjev. Pri borzi deluje častno sodišče, ki obravnava kršitve in izreka ukrepe.

Borzna tečajnica se izdela po končanem borznem trgovanju in se objavi v dnevnem časopisju. V tečajnici se objavljajo tudi **borzni indeksi**, ki se izračunajo po zaključku borznega trgovanja, ki kažejo povprečno gibanje tečajev najpomembnejših delnic.

Pomembne svetovne borze in njihovi indeksi:

New York	Dow Jones Industrial (indeks 30 industrijskih delnic)
London	Financial Times Index - FTI
Pariz	CAC-Index
Tokio	Nikkei-Index
Ljubljana	SBI - Slovenski borzni indeks (izračunan na podlagi kotacije 20 delnic najboljših slovenskih podjetij)
	SBI TOP (slovenski blue chip indeks)
	BIO - borzni indeks obveznic
	PIX - borzni indeks pooblaščenih investicijskih družb

3.3 VREDNOSTNI PAPIRJI

So listine, ki izkazujejo premoženjske pravice.

3.3.1 OBVEZNICE

So potrdila za posojila, ki jih najamejo veliki dolžniki z dovoljenjem države. Izdajatelji obveznic so lahko:

- država

- občine
- velika podjetja, - npr. PTT, banke, d.d., elektrogospodarstvo,...

Upnik lahko:

- ima obveznico pri sebi do dospelosti ali jo pred tem proda (obveznice so prenosljive)
- v primeru, da potrebuje denar, obveznico zastavi ("da na lombard")

Pomembna določila pri obveznici:

- rok trajanja in odplačilo
- tečaj pri izdaji in ob dospelosti
- obrestovanje
- jamstvo

Donosnost obveznice je odvisna od:

- nominalne obrestne mere - višina obresti je zapisana na obveznici (letni donos od nominalne vrednosti obveznice)
- tečaja po katerem je obveznica izdana (čim nižji je tem bolje)
- tečaja po katerem bo obveznica ob dospelosti izplačana (čim višji je tem bolje)
- od roka (od izdaje do izplačila)
- od dodatnih stroškov (provizije, davek, pristojbina za hrambo)

3.3.2 DELNICE

Delnica je vrednostni papir, ki izkazuje solastništvo v podjetju, ki je organizirano kot d.d.

IZDAJA IN NAKUP DELNIC

- Delniška družba zbere svoj osnovni kapital **z izdajo delnic**. Seštevek nominalne vrednosti vseh izdanih delnic = osnovni kapital podjetja
- Kasneje lahko d.d. poveča svoj osnovni kapital - se dokapitalizira z izdajo novih delnic
- Vsakdo lahko **kupi** delnice na primarnem trgu (ob izdaji novih vrednostnih papirjev) ali sekundarnem trgu (na borzi vrednostnih papirjev)

PRENOS DELNIC

- IMENSKE DELNICE – na njih je zapisano ime lastnik (kupca) vrednostnega papirja (vp), pravimo da glasijo na ime. Izdajatelj vodi natančno evidenco o lastnikih vp in spremlja vse spremembe. Ti vp se prenašajo z INDOSAMENTOM in z vpisom novega lastnika v knjigo delničarjev, ki jo vodi izdajatelj.
- IMETNIŠKE DELNICE – glasijo na prinosnika. Kdor prinese papir, mu izdajatelj izpolni svojo obveznost. Ti vp se prenašajo brezoblično – samo z izročitvijo.

VREDNOSTI DELNICE - TEČAJ DELNICE

- nominalna vrednost je vrednost, ki jo ima vp ob izdaji in je zapisana na plašču delnice (min 1 €)
- praviloma se delnice ob izdaji prodajajo po nekoliko višji vrednosti kot je nominalna, zaradi ustanovitvenih stroškov in stroškov same izdaje delnic. Znesek, ki je nad nominalno vrednostjo imenujemo AŽIO. Pravimo, da se delnica izda »nad pari« (npr. 1,05 € / 0,05 € je ažio)
- kasneje se vrednost delnice spreminja v skladu s ponudbo in povpraševanjem po delnici na trgu in se oblikuje TRŽNA CENA oz. TEČAJ delnice

TEČAJ DELNICE JE ODVIŠEN OD:

- politike rezerv podjetja (če podjetje svoj dobiček ne razdeli, ampak oblikuje velike rezerve – vrednost delnice bo višja)
- višina dividende (večja kot je donosnost delnice, višji bo tečaj)
- gospodarskih razmer v državi in svetu
- ocene prihodnjih dodatnih donosov in pravic
- političnih razmer

Glede na pravice iz delnic, so delnice lahko:

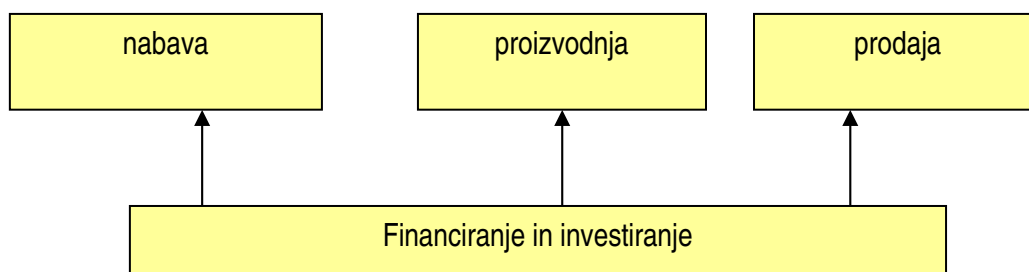
- **Navadne delnice** so delnice, ki dajejo svojim imetnikom naslednje pravice:
 - o Pravico do udeležbe pri upravljanju družbe
 - o Pravico do dividende
 - o Pravico do ustreznega dela preostalega premoženja po likvidaciji ali stečaju družbe
- **Prednostne delnice** so delnice, ki zagotavljajo njihovim imetnikom poleg pravic iz navadnih delnic še določene prednostne pravice, na primer prednost pri izplačilu vnaprej določenih zneskov ali odstotkov od nominalne vrednosti delnic ali dobička, prednost pri izplačilu ob likvidaciji družbe in druge pravice, določene s statutom družbe

4 POSLOVNI PROCES

Poslovni proces podjetja je proces opravljanja dejavnosti podjetja. Pomeni stalno ponavljanje delovnih postopkov in je pogoj za uresničevanje osnovnega cilja podjetja – to je ustvarjanje dobička. Imenujemo ga tudi proces reprodukcije v podjetju.

4.1 POSLOVNE FUNKCIJE (FUNKCIJE PODJETJA)

Podjetje mora izvajati različne poslovne funkcije, če želi pridobivati poslovne učinke. Osnovne funkcije poslovnega procesa so nabava, proizvodnja, prodaja in financiranje.



Podjetja pa poleg osnovnih funkcij opravljajo še nekatere druge funkcije (kadrovska, plan in analiza, kontrola, marketing, razvoj, tehnologija ...), kjer načrtujejo, odločajo, organizirajo in kontrolirajo poslovanje podjetja.

4.1.1 Nabavna funkcija

Nabava je poleg proizvodnje in prodaje najpomembnejša poslovna funkcija v proizvodnih podjetjih. Njena osnovna naloga je preskrba podjetja s surovinami, izdelavnim materialom, storitvami, energijo, pomožnimi materiali, pa tudi s stroji, napravami, itd. Naloga nabave je torej, da podjetju priskrbi potrebne prvine poslovnega procesa (delovna sredstva, predmete dela). Za poslovni uspeh podjetja pa je poleg zadostne količine materialnih prvin pomembna tudi ustrezna kakovost, primerne cene in pravočasna preskrba.

Nabavna funkcija je tako kot za proizvodna podjetja pomembna tudi za trgovska podjetja kakor tudi za storitvene organizacije. Nabava pomembno vpliva na poslovni izid podjetja.

4.1.2 Proizvodna funkcija

Proizvodnja je faza, ki se pojavi samo v proizvodnih podjetjih. Naloga proizvodnje je, da s pomočjo prvin poslovnega procesa (predmeti dela, delovnimi sredstvi in delovno silo) ustvari (proizvede) nove proizvode (učinke) z namenom, da jih prodaja proda na trgu ali pa jih potroši podjetje za lastne potrebe. Proizvodnja je proces ustvarjanja nove vrednosti – proizvodov in storitev. Poteka v primarnih, industrijskih in storitvenih podjetjih. Naloge proizvodne funkcije so:

- Vodenje in izvajanje proizvodnega procesa
- Usklajevanje proizvodnje z drugimi poslovnimi funkcijami
- Medfazno skladiščenje
- Predaja gotovih izdelkov

4.1.3 Prodajna funkcija

Naloga prodaje je najti kupce za proizvedene proizvode ali storitve, ki bodo pripravljeni kupiti učinke pod določenimi pogoji. Naloga prodaje je, da podjetje za prodane učinke dobi ustrezno plačilo. Naloge prodaje so:

- Načrtovanje prodaje
- Raziskava tržišča
- Oblikovanje cen izdelkov
- Oglaševanje
- Reševanje reklamacij
- Načrtovanje in analiziranje stroškov prodaje

4.1.4 Finančna funkcija

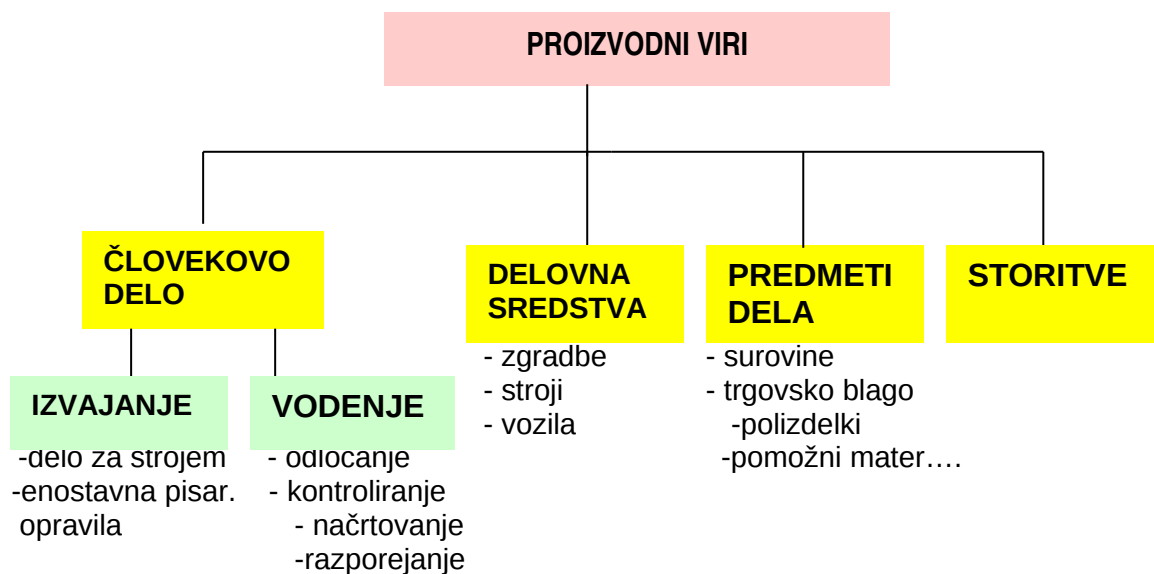
Osnovna naloga finančne funkcije je preskrba potrebnih finančnih sredstev, s pomočjo katerih nabava nabavi potrebne materiale in opremo.

Naloge finančne funkcije so:

- Preskrba finančnih sredstev
- Poravnavanje finančnih obveznosti, ki jih ima podjetje do drugih (dobaviteljev, države,...)

5 PRVINE POSLOVNEGA PROCESA

Delo v podjetju opravlja človek s svojo **delovno silo**. Za to potrebuje **delovna (poslovna) sredstva**, ki jim pravimo tudi **premoženje podjetja**. Delovna sila in poslovna sredstva sta **proizvodna dejavnika**.



Človek s svojim delom upravlja premoženje podjetja. Z uporabo sodobnih naprav, strojev in opreme lahko z manj ljudi dosežemo večji poslovni učinek.

S poslovnimi sredstvi:

- Olajšujemo težko fizično delo (npr. viličar, bager,...)
- Ustvarjamo ugodnejše počutje na delovnih mestih (npr. klimatske naprave, naprave za sesanje prahu,...)
- Zagotavljamo varnejše delo (npr. varstvene in kontrolne naprave).

5.1 ČLOVEKOVO DELO

Človek v podjetju dela zaradi različnih vzrokov. Želi in mora zadovoljiti svoje **osnovne potrebe** (hrana, obleka, stanovanje, varnost), dela pa tudi, ker ima **socialne potrebe** (želi govoriti z drugimi, želi, da ga drugi priznavajo) in se želi ob svojem delu tudi **potrjevati**.

Na delovno sposobnost vplivajo:

- Nadarjenost (spretnost, nadarjenost za matematiko)
- Splošna in strokovna izobrazba (knjigovodsko znanje, znanje uporabe računalniških programov, znanje tujih jezikov, znanje pravopisa)
- Poklicne izkušnje

5.2 DELOVNA SREDSTVA

Predstavljajo materialno osnovo poslovanja podjetja. Delovna sredstva so pripomočki ali dobrine, ki jih človek uporablja, da bi lažje ustvaril nove dobrine.

Vrste delovnih sredstev:

- zemljišče je prostor, na katerem podjetje posluje.
- zgradbe so gradbeni objekti, ki služijo v poslovne namene (poslovni objekti, tovarniške hale, restavracije, skladišča,...)
- oprema (stroji, naprave, orodja, mize, stoli, pulti, osnovni inventar – ima daljšo dobo uporabnosti in večjo vrednost, drobni inventar – ima krajšo dobo uporabnosti in manjšo vrednost)

- dolgoletni nasadi (vinogradi in sadovnjaki,...)
- osnovna čreda
- transportna sredstva (avtomobili, avtobusi, tovornjaki, kombiji, viličarji, dvigala,..)

Značilnosti delovnih sredstev

Delovna sredstva med poslovanjem ne spreminjajo svoje oblike, ampak se počasi obrabijo in starajo. Njihova doba trajanja je zelo različna (zgradbe do 100 in več let, oprema nekaj desetletij, prevozna sredstva samo nekaj let. Delovno sredstvo, ki se popolnoma obrabi in ni več uporabno, pravimo, da je fizično dotrajalo.

Pri delovnih sredstev prihaja tudi do tehnične zastarelosti. Na trgu se pojavljajo vedno novi stroji in naprave, ki izrivajo stare. Proizvodnja s starimi se več ne izplača, oz. so stroški obratovanja z njimi preveliki. Z zamenjavo dosežemo večjo uspešnost poslovanja.

Amortizacija delovnih sredstev

Obrabo delovnih sredstev obračunavamo, kar imenujemo amortizacija. Amortizacija je torej za podjetje **strošek**, ki nastaja zaradi obrabe delovnih sredstev. Ugotavljanje amortizacije je zapleteno, saj se posamezna delovna sredstva v istem časovnem razdobju različno obrabljajo. Amortizirajo se vsa delovna sredstva razen zemljišč.

5.3 PREDMETI DELA

Med poslovanjem delavci delujejo z delovnimi sredstvi na predmete dela in s tem ustvarjajo nove izdelke oz. storitve, ki so namenjeni prodaji končnim porabnikom.

5.3.1 Vrste predmetov dela:

- surovine – primarnih dejavnosti (nafta, premog, sadje,...)
- materiali – rezultati dela sekundarnih dejavnosti (v gostinstvu živila in pijače,...)
- potrošni material (pisarniški material)
- pomožni material (npr. selotejp, olja, maziva,...)
- nedokončana proizvodnja
- energija (elektrika, plin,...)
- izdelki, storitve
- polizdelki – so izdelki, ki jih dokončno ne porabimo, ampak jih shranimo za kasnejšo uporabo
- trgovsko blago – trgovska podjetja kupijo blago z namenom, da ga v nespremenjeni obliki prodajo
- nedokončani proizvodi so tisti, pri katerih proces proizvodnje traja dalj časa (zorenje sira, sušenje pršuta,...)
- embalaža – (ki se vrača)

5.3.2 Značilnosti predmetov dela

- Med poslovanjem prenehajo obstajati v svoji prvotni obliki in s prvotnimi lastnostmi. Med poslovanjem se torej porabijo in preidejo v nove izdelke (iz pločevine nastane stroj)
- Nekateri le pripomorejo k delovnemu procesu (energija)
- Imajo krajšo življenjsko dobo kot delovna sredstva
- Porabo lahko normiramo (normativi) npr. za en pralni stroj porabimo 4 m² pločevine)

5.3.3 Zaloge predmetov dela

Predmete dela je potrebno racionalno izkoriščati, kar pomeni, da mora podjetje imeti predmete dela usklajene, to pomeni, da mora imeti na razpolago takšne zaloge, da bo zagotovljen nemoten potek poslovnega procesa. Potrebne zaloge podjetje ugotovi iz dnevne porabe predmetov dela, glede na število dni od naročila do prejema novih količin, od velikosti rezervnih zalog, ki jih ima podjetje in tudi od stroškov, ki jih zaloge povzročajo.

Poznamo naslednje vrste zalog:

- Minimalne zaloge so tiste, ki zagotavljajo nemoteno proizvodnjo in hkrati zagotavljajo nemoteno proizvodnjo zaradi zaostale nabave
- Varnostne zaloge so tiste, ki jih podjetje potrebuje, da bi premostilo morebitne zastoje pri nabavi novih količin
- Maksimalne zaloge predstavljajo zgornjo mejo potrebnih zalog v določenem časovnem obdobju in so omejene predvsem s finančnimi sredstvi, ki so vezane v njih
- Optimalne zaloge so tiste, pri katerih so stroški skladiščenja, nabave in financiranja zalog najnižji na enoto proizvodnje.

5.3.4 Storitve

Storitve so neopredmetena prvina poslovnega procesa. Poslovni proces ni mogoče izvajati brez storitev drugih. Podjetje storitve kupi.

Ločimo 4 skupine storitev:

- Storitve, ki so neposredno vključene v izvajanje poslovnega procesa (popravila, remont, prevozi na delo, poštna, telefonske storitve)
- Storitve, ki neposredno oblikujejo znanje, potrebno v poslovnem procesu (svetovalne, izobraževalne, inovacijske dejavnosti)
- Storitve, ki vplivajo na vzpostavljanje okoliščin izvajanja poslovnega procesa – gre za t.i. javne dobrine, ki jih plačujejo vsi (kultura, zdravstvo, socialno varstvo, izobraževanje, država,...)
- Storitve, ki omogočajo prisotnost sredstev, potrebnih v poslovnem procesu (bančne in finančne storitve, vlagateljske, zavarovalniške storitve)

5.4 AMORTIZACIJA

Delovnim sredstvom se zaradi

- naravnega staranja,
- fizične obrabe ali zaradi
- ekonomskega zastaranja

znižuje vrednost. Izgubljeno vrednost delovnega sredstva je potrebno nadomeščati.
Nadomeščanju izgubljene vrednosti delovnega sredstva pravimo amortiziranje.

Pri amortiziranju se srečujemo z različnimi vrednostmi delovnega sredstva:

- **Fakturna vrednost** je vrednost, ki je dogovorjena med kupcem in prodajalcem in odraža prodajno ceno delovnega sredstva.
- **Nabavna vrednost** pomeni znesek amortizacijskih odpisov – to je znesek, ki ga vsako leto namenimo za ohranjanje vrednosti delovnega sredstva. Pomeni torej odpisano vrednost delovnega sredstva.
- **Sedanjo ali neodpisano vrednost** ima delovno sredstvo v danem trenutku.

Podjetje izgubljeno vrednost stalnih sredstev nadomesti v vrednosti svojega blaga, kamor poleg stroškov surovin, materiala, dela in ostalih stroškov všteje tudi stroške amortizacije (kalkulacija cene blaga).

Amortizacija je torej v denarju izražena obraba in staranje stalnih sredstev. Pomeni:

- zmanjševanje vrednosti delovnega sredstva
- je strošek
- zbiranje denarnih sredstev

S stalnim zbiranjem denarja si zagotovimo možnost za nakup ali obnovo iztrošenih delovnih sredstev.

Izgubljanje vrednosti delovnega sredstva lahko ocenjujemo glede na časovno obdobje, v katerem se to dogaja, ali pa glede na število enot proizvodov ali storitev, ki jih lahko naredimo z delovnim sredstvom. Glede na to ločimo:

- **funkcionalni način amortiziranja**
- **časovni način amortiziranja**

5.4.1 Funkcionalni način amortiziranja

Ta način upošteva dejansko fizično obrabo stalnih sredstev. Pomembno je, da **vneprej predvidimo količino proizvodov oz. storitev**, ki jih bomo lahko proizvedli oz. opravili z določenim delovnim sredstvom v njegovi življenjski dobi. Ta način je najprimernejši za transportna sredstva.

Prednosti takšnega načina amortiziranja je, da amortizacija odraža stvarno obrabo sredstev. Slabosti: amortizacija ne upošteva naravnega in ekonomskega staranja ter tudi ne vpliva spodbudno na izkoriščanje sredstev.

Izračun:

1. Najprej moramo določiti, kakšna naj bo amortizacija na enoto izdelka oz. storitve:

$$AM / e = \frac{\text{nabavna vrednost del. sredstva}}{\text{št. merskih enot v življenjski dobi}}$$

2. Ko določimo AM na enoto, izračunamo letno AM tako, da AM na enoto pomnožimo s številom merskih enot v posameznem letu.

Letna AM = AM/e x št. merskih enot v posameznem letu

Primer:

Nabavna vrednost tovornjaka, katerega nosilnost je 5 ton, je 200.000.- €. Predvidevamo, da bomo z njim v petih letih lahko prevozili 500.000 km, in sicer v prvem letu 100.000 km, v drugem 150.000 km, v tretjem 100.000 km, v četrtem letu 100.000 km in v petem letu 50.000 km. Sestavimo amortizacijski načrt!

Postopek:

- a. Najprej izračunamo amortizacijo na enoto:

$$200.000 \text{ €} : (5 \text{ t} \times 500.000 \text{ km}) = 0,08$$

$$AM / e = \frac{200.000}{2.500.000} = 0,08$$

- b. Pripravimo amortizacijski načrt:

Leto	Nabavna vrednost	AM/e	Prevoženi tkm	Letna AM	Sedanja vrednost	% let. odpisa	% odpis. vrednosti
1	200.000	0,08	500.000	40.000	160.000	20	20
2	200.000	0,08	750.000	60.000	100.000	30	50
3	200.000	0,08	500.000	40.000	60.000	20	70
4	200.000	0,08	500.000	40.000	20.000	20	90
5	200.000	0,08	250.000	20.000	0	10	100
Skupaj			2.500.000	200.000	/	100,0	

5.4.2 Časovni način amortiziranja

Temelji na ocenjeni življenjski dobi delovnega sredstva. Predpostavka pri tem načinu je, da delovno sredstvo izgublja svojo vrednost zaradi naravnega ali ekonomskega staranja. Osnova za izračun amortizacije je določitev življenjske dobe.

Prednosti: vzpodbudno vpliva na izkoriščanje sredstev

Slabosti: amortizacija ni vedno realen odraz uporabe sredstva

Po določitvi življenjske dobe se moramo odločiti za hitrost amortiziranja. Ločimo 3 vrste amortiziranja:

- ❖ Enakomerno ali linearno (sorazmerno) amortiziranje
- ❖ Degresivno ali padajoče amortiziranje
- ❖ Progresivno ali napredujoče amortiziranje.

ENAKOMERNI (SORAZMERNI, LINEARNI) NAČIN AMORTIZIRANJA

Znesek amortizacije je vsa leta enak, seveda ob predpostavki, da ne upoštevamo revalorizacije delovnih sredstev.

$$\% AM \text{ STOPNJE } (am_s) = \frac{100\%}{\text{ŽIVLJENJSKA DOBA V LETIH}}$$

letna AM = am_s x nabavna vrednost delovnega sredstva

ALI:

$$LETNA AMORTIZACIJA = \frac{NABAVNA VREDNOST}{\text{ŽIVLJENJSKA DOBA V LETIH}}$$

Primer:

Nabavna vrednost delovnega sredstva je 100.000.- €, predvidena življenjska doba pa 5 let. Sestavite amortizacijski načrt po časovnem načinu amortiziranja – enakomerni način!

Leto	NV	am_s	Letna AM	SV	Celotna OV	% SV	% OV
1	100.000	20 %	20.000	80.000	20.000	80	20
2	100.000	20 %	20.000	60.000	40.000	60	40
3	100.000	20 %	20.000	40.000	60.000	40	60
4	100.000	20 %	20.000	20.000	80.000	20	80
5	100.000	20 %	20.000	/	100.000	/	100
Skupaj		100 %	100.000				

$$\% AM STOPNJE (am_s) = \frac{100}{5} = 20\%$$

V ten primeru so zneski amortizacije vedno enaki, ker nismo upoštevali revalorizacije delovnih sredstev.

NV=nabavna vrednost v SIT, am_s =am stopnja v %, letna AM = letni odpis (odpisana vrednost v €), OV = odpisana vrednost v €

PADAJOČA (NAZADUJOČE, DEGRESIVNO) AMORTIZIRANJE

Bistvo tega načina amortiziranja je, da v prvih letih amortiziramo več kot v naslednjih. To metodo uporabljamo takrat, ko je uporabna doba stalnih sredstev kratka in negotova (podvržena modi, tehničnemu napredku,...), zato jih moramo čim prej amortizirati. Letna amortizacijska stopnja se zato iz leta v leto zmanjšuje.

Bistvo je torej, da v prvih letih amortiziramo več kot v kasnejših letih, saj na začetku pričakujemo zaradi že omenjenih vzrokov večji prihodek, ob koncu uporabne dobe pa višje stroške. Tako dosegamo večjo uravnoteženost med stroški in prihodki v podjetju.

Pomembno je, da primerno določimo amortizacijske stopnje.

Letno AM izračunamo:

$$LETNA AMORTIZACIJA = \frac{NABAVNA VREDNOST \cdot AMORT.STOPNJA}{100}$$

PRIMER:

Nabavna vrednost sredstva je 100.000.- €. Odločili smo se za naslednje amortizacijske stopnje: 30%, 25%, 20%, 15% in 10%. Sestavu amortizacijski načrt!

Leto	NV	am _s	Letna AM	SV	Celotna OV	% SV	% OV
1	100.000	30 %	30.000	70.000	30.000	70	30
2	100.000	25 %	25.000	45.000	55.000	45	55
3	100.000	20 %	20.000	25.000	75.000	25	75
4	100.000	15%	15.000	10.000	90.000	10	90
5	100.000	10%	10.000	/	100.000	/	100
Skupaj		100%	100.000				

NAPREDUJOČE (NARAŠČAJOČE, PROGRESIVNO) AMORTIZIRANJE

Progresivno amortiziranje uporabljamo takrat, ko je proizvodnja zaradi določenih vzrokov v prvih letih manjša (npr. v kmetijstvu pri dolgoročnih nasadih). Pri tem načinu najprej določimo življenjsko dobo ter nato letne amortizacijske stopnje, ki pa iz leta v leto naraščajo. Vsako leto torej obračunamo višjo amortizacijo.

Primer: Nabavna vrednost sredstva je 100.000 €, predvidena uporabna doba je 5 let. Odločili smo se za naslednje am stopnje: 10%, 15%, 20%, 25% in 30%. Sestavi amortizacijski načrt!

Leto	NV	am _s	Letna AM	SV	Celotna OV	% SV	% OV
1	100.000	10 %	10.000	90.000	10.000	90	10
2	100.000	15 %	15.000	75.000	25.000	75	25
3	100.000	20 %	20.000	55.000	45.000	55	45
4	100.000	25%	25.000	30.000	70.000	30	70
5	100.000	30%	30.000	/	100.000	/	100

5.4.3 Revalorizirana vrednost delovnega sredstva

Zaradi spreminjanja cen delovnega sredstva je potrebno le-to ponovno ovrednotiti – revalorizirati. Revalorizacija je prikazana na spodnjem primeru:

Nabavna vrednost delovnega sredstva je 100.000 €, doba uporabe je 4 leta. Uporabi enakomerno amortiziranje, pri čemer upoštevaj 10% revalorizacijsko stopnjo na leto

Leto	NV	am _s	Letna AM	SV	Revaloriz. SV	% OV
1	100.000	25%	25.000	75.000	82.500	25
2	110.000	25%	27.500	55.000	60.500	50
3	121.000	25%	30.250	30.250	33.275	75
4	133.100	25%	33.275	0	/	100
Skupaj	100.000	100%				

Sedanja vrednost (1) = nabavna vrednost – letna amortizacija

Sedanja vrednost (i)=revalorizirana sedanja vrednost (i-1)–letna amortizacija (i)

Revalorizirana sedanja vrednost = sedanja vrednost x revalorizacijska stopnja

6 STROŠKI

Stroški so cenovno izraženi potroški prvin poslovnega procesa. Strošek v podjetju nastane takrat, ko enega izmed prvin poslovnega procesa (delovno sredstvo, predmete dela, človekovo delo, storitve drugih) vključimo v poslovni proces.

Strošek ima pri poslovanju dvojno vlogo:

- predstavlja breme za podjetje
- hkrati tudi predstavlja sredstvo za doseganje poslovnih rezultatov

V zvezi s stroški se pojavljajo naslednji pojmi:

POTROŠEK

Je **količinsko izražena poraba oz. obraba prvin poslovnega procesa** – gre torej za porabo oz. obrabo prvin poslovnega procesa v njihovi stvarni obliki (npr. porabili smo 2 kg sladkorja).

STROŠEK

Je tesno povezan s potroškom, saj pomeni **vrednostno izražen potrošek** prvin poslovnega procesa (npr. strošek porabe sladkorja znaša $2 \text{ kg} \times 0,8 \text{ €} = 1,6 \text{ €}$)

IZDATEK

Pomeni odliv denarja iz podjetja, zmanjšanje denarnih sredstev podjetja. Izdatki so tesno povezani s stroški. Možne povezave so naslednje:

- strošek ni izdatek
- izdatek ni strošek
- izdatek nastopi pred stroškom
- strošek in izdatek nastopita istočasno
- strošek nastopi pred izdatkom.

ODHODEK

Je strošek, ki je zajet v prodanih proizvodih oz. storitvah. Vodimo ga po lastni ceni.

Če bi vse izdelke, ki smo jih proizvedli, tudi prodali v določenem obračunskem obdobju, potem bi bili stroški enaki odhodkom tega obdobja, kar pa se običajno ne zgodi.

LASTNA CENA

Gre za vse nastale stroške, preračunane na eno enoto proizvoda oz. storitve.

6.1 VRSTE STROŠKOV

Podjetja proučujejo kakšen vpliv imajo stroški na poslovne odločitve in poslovni izid. Zato stroške razvrščamo po različnih kriterijih. Ločimo naslednje vrste stroškov:

NARAVNE VRSTE STROŠKOV – to so stroški prvin poslovnega procesa:

- **Stroški delovnih sredstev**
- **Stroški predmetov dela**
- **Stroški človekovega dela**
- **Stroški storitev drugih**

STROŠKI GLEDE NA OBSEG POSLOVANJA

- **Stalni ali fiksni stroški**

▪ **Spremenljivi ali variabilni stroški**

Vsi stroški (fiksni in variabilni), ki nastajajo v podjetju so **celotni stroški**. Pri majhnem številu proizvodov ali storitev prevladujejo stalni stroški, pri večji količini proizvodnje pa zavzemajo večji delež spremenljivi stroški. Ker se spremenljivi stroški ob povečanju proizvodnje povečujejo, se večajo tudi celotni stroški.

CELOTNI STROŠKI = STALNI STROŠKI + SPREMENLJIVI STROŠKI

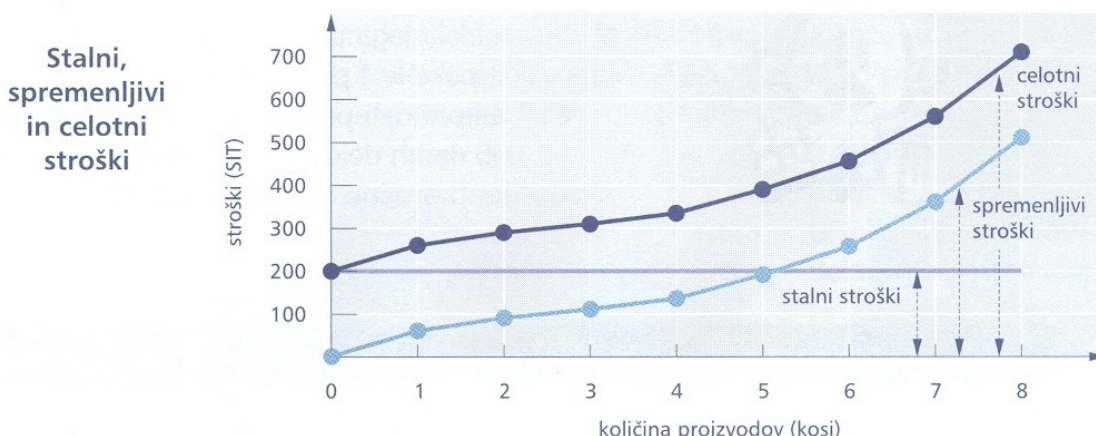
ALI:

CS = FS + VS

Primer:

Št. izdelkov	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Stalni str. (FS)	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Spremenljivi str. (VS)	0	60	90	110	135	190	256	360	510
Celotni stroški (CS)	200	260	290	310	335	390	456	560	710

Narišemo graf:



Slika 1.4: Stroški (Vir: Fortič, Ekonomija, 2002)

POVPREČNI STROŠKI (PS) - STROŠKI NA ENOTO – ko spreminjamo obseg proizvodnje, se spreminjajo celotni stroški. Pri odločitvah podjetja je pomembno, da primerja s ceno proizvoda, ki jo iztrži, povprečne stroške ali stroške na enoto. Delimo jih na povprečne fiksne stroške (PFS) in povprečne variabilne stroške (PVS)

Primer:

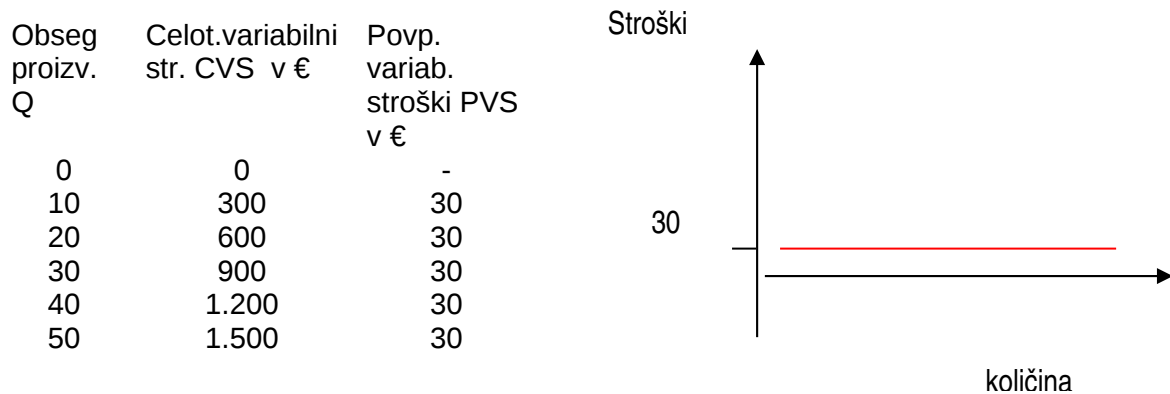
Povprečni fiksni stroški na enoto

Obseg proizv. Q	Celot.fiksni str. CFS v €	Povpr. fiks. stroški PFS v €
0	800	-



10	800	80
20	800	40
30	800	27
40	800	20
50	800	16

Primer: Povprečni variabilni stroški na enoto:



STROŠKI GLEDE NA MOŽNOST TOČNEGA UGOTAVLJANJA

1. **Neposredni (direktni) stroški** – lahko ugotovimo na kateri proizvod ali storitev oz. na posamezno organizacijsko enoto se nanašajo (npr. poraba živil, pijače, popravila,...)
2. **Posredni (indirektni) stroški** – ne moremo ugotoviti na kateri proizvod ali storitev oz. organizacijsko enoto se nanašajo (npr. stroški energije, voda, zavarovanje, ...)

OPORTUNITETNI STROŠKI nastanejo zaradi napačnih poslovnih odločitev. Je vrednost alternative, ki je nismo izbrali, koristi, ki jo žrtvujemo, donos, ki se mu odpovemo.

MEJNI (MARGINALNI) STROŠKI nastanejo zaradi proizvodnje dodatne enote izdelka – pomenijo povečanje celotnih stroškov, ki so posledica proizvodnje dodatne enote proizvoda.

Na primeru proizvodnje nekega izdelka lahko proučimo spreminjanje kratkoročnih stroškov.

Obseg proizvodnje	Celotni fiksni stroški FS	Celotni variabilni stroški VS	Celotni stroški CS	Povprečni fikcni stroški PFS	Povprečni variabilni stroški PVS	Povpr. skupni str. PS	Mejni stroški MS
0	50	0	50	-	-	-	
1		5	55	50	5	55	5
2		8	58	25	4	29	3
3		10,50	60,50	16,67	3,5	20,17	2,5
4		13	63	12,50	3,25	15,75	2,5
5		15	65	10	3	13	2
6		18	68	8,33	3	11,34	3
7		22,75	72,75	7,14	3,25	10,39	4,75
8		28	78	6,25	3,5	9,75	5,25
9		36	86	5,56	4	9,56	8
10		45	95	5	4,5	9,5	9

7 KALKULACIJE

Kalkulacija je računski postopek, s katerim izračunamo povprečne stroške stroškovnega nosilca. Stroškovni nosilci so izdelki ali storitve, zaradi katerih v podjetju nastajajo stroški. Cilj ugotavljanja stroškov stroškovnih nosilcev je spoznati, koliko nas posamezen izdelek stane.

Kalkulacija je torej obračun stroškov oz. izračun povprečnih stroškov posameznega izdelka.

Uporabljamo naslednje tipe kalkulacij:

- delitveno kalkulacijo
- kalkulacijo s pomočjo pogojnih enot
- kalkulacijo z dodatki
- kalkulacijo po variabilnih stroških

7.1 DELITVENA KALKULACIJA

ENOSTAVNA DELITVENA KALKULACIJA

Uporabljamo jo, kadar gre za proizvodnjo samo enega izdelka ali storitve, torej imamo samo en stroškovni nosilec, npr. podjetje izdeluje samo aluminijaste lestve.

Povprečne stroške stroškovnega nosilca izračunamo tako, da skupne (celotne) stroške delimo s številom izdelkov.

$$\text{Povprečni stroški} = \frac{\text{Celotni stroški CS}}{\text{Proizvedena količina Q}} \\ (\text{Lastna cena LC})$$

Primer: Proizvedli smo 200 kosov aluminijastih lestev. Pri tem so nastali naslednji stroški:

	Stroški		količina	=	povprečni stroški
Materialni stroški	14.000.- €	:	200	=	70.-
Bruto plače	12.000.- €	:	200	=	60.-
Amortizacija	2.000.- €	:	200	=	10.-
Drugi stroški	6.000.- €	:	200	=	30.-
Stroški skupaj:	34.000.- €	:	200	=	170.-

$$\text{LC} = \frac{\text{CS}}{\text{Q}} = \frac{34.000}{200} = 170.- \text{ €}$$

Povprečni stroški proizvoda znašajo 170.- €, kar predstavlja lastno ceno izdelka. Razvidna pa je tudi stroškovna struktura proizvodnje: materialni stroški 70.-, plače 60.-, amortizacija 10.-, drugi (posredni) stroški 30.- €. Stroškovna struktura nam pomaga spremljati gibanje stroškov proizvoda (rast oz. racionalizacija).

FAZNA DELITVENA KALKULACIJA

Postopek je enak kot pri enostavni delitveni kalkulaciji. Uporabljamo jo takrat, ko imamo opraviti s proizvodnjo, ki poteka v več fazah, končni izdelek pa je eden. Pri tem izračunamo poleg lastne cene izdelka tudi povprečne stroške v posamezni fazi.

Primer:

Podjetje izdeluje aluminijaste lestve, katerih proizvodnja poteka v treh fazah. Pri tem so nastali naslednji stroški:

Faza	Celotni stroški	Količina	Povprečni stroški	Struktura v %
1.	6.800	200	34	20
2.	17.000	200	85	50
3.	10.200	200	51	30
Skupaj	34.000	200	170	100

Tudi znotraj posamezne faze, tako kot za celotno proizvodnjo, lahko ugotovimo stroškovno strukturo.

DELITVENA KALKULACIJA PRI VEZANI PROIZVODNJI

Podjetje, ki poleg glavnega proizvoda proizvaja se stranske proizvode, uporablja t.i. kalkulacijo vezanih proizvodov. Takšne primere najdemo najpogosteje pri predelavi lesa, v živilski in kemični industriji. S stranskimi proizvodi, ki jih prodamo, krijemo del stroškov glavnega proizvoda. Tako se celotni stroški glavnega proizvoda zmanjšajo, kar pomeni, da se zmanjšujejo tudi povprečni stroški.

Gre za enostavno delitveno kalkulacijo, kjer pa so stroški, zajeti v obračun, manjši, kot so dejansko nastali, saj smo jih pokrili s prodajo stranskih proizvodov.

Primer: Podjetje izdeluje izdelek iz lesa, pri tem pa kot stranski izdelek prodaja ostanke lesa za biomaso. Proizvedlo je 5.000 kom glavnega izdelka, pri katerem je nastalo za 150.000.- d.e. stroškov. Stranski izdelek je prodalo za 10.000.- d.e. Izračunajte povprečno ceno za en kom (lastno ceno) glavnega proizvoda!

$$\text{LCg} = \frac{\text{Celotni stroški (CS)} - \text{vrednost prodanih stranskih proizvodov}}{\text{Količina glavnih izdelkov}}$$
$$\text{LCg} = \frac{150.000 - 10.000}{5.000} = 28.- \text{ d.e.}$$

Povprečni strošek za 1 kom izdelka iz lesa znaša 28.- d.e.

7.2 KALKULACIJA S POMOČJO POGOJNIH ENOT

Kalkulacijo s pomočjo pogojnih enot uporabljamo, ko podjetje proizvaja več različnih izdelkov, vendar po enakem tehnološkem postopku in z enakimi prvinami poslovnega procesa, npr. proizvodnja nogavic (različni artikli, vzorci, barve, velikosti,...). **Gre za iskanje skupnega imenovalca, s katerim lahko porazdelimo stroške na stroškovne nosilce.**

Primer: Podjetje proizvaja 3 medsebojno povezane izdelke: 1.500 kosov izdelka A, 5.000 kosov izdelka B in 3.500 kosov izdelka C. Skupni stroški proizvodnje znašajo 840.000.- d.e. Ekvivalentna števila so takšna, da če izrazimo stroške proizvodnje s pomočjo izdelka C,

izdelek A ustvari 2 krat toliko stroškov kot izdelek C, izdelek B pa 1,5 krat toliko kot izdelek C. Izračunaj lastno ceno vseh treh izdelkov.

1. korak: Izračunamo število pogojnih enot:

$$1500 \times 2 = 3.000$$

$$5.000 \times 1,5 = 7.500$$

$$3.500 \times 1 = 3.500$$

2. korak: Ugotovimo povprečne stroške pogojne enote tako, da celotne stroške delimo s številom pogojnih enot:

$$840.000 : 14.000 = 60.-$$

3. korak: celotne stroške na posamezen izdelek dobimo tako, da pomnožimo povprečne stroške pogojne enote s pogojnimi enotami posameznega izdelka:

$$A: 3.000 \times 60 = 180.000$$

$$B: 7.500 \times 60 = 450.000$$

$$C: 3.500 \times 60 = 210.000$$

4. korak: celotne stroške posameznega izdelka delimo s stvarno količino, da dobimo lastno ceno

$$A: 180.000 : 1.500 = 120.-$$

$$B: 450.000 : 5.000 = 90.-$$

$$C: 210.000 : 3.500 = 60.-$$

Kalkulacije pregledno prikažemo v tabeli:

Izdelek	Količina	Odnos stroškov	Pogojne enote	Celotni stroški	Povprečni stroški - LC
A	1.500	2	3.000	180.000	120
B	5.000	1,5	7.500	450.000	90
C	3.500	1	3.500	210.000	60
Skupaj			14.000	840.000	

7.3 KALKULACIJA Z DODATKI

Kadar imamo opraviti s proizvodnjo zelo različnih izdelkov, ki niso primerljivi med seboj, stroški pa so deljeni na direktne in indirektno, uporabljamo kalkulacijo z dodatki.

Pri tej kalkulaciji gre za dodajanje stroškov. Stroški, za katere vemo, kdo jih je povzročil in v kolikšni višini (direktni stroški), so že razporejeni na stroškovne nosilce (posamezne izdelke). Povprečne direktne stroške dobimo tako, da skupne stroške delimo s količino posamezne vrste izdelka.

Ker pa so pri proizvodnji nastali tudi indirektni stroški, za katere pa ne vemo, v kolikšni meri odpadejo na posamezen izdelek, le-te s pomočjo ključa razdelimo na posamezne izdelke in jih dodamo k povprečnim direktnim stroškom.

METODA Z ENAKIMI DODATKI – vse indirektne stroške razporejamo na stroškovne nosilce po enem ključu.

Primer: Podjetje proizvaja različne izdelke: 1.500 kom izdelka A, 5000 kom izdelka B in 3.500 kom izdelka C. Ugotovili so tudi, da na izdelek A odpade 180.000 d.e. direktnih stroškov, na izdelek B 450.000.- d.e in na izdelek C 210.000.- d.e. direktnih stroškov. Pri proizvodnji pa je nastalo 1,050.000.- d.e. skupnih stroškov. Ključ za delitev indirektnih stroškov naj bodo opravljene strojne ure, ki so znašale za izdelek A 200 ur, za izdelek B 150 ur in izdelke C 350 ur.

Izdelek	Količina	Direktni stroški	Direktni str. na enoto	Strojne ure	Indirektni stroški	Indir.str. na enoto	Skupni (CS) stroški	CS na enoto
A	1500	180.000	120	200	300.000	200	480.000	320
B	5000	450.000	90	150	225.000	45	675.000	135
C	3500	210.000	60	350	525.000	150	735.000	210
Skupaj		840.000		700	1,050.000		1,890.000	

Koeficient delitve indirektnih stroškov izračunamo tako, da skupne indirektne stroške delimo s strojnimi urami, ki so ključ za delitev.

$$K = \frac{1,050.000}{700} = 1.500$$

Indirektne stroške za posamezen izdelek izračunamo tako, da koeficient pomnožimo s strojnimi urami za posamezen izdelek:

A: $200 \times 1500 = 300.000$

B: $150 \times 1500 = 225.000$

C: $350 \times 1500 = 525.000$

METODE Z RAZLIČNIMI DODATKI – za vsako vrsto splošnega (indirektnega) stroška določimo drug koeficient (ključ) dodatkov.

Primer: Za proizvodnjo 1500 kom izdelka A in 5000 kom izdelka B je nastalo za 800.000 d.e. splošnih stroškov, ki so sestavljeni takole:

Splošni stroški proizvodnje	20%	160.000.- d.e.
Splošni stroški prodaje	30%	240.000.- d.e.
Splošni stroški nabave	10%	80.000.- d.e.
Drugi splošni stroški	40%	320.000.- d.e.
Skupaj splošni stroški	100%	800.000.- d.e.

Osnova za splošne stroške proizvodnje so direktni materialni stroški, za splošne stroške prodaje direktne plače, kot osnova za razporeditev splošnih stroškov nabave in drugih splošnih stroškov pa strojne ure. Direktni materialni stroški: izd. A: 250.000, izd. B 650.000, direktne plače za A: 150.000, izd. B 500.000, strojne ure A: 200, B 150

Izračunati moramo štiri koeficiente:

160.000

240.000

80.000

$$K1 = \frac{\quad}{900.000} = 0,1778 \quad K2 = \frac{\quad}{650.000} = 0,369 \quad K3 = \frac{\quad}{350} = 228,571$$

$$K4 = \frac{320.000}{350} = 914,286$$

S pomočjo koeficientov dobimo ustrezne deleže posameznih splošnih stroškov, ki odpadejo ja posamezni stroškovni nosilec, kar je razvidno iz spodnje tabele.

Izdelek Št. enot	A 1500	B 5000	Skupaj
Direkt.material.str.	250.000	650.000	900.000
Direktne plače	150.000	500.000	650.000
Strojne ure	200	150	350
Skupaj direktni stroški	400.000	1.150.000	1.550.000
Splošni str. proizv.	44.440	115.560	160.000
Spl.str.prod.	55.400	184.600	240.000
Splpoš.str.nabave	45.720	34.250	80.000
Drugi spl.str.	182.850	137.150	320.000
Skupaj spl.str.	328.410	471.560	800.000
Celotni str.	728.410	1.621.560	2.350.000
Povprečni str.	485,61	324,32	

7.4 KALKULACIJA PO VARIABILNIH STROŠKIH

Pri kalkulaciji po variabilnih stroških kot povprečne stroške stroškovnega nosilca upoštevamo samo **povprečne variabilne stroške** in ne vse stroške, ki so nastali pri proizvodnji izdelka, tako kot smo to naredili pri ostalih kalkulacijah.

Primer: Pri proizvodnji 500 kosov izdelka smo imeli 50.000.- € celotnih fiksnih stroškov in 200.000.- € variabilnih stroškov. Izračunajte:

- Polno lastno ceno
- Lastno ceno po variabilnih stroških!

$$a. \text{ PS} = \frac{\text{CFS} + \text{CVS}}{Q} = \frac{50.000 + 200.000}{500} = \frac{250.000}{500} = 500 \text{ €}$$

$$b. \text{ PVS} = \frac{\text{CVS}}{Q} = \frac{200.000}{500} = \frac{200.000}{500} = 400 \text{ €}$$

Kalkulacijo po variabilnih stroških podjetje uporabljajo, če želijo v naprej predvideti, koliko stroškov bo povzročil povečan obseg proizvodnje, saj vemo, da variabilni so vezani na obseg proizvodnje, fiksni stroški pa so neodvisni od obsega proizvodnje.

PRISPEVEK ZA KRITJE (PK)

Prispevek za kritje je razlika med prodajno vrednostjo in celotnimi variabilnim stroški prodanih izdelkov. Pove nam ali se bo prodaja po določeni prodajni ceni izplačala ali ne.

Prispevek za kritje je lahko:

- Prispevek za kritje fiksnih stroškov ali pa
- Prispevek za kritje fiksnih stroškov in planiranega dobička

Stopnjo prispevka za kritje fiksnih stroškov izračunamo:

$$PK = \frac{CFS}{CVS} \times 100 = \dots\dots \%$$

Stopnjo prispevka za kritje fiksnih stroškov in planiranega dobička izračunamo:

$$PK = \frac{CFS + \text{planirani dobiček}}{CVS} \times 100 = \dots\dots \%$$

V praksi je kalkulacija po variabilnih stroških najpogosteje uporabljena.

Primer:

Podjetje proda 2.000 kosov po 4.- € in ustvari tako 8.000.- € prihodka od prodaje. S temi prihodki pokrije nastale variabilne stroške v višini 4.800.- €. Podjetje je imelo tudi za 2.300.- € fiksnih stroškov, ki jih krijemo v celoti, čeprav nismo prodali vseh proizvodov, zaradi katerih so ti stroški nastali.

Podjetje pa ni prodalo 300 kosov, ki so ostali na zalogi. Ker smo vse fiksne stroške pokrili s prodajo, bremenijo zalogo samo variabilni stroški. Zato moramo izračunati prispevek za kritje fiksnih stroškov.

Proizvedena količina v kosih	2.300
Prodana količina v kosih	2.000
Zaloga	300
Prodajna cena v €	4
Povprečni variabilni stroški pri prodaji (4.800 : 2.000)	2,4
Povprečni celotni stroški*	3,4
Celotni fiksni stroški (3,4 – 2,4) x 2.300	2.300

*Povprečne celotne stroške izračunamo tako, da najprej izračunamo prispevek za kritje fiksnih stroškov, rezultat pa pomnožimo s povprečnimi variabilnimi stroški.

$$CVS = 2.300 \times 2,4 = 5.520$$

$$PK_{FS} = (CFS : CVS) \times 100 = (2300 : 5520) \times 100 = 41,67 \%$$

$$PCS = PVS \times PK_{FS} = 2,4 \times 1,417 = 3,4$$

Izračun po variabilnih stroških :

Prihodki (2.000 x 4)	8.000
CVS prodanih izdelkov (2.000 x 2,4)	- 4.800
Prispevek za kritje	= 3.200
CFS	- 2.300
Poslovni izid v €	= 900
Vrednost zalog (300 x 2,4)	720
Stroški proizvodnje	7.820
Razporeditev stroškov:	
V breme prihodka:	7.100
• Variabilni stroški prodanih proizvodov	4.800
• Celotni fiksni stroški	2.300
V končni zalogi	720

7.5 TEMELJNE RAZLIKE MED OPISANIMI KALKULACIJAMI

1. **Delitvena kalkulacija** se ne ukvarja z razločevanjem stroškov na fiksne in variabilne, ampak jih upošteva kot celoto in jih tako tudi preračunava na stroškovne nosilce.
2. **kalkulacije z dodatki** ločujejo stroške na direktne in indirektne. Direktni so že zajeti na stroškovnih nosilcih, indirektne pa moramo po določenem ključu dodati k direktnim stroškom in nato ugotoviti povprečne stroške
3. **kalkulacija po variabilnih stroških** pa uporablja samo variabilne stroške. Povprečni stroški izdelka dejansko niso resnični povprečni stroški, temveč so samo povprečni variabilni stroški. Fiksni stroškov namreč ne preračunavamo na stroškovne nosilce, temveč jih pokrijemo v breme prispevka za kritje.

8 PREMOŽENJE PODJETJA IN UGOTAVLJANJE USPEŠNOSTI POSLOVANJA

Gospodarske dobrine predstavljajo za podjetje premoženje, ki so pogoj za obstoj podjetja. S pomočjo premoženja podjetja ustvarjajo izdelke ali storitve, ki jih na trgu prodajajo in s tem ustvarjajo prihodek.

8.1 SREDSTVA PODJETJA

Sredstva podjetja se nahajajo v naslednjih oblikah:

- ❖ v materialni (stvarni) obliki – npr. oprema, zgradbe, stroji
- ❖ v nematerialni obliki
 - o v denarni obliki (denar na transakcijskem računu, v blagajni)
 - o v obračunski obliki (terjatve)

Začetna denarna sredstva se najprej preoblikujejo v nabavljeno blago, ki se s pomočjo delovnih sredstev in človekovega dela spremeni v želene proizvode. Le-te nato prodamo kupcem in zopet pridemo do denarja, ki naj bo po vrednosti večji od začetnega vloženega zneska. Danes kupci običajno plačujejo šele v kasnejšem dogovorjenem roku. Pravimo, da ima podjetje do kupcev terjatve oz. da so sredstva v obračunski obliki.

DENAR → BLAGO → PROIZVOD → BLAGO' → TERJATVE → DENAR'

Premoženje podjetja sestavljajo:

- Stalna sredstva
- Gibljiva sredstva

Stalna sredstva delimo:

NEOPREDMETENA DOLGOROČNA SREDSTVA

- koncesije, patenti, licence, blagovne znamke
- dobro ime
- predujmi,

OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA

- zemljišča
- zgradbe
- osnovna čreda
- večletni nasadi
- oprema
-

DOLGOROČNE FINANČNE NALOŽBE

- delnice podjetja
- dolgoročna dana posojila
- dolgoročni depoziti

Gibliva sredstva so:

- **Zaloge:** zaloge materiala, nedokončane proizvodnje, proizvodi, trgovsko blago, ...
- **Terjatve:** obračunska sredstva – to so terjatve do kupcev, vstopni DDV
- **Denarna sredstva** na transakcijskem računu in v blagajni, prejeti čeki in menice
- **Kratkoročne finančne naložbe** (za prodajo kupljene delnice, kratkoročno dana posojila)

8.2 VIRI PREMOŽENJA

Premoženje si mora podjetje ustvariti, zato govorimo o virih premoženja

Viri premoženja pa nam povedo **od kod (od katerih pravnih in fizičnih oseb)** smo sredstva v podjetju pridobili in kakšne obveznosti za organizacijo to pomeni. Kadar torej govorimo o virih premoženja, mislimo na fizične in pravne osebe, od katerih je podjetje pridobilo sredstva.

Vir sredstev je lahko:

- ❖ Začetni kapital, s katerim podjetje trajno razpolaga
- ❖ Podjetje samo – za ustvarjeno akumulacijo (akumulacija je zbiranje materialnih dobrin, proizvodnih sredstev ali denarja za potrebe razširjene reprodukcije in vlaganje teh sredstev v nadaljnjo proizvodnjo)
- ❖ Dobavitelj, ki mu podjetje še ni poravnalo računa za prejeti material (to povzroči obveznost plačila računa)
- ❖ Banka, ki je podjetju dala kredit (sledi obveznost vrnitve kredita)

Glede na obveznost vračanja in čas razpolaganja s sredstvi ločimo:

- ❖ **LASTNE oz. TRAJNE VIRE SREDSTEV – sredstva so last lastnikov podjetja.** Sredstva so lastniki ob ustanovitvi ali med poslovanjem (iz ustvarjenega dobička) vložili v podjetje. Takšne vire sredstev imenujemo kapital podjetja. Kapital podjetja se lahko tudi zmanjšuje, če podjetje posluje z izgubo ali če del svojega premoženja lastniki umaknejo iz podjetja.
- ❖ **ZAČASNE oz. TUJE VIRE SREDSTEV**, kamor uvrščamo izposojena sredstva (kredit). Obveznosti iz začasnih virov sredstev mora podjetje poravnati v pogodbenem roku (kredite mora vrniti z obrestmi). Govorimo o **dolgovih** podjetja.

RAVNOTEŽJE SREDSTEV IN VIROV SREDSTEV

PREMOŽENJE (SREDSTVA)

=

OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV

Za vsa sredstva, ki jih ima podjetje, moramo izkazati, od kod izvirajo in kdaj obveznosti iz posameznih virov zapadejo. Zato je vrednost sredstev vedno enaka obveznostim do virov sredstev.

Podjetje ugotovi lasten kapital tako, da od premoženja podjetja odšteje dolgove, ki jih ima podjetje do tistih, ki so mu posodili del premoženja. Če je premoženje podjetja večje, kot so njegovi dolgovi, je lastniški kapital pozitiven (ob prenehanju podjetja lastniki prejmejo določeno vsoto denarja), če pa so dolgovi večji, je lastniški kapital negativen, kar pomeni, da podjetje nima dovolj premoženja, da bi poravnalo svoje obveznosti.

Lastniški kapital je torej sestavljen iz začetnega kapitala, povečuje pa se z dobički, ki jih ustvari podjetje s svojim poslovanjem in reinvestiranjem v podjetje. V primeru, ko podjetje posluje z dobičkom, se torej lastniški kapital povečuje (če se ves dobiček ne izplača v obliki dividend lastnikom podjetja). Lastniški kapital pa je možno povečati tudi tako, da lastniki dodatno investirajo denar v podjetje in s tem povečajo premoženje. Če pa podjetje posluje z izgubo, se lastniški kapital zmanjšuje ali kadar lastniki del svojega premoženja umaknejo iz podjetja.

8.2.1 LASTNI oz. TRAJNI VIRI SREDSTEV

Trajni viri sredstev zajemajo:

- ❖ Poslovna sredstva
- ❖ Neposlovna sredstva

Trajni viri poslovnih sredstev (kapital podjetja):

❖ **Državni kapital**

Država vложи kapital v podjetje in tako postane (so)lastnik podjetja. Država pridobi delež v podjetju tudi s finančno pomočjo podjetjem, ki so v težavah. Podjetjem vloženega denarja države ni potrebno vračati, ampak je spremenjen v lastniški kapital. Danes je težnja, da je v podjetjih čim manj državnega kapitala (pravimo, da se mora politika umakniti iz podjetij), zato država svoje deleže v podjetjih prodaja.

❖ **Delniški kapital (delnice)**

Oblikuje se ob ustanovitvi delniške družbe, ko le-ta razpiše prodajo delnic. Denar, ki ga družba zbere z izdajo delnic, je njen trajni kapital, vlagatelji pa z nakupom delnic postanejo solastniki družbe ter pridobijo pravico do dela dobička delniške družbe – dividend.

❖ **Trajne vloge domačih in tujih fizičnih in pravnih oseb**

Gre za podjetja v zasebni lasti, kjer so lastniki fizične ali pravne osebe (s.p., d.o.o., k.d., d.n.o., ..), ki v podjetje vložijo svoj kapital ob začetku poslovanja ali pa tudi kasneje.

❖ **Rezerve**

So del ustvarjenega dobička, ki so namenjene za primere izgube podjetja – namen je poravnavanje v kasnejših letih nastalih izgub z delom dobička iz prejšnjih let. Rezerve pa omogočajo tudi preprečevanje težav zaradi sprotne plačilne nesposobnosti – nelikvidnosti podjetja.

❖ **Nerazporejeni dobiček**

Del dobička lahko ostane v podjetju tudi nerazporejen in se kasneje porabi npr. za investicije, za dividende, za poravnavo izgub, za povečanje rezerv,...

8.2.2 ZAČASNI OZ. TUJI VIRI SREDSTEV

Začasni viri sredstev so:

- ❖ **Tekoče in kratkoročne obveznosti iz poslovanja** (npr. obveznosti do poslovnih partnerjev – dobaviteljev). Obveznost vračanja sposojenih sredstev je krajša od enega leta. Sem prištevamo:
 - o **Kratkoročne kredite**, ki jih podjetja najamejo za reševanje svojih finančnih težav (npr. za izboljšanje likvidnosti podjetja, za primer sanacije,...) ali za nakup gibljivih sredstev
 - o **Obveznosti do dobaviteljev**, ko dobavitelj kreditira naše podjetje na tak način, da odobri kasnejši rok plačila blaga.
 - o **Druge kratkoročne obveznosti** (npr. obveznosti za davke)
- ❖ **Dolgoročne obveznosti** –prejeta denarna sredstva od bank in drugih podjetij, dobljena za razdobje, daljše od enega leta. Vračamo jih v obrokih – anuiteta, ki so lahko letne, polletne, četrletne. Anuiteta zajema del odplačila kredita in del obresti od kredita.
- ❖ **Izdane obveznice**, ki predstavljajo za podjetje tuj vir sredstev, saj morajo zbran znesek denarja vrniti z dogovorjenimi obrestmi v dogovorjenih obdobjih. Obveznice so torej dolžniški vrednostni papir

Razmerje med viri sredstev v podjetju:

Velja, da naj bo razmerje med lastnimi in tujimi viri sredstev VSAJ
50 % : 50 %

ZAKAJ?

- ❖ Naložbe v takšna podjetja so varnejša
- ❖ Prevelik delež tujih sredstev lahko ohromi samostojnost podjetja
- ❖ Tuji viri sredstev so dragi (obresti)

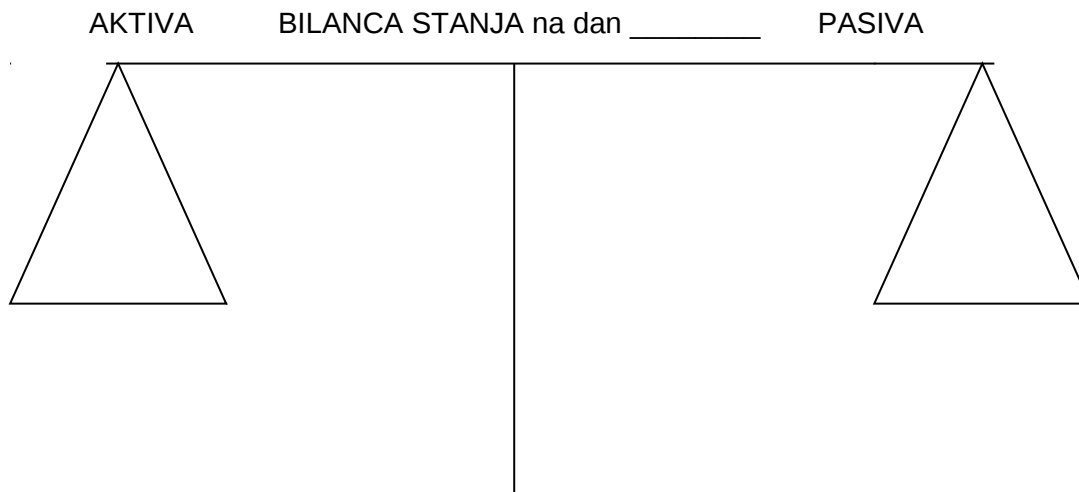
8.3 BILANCA STANJA

Beseda bilanca izhaja iz italijanske besede »bilancia« in pomeni tehtnica. V teoretični razlagi prikazujemo bilanco v obliki črke T.

Bilanca stanja nam prikazuje stanje sredstev in virov sredstev v nekem podjetju na določen dan.

Bilanca stanja ima dve strani, ki sta v ravnovesju. Na levi strani je AKTIVA, ki prikazuje sredstva podjetja, na desni je PASIVA, ki prikazuje vire sredstev podjetja.

**Temeljno bilančno načelo se glasi: AKTIVA JE ENAKA PASIVI:
AKTIVA = PASIVA**



Podjetja morajo redno vsako leto na dan 31. 12. sestavljati bilanco stanja, včasih pa jo sestavljajo tudi izredno med letom ob kakšnih nepredvidenih dogodkih (npr. ob združitvi podjetja, sanaciji, ob naravnih nesrečah,...)

Primer bilance stanja:

Podjetje je na dan 31. 12. imelo naslednja sredstva in vire sredstev: stroji 1,212.000.- zaloge materiala 10.000.-, obveznosti do dobaviteljev 22.000.-, zaloge končnih izdelkov 15.000.-, blagajna 200.-, kratkoročni krediti 50.000.-, zgradbe 3,700.000.-, terjatve do kupcev 10.000.-, sredstva na transakcijskem računu 24.800.-. Izračunajte lastni (trajni) kapital in sestavite bilanco stanja za podjetje A na dan 31. 12. 2007!

Bilanca stanja podjetja A na dan 31. 12. 2007

Aktiva	Pasiva
POSLOVNA SREDSTVA	OBVEZNOSTI DO VIROV POSLOVNIH SREDSTEV

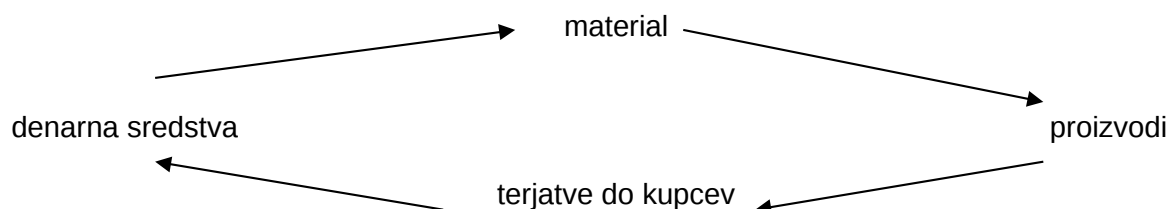
I. Stalna sredstva	3.700.000,00		I. Trajni kapital		
Zgradbe	0	4.912.000,00	Družbeni kapital		4.900.000,00
Stroji	<u>1.212.000,00</u>				0
II. Gibliva sreds.			II. Kratkoročne Obveznosti	22.000,00	
Zaloga materiala	10.000,00		Dobavitelji		
Zaloga izdelkov		<u>60.000,00</u>	Kratkoročni krediti	<u>50.000,00</u>	72.000,00
Terjatve do kupc	15.000,00	<u>4.972.000,00</u>			
Transakc.račun Blagajna	10.000,00				<u>4.972.000,00</u>
	24.800,00				0
	<u>200,00</u>				

8.4 OBRAČANJE OBRATNIH SREDSTEV

Koeficient obračanja obratnih sredstev

Sredstva se preoblikujejo iz denarne v stvarno in naprej v obračunsko obliko ter nazaj v denarno obliko.

Na primeru to pomeni, da podjetje porabi denar za nakup materiala, iz njega naredi proizvode, jih proda kupcem, s čimer nastanejo terjatve do kupcev, ki jih unovči in z dobljenimi denarnimi sredstvi kupi zopet nov material. Grafično lahko to prikažemo takole:



Za podjetje je zelo pomembna hitrost obračanja obratnih sredstev. **Hitrost obračanja obratnih sredstev je čas, ki je potreben, da se sredstvo povrne v prvotno obliko.** Ta čas je odvisen od dolžine proizvodnega procesa, časa vmesnega mirovanja, skladiščenja blaga, in časa od prodaje izdelka do plačila kupca. Hitrost obračanja je zelo različna: samo nekaj dni pri vsakodnevnih življenjskih artiklih (kruh, mleko) ali vse leto npr. v kmetijstvu.

Od hitrosti obračanja obratnih sredstev je odvisno, koliko teh sredstev organizacija potrebuje. Čim hitreje se obračajo, tem manj jih potrebuje. Z istimi sredstvi lahko proizvede več in zato boljše posluje.

Hitrost obračanja izrazimo s **koeficientom obračanja obratnih sredstev, ki nam pove, kolikokrat v enem letu se sredstva preoblikujejo iz denarne prek stvarne in obračunske oblike nazaj v denarno obliko.** Koeficient lahko računamo za celotna sredstva ali za posamezne dele obratnih sredstev.

Izračun koeficienta obračanja obratnih sredstev:

$$K = \frac{OP}{OS}$$

K = koeficient obračanja
OP = odhodki poslovanja
OS = povprečno stanje obratnih sredstev

$$K = \frac{360dni}{čas}$$

Iz teh dveh izrazov lahko izračunamo:

- Povprečni čas kroženja obratnih sredstev: $\check{C} = \frac{360}{k}$
- Povprečna potrebna obratna sredstva: $OS = \frac{OP}{K}$
- Povprečno potrebna obratna sredstva: $OS = \frac{OP \cdot \check{c}as}{360}$

Primer izračuna koeficienta obračanja obratnih sredstev:

1. Odhodki poslovanja v nekem obdobju so znašali 200.000.- d.e., za kar smo potrebovali 40.000.- d.e. obratnih sredstev. Izračunajte kolikokrat v leto so se preoblikovala obratna sredstva?

$$K = \frac{OP}{OS} ; K = \frac{200.000}{40.000} = 5$$

Obratna sredstva so se preoblikovala 5 krat v enem letu

2. Koeficient obračanja je 5. Kolikšen je čas kroženja oz. v koliko dneh se obrnejo obratna sredstva?

$$\check{C} = \frac{360}{k} \quad \check{C} = \frac{360}{5} = 72$$

Obratna sredstva se preoblikujejo v 72 dneh (se ponovno povrnejo v denar)

3. Kolikšna so potrebna obratna sredstva, če so odhodki poslovanja 200.000.- d.e., koeficient obračanja pa 5?

$$OS = \frac{OP}{K} ; OS = \frac{200.000}{5} = 40.000$$

Če imamo 200.000.- d.e. odhodkov in koeficient 5, potrebujemo za financiranje tega obratnega sredstva 40.000.- d.e.

8.5 OCENJEVANJE USPEŠNOSTI PODJETJA

Poslovne odločitve podjetja se nanašajo na odločitve kako dosegati dobiček, kako povečati premoženje podjetja, kako zagotoviti zadostno količino denarja. Da bi lahko sprejeli ekonomsko racionalne odločitve, potrebujemo določene informacije.

Podjetje dobi potrebne informacije s pomočjo tako imenovanih računovodskih izkazov. Ti izkazi so:

- Izkaz stanja
- Izkaz uspeha
- Izkaz denarnih tokov

IZKAZ STANJA pokaže premoženje podjetja v določenem trenutku, npr. 31. 12. Z izkazom stanja napravimo posnetek premoženja podjetja v določenih časovno razmejenih rokih in te posamezne posnetke primerjamo med seboj. (npr. primerjamo med sabo stanje tekočega leta s preteklim letom). S primerjavo ugotovimo, kakšne spremembe so nastale, kar nam omogoča, da organiziramo poslovanje podjetja na primeren način.

IZKAZ USPEHA je prikaz prihodkov in odhodkov v določenem časovnem razdobju. Imenujemo ga tudi izkaz dobička in izgube, pokaže pa ustvarjene prihodke in odhodke. Izkaz uspeha se nanaša na določeno obračunsko obdobje med dvema izkazoma stanja. Običajno je narejen za koledarsko leto., lahko je narejen tudi pogosteje. Izkaz uspeha je narejen za obdobje, medtem ko je izkaz stanja narejen na določen trenutek.

Osnovna funkcija izkaza uspeha je, da določi celotne prihodke in celotne odhodke, ki so nastali v tem obdobju.

IZKAZ DENARNIH TOKOV je prikaz prejemkov in izdatkov. Izraža torej denarni tok. Pri tem je potrebno ločiti med prihodki in odhodki ali stroški ter med prejemki in izdatki. Delano ga za krajše časovno razdobje.

Primeri:

- Obračunane plače delavcev, ki še niso izplačane, so strošek (odhodek), niso pa še izdatek
- Plačilo dobavljenega materiala je izdatek, na pa strošek, dokler material ni potrošen
- Denar, ki smo ga porabili za nabavo osnovnega sredstva, je izdatek, strošek pa bo nastal šele, ko bo obračunana amortizacija.

IZKAZ STANJA - Presek na določen dan (31. 12. 2007)

Premoženje (sredstva)	kapital
	dolg

IZKAZ USPEHA - Kumulativa v določenem obdobju (1.1. do 31. 12.)

Prihodki
Odhodki
Izid

IZKAZ DENARNIH TOKOV - Krajše obdobje

Začetno stanje
+ prejemki
- izdatki

= končno stanje

9 PRESOJANJE USPEŠNOSTI PODJETJA

9.1 KAZALNIKI USPEŠNOSTI POSLOVANJA

Za ugotavljanje uspešnosti poslovanja uporabljamo različne kazalnike:

- donosnost ali rentabilnost
- gospodarnost ali ekonomičnost
- proizvodnost ali produktivnost
- plačilna sposobnost ali solventnost

Pri analiziranju poslovanja uporabljamo več metod:

- metodo razčlenjevanja (analiziranja)
- metodo primerjanja (komparacije)
- metodo izločevanja (eliminiranja)
- metodo osamljenja (izoliranja)
- metodo strnjevanja (sinteza)

9.1.1 Rentabilnost ali donosnost

Je razmerje med ustvarjenim dobičkom (čistim dobičkom) in potrebnim kapitalom (povprečnimi vlaganji). Izražamo jo s profitno mero, saj je profit (dobiček) čisti rezultat poslovanja za podjetje. Za podjetje je pomembno, da doseže čim večji pozitivni čisti rezultat, kar omogoča nadaljevanje in širjenje proizvodnje. Donosnost je tudi osnovno merilo investiranja, saj bodo lastniki kapitala svoj denar investirali tam, kjer bodo dosegli najvišjo donosnost.

Podatke za izračun rentabilnosti dobimo tako iz izkaza uspeha kot tudi izkaza stanja. Iz izkaza stanja dobimo podatke o posameznih delih premoženja, iz izkaza uspeha pa podatke o poslovnem izidu.

Splošno rentabilnost zapišemo: $R = \frac{\text{donos}}{\text{vlaganja}}$,

izračunamo pa lahko naslednje kazalnike rentabilnosti (profitne mere):

$$R_1 = \frac{\text{dobicek}}{\text{kapital}} \times 100 \quad R_2 = \frac{\text{čisti dobiček}}{\text{kapital}} \times 100$$

Primer: Kapital podjetja znaša 8 mio d.e.. Ustvaril je 1 mio d.e. dobička. Kolikšna je donosnost vloženega kapitala?

$$\text{Profitna mera} = \frac{1.000.000}{8.000.000} \times 100 = 12,5 \%$$

Podjetje posluje donosno, saj je ustvarilo 12,5 d.e. dobička na 100 d.e. vloženega kapitala.

9.1.2 Ekonomičnost ali gospodarnost

Je razmerje med celotnim prihodkom in celotnimi stroški. Izraža se kot razmerje med proizvedeno (in prodano) vrednostjo količine proizvodov, ter med stroški, ki so nastali pri proizvodnji te količine. Podatke dobimo iz izkaza uspeha. Splošno zapišemo:

$$E = \frac{\text{vrednost}}{\text{stroški}} \quad E_1 = \frac{\text{celotni prihodki}}{\text{celotni odhodki}}$$

PRAG GOSPODARNOSTI: $e = 1$

Primer: podjetje je poslovalo ekonomično (gospodarno), saj so ustvarili več kakor so bili stroški.

Kadar je vrednost proizvodnje enaka stroškom, je podjetje ravno na meji gospodarnosti – gospodarnost je 1. To imenujemo prag gospodarnosti.

9.1.3 Produktivnost dela ali proizvodnost

Je razmerje med količino ali vrednostjo proizvodnje in količino vloženega dela (število delavcev). Pove nam, koliko delavec povprečno proizvede v določenem času.

Produktivnost je odvisna od več dejavnikov:

- znanja, spretnosti in učinkovitosti delavcev
- tehnične opremljenosti dela, učinkovitosti delovnih sredstev in inovacij v poslovanju
- naravnih danosti
- organizacija dela

$$P = \frac{\text{kolicina izdelkov}}{\text{število delavcev (ur)}} \text{ ali } \frac{\text{vrednost proizvodnje}}{\text{število delavcev (ur)}}$$

Primer: Kakšna je produktivnost dela v podjetju, ki je ustvarilo 6000 kosov in zaposluje 6 delavcev. Vrednost izdelka je 1000 d.e..

$$P = \frac{6000}{6} = 1000 \text{ kosov na delavca}$$

$$P = \frac{6000 \times 1000}{6} = 1.000.000 \text{ d.e. na delavca}$$

9.1.4 Likvidnost ali plačilna sposobnost

Pomeni sposobnost podjetja, da lahko v določenem trenutku poravnava svoje obveznosti.

$$L = \frac{\text{PROSTA DENARNA SREDSTVA}}{\text{ZAPADLE OBVEZNOSTI}}$$

PRIMER

Podjetje MINI d.o.o. s kapitalom 4.500.000 € je v letu 2006 izdelalo 200.000 kosov gospodinjskih aparatov. Z njihovo prodajo so dosegli 2.250.000 € dobička, skupni prihodek pa je bil 6.000.000 €. Pri proizvodnji je sodelovalo 80 delavcev. Celotni stroški poslovanja v letu 2006 so znašali 3.750.000 €. Kapital podjetja znaša 4,500.000 €. Izračunajte in komentirajte naslednje kazalnike poslovanja:

- Ekonomičnost
- Rentabilnost
- Produktivnost
- Dobo vračanja kapitala

REŠITEV:

Najprej izpišimo in izračunajmo nekaj relevantnih podatkov:

$Q = 200.000$ kosov

$D = 80$ delavcev (količina vloženega dela)

$CP = 6.000.000$ EUR (skupni prihodek)

$PF = 2.250.000$ EUR (profit)

$CS = 3.750.000$ EUR (celotni stroški)

$K = 4.500.000$ EUR (vloženi kapital)

Izračun ekonomičnosti:

Ekonomičnost je razmerje med prihodki in stroški. Torej:

$$E = \frac{\text{realizacija}}{\text{stroški}} = \frac{CP}{CS} = \frac{6.000.000}{3.750.000} = 1,6$$

Koeficient ekonomičnosti je večji od 1, kar pomeni, da podjetje posluje ekonomično, t.j. pokriva vse stroške in ustvarja še nekaj dobička.

Izračun rentabilnosti:

Rentabilnost ali donosnost je razmerje med dobičkom in vloženim kapitalom. Torej:

$$R = \frac{\text{dobiček}}{\text{vloženi kapital}} \times 100 = \frac{CP - CS}{K} \times 100 = \frac{2.250.000}{4.500.000} \times 100 = 50\%$$

Podjetje glede na vloženi kapital ustvarja zelo veliko dobička – kar 50% na leto.

Izračun produktivnosti:

Produktivnost pa je razmerje med ustvarjenim izplenum – proizvodom in količino vloženega dela ali resursov. Torej:

$$P = \frac{Q}{\text{delo}} \quad \text{ali} \quad P = \frac{Q \times p}{\text{delo}}$$

$$P = \frac{200.000 \text{ kosov}}{80} = 2500 \text{ kosov na delavca}$$

80 delavcev

En delavec povprečno proizvede 2500 kosov stavbnega pohištva na leto.

Izračun časa vračanja kapitala:

Izračun je preprost, saj podatek o rentabilnosti že imamo. Tako, če vemo, kolikšen % kapitala se nam v obliki dobička povrne v enem letu, ne bo težko izračunati, kdaj dobimo povrnjen ves kapital.

$$\text{čas vračila vloženega kapitala} = \frac{100 (\%)}{R}$$

Čas vračila = 100% / 50%(na leto) = 2 leti.

V podjetju se bo vložen kapital povrnil zelo hitro, že po dveh letih.

10 PRIDOBIVANJE IN DELITEV PRIHODKA PODJETJA

Poleg bilance stanja v podjetju sestavljajo tudi bilanco uspeha, iz katere je razvidno ali je poslovalo z dobičkom ali izgubo. V bilanci uspeha torej prikazujemo vse ustvarjene prihodke in odhodke podjetja za določeno obračunsko obdobje. Sestavljamo jo običajno ob koncu vsakega četrletja, obvezno pa ob koncu leta.

10.1 PRIHODKI IN ODHODKI PODJETJA

PRIHODKI podjetja nastanejo predvsem pri prodaji blaga ali storitev, pa tudi na druge načine. Tako poznamo:

1. redne in
2. izredne prihodke

REDNI PRIHODKI – nastajajo zaradi rednega poslovanja podjetja

- a) **poslovni prihodki** nastanejo **ob prodaji blaga ali storitev** za denar, zato ob izračunu poslovnih prihodkov upoštevamo **prodajne cene**, zmanjšane za komercialne popuste ali popuste, odobrene kasneje.

$$\text{POSLOVNI PRIHODEK} = \text{PRODANA KOLIČINA BLAGA} \times \text{PRODAJNA CENA}$$

Prihodki od poslovanja so torej prihodki od prodaje:

- proizvodov ali storitev
- materiala
- blaga
- subvencij (državnih)
- dotacij

b) **prihodki od financiranja** so povezani s finančnimi naložbami v drugih podjetjih ali obresti zaradi danih posojil drugim pravnim ali fizičnim osebam. Prihodki od financiranja so torej prihodki od:

- obresti
- dividend
- drugih udeležb v dobičku
- tečajnih razlik,...

IZREDNI PRIHODKI – nastanejo zaradi nepredvidenega povečanja sredstev ali nepredvidenega zmanjšanja naših obveznosti, npr.:

- presežek pri inventuri
- odpis terjatev do upnikov
- kasneje priznani popusti
- prejete pogodbene kazni

10.2 ODHODKI

so tisti del stroškov, ki smo jih imeli s prodanimi izdelki oz. storitvami.

Ločimo:

1. redne odhodke
2. izredne odhodke

REDNI ODHODKI - pojavljajo se zaradi stroškov pri rednem poslovanju podjetja.

Ločimo:

- a. **poslovni odhodki**, kamor prištevamo:
 - stroški materiala ali storitev
 - energije
 - drobnega inventarja
 - amortizacija
 - nematerialni stroški: avtorski honorarji, prehrana, reprezentanca, zavarovanje, članarine, davki, prispevki
 - bruto plače
- b. **odhodki od financiranja** – to so odhodki zaradi plačanih obresti za prejeta posojila od drugih pravnih ali fizičnih oseb

IZREDNI ODHODKI nastanejo zaradi nepredvidenega zmanjšanja sredstev oz. zaradi nepredvidenega povečanja naših obveznosti, kot npr.:

- primanjkljaj pri inventuri (objektivni vzroki)
- nam zaračunane pogodbene kazni
- kasneje odobreni popusti kupcem
- odpisane neizterljive terjatve

10.3 IZKAZ USPEHA (UGOTAVLJANJE POSLOVNEGA IZIDA)

Podjetje ugotavlja uspešnost svojega poslovanja z izračunom poslovnega izida.

POSLOVNI IZID JE RAZLIKA MED PRIHODKI IN ODHODKI

Če podjetje ugotovi, da so prihodki večji od odhodkov, ima **DOBIČEK**

Če so odhodki večji od prihodkov, ima **IZGUBO**

POZITIVNA RAZLIKA
MED PRIHODKI IN ODHODKI
JE DOBIČEK,
NEGATIVNA RAZLIKA PA IZGUBA.

IZKAZ USPEHA

Podjetje poslovni izid ugotavlja z bilanco uspeha.

10.4 BILANCA USPEHA

Bilanca uspeha je izkaz uspeha podjetja v določenem trenutku (na določen dan), ki ima dve uravnoreženi strani. Je dvostranski vrednostni prikaz prihodkov in odhodkov skupaj s poslovnim izidom kot razliko med njimi. Bilanco uspeha delimo v dva dela:

- odhodke in
- prihodke

Temeljno je bilančno ravnotežje, kar pomeni, da sta strani odhodkov in prihodkov uravnoreženi, in sicer z vrednostjo rezultata poslovanja – dobička ali izgube.

Bilanca uspeha na dan

ODHODKI		PRIHODKI	
A. REDNI ODHODKI		A. REDNI PRIHODKI	
1. Poslovni odhodki		1. Poslovni prihodki	
NV blaga	700.000	Prihodki od prodaje	1,000.000
Stroški prodaje	50.000	2. Prihodki od financiranja	50.000
	750.000		
B. 2. ODHODKI OD FINANCIR.		IZREDNI PRIHODKI	
Obresti	5.000	Odškodnine	3.000
Negativne tečajne razlike	10.000	Drugi	17.000
	15.000		20.000
C IZREDNI ODHODKI			
Drugi	35.000		
DOBIČEK	270.000		
SKUPAJ	1,070.000	SKUPAJ	1,070.000

Primer: Sestavite bilanco uspeha in ugotovite poslovni izid, če so podatki naslednji: prodaja blaga 20.000, prejete dividende 1.000, obresti od danih posojil 500, obresti od prejetih posojil 200, inventurni primanjkljaj 100, bruto plače 12.000, stroški nabave surovin 10.000, negativne tečajne razlike 20, prejete odškodnine 10

Če je podjetje poslovalo s pozitivnim poslovnim izidom, morajo le-tega razdeliti:

CELOTNI DOBIČEK

- davki in prispevki iz dobička

= DOBIČEK (ČISTI DOBIČEK), ki ga lahko namenijo za:

- ❖ akumulacijo:
 - o za poravnavo izgub podjetja iz prejšnjih let
 - o za povečanje kapitala podjetja
 - o za povečanje rezerv
 - o za nadomestila vlagateljem (npr. dividende)
 - o del dobička lahko ostane začasno nerazporejen
- ❖ bruto osebne dohodke iz dobička
- ❖ skupno porabo

Če je podjetje poslovalo z negativnim poslovnim izidom ali izgubo, je le-to potrebno pokriti, saj pride drugače do zmanjšanja lastnega kapitala. Izguba se lahko poravnava:

- ❖ z rezervami
- ❖ z nerazdeljenim dobičkom iz prejšnjih let
- ❖ v breme trajnega kapitala, npr. razprodaja premoženja
- ❖ s sredstvi drugih podjetij, npr. upniki odpisujejo svoje terjatve ali nam pomagajo z dotacijami, če so zainteresirani za naš nadaljnji obstoj.

Če izguba ogroža nadaljnje uspešno poslovanje podjetja, se lahko uvede SANACIJA ali celo STEČAJ podjetja.

Kadar je podjetje v finančnih težavah se morajo vodilni odločiti za eno izmed možnosti:

- **prenehanje ali likvidacija**, ki je lahko redna ali prisilna (stečaj)
- **sanacijo**, s katero želimo ozdraviti podjetje.

10.5 PRENEHANJE DRUŽBE (LIKVIDACIJA PODJETJA)

Proces likvidacije oz. prenehanje družbe lahko poteka tudi dalj čast (leta). Podjetje neha poslovati **redno** ali **prisilno**.

Redno prenehanje podjetja

Vzroki za redno prenehanje podjetja so:

- bolezen ali smrt lastnika
- odločitev lastnika o prenehanju
- pretek časa za katerega je bilo podjetje s pogodbo ustanovljeno

10.6 PRISILNO PRENEHANJE – STEČAJ

Stečaj ali konkurz je zakonsko urejen postopek za prenehanje (likvidacijo) plačilno nesposobnega podjetja.

Vedno skušamo najprej plačilno nesposobno podjetje sanirati, če tega ne zmoremo sledi stečaj. Stečajni postopek se začne, če sanacijski ukrepi niso uspešni ali če že vnaprej domnevamo, da ne bomo uspeli z njimi.

Stečaj vodi stečajni upravitelj. Stečajni upravitelj lahko sprejema samo tiste posle, ki so povezani s prodajo dolžnikovega premoženja. Ob uvedbi stečaja preneha delovno razmerje vsem zaposlenim, upravitelj zadrži samo tiste delavce, ki so potrebni, da se stečajni postopek konča. Ko je postopek končan, se podjetje izbriše iz sodnega registra.

Najpomembnejše pri stečajnem postopku je kako se upniki poplačajo iz stečajne mase, to so sredstva, ki so še ostala v podjetju.

10.7 ANALIZA PRAGA POKRITJA (PRAGA RENTABILNOSTI, TOČKE PRELOMA)

Analiza praga pokritja podjetju da prvo informacijo o uspešnosti načrtovane proizvodnje, prodaje določenega izdelka ali poslovne aktivnosti, itd. Je tudi najstarejša metoda za ugotavljanje uspešnosti. Uporabljajo se različni izrazi, kot npr. točka preloma.

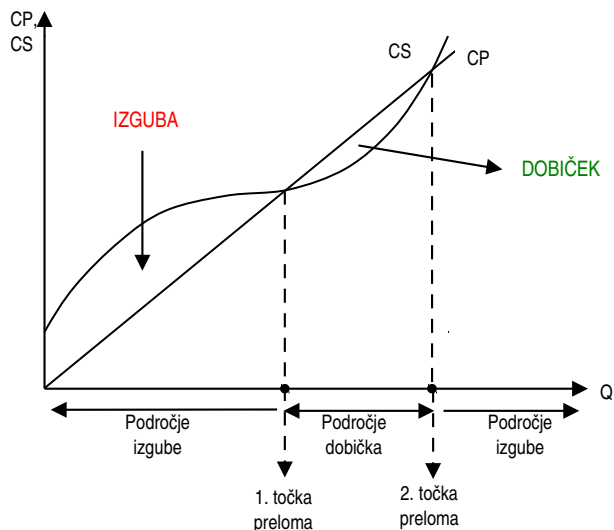
Prag pokritja pomeni količino izdelkov, pri kateri z realiziranimi prihodki pokrijemo stroške, ki so nastali s proizvodnjo teh izdelkov. Osnovni cilj ugotavljanja praga pokritja je ugotoviti npr:

- kakšen vpliv bo imel novi izdelek na dobiček podjetja
- kakšno prodajo je potrebno doseči, da bi pokrili vse stroške in ustvarili določen dobiček
- kaj se zgodi s prihodki in stroški, če spremenimo ceno enega izmed izdelkov
- kako bo zvišanje ali znižanje fiksnih ali variabilnih stroškov vplivala na dobiček
- se splača kupiti ali sposoditi določeno delovno sredstvo
- kaj se bo zgodilo z dobičkonosnostjo določenega izdelka, če pade cena na trgu...

Proučujemo torej medsebojne odvisnosti med:

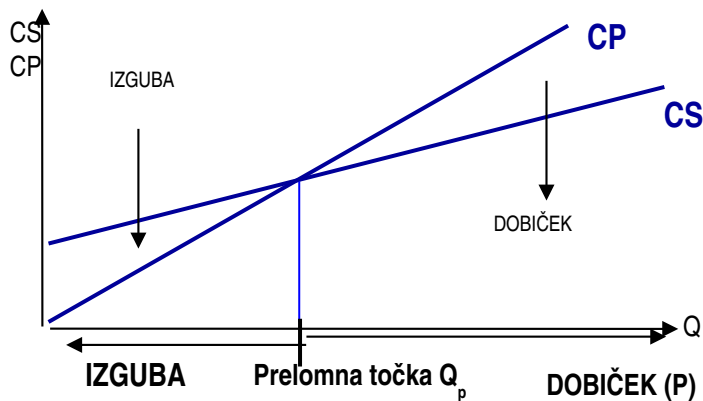
- prihodki podjetja
- stroški in
- dobičkom

Grafični prikaz praga rentabilnosti



Prvo točko preloma imenujemo **prag pokritja** ali prag ekonomičnosti, drugo točko preloma pa imenujemo **meja pokritja** ali meja ekonomičnosti ali meja rentabilnosti. Prag pokritja ali prelomna točka je tisti obseg proizvodnje, pri kateri so celotni stroški enaki celotnim prihodkom. V tej točki ni niti izgube niti dobička. Prag pokritja lahko izračunamo za izdelek, skupino izdelkov, oddelek, celotno podjetje.

Točka preloma pri proporcionalnih (sorazmernih) variabilnih stroških



Točka preloma :

Točko preloma lahko izrazimo na tri načine:

- kot število enot izdelkov, ki jih moramo prodati:

$$Q_p = \frac{CFS}{C - PVS}$$

- kot potrební prihodek od prodaje

$$Pb = \frac{CFS}{1 - \frac{PVS}{C}} = \frac{CFS}{1 - \frac{CVS}{CP}}$$

- kot odstotek izrabe kapacitet

$$\%B = \frac{CFS}{(C - PVS) \times Qk} \times 100$$

Do točke preloma podjetje posluje z izgubo, po tej točki pa z dobičkom. Pri tem je pogoj, da so celotni stroški in celotni prihodki linearnega značaja – to je mogoče samo v popolni konkurenci.

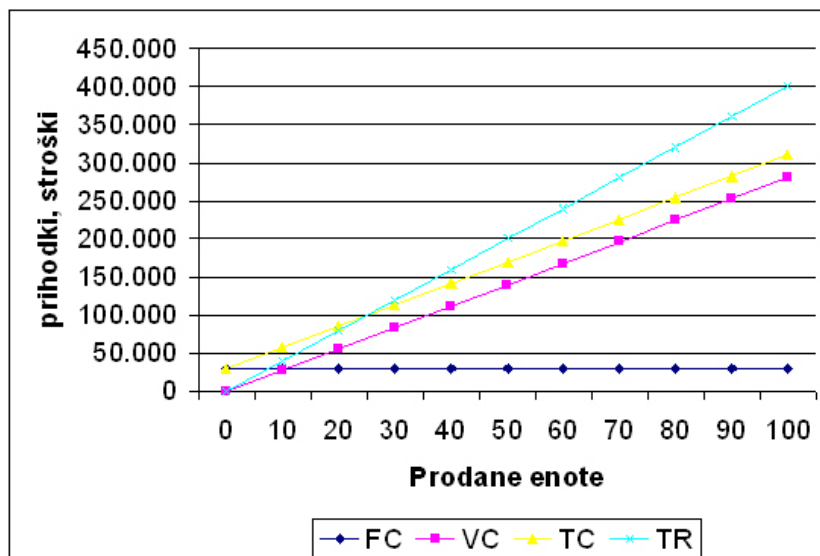
Za grafični prikaz praga rentabilnosti potrebujemo podatke o spremenljivih, stalnih, celotnih stroških in celotnih prihodkih, ki jih ima podjetje pri različnih količinah proizvodnje.

Tabela št. 1: Podatki za izračun točke preloma v USD

Q	FC	VC	TC	TR
0	30.000	0	30.000	0
10	30.000	28.000	58.000	40.000
20	30.000	56.000	86.000	80.000
30	30.000	84.000	114.000	120.000
40	30.000	112.000	142.000	160.000
50	30.000	140.000	170.000	200.000
60	30.000	168.000	198.000	240.000
70	30.000	196.000	226.000	280.000
80	30.000	224.000	254.000	320.000
90	30.000	252.000	282.000	360.000
100	30.000	280.000	310.000	400.000

Vir: Vahčić et al: Osnove podjetništva, 1998, str. 62

Graf št.1: Grafični prikaz točke preloma



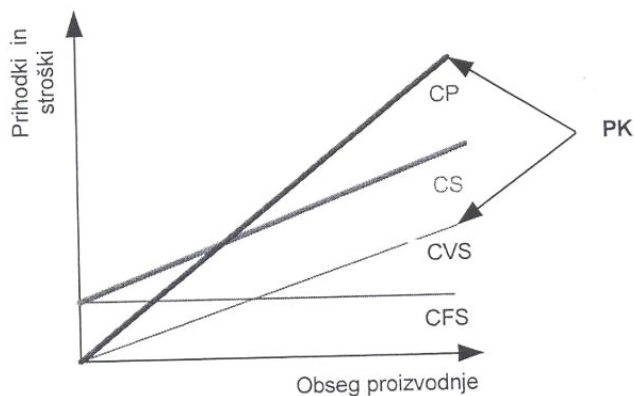
Vir: Vahčić et al: Osnove podjetništva, 1998, str. 62

Iz grafa praga rentabilnosti lahko razberemo naslednje:

- Podjetje doseže prag rentabilnosti pri prodani količini 25 proizvodov.
- Podjetje doseže prag rentabilnosti pri prodaji v višini 100.000 USD. Pri tej višini prodaje podjetje ni več v izgubi, niti še ne dosega dobička
- Navpična razdalja med črto celotnih prihodkov in črto celotnih stroškov nam kaže izgubo oziroma dobiček podjetja pri določeni višini prihodkov od prodaje oziroma pri določeni količini prodaje.
- Ko se prodaja povečuje, se povečuje tudi dobiček na vsak dolar prodaje. Razlog za to je, da se stalni (fiksni) stroški delijo na čedalje več enot proizvodov – povprečni fiksni stroški na enoto proizvoda torej padajo.

PRISPEVEK ZA KRITJE

Prispevek za kritje je **razlika med prodajno ceno in povprečnimi variabilnimi stroški**. Prav ta izračun pa še posebej zanima lastnike podjetij.



$$PK = ND + CFS$$

PK = prispevek za kritje

ND = dobiček kot razlika med celotnimi prihodki in celotnimi stroški

CFS = celotni fiksni stroški

Primer: Podjetje lahko proizvede največ 20.000 enot izdelkov na mesec. Izdelke lahko proda po ceni 100 € za kom. Variabilni stroški so 20 € za kom, celotni fiksni stroški pa 200.000.€. Izračunaj prag pokritja ali prelomno točko na vse tri možne načine!

Izračun potrebnih enot:

$$Qb = \frac{CFS}{C - PVS} = \frac{200.000}{100 - 20} = 2500 \text{ kom}$$

Da bi dosegli prag pokritja, moramo prodati 2.500 kom izdelkov.

Izračun potrebnega prihodka za dosego praga pokritja:

$$Pb = \frac{CFS}{1 - \frac{PVS}{C}} = \frac{CFS}{1 - \frac{CVS}{CP}} = \frac{200.000}{1 - \frac{20}{100}} = 250.000 \text{ €}$$

Da dosežemo prag pokritja, moramo ustvariti za 250.000 € prihodkov.

Izračun izrabe kapacitet v pragu pokritja

$$\%B = \frac{CFS}{(C - PVS) \times Qk} \times 100 = \frac{200.000}{(100 - 20) \times 20.000} \times 100 = 12,5\%$$

Podjetje dosega prag pokritja že pri 12,5 odstotni izrabi svojih zmogljivosti.

11 TRG IN KONKURENCA

Trg je prostor, kjer se srečata ponudba in povpraševanje ter se oblikuje cena blaga. Na trgu poteka torej menjava, v kateri gospodarski subjekti zamenjajo denarne dohodke za blago. Kupci na trgu po blagu povprašujejo, prodajalci ga ponujajo. Trg se ustvari povsod tam, kjer se na kakršenkoli način srečata ponudba določene dobrine in povpraševanje po njej. To je lahko trgovina, tržnica, pisarna, sejem, ... Večina trgov je navidezna. Kupci in prodajalci se namreč povezujejo preko telefona, faksa, poslovnih dopisov, medmrežja, elektronske pošte.

Glede na vrsto blaga razlikujemo trg avtomobilov, telefonskih storitev, nepremičnin, delovne sile, denarja, vrednostnih papirjev, ... Na posameznem trgu nastopa vse blago, ki lahko zadovolji določeno potrebo. Trg istovrstnega blaga imenujemo **panoga**.

Delitev trga:

a) po OBMOČJIH (krajevni obseg)

a. lokalni trg

- b. regionalni trg
- c. nacionalni trg ali vsedrjavni
- d. mednarodni trg (trg EU)
- e. svetovni trg

b) po PODROČJU

- a. živilski trg
- b. avtomobilski trg
- c. trg tekstilnih izdelkov
- d. trg povištva

V današnjem času je vse več globalnih trgov. Strateške surovine, ki jih potrebuje celotno svetovno gospodarstvo in prebivalstvo, se nahaja samo na določenem delu sveta (nafta, zemeljski plin, zlato). Svetovne blagovne borze in borze vrednostnih papirjev poslujejo preko sodobnih telekomunikacijskih kanalov, ki prav tako omogočajo, da lahko trgujejo s kupci iz celega sveta.

V gospodarstvu sta osnovna trga **trg potrošnih dobrin in trg proizvodnih dejavnikov**, ki povezujeta gospodinjstva in podjetja. Za Evropsko unijo je še posebej prosti trg blaga in storitev ter delovne sile, kar pomeni, da blago ni podvrženo nobenim zunanjetrgovinskim omejitvam ter dajatvam (carini), prav tako se lahko prebivalci EU prosto zaposlujejo v državah znotraj EU (še vedno so omejitve v nekaterih članicah za novo sprejete članice EU, kot so Romune, Bolgare, Slovake, itd.)

11.1 KONKURENCA NA TRGU

Na trgu se srečajo ponudniki in kupcev sorodnih vrst blaga ali storitev, kar povzroča konkurenco (tekmovanje) med njimi za doseganje čim ugodnejše cene. Ponudniki ne morejo že v naprej vedeti ali bodo na trgu našli ustreznega kupca. Trg je tisti, ki ponudnikom pove ali so proizvedli in ponudili pravo blago oz. storitev. Če povpraševanja po njihovem blagu ni, je bila njihova odločitev o proizvodnji napačna. Na trgu sta vedno prisotna negotovost in tveganje pri odločitvah.

Na podlagi ponudbe in povpraševanja se na trgu oblikuje cena, ki je rezultat konkurence med prodajalci in med kupci. Kadar na nakup vpliva le cena blaga (npr. popolnoma vseeno katero mleko, sladkor, krompir, itd. kupimo) in si tako ponudniki na trgu konkurirajo samo s ceno, imenujemo takšno konkurenco **cenovna konkurenca**. Kadar pa zaradi velikega števila sorodnih proizvodov poskušajo ponudniki z različnimi prodajnimi ukrepi pridobiti kupca (ugodni dobavni pogoji, servisiranje, garancija, svetovanje,...) in ga tako navezati na svoj izdelek, si ponudniki na trgu ne konkurirajo s ceno, pravimo, da je **konkurenca necenovna** (npr. izberemo pralni stroj Gorenje).

11.2 OBLIKE KONKURENCE GLEDE NA ŠTEVILO UDELEŽENCEV

Učinkovita konkurenca je ključnega pomena za odprto tržno gospodarstvo. Zagotavlja cenejše in kvalitetnejše blago in potrošnikom omogoča večjo izbiro. Konkurenca omogoča tehnološke inovacije.

PONUDBA (prodajalci)	POVPRAŠEVANJE (kupci)		
	veliko	malo	eden
veliko	popolna konkurenca	oligopson	monopson
malo	oligopol	bilateralni oligopol	omejeni monopson
eden	monopol	omejeni monopol	bilateralni monopol

Popolna konkurenca

- za takšen trg velja veliko število sorazmerno majhnih kupcev in prodajalcev
- standarden (enak, homogen) proizvod
- enostaven vstop v trg in izstop iz trga
- popolna informiranost vseh kupcev o tržni cenah in dogajanju na trgu
- ni diskriminiranja kupcev

Monopol

- samo 1 prodajalec, veliko kupcev
- proizvod, ki je nekaj posebnega in nima pravih substitutov oz. nadomestkov
- pogosto razne formalne ovire preprečijo vstop na trg ali izstop

Oligopol

- sorazmerno majhno število, precej ponudnikov
- standardni ali diferencirani proizvodi
- sorazmerno težaven vstop novih ponudnikov
- dobra informiranost o tržnih cenah

Oligopson

majhno število podjetij - kupcev, ki izmed njih vsak kupuje znaten del skupne prodajne kvote in je zato sposoben vplivati tudi na višino prodajne cene.

11.3 KARTELI IN PROTIMONOPOLNI UKREPI V EVROPSKI UNIJI

Podjetja ne smejo medsebojno določati cen ali si razdeliti pokritosti trgov. Če ima posamezno podjetje na določenem trgu prevladujoč položaj, tega ne sme zlorabljeni, da bi izpodrinilo tekmece.

Najodmevnejša tožba Evropske komisije za varstvo konkurence zaradi zlorabe prevladujočega položaja je zadevala Microsoft. Evropska komisija je trdila, da Microsoft s svojo prakso ponujanja različne programske opreme v paketu namesto posamezno potrošnikom vsiljuje svoje izdelke in storitve ter tako izkrivlja trg, in mu je naložila globo. Komisija je razsodila, da so uporabniki zaradi takšne Microsoftove prakse prikrajšani za večjo izbiro in inovativnejše izdelke ter konkurenčnejše cene. Evropsko sodišče je septembra 2007 to stališče potrdilo.

Velike družbe tudi ne smejo izkoriščati slabšega pogajalskega položaja svojih manjših strank in dobaviteljev. Velike družbe dobaviteljem na primer ne smejo postavljati pogojev, ki otežkočajo poslovanje z drugimi podjetji. Komisija lahko podjetjem za takšno ravnanje naloži kazen.

Vendar so dovoljene nekatere izjeme. Majhnim podjetjem dovoljuje, da združijo svoje moči, če lahko tako bolje konkurirajo velikim družbam. Pri tem je najvažnejše vprašanje, ali bo to koristilo potrošnikom ali škodilo drugim podjetjem.

Razlike v cenah avtomobilov v EU so se zmanjšale, deloma zaradi prizadevanj Komisije za večjo preglednost cen. Na podlagi ukrepov Komisije lahko prodajalci avtomobilov prodajajo različne avtomobilske znamke, nepooblaščen prodajalci pa lahko izvajajo popravila in prodajajo rezervne avtomobilske dele. S 1. oktobrom 2005 lahko prodajalci poslujejo v več kot eni državi članici EU. Med državami članicami sicer zaradi različnih davčnih sistemov še naprej obstajajo bistvene razlike v cenah. (vir: http://europa.eu/pol/comp/overview_sl.htm)

Na trgu se oblikujeta dve ceni:

- nabavna ter
- prodajna

na trgu nastopajo naslednje prvine:

- povpraševanje po blagu
- ponudba blaga
- količina blaga
- cena blaga

Z razvitostjo gospodarstva naraščata tudi ponudba in povpraševanje, kar pa ne pomeni, da sta ponudba in povpraševanje vedno usklajeni.

Načelno velja:

- premajhna ponudba spodbuja zvišanje prodajnih cen blaga in zato tudi večanje proizvodnje toliko časa, da bo ponudba usklajena s povpraševanjem.
- Prevelika ponudba povzroča zniževanje prodajnih cen in posledično manjši obseg proizvodnje takega blaga tako dolgo, da bosta usklajeni ponudba in povpraševanje. To pomeni, da vsakokratni obseg ponudbe in povpraševanja vpliva na količinski obseg proizvodnje in na prodajne cene blaga.

11.4 POVPRASEVANJE

Povpraševanje opredeljujemo kot obratno razmerje med ceno in količino. Da bo podjetje vedelo kakšno količino proizvesti, mora najprej vedeti, kakšno ceno so kupci pripravljene plačati. Zaradi tega mora podjetje najprej raziskati trg.

Faktorji ki vplivajo na povpraševanje, so:

- cene blaga
- cene ostalih dobrin
- dohodek potrošnika
- preference
-

Povpraševana količina

je količina blaga (proizvodov ali storitev), katero so kupci pripravljene in sposobne kupiti.

Zakon povpraševanja

ugotavlja, da je razmerje med povpraševano ceno in količino obratno sorazmerno, kar pomeni, da so kupci ob višji ceni pripravljene kupiti manjšo količino, ob nižji ceni pa večjo količino. Cena in količina povpraševanja se spreminjata v nasprotni smeri.

Ker smo kupci pripravljene kupiti večjo količino le pri nižjih cenah, je krivulja tržnega povpraševanja padajoča. Ob omejenem dohodku in danih cenah smo pripravljene plačati več za tiste dobrine, ki so nujne, torej imajo visoko mejno koristnost. Najbolj pomembne so

začetne enote dobrine. Potreba po nadaljnjih enotah te dobrine je manjša, zato smo jih pripravljene kupiti le po nižji ceni.

Krivulja povpraševanja

je padajoča krivulja, ki prikazuje odnos med ceno in povpraševano količino proizvoda/storitve.

11.4.1 KRIVULJA POVPRASHEVANJA

Kadar govorimo o povpraševanju, mislimo na razmerje med ceno in količino.

Krivulja povpraševanja, s pomočjo katere lahko izrazimo ZAKON POVPRASHEVANJA, ki pravi, DA SE CENA BLAGA IN KOLIČINA BLAGA SPREMINJATA V OBRATNI SMERI pri predpostavki c.p.!

Ceteris paribus" pomeni, da se pri proučevanju določenega pojava ali zakonitosti osredotočimo le na pojav sam, ne pa tudi na druge vzporedne vplive, ki so sicer tudi prisotni, niso pa predmet našega proučevanja v konkretnem primeru (osredotočimo se samo na ceno in količino)



Povpraševanje se spreminja

Cena je le eden od dejavnikov povpraševanja. Če se povečajo dohodki kupcev ali njihove potrebe, se bo povpraševanje povečalo. Kupci bodo pri enaki ceni pripravljene kupiti več. Krivulja povpraševanja se bo pomaknila v desno. Enako posledico ima povečanje cene substituta ali pocenitev komplementarne dobrine. Obratno velja ob zmanjšanju dohodka ali potreb: povpraševanje se zmanjša in krivulja se premakne v levo.

Primer: če se poveča cena masla, se bodo kupci preusmerili na margarino.

Spremembe krivulj povpraševanja



11.4.2 ELASTIČNOST POVPRŠEVANJA

Odziv kupcev na spremembo cen nam pokaže cenovno elastičnost povpraševanja. Merimo jo s koeficientom cenovne elastičnosti povpraševanja, ki pove, za koliko odstotkov se bo spremenila količina povpraševanja, če se cena spremeni za en odstotek.

Poznamo:

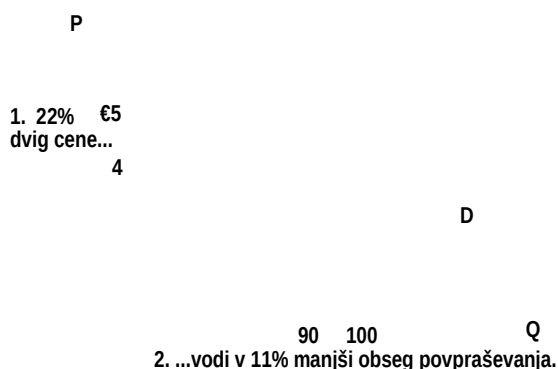
- Cenovno elastičnost povpraševanja, kjer merimo za dani izdelek, za koliko se spremenijo povpraševane količine, če se spremeni cena tega izdelka
- Križno cenovno elastičnost povpraševanja, kjer merimo, za koliko se spremenijo povpraševane količine določenega izdelka, če se spremenijo cene njegovih substitutov in komplementov
- Dohodkovno elastičnost, kjer merimo za koliko se spremenijo povpraševane količine, če se spremenijo realni dohodki potrošnikov

Za različne stopnje elastičnosti običajno uporabljamo pojma elastično in neelastično, pri čemer velja, da je povpraševanje:

- Cenovno neelastično, če je cenovna elastičnost manjša od 1
- Cenovno elastično, če je cenovna elastičnost večja od 1
- Enotno elastično, če je cenovna elastičnost enaka 1.

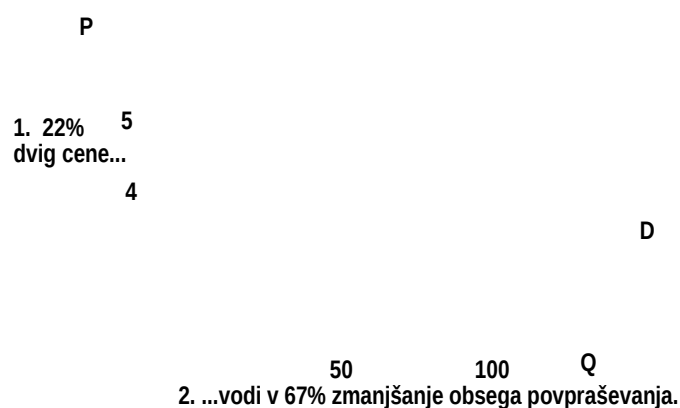
Cenovno neelastično povpraševanje

$$e < |1|$$



Cenovno elastično povpraševanje

$$e > |1|$$



11.5 PONUDBA

Ponujena količina

je tista količina dobrine, ki so jo prodajalci pripravljeni in zmožni prodati.

Krivulja ponudbe

je naraščajoča krivulja, ki prikazuje odnos med ceno in ponujeno količino proizvoda/storitve.

11.5.1 DEJAVNIKI PONUDBE

Ponudniki, ki proizvajajo in prodajajo izdelke in storitve, se vedejo racionalno in bodo pri višjih cenah na trgu pripravljeni ponuditi več izdelkov, kot če so cene nižje. Na obseg ponudbe vplivajo sledeči dejavniki:

- Cena izdelka na trgu
- Cene prvin poslovnega procesa, potrebnih za proizvodnjo izdelka oz. storitve

- Obstoječa tehnologija za proizvodnjo izdelka oz. izvedbo storitve
- Pričakovanja prihodnjih cen
- Sprememba cen alternativnih izdelkov, ki jih je mogoče narediti z istimi inputi,
- Števila proizvajalcev – ponudnikov,...

11.5.2 ZAKON PONUDBE

ugotavlja, da je razmerje med ponujeno ceno in količino premo sorazmerno. Zakon ponudbe tudi pravi, da večaj ko je cena izdelka (ob dejstvu, da ostanejo druga stvari nespremenjene – *caeteris paribus*), večja je pripravljenost proizvajalcev in prodajalcev, da ponudijo blago. Z višjo ceno se povečuje dobičkonosnost, kar podjetja motivira, da ponujajo večje količine izdelka. Cena je za vse objektivno dana; ponudnik se ji lahko le prilagaja in odloča, koliko blaga po pri tej ceni ponudi. Pri tem upošteva predvsem proizvodne stroške.

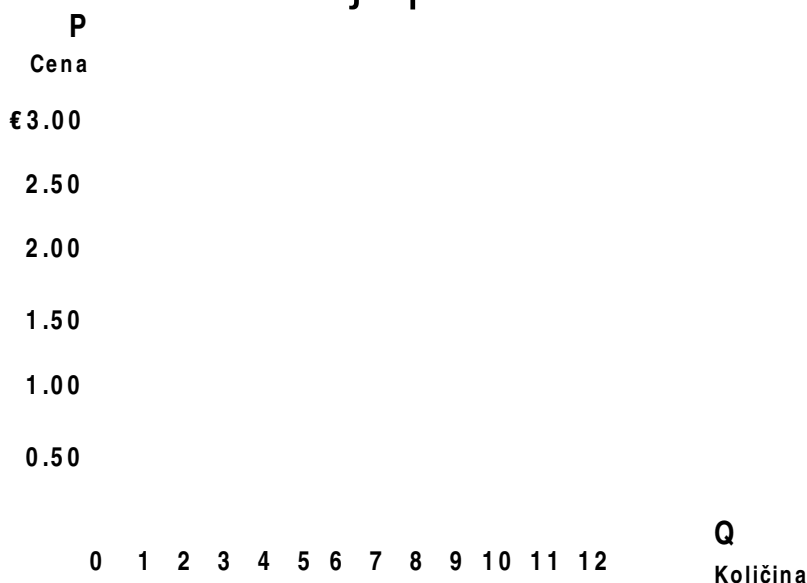
Kadar je tržna cena nižja od njegovih stroškov poslovanja, se bo začasno umaknil s trga in blago uskladiščil, oz. bo blago prenehal proizvajati.

Stroški so najpomembnejši dejavnik ponudbe. Podjetje mora poslovati dolgoročno z dobičkom. Vendar pa s povečevanjem količin začnejo rasti tudi mejni stroški in pri določenem obsegu tudi povprečni stroški.

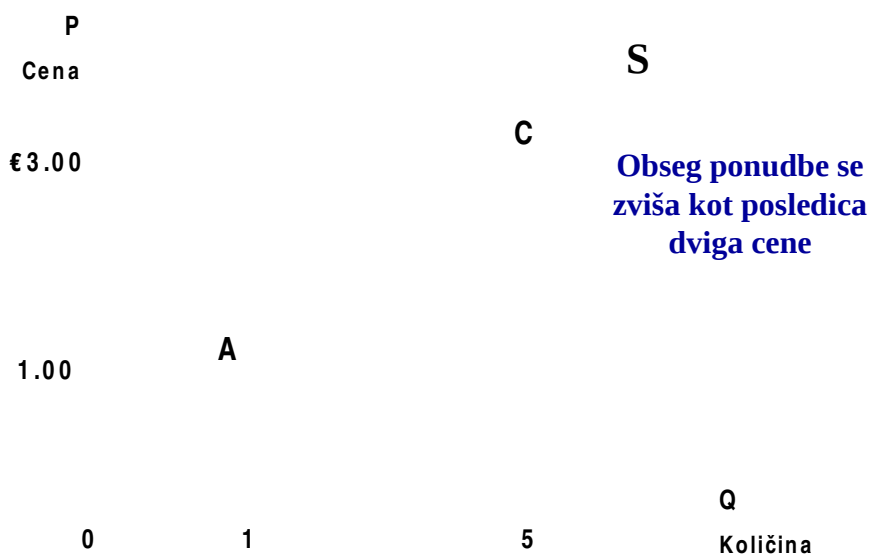
Na ponujeno količino vplivajo tudi druge okoliščine. Če ima prodajalec velike zaloge blaga, mu povečujejo stroške, zato je racionalna tudi prodaja po nižji ceni. Podobno je v primeru, da mora podjetje poravnati račun za dobavljeni material ali izplačati delavce, a je nelikvidno.

Če se ob dani ceni spremeni katerikoli dejavnik ponudbe, se bo spremenila tudi ponudba. Podjetnik npr. uvede novo tehnologijo in s tem zmanjša stroške poslovanja. To pomeni, da bo lahko v prihodnje ob enakih tržnih cenah ponujal večjo količino blaga – krivulja ponudbe se premakne v desno. Nasprotno je ob podražitvi goriva, zvišanju carin, povečanju plač. Ponudba se bo zaradi večjih stroškov zmanjšala, manj uspešni proizvajalci se bodo umaknili s trga, preostali pa bodo pri enakih cenah ponujali manj blaga. Krivulja ponudbe se premakne v levo.

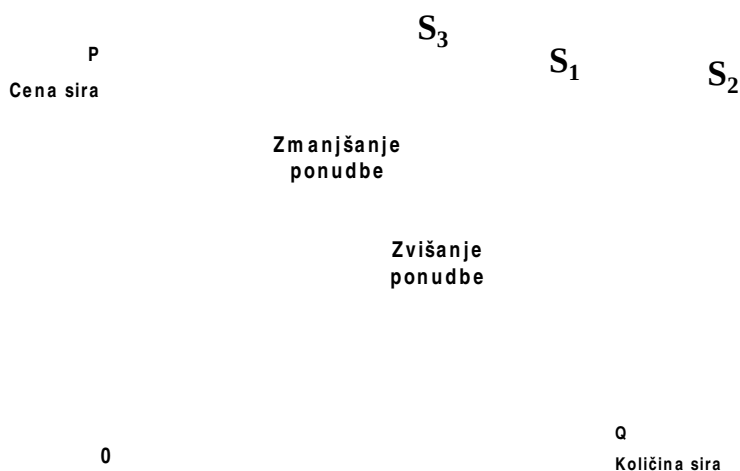
Krivulja ponudbe



Sprememba v obsegu ponudbe



Spremembe krivulj ponudbe



11.5.3 ELASTIČNOST PONUDBE

Cenovna elastičnost ponudbe pokaže odziv prodajalcev na spremembo tržne cene. Koeficient cenovne elastičnosti ponudbe pove, za koliko odstotkov se bo spremenila ponujena količina, če se cena blaga spremeni za en odstotek. Ker se cena in količina ponudbe spreminjata v isti smeri, je koeficient praviloma pozitiven.

Ponudba je neelastična, kadar je sprememba količine ponudbe manjša od spremembe cene – koeficient je manjši od 1.

Primer: koeficient cenovne elastičnosti ponudbe je 0,7, kar pomeni, da se bo ponujena količina povečala za 0,7 odstotka, če se cena dobrine poveča za en odstotek. Ker je vrednost koeficienta manjša od 1, je ponudba neelastična.

Kadar pa se ponudniki močno odzovejo na spremembo cene in se ponujena količina spremeni bolj kot cena blaga, takrat pravimo, da je **ponudba elastična** – koeficient je večji od 1.

Ravni elastičnosti

Popolno elastično

$$E_S = \infty$$

Elastično

$$E_S > 1$$

Relativno nelastično

$$E_S < 1$$

Popolno neelastično

$$E_S = 0$$

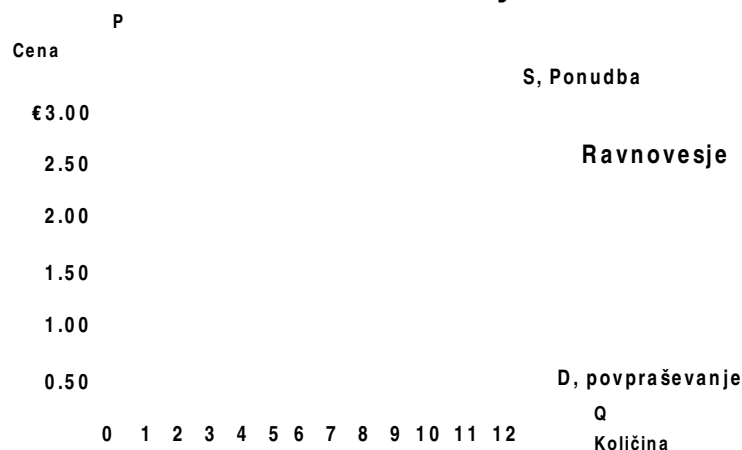
11.6 TRŽNO RAVNOVESJE

Ponudniki in povpraševalci so medsebojno povezani preko trga. Na popolnem konkurenčnem trgu se cena oblikuje samodejno, neodvisno od želja posameznih prodajalcev ali kupcev. Nanjo vplivata tako ponudba kot povpraševanje, zato cena ni takšna kot so si jo želeli tako prodajalci kot ponudniki.

Ob visoki ceni ponudniki ponudijo večje količine blaga in ponujena količina blaga je večja od tiste, ki bi jo ob dani ceni kupci kupili. V tem primeru govorimo o pojavu **presežne ponudbe**. Posledica presežne ponudbe je **zniževanje cen**. Med ponudniki blaga pride do **konkurence**, ki ceno znižuje. Ob nižji ceni s trga odhajajo ponudniki, ker jim cena ne pokriva več proizvodnih stroškov. Hkrati so kupci ob nižji ceni pripravljeni več kupiti, zato je presežek ponudbe čedalje manjši. Cena se znižuje, dokler obstaja presežna ponudba. Ko sta količin ponudbe in povpraševanja enaki, je na trgu doseženo **ravnovesje**.

Ravnovesna cena je cena, pri kateri je količina povpraševanja enaka količini ponudbe. To količino imenujemo ravnovesna količina.

Tržno ravnovesje



12 EKONOMIKA INVESTICIJ

S pojmom investicije razumemo vsa denarna vlaganja v prvine poslovnega procesa. Gre torej za investiranje tako v delovna sredstva kot tudi v predmete dela in delovno silo. Tako ločimo:

- Investiranje v ožjem pomenu, ki pomeni pridobivanje oz. nakupovanje stalnih sredstev (zgradb, strojev, poslovne opreme, vrednostnih papirjev, ...)
- Investiranje v širšem pomenu, ki pomeni vsakršno uporabo finančnih sredstev (povečanje vrednosti zaloge blaga, reklamna akcija, naložbe v kadre, raziskeve, ...)

Razlogi za investiranje:

- iztrošenost,
- ekonomsko staranje,
- usklajevanje zmogljivosti,
- proizvodnja kvalitetnejših proizvodov,
- povečanje zmogljivosti,
- uvajanje nove proizvodnje.

12.1 VRSTE INVESTICIJ

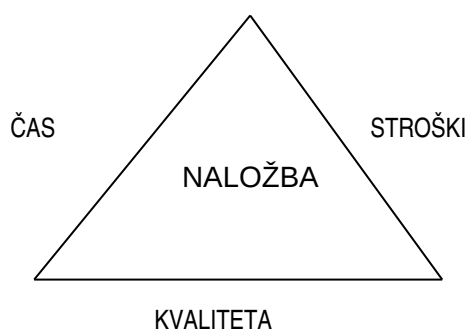
- Namen investiranja:
 - o gospodarske
 - o negospodarske
- Predmet investiranja:
 - o Bruto investicije (obnova obstoječih prvin poslovnega procesa, praviloma samo osnovna sredstva)
 - o Neto investicije (vlaganje v dodatne nove prvine)
- v pripravi, v teku, zaključene.

Vsak investicijski projekt ima svojega nosilca in enega ali več izvajalcev. Investicijski projekt je omejen s časom, stroški izvedbe in zahtevano kakovostjo. Običajno investicijski projekt zahteva več časa, povzroča več stroškov in je slabše kakovosti, kot je bilo zahtevano. Investitorji morajo zato stalno nadzorovati stroške, roke in kakovost.

12.2 OMEJITVE INVSTICIJSKEGA PROJEKTA

Obstaja časovni razkorak med vlaganji in učinki investicije, zato včasih investicije opredelimo kot **vsa današnja vlaganja za bodoče učinke**. Zaradi tega razkoraka so investicije tesno povezane z rizikom.

Vsak investicijski projekt je omejen s časom, stroški in kvaliteto, kar ponazorimo:



V splošnem velja, da

- daljše, kot je obdobje, ko bo investicija začela dajati učinke
- večja kot so investirana denarna sredstva
- večja kot je splošna negotovost poslovanja, večji je riziko, da investicija ne bo dajala pričakovanih učinkov.

12.3 OCENJEVANJE INVESTICIJSKIH OBJEKTOV

Elementi investicijskih odločitev

Preden se podjetje odloči za določen investicijski projekt, mora presoditi, kateri projekt bo največ prispeval k njegovi ekonomski moči. Zato mora oceniti, kateri izmed možnih projektov bo najbolj povečal dolgoročni dobiček podjetja in prispeval k drugim ciljem podjetja.

Proces odločanja o investiciji zajema naslednje faze:

- ugotavljanje potrebe po investiranju
- ugotavljanje potrebe po investicijskih projektih
- vrednotenje posameznih projektov po v naprej določenih kriterijih in metodah
- izbor projekta, ki najbolj zadovoljuje investicijske potrebe

Za sprejemanje investicijskih odločitev potrebujemo:

- **podatkovno podlago**, ki predstavlja denarni tok, ki ga moramo ugotoviti za vsak investicijski projekt posebej in pomeni razliko med prejemki in izdatki podjetja, ki jih bo povzročila določena investicija. Razliko med prejemki in izdatki imenujemo **donos**.
- **odločitveni model**, ki predstavlja metode vrednotenja investicijskih projektov. Metode vrednotenja razvrščamo v **statične in dinamične**.

12.4 METODE VREDNOTENJA INVESTICIJSKIH PROJEKTOV

Statične metode presojanja investicijskih projektov ne upoštevajo časovne vrednosti denarja, različne dinamike vlaganj in drugačne dinamike donosov.

Najpogosteje uporabljamo:

1. **koeficient rentabilnosti investicije**, ki nam pove, koliko denarja nam povrne vsaka vložena denarna enota in ga izračunamo:

$$R = \frac{D}{I} \times 100$$

R = rentabilnost investicije, D = donos investicije, I = investicijski vložek (kapital)

2. **metoda vračilnega obdobja**, s katero ugotavljamo dobo amortiziranja investicije, in jo imenujemo tudi metodo amortiziranja naložbe. Metoda je enostavna in ugotavlja čas, v katerem bomo dobili povrnjena investirana sredstva.

Ta metoda ima dve slabosti:

- ne upošteva, da je denar, ki ga prejmemo danes, več vreden, kot enaka vsota denarja v prihodnosti
- ne upošteva različne dinamike donosov, kar pomeni, da ne upošteva, saj so donosi skozi različna leta različni.

Zaradi navedenih slabosti se metoda uporablja pri investicijah, ki imajo krajšo življenjsko dobo.

Dinamične metode vrednotenja investicij so:

- **metoda neto sedanje vrednosti** ocenjene donose v prihodnjih letih diskontira (preračuna) na sedanjo vrednost. Temelji na dejstvu, da je denar, ki ga bomo prejeli v prihodnost, vreden manj kot danes.
- **Metoda interne stopnje donosnosti** – interna stopnja donosnosti je obrestna mera (diskontna stopnja), ki vsoto diskontiranih denarnih tokov izenači z nič.
- **Analiza cost-benefit** - ugotavljamo sedanjo vrednost bodočih stroškov in bodočih prihodkov. Tako dobljene sedanje vrednosti stroškov in prihodkov primerjamo med seboj. Interna stopnja donosnosti pomeni za podjetje stopnjo donosnosti, ki bi jo podjetje realiziralo, če bi denar naložilo v drugonajboljšo alternativo – npr. bančna obrestna mera. (oportunitetni stroški).

Metoda se uporablja predvsem pri velikih investicijah, pri razvojnih projektih ter pri odločitvah o investiranju v infrastrukturo.

13 TRŽENJE ALI MARKETING

Trženje je sistematična usmeritev celotnega podjetja, da zadovolji potrebe kupcev. Trženje poskuša določiti sedanje in bodoče potrebe kupcev, jih proučiti in tako omogočiti, da bi podjetje doseglo načrtovane cilje.

Primer:

V avtomobilski industriji upoštevajo pri konstrukciji in izdelavi avtomobila le toliko varnostnih ukrepov, kolikor prenese prodajna cena. Popolnoma varen avtomobil bi bil za kupce verjetno prevelik in predrag.

V pohištveni industriji upoštevajo pri izdelkih najpogosteje okus in zamisli kupcev ter ideje priznanih umetnikov.

Marketing je povezovanje proizvajalca, [izdelka](#) ali [storitve](#) z odjemalcem.

[Tržnik](#) se mora odločiti o tem, kaj bo predmet njegovega trženja, kakšna bo cena, kje bo to prodajal, preko katerih prodajnih poti in kakšna bo [promocija](#).

[Podjetje](#) mora pri svojih marketinških aktivnostih analizirati svoj trenutni položaj na trgu, konkurenco, določiti ustrezno ceno svojih storitev ali izdelkov, organizirati prodajne poti, ustvariti strategijo nastopa na trgu, strategijo cen, ... Osnovni namen marketinga je dvigniti krivuljo povpraševanja po izdelkih oz. storitvah podjetja, posledično, dvigniti krivuljo dobička.

Raziskava trga je osnova trženja podjetja. Z raziskavo trga si podjetje pridobi podatke o tržnih razmerah, konkurenci, nakupnih navadah potrošnikov, itd.

13.1 SEGMENTIRANJE TRGA

Segmentiranje trga je razčlenitev celotnega trga na enotne dele trga (tržne segmente). Glavni namen segmentiranja je prilagoditev ponudbe izdelkov zahtevam in pričakovanjem določene skupine kupcev z večjimi ali manjšimi zahtevami. Npr. kupci prestižnih in cenejših avtomobilov, začetniki in profesionalni igralci tenisa, Najpomembnejši kriteriji segmentiranja trga so:

- Geografski kriterij (domači trg, Evropa, države bivše Jugoslavije, ...)
- Demografski kriterij (spol, starost, dohodek, poklic, socialni položaj)
- Psihološki (osebnostni) kriterij (družabnost, aktivnost, konservativnost, ...)
- Kriterij vedenja (zvestoba izdelka, pogostost nakupa, povod za nakup)

13.2 DOLOČITEV CILJNIH TRGOV

Ko smo opredelili tržne segmente, se moramo odločiti, ali bomo obdelali celoten trg ali delne trge oz. koliko delne trge.

13.3 TRŽNO POZICIONIRANJE

Kako si potrošnik zamišlja najpomembnejše lastnosti izdelka, opredeljujemo s »pozicijo izdelka«. Pozicioniranje izdelka lahko temelji na:

- proizvodnih lastnostih (trajen, zanesljiv, eleganten,...)
- ceni (poceni, ugoden, drag)
- koristnosti (lep, dišeč, olajšanje dela,...)

Če obdelujemo na trgu različne tržne segmente, razvijamo praviloma več variant izdelka, ki jih prodajamo po različnih tržnih označbah (npr. trg pralnih praškov).

13.4 TRŽENJSKI SPLET

Ena prvih marketinških teorij je [Kotlerjeva teorija 4P](#), v [angleščini](#) (*product, price, place, promotion*) izdelek, cena, prostor (distribucija), promocija.

Politika izdelkov in sortimentov se nanaša na program izdelkov oz. sortiment, na sestavo posameznega izdelka in dodatne storitve, kot so servis, garancija, ... Podjetje se odloča o širini sortimenta (katere skupine izdelkov bo ponudilo) in o globini sortimenta (katere izvedbe, modele, barve itd. naj bi imel izdelek)

Politika prodajnih cen – z njo oblikujemo prodajne cene in pogoje, npr. višino rabatov, dobavne in plačilne pogoje. Odločitve podjetje sprejema na podlagi:

- ponudbe in povpraševanja
- informacij o kupcih
- konkurence
- cenovne elastičnosti
- stroškov

Distribucijska politika se nanaša na organizacijsko politiko prodajanja, npr. lastna prodajna služba, prodaja preko trgovskih zastopnikov, prodaja preko lastnih trgovin (lastna maloprodaja), ... Podjetje se lahko odloči za:

- direktno prodajo (prodaja na daljavo, trgovski potniki, predstavništva,...)
- indirektna prodaja (trgovina na debelo, trgovina na drobno, posredniki)

Kriteriji za odločitve so stroški in možnosti za neposredni stik s kupci.

Podjetje se odloča tudi o:

- organizaciji prevoza in skladiščenja
- izbira prevoznih poti
- določitev stopnje postrežbe
- določitev količine in kakovosti zaloge
- raven servisnih storitev

Politika komuniciranja obsega:

- oglaševanje prodaje (reklama - kdaj, preko katerih medijev, komu je reklama namenjena, stroški reklame,
- pospeševanje prodaje,
- stike z javnostjo.

Če podjetje uporablja navedene ukrepe stalno in sistematično, govorimo o trženju ali marketingu.

Viri in literatura:

1. Rebernik, M. 1999. Ekonomika podjetja. 3. izdaja, Ljubljana, Gospodarski vestnik
2. Fortič, H. 2004. Temelji ekonomije, Ljubljana, DZS
3. Kolarič, B., Gerečnik, A. 2003. Računovodstvo1, Ljubljana, DZS
4. Kolarič, B., Gerečnik, A. 2003. Računovodstvo 2, Ljubljana, DZS
5. Fortič, H. 2004, Sodobno gospodarstvo Slovenije, Ljubljana, DZS
6. Glas, M. 1999, Ekonomija, Ljubljana, Zavod RS za šolstvo
7. Melavc, D. 1995. Kako gospodariti, Kranj, Moderna organizacija
8. Zakon o gospodarskih družbah
9. Slovenski računovodski standardi
10. Peterlin, J. Repovž L. 2000. Financiranje, Koper, Visoka šola za menedžment