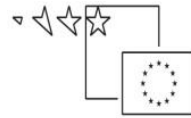




REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT



Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad

EKONOMIKA POSLOVANJA

PETER SELJAK

Višješolski strokovni program: Poslovni sekretar
Učbenik: Ekonomika poslovanja
Gradivo za 1. letnik

Avtor:

mag. Peter Seljak, univ. dipl. org.
IZ HERA
Višja strokovna šola



Strokovna recenzentka:

mag. Barbara Grintal, univ. dipl. org.

Lektorica:

Katarina Valič, prof. slov. jez., spec.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

658(075.8)(0.034.2)

SELJAK, Peter, organizator

Ekonomika poslovanja [Elektronski vir] : gradivo za 1. letnik /
Peter Seljak. - El. knjiga. - Ljubljana : Zavod IRC, 2011. -
(Višješolski strokovni program Poslovni sekretar / Zavod IRC)

Način dostopa (URL): http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokument/Ekonomika_poslovanja-Seljak.pdf. - Projekt Impletum

ISBN 978-961-6857-93-2

258219008

Izdajatelj: Konzorcij višjih strokovnih šol za izvedbo projekta IMPLETUM

Založnik: Zavod IRC, Ljubljana.

Ljubljana, 2011

Strokovni svet RS za poklicno in strokovno izobraževanje je na svoji 132. seji dne 23.9.2011 na podlagi 26. člena Zakona o organizaciji in financiranju vzgoje in izobraževanja (Ur. l. RS, št. 16/07-ZOFVI-UPB5, 36/08 in 58/09) sprejel sklep št.01301-5/2011/11-2 o potrditvi tega učbenika za uporabo v višješolskem izobraževanju.

© Avtorske pravice ima Ministrstvo za šolstvo in šport Republike Slovenije.

Gradivo je sofinancirano iz sredstev projekta Impletum Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008–11.

Projekt oziroma operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja ter prednostne usmeritve Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja.

Vsebina tega dokumenta v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije. Odgovornost za vsebino dokumenta nosi avtor.

KAZALO VSEBINE

1	OPREDELITEV OSNOVNIH POJMOV O EKONOMIKI	5
1.1	SPLOŠNO O EKONOMIKI	5
1.2	REDKOST IN EKONOMSKI PROBLEM	6
1.3	POTREBE IN ŽELJE	8
1.4	DOBRINE	10
1.5	PROIZVODNI DEJAVNIKI	11
1.6	TRI TEMELJNA GOSPODARSKA VPRAŠANJA	11
1.7	CELOTNA IN MEJNA KORISTNOST	12
1.8	PREMICA ALTERNATIVNE MOŽNOSTI POTROŠNJE	14
2	POSLOVNI SISTEM.....	20
2.1	POJEM PODJETJA	20
2.2	VRSTE PODJETIJ.....	21
2.3	PRVINE POSLOVNEGA PROCESA.....	24
2.3.1	Delovna sredstva.....	24
2.3.2	Predmeti dela	25
2.3.3	Delo (delovna sila).....	25
2.3.4	Storitve	26
3	DELOVANJE TRGA	29
3.1	POJEM TRGA	29
3.2	DEJAVNIKI TRŽNE KONKURENCE	31
3.3	POVPRAŠEVANJE.....	34
3.3.1	Dejavniki povpraševanja	34
3.3.2	Splošni zakon povpraševanja.....	35
3.3.3	Sprememba povpraševanja	37
3.3.4	Elastičnost povpraševanja.....	38
3.4	PONUDBA	41
3.4.1	Dejavniki ponudbe.....	41
3.4.2	Splošni zakon ponudbe	42
3.4.3	Elastičnost ponudbe	43
3.5	TRŽNO RAVNOTEŽJE	44
4	ZASLUŽKI ZAPOSLENCEV	49
4.1	POJMI ZASLUŽEK, STROŠEK DELA, PLAČA	49
4.2	BRUTO IN NETO PLAČA	50
4.3	DOLOČANJE PLAČ ZAPOSLENCEM	51
4.4	IZRAČUN PLAČE	52
5	SREDSTVA IN VIRI SREDSTEV	54
5.1	PREMOŽENJE IN SREDSTVA	54
5.2	VIRI SREDSTEV	57
5.3	BILANCA STANJA	60
6	STROŠKI.....	64
6.1	STROŠEK, POTROŠEK, IZDATEK, ODHODEK.....	64
6.2	VRSTE STROŠKOV	65
6.2.1	Stalni (fiksni) stroški	66
6.2.2	Spremenljivi (variabilni) stroški	67
6.2.3	Skupni stroški	67
6.2.4	Direktni in indirektni stroški.....	71
6.2.5	Dodatni in mejni stroški	72
6.3	SPREMLJANJE IN ANALIZIRANJE STROŠKOV	73
7	POSLOVNI IZID PODJETJA	76
7.1	POSLOVNI IZID	76
7.2	PRIHODKI.....	77
7.3	ODHODKI	78
7.4	DOBIČEK.....	79

7.5	IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA.....	79
8	EKONOMSKI KAZALNIKI USPEŠNOSTI	85
8.1	USPEŠNOST POSLOVANJA	85
8.2	RENTABILNOST ALI DONOSNOST	87
8.3	EKONOMIČNOST ALI GOSPODARNOST	88
8.4	PRODUKTIVNOST ALI PROIZVODNOST	89
8.5	KAZALNIK PLAČILNE SPOSOBNOSTI	89
8.6	DELEŽ KAPITALA IN DOLGOV V FINANCIRANJU.....	90
8.7	PRAG POKRITJA	90
9	LITERATURA	94

KAZALO SLIK

Slika 1: Delovanje ekonomike.....	6
Slika 2: Razvrstitev potreb po Maslowu.....	6
Slika 3: Razmerje med potrebo in dobrino.....	7
Slika 4: Redkost in izbira.....	7
Slika 5: Razlika med željo in potrebo.....	8
Slika 6: Značilnosti potreb.....	9
Slika 7: Proizvodni dejavniki.....	11
Slika 8: Celotna koristnost, ki jo občuti Miha, ko poje hamburgerje.....	13
Slika 9: Mejna koristnost, ki jo občuti Miha, ko poje hamburgerje.....	13
Slika 10: Alternativna možnost Mihove potrošnje.....	15
Slika 11: Premik premice potrošnje zaradi zvišanja cen dobrin.....	16
Slika 12: Premik premice potrošnje zaradi povečanja dohodka.....	17
Slika 13: Vrste podjetij.....	21
Slika 14: Delež podjetij, prihodka in število zaposlenih v Sloveniji leta 2009.....	23
Slika 15: Število podjetij v gospodarski dejavnosti v Sloveniji leta 2009.....	23
Slika 16: Zunanje izvajanje dejavnosti v Sloveniji.....	27
Slika 17: Osnovna logika delovanja tržnega mehanizma.....	29
Slika 18: Vrste trga glede na obseg poslovanja.....	31
Slika 19: Krivulja povpraševanja za češnje.....	36
Slika 20: Sprememba obsega povpraševanja.....	36
Slika 21: Povečanje in zmanjšanje povpraševanja.....	38
Slika 22: Popolnoma neelastično in neelastično povpraševanje.....	38
Slika 23: Popolnoma elastično in elastično povpraševanje.....	39
Slika 24: Enotno elastično povpraševanje.....	39
Slika 25: Krivulja ponudbe.....	43
Slika 26: Tržno ravnotežje.....	45
Slika 27: Razdelitev stroška dela.....	50
Slika 28: Bilanca stanja.....	60
Slika 29: Vrste stroškov.....	65
Slika 30: Stalni in povprečni stalni stroški.....	66
Slika 31: Spremenljivi stroški in povprečni spremenljivi stroški.....	67
Slika 32: Skupni stroški.....	68
Slika 33: Grafična ponazoritev skupnih stroškov v podjetju BCD.....	70
Slika 34: Grafična ponazoritev povprečnih stalnih in spremenljivih stroškov.....	70
Slika 35: Vrste poslovnega izida.....	76
Slika 36: Prihodki.....	77
Slika 37: Odhodki.....	78
Slika 38: Izkaz poslovnega izida.....	80
Slika 39: Preoblikovanje sredstev.....	86
Slika 40: Tok proizvodnih virov v podjetju.....	86
Slika 41: Prag pokritja.....	91

KAZALO TABEL

Tabela 1: Vrste potreb in primeri potreb.....	9
Tabela 2: Vrste dobrin in primeri dobrin.....	10
Tabela 3: Koristnost, celotna koristnost in mejna koristnost hamburgerjev.....	12
Tabela 4: Lestvica možnosti nakupa.....	14
Tabela 5: Lestvica možnosti nakupa.....	16
Tabela 6: Lestvica možnosti nakupa.....	17
Tabela 7: Kriteriji za delitev podjetij po velikosti.....	22
Tabela 8: Število podjetij v Sloveniji v letu 2009 glede na število delavcev in org. obliko.....	22
Tabela 9: Število podjetij v Sloveniji v letu 2009 glede na število delavcev in org. obliko.....	26
Tabela 10: Oblike konkurence.....	32
Tabela 11: Dejavniki povpraševanja.....	34
Tabela 12: Dejavniki ponudbe.....	42
Tabela 13: Ravnanja potrošnikov in producentov.....	44
Tabela 14: Primer razporeditve delovnih mest po tarifnih razredih.....	51
Tabela 15: Primer izračuna plače zaposlenca.....	52
Tabela 16: Dolgoročna in kratkoročna sredstva.....	55

Tabela 17: Izračun nabavne vrednosti stroja.....	56
Tabela 18: Izračun podatkov za amortizacijski načrt.....	57
Tabela 19: Amortizacijski načrt.....	57
Tabela 20: Postavke kapitala in dolgov	58
Tabela 21: Bilanca stanja podjetja ABC na dan 31. 12. 2010.....	61
Tabela 22: Stalni stroški v podjetju ABC	66
Tabela 23: Spremenljivi stroški v podjetju ABC	67
Tabela 24: Skupni stroški v podjetju ABC	68
Tabela 25: Stroški v podjetju BCD	68
Tabela 26: Delitvena kalkulacija v podjetju ABC	72
Tabela 27: Izračuni posameznih kategorij stroškov v podjetju DEF	73
Tabela 28: Členitev dobička	79
Tabela 29: Prikaz izkaza poslovnega izida	80
Tabela 30: Prikaz prihodkov in odhodkov za računovodsko podjetje	82
Tabela 31: Podatki o poslovanju računovodskega podjetja	88

NAGOVOR ŠTUDENTOM

»Sodelovanje več tisoč visoko specializiranih v tržni družbi je izvor blaginje, ki je dostopna tudi ubogemu sleherniku. Seveda, v primerih s posebnim razkošjem imenitnejših ljudi je njegovo udobje nedvomno videti skrajno preprosto in pičlo in vendar morda drži, da po udobju kak evropski princ ne prekaša tako zelo delavnega in varčnega kmeta, kakor slednji prekaša marsikaterega afriškega kralja, popolnega gospodarja življenja in svobode deset tisoč golih divjakov.«

Adam Smith, Bogastvo narodov

Ekonomija je veda, s katero se vsakdo, ne da bi se tega vedno zavedal, srečuje pri praktičnih odločitvah v življenju. V sodobnem svetu mora vsakdo sprejemati odločitve, bodisi kot posameznik bodisi del družine na področju porabe, bodisi kot gospodarstvenik, strokovnjak bodisi delavec na področju proizvodnje in prodaje. Tudi poslovni sekretarji naj bi skozi proces izobraževanja prišli do osnovnega znanja s področja ekonomije, ki je nujno za razumevanje delovanja narodnega gospodarstva pa tudi za razumevanje delovanja vsakega podjetja. Ker se z ekonomskimi zakonitostmi in delovanjem ekonomije srečujemo vsakodnevno, je pravilno, da razumemo njihovo delovanje.

»Človeštvo bi bilo veliko srečnejše, če bi bilo delo cilj življenja, ne pa samo sredstvo za preživljanje.«

Auguste Rodin

Znaki v gradivu:



Preverjanje razumevanja



Pomembno



Vaja ali



Dodatno raziščite

1 OPREDELITEV OSNOVNIH POJMOV O EKONOMIKI

»Obeda si ne obetamo zaradi mesarjeve, pivovarjeve ali pekove dobrohotnosti, marveč zato, ker se trudijo za svoj prid. Ne nagovarjamo njihove človečnosti, marveč sebičnost in nikoli jim ne govorimo o svojih potrebah, marveč o njihovih koristih.«

Adam Smith, Bogastvo narodov

Ernest Hemingway je nekoč ponudil preprost odgovor. Bogati niso nič drugačni od drugih ljudi, le več denarja imajo. Razumevanje bogastva se z zgodovino spreminja. V predindustrijski dobi so bogati aristokrati posedovali zemljo, bogastvo pa so si prisvajali z močjo politike in vojske. Kapitalizem nasprotno s tržno delitvijo dela razdeli javno od zasebnega. Bogati posamezniki postajajo običajni državljani, trgovci in podjetniki. Ekonomsko bogastvo Rothschildov, Rockenfellerjev ali Vanderbiltov izhaja iz njihove podjetniške sposobnosti in nove ekonomske demokracije, da v bistvu zadovoljujejo potrebe drugih. Henry Ford je na primer ljudem priskrbel množične avtomobile, Michael Dell cenene računalnike, Bill Gates globalna spletna orodja, Ingvar Kamprad pa mrežo trgovin Ikea (Kovač, 2007). Vsi od naštetih pa so gotovo dobro razumeli pomen ekonomike pri svojem poslovanju.

V tem poglavju bomo obravnavali:

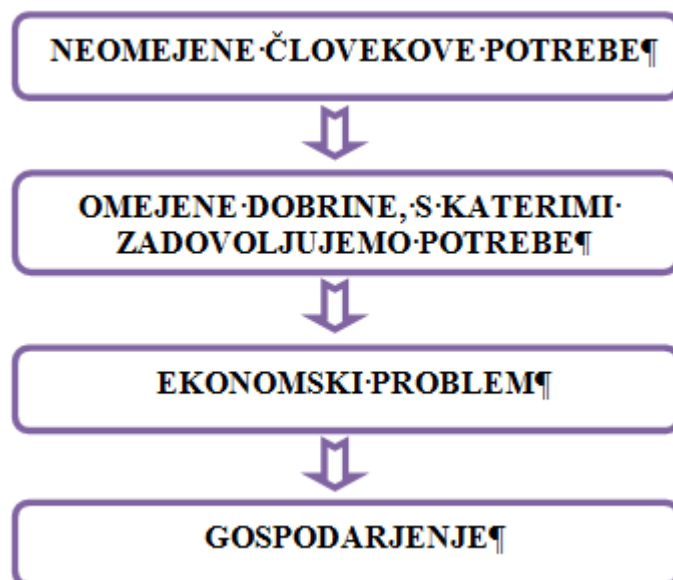
- pojem ekonomike,
- redkost dobrin in ekonomski problem,
- potrebe in želje,
- dobrine,
- proizvodne dejavnike,
- temeljna ekonomska vprašanja,
- krivuljo proizvodnih možnosti in oportunitetne stroške,
- celotno in mejno koristnost,
- premico alternativnih možnosti potrošnje.

1.1 SPLOŠNO O EKONOMIKI



Ekonomika podjetja je veda, ki **proučuje zakonitosti gospodarjenja, ki je umno in načrtno pridobivanje in uporabljanje dobrin**. Ekonomika podjetja se **ukvarja z ekonomskimi problemi, ki nastopijo vselej, kadar ni mogoče zadovoljiti potreb, ker za to ni dovolj virov**. Vsaka družba, vsako podjetje in vsak posameznik se spopada s **problemom; na eni strani z neomejenimi človeškimi željami in s potrebami in na drugi strani z omejenimi možnostmi**. Temu neravnovesju v ekonomiki pravimo **ekonomski problem** (Rebernik, 2008, 16). To je znanost, ki **proučuje gospodarske pojave v okviru posameznega poslovnega sistema in pri njegovih stikih z okoljem, raziskuje dejavnike njegove učinkovitosti in uspešnosti ter opredeljuje zakonitosti pojavov v zvezi z njim** (Turk, 2006, 14). Išče tudi načela in zakonitosti, ki se pojavljajo v tako opredeljenem procesu reprodukcije, vse z namenom odkrivati možnosti vplivanja na uspešnost gospodarjenja v podjetjih (Pučko in Rozman, 1992, 4). **Ekonomika podjetja se ukvarja s proučevanjem organiziranosti in strukture podjetja, procesov v podjetju, z njegovim ravnanjem in analizo okolja, v katerem podjetje deluje** (Bojnec et al., 2007, 33).

Osnovni princip delovanja ekonomike je prikazan na sliki 1.



Slika 1: Delovanje ekonomike

Temeljna naloga vsake države naj bi bila zagotoviti osnovne fiziološke potrebe vsakega posameznika. To so potreba po hrani, pijači, obleki in bivanju. Maslowa lestvica potreb in povezanosti z ekonomiko je prikazana na sliki 2.



Slika 2: Razvrstitev potreb po Maslowu



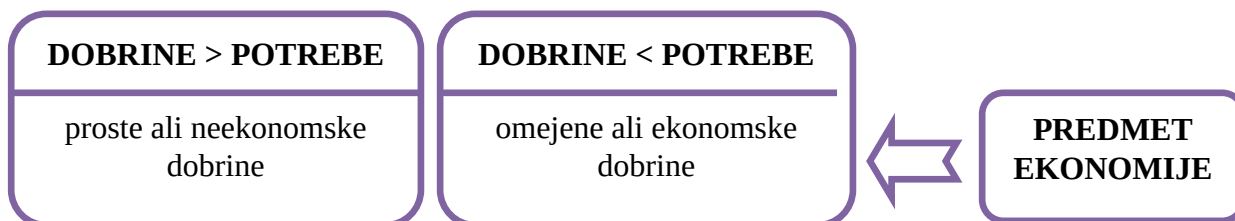
Razmislite, ali je v Sloveniji poskrbljeno za zadovoljitev osnovnih človekovih potreb?
Katere ustanove se ukvarjajo z zadovoljitvijo teh osnovnih, za življenje pomembnih potreb posameznika?

1.2 REDKOST IN EKONOMSKI PROBLEM

Temeljni ekonomski problem je v redkosti dobrin. Ko govorimo o omejenosti sredstev oziroma dobrin, ne gre samo za količino, temveč za razmerje med razpoložljivo količino dobrine in človeškimi potrebami. Prav tako je **dobrina omejena s svojo ceno**. Kadar je dobrin manj, kot znašajo potrebe ljudi, gre za ekonomske ali relativno redke dobrine in z njimi se ekonomija ukvarja, ker so predmet gospodarjenja (Glas, 2001, 15). **Redkost dobrin pomeni, da ne obstaja dovolj**



proizvodnih dejavnikov in posledično dobrin, da bi potešili neomejene potrebe in želje ljudi (Bojnec et al., 2007, 18). Temeljni ekonomski problem redkosti, ki nastane zaradi neomejenih želja in omejenih virov za njihovo zadovoljitev, nas prisili v to, da moramo izbirati (Rebernik, 2008, 17).



Slika 3: Razmerje med potrebo in dobrino.

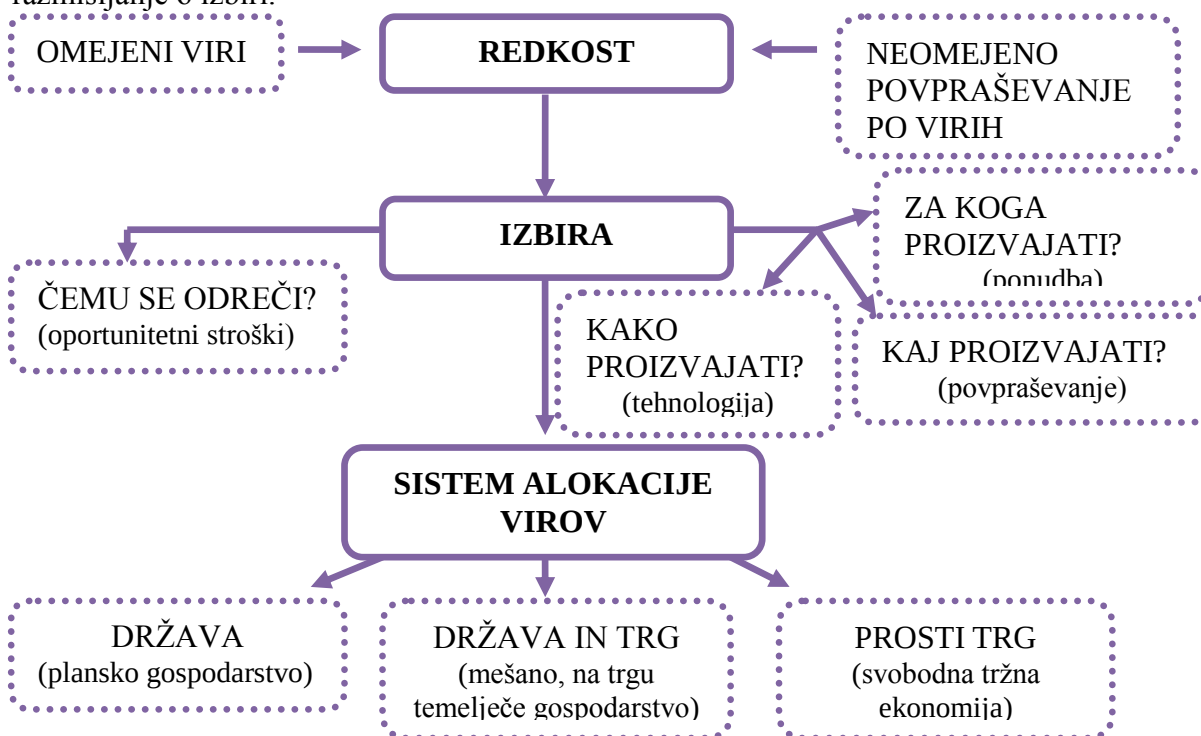


Ali se tudi bogate države srečajo z redkostjo virov? Ali se tudi bogataši srečujejo z ekonomskim problemom?



Ekonomski osebki so vedno v neravnovesju med svojimi potrebami in željami na eni strani in omejenimi dobrinami na drugi strani. Zato morajo svoja razpoložljiva sredstva uporabljati gospodarno, kar pomeni, da skušajo s čim manj sredstvi doseči čim večji učinek (min-max načelo). To neuravnoteženo razmerje pomeni ekonomski problem, s katerim se ubada vsak ekonomski osebek.

Prav tako se z ekonomskim problemom srečujejo podjetja, saj so sredstva, ki so na voljo za proizvodnjo in proizvedena količina dobrin, omejena. Če bi mogli proizvajati neskončne količine vsake dobrine ali če bi mogli človeške potrebe popolnoma zadovoljiti, bi bilo življenje povsem drugačno. Vsakdo bi dobil toliko, kakor bi želel, zato ne bi bilo pomembno, ali ravnamo izrazito premišljeno. Vseeno bi bilo, kako bi dobrine in dohodke razdeljevali med posameznike in družine. Na sliki 4 sta prikazana ekonomski problem in razmišljanje o izbiri.



Slika 4: Redkost in izbira
Vir: Rebernik, 2008, 17



Pomislite, kako racionalno ravnate s svojim mesečnim proračunom v vašem gospodinjstvu? Ali se ravnate po načelu min-max? Zakaj moramo tudi s svojim družinskim proračunom ravnati racionalno? Kaj se zgodi, če ne?

Ker so dobrine sorazmerno redke, moramo z njimi premišljeno ravnati in gospodariti.

Ko gre za same dobrine, mora družba oblikovati mehanizem, s katerim se določa kdo, v kakšnem obsegu in kdaj lahko dobi posamezno ekonomsko dobrino. Takšen mehanizem je lahko tržni mehanizem, ki prepušča posamezniku odločitev, ali je pripravljen plačati dobrino po določeni ceni, sicer je ne dobi (Glas, 2001, 12). Iz ekonomske zgodovine so znani tudi drugačni mehanizmi omejevanja porabe, npr. boni za gorivo, redukcija električne energije...



Se spominjate obdobje stabilizacije leta 1980? Če ste mlajša generacija, o tem povprašajte svoje starše in naj vam razložijo, kako se je takratna družba spopadala z omejenostjo dobrin. Naj vam povejo, kako se je varčevalo z energijo, s porabo goriva in z drugimi dobrinami.

Večina dobrin, s katerimi danes zadovoljujemo potrebe, ne izvira neposredno iz narave, temveč jih proizvedemo. **Zato mora vsaka družba v svoji fazi proizvodnje nenehno tehtati, izbirati, se racionalno odločati o tem, kaj in kako bo proizvajala, da bo čim učinkovitejše poslovala.** Pri svojem poslovanju je omejena tako s finančnimi kot materialnimi sredstvi. Pri svojem poslovanju mora imeti ves čas v mislih min-max načelo gospodarjenja, ki pomeni, da z danimi sredstvi doseže čim večji učinek ali da določeni učinek doseže z minimalnimi stroški. Družbe skušajo s čim manjšimi stroški doseči čim višji dobiček ali s čim manj proizvodnimi dejavniki (delovno silo, delovnimi sredstvi in predmeti dela) ustvariti čim več in čim boljše proizvode.

1.3 POTREBE IN ŽELJE



Človek čuti potrebo kot pomanjkanje nečesa. Se pravi, ko človeku nekaj manjka, si to želi oziroma potrebuje in želi pomanjkanje odpraviti.

Človek v svojem življenju potrebuje zrak, vodo, hrano, dom, obleko, spoštovanje, občutek varnosti in pripadnosti. Te osnovne potrebe so v človeku, so bistvo človekove narave.

POTREBA	ŽELJA
omogoča obstoj življenja	je izbira boljšega
potreba po hrani	želja po točno določeni vrsti hrane

Slika 5: Razlika med željo in potrebo

Želje so povezane s specifičnim izdelkom ali storitvijo, ki naj bi zadovoljila potrebo. Da bi lažje začutili razliko med potrebo in željo, nam služi naslednji primer: Miha potrebuje hrano, ker je lačen, toda želi si biftek na žaru. Potrebuje obleko, toda želi si Armanijevo obleko, potrebuje ugled, toda želi si Audi Q7. Želje se v prostoru in času, za razliko od potreb, neprestano oblikujejo in spreminjajo. Domorodci v Afriki si lakoto potešijo z drevesnim lubjem, potrebo po obleki z listom ali s krpo in ugled z ogrlico iz zob.

Torej, razlika med željo in potrebo je v tem, da so potrebe tiste, ki omogočajo obstoj življenja, želje pa že izbiro boljšega oziroma točno določenega izdelka ali storitve.

Razlika je grafično prikazana na sliki 5. Človek preživi, če je kruh in pije vodo, vendar si navadno želi boljšo hrano in drugo pijačo. Dobrine pa so sredstvo za zadovoljevanje potreb. Če imamo potrebo po hrani, je dobrina hrana. Če je naša potreba po stanovanju, je dobrina stanovanje.

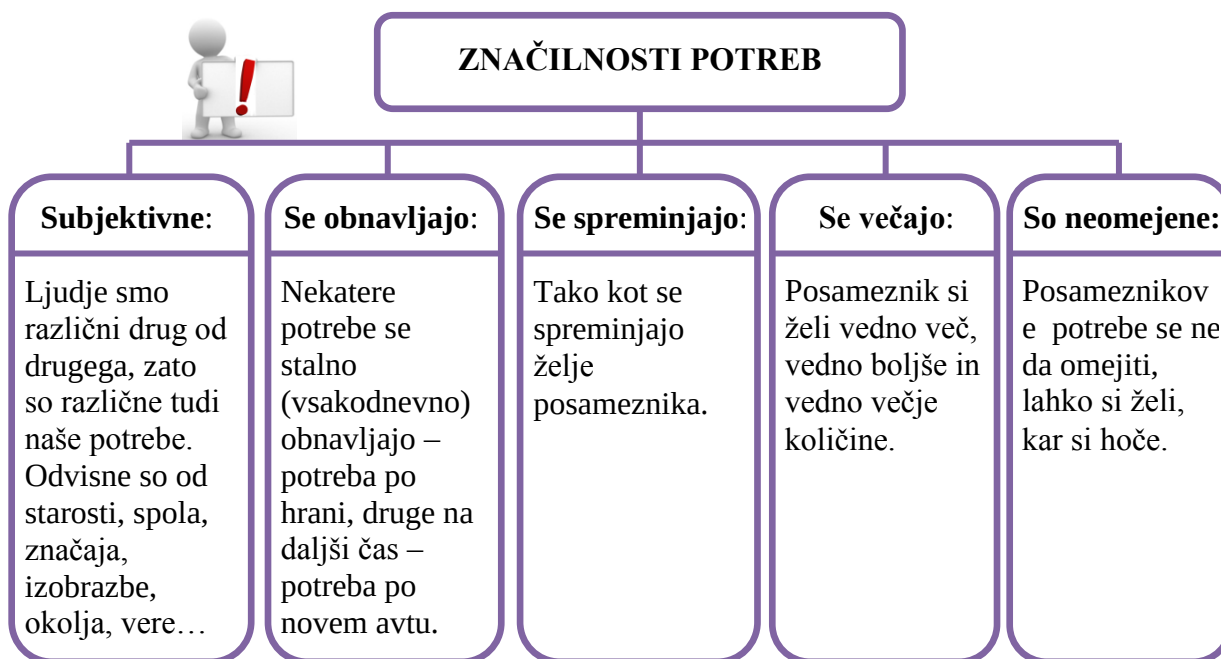


Razmislite in opredelite vaše trenutne želje in potrebe. Obrazložite, zakaj ste določene občutke opredelili med potrebe in zakaj med želje.

Tabela 1: Vrste potreb in primeri potreb

POTREBE VEZANE NA GOSPODARSTVO	
Gospodarstvo jih ne more zadovoljiti: – potreba po varnosti – potreba po ljubezni – potreba po prijateljih – potreba po pohvali – potreba po uveljavitvi v družbi...	Gospodarstvo jih lahko zadovolji: – potreba po hrani in pijači – potreba po obleki – potreba po stanovanju – potreba po šolanju – potreba po prevozu...
POTREBE PO NUJNOSTI	
Življenjskega pomena: – potreba po hrani in pijači – potreba po dihanju –	Kulturne in luksuzne: – potreba po posebnih vrstah jedi – potreba po modnih oblačilih – potreba po obisku kina – potreba po branju knjig...
POTREBE PO ŠTEVILU NOSILCEV	
Osebne: – potreba po zbiranju znamk – potreba po lastnem avtu – potreba po udejstvovanju pri športu –	Družbene: – potreba po šolah – potreba po bolnišnicah – potreba po cestah – potreba po sodstvu in zakonih...

Na sliki 6 so predstavljene glavne značilnosti potreb.



Slika 6: Značilnosti potreb



Za potrebo po hrani opredelite njene značilnosti: da je subjektivna, da se obnavlja, spreminja, večja in da je neomejena.

1.4 DOBRINE



Dobrine so sredstvo za zadovoljevanje potreb in želja in prinašajo posamezniku korist, torej imajo zanj uporabno vrednost (Bojnec et al., 2007, 18).

Za vsakega posameznika ima dobrina različno uporabno vrednost. Dobrina dobi uporabno vrednost, ko posameznik čuti potrebo ali željo po njej. Če gledamo Maslowo lestvico potreb, si lahko predstavljamo, da za posameznika pohvala nima nikakršne uporabne vrednosti oziroma koristi, če je lačen in žejen. Če si posameznik želi samo mobilni telefon Samsung Galaxy S 2, mu nima smisla prodajati telefon Nokia X7 ali HTC Sense. Če bi nekdo želel v gostilni naročiti jedi z žara, nima smisla, da se mu ponuja govejo juho in praženi krompir.

Proste dobrine so tiste, za katere nam ni potrebno plačati. To so zrak, svetloba, morska voda, plodovi narave, pa vendar tudi pri teh dobrinah ne smemo zanemariti ekonomičnega ravnanja z njimi in lahko govorimo o gospodarjenju z njimi. Pri trošenju teh prostih dobrin moramo vedeti, da jih v naravi ni v neomejenih količinah oziroma da jih lahko potrošimo hitreje, kot jih je narava sposobna ponovno zagotoviti. Zato skrbimo za to, da ne onesnažujemo zraka, pri nabiranju plodov iz narave skrbimo, da jih ne naberemo preveč. Lastnik gozda mora po zakonu o gozdovih dovoliti nabiranje plodov, zelnatih rastlin in gob. Ker pa je lastnik gozda zavezan k gospodarnemu ravnanju, lahko omeji količino nabranih plodov, rastlin in gob, sploh če je ogrožena posamezna rastlinska vrsta ali funkcionalnost gozda. Znana je omejitev količine nabranih gob v gozdu, in sicer na dva kilograma na človeka. Ali je ta številka ustrezna ali ne, pa je že drug problem. plodovi narave so naravna dobrina, ko so brezplačni. Če moramo zanje plačati, so to ekonomska dobrina. Če torej kupimo gobe na tržnici, moramo zanje odšteti denar.

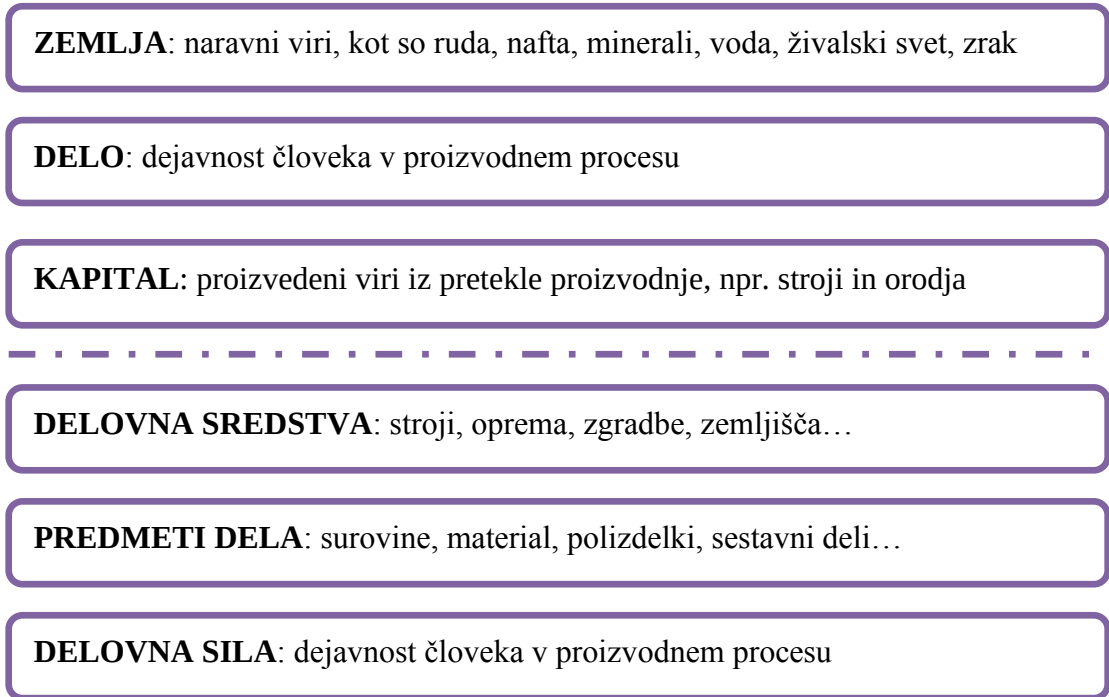
Tabela 2: Vrste dobrin in primeri dobrin

DOBRINE GLEDE NA RAZPOLOŽLJIVOST	
Naravne (proste) dobrine:	Ekonomske dobrine:
– zrak	– hrana in pijača, obleka
– svetloba	– stanovanje
– morska voda	– avto
– plodovi narave	– izobrazba
–	–
DOBRINE GLEDE NA OBLIKO	
Stvarne (materialne):	Nematerialne:
– hrana in pijača	– izobrazba
– avto	– varnost
– mobilni telefon	– bančna storitev
–	–
DOBRINE GLEDE NA TO, KOMU SO NAMENJENE	
Neposredni porabi:	Posrednemu zadovoljevanju potreb:
– hrana	– stroji
– avto	– orodje in naprave
– stanovanje	– materiali za proizvodnjo drugih
–	dobrin

1.5 PROIZVODNI DEJAVNIKI



Proizvodni dejavniki so osnova ekonomskega sistema in gospodarjenja. **To so elementi, ki jih podjetje uporablja za proizvodnjo dobrin. Glede na njihovo naravo ali nastanek ločimo zemljo, delo in kapital, glede na vlogo v proizvodnem procesu pa na delovna sredstva, predmete dela ter delo in storitve** (Bojnec et al., 2007, 20).



Slika 7: Proizvodni dejavniki

1.6 TRI TEMELJNA GOSPODARSKA VPRAŠANJA

Na ravni podjetja se iščejo odgovori na tri temeljna gospodarska vprašanja (Bojnec et al., 2007, 24).

- **Kaj proizvajati in v kakšnih količinah?** Gre za vprašanje izbire med možnimi količinami proizvodnje posameznih izdelkov in storitev.
- **Kako proizvajati?** Gre za vprašanje, s katerimi sredstvi in po katerem tehnološkem postopku proizvajati.
- **Za koga proizvajati?** Gre za vprašanje prisvajanja in razdelitve rezultatov podjetja med lastnike proizvodnih dejavnikov in potencialne kupce dobrin.



Podjetja skušajo poiskati takšne odgovore, ki bodo čim bolj gospodarni, torej s čim manj sredstvi doseči čim večji učinek. Za odgovor, kaj proizvajati in v kakšnih količinah, je potrebno raziskati trg in rezultate prilagoditi sposobnostim in razmeram podjetja. Kako proizvajati, je potrebno pogledati zmožnosti podjetja: to je, kakšna sredstva in delovno silo ima podjetje na voljo. Za koga proizvajati, je prav tako potrebno odgovor poiskati na trgu, saj je potrebno poznati značilnosti in nakupne navade kupcev proizvodov, ki jih podjetje proizvaja.

Odgovore ni poiskati enostavno. Prav tako odgovor ne velja za celotno obdobje življenjske dobe podjetja, ampak mora podjetje ves čas spremljati notranje in zunanje okolje, saj se spremembe dogajajo neprestano.

1.7 CELOTNA IN MEJNA KORISTNOST

Če želimo razumeti delovanje potrošnikove izbire in izbire družbe, moramo najprej razumeti pojme koristnost, celotna koristnost in mejna koristnost.



Poraba posameznega proizvoda ali storitve nudi posamezniku določeno ugodje, zadovoljstvo, ki ga imenujemo koristnost. Koristnost dobrine je v tem, da zadovolji določeno potrebo (Glas, 2001, 59).



Ko opazujemo celotno zadovoljstvo, ki ga dosežemo s porabo nekaj enot določene dobrine, govorimo o celotni koristnosti (Glas, 2001, 60).

Mejna koristnost je količina, za katero se spremeni celotna koristnost, če spremenimo porabo določene dobrine za eno enoto. Zmanjšanje mejne koristnosti pri porabi nadaljnjih enot iste dobrine imenujemo zakon padajoče mejne koristnosti (Glas, 2001, 60).

Poglejmo si vse tri pojme na praktičnem primeru.

Miha je lačen, zato se odloči, da bo šel v McDonalds. V tabeli 3 so prikazane vrednosti: število hamburgerjev, ki jih poje, kolikšna je njihova celotna koristnost in kolikšna mejna koristnost. Predpostavimo, da merimo koristnost hamburgerja z enoto 10 (to je zadovoljstvo, ki ga Miha občuti, ko poje hamburger). Vrednost 10 občuti Miha, ko je zelo zadovoljen.

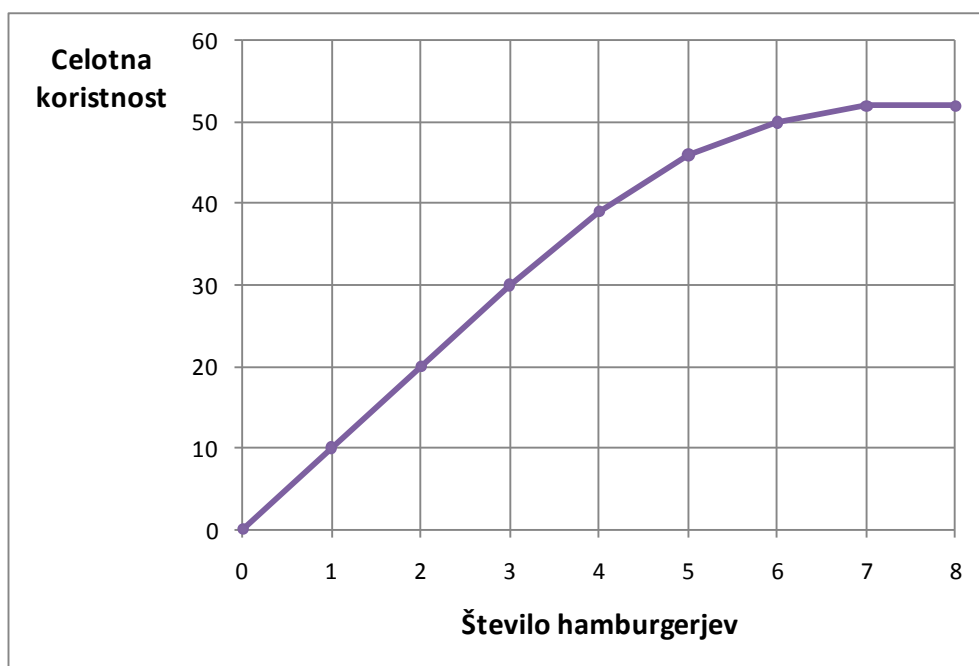
Tabela 3: Koristnost, celotna koristnost in mejna koristnost hamburgerjev

KOLIČINA HAMBURGERJEV	CELOTNA KORISTNOST HAMBURGERJEV	MEJNA KORISTNOST HAMBURGERJEV
0	0	
1	10	10
2	20 (10 + 10)	10
3	30 (20 + 10)	10
4	39 (30 + 9)	9
5	46 (39 + 7)	7
6	50 (46 + 4)	4
7	52 (50 + 2)	2
8	52 (52 + 0)	0

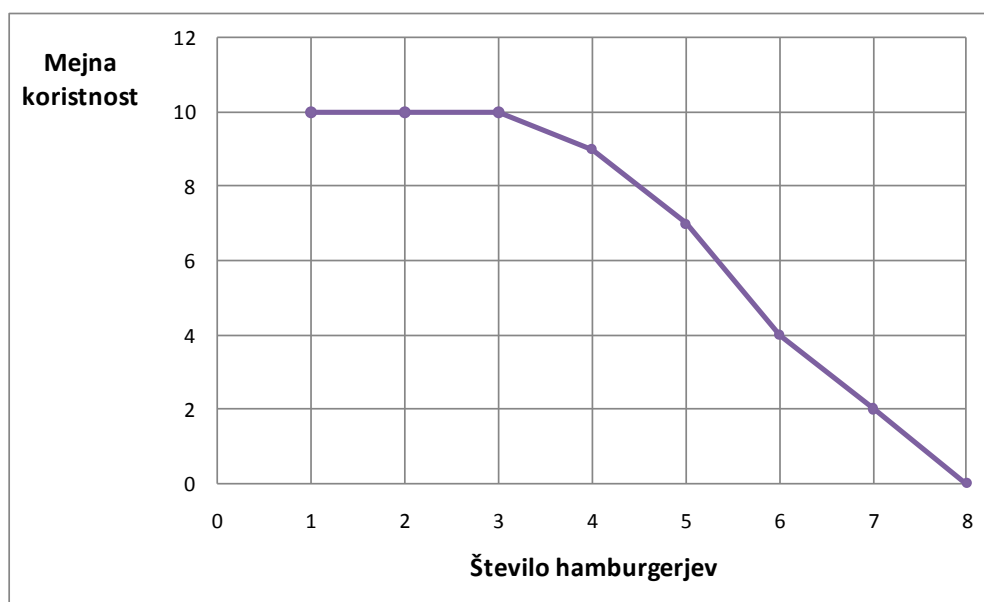
Ker je Miha resnično lačen, je zadovoljstvo s prvim hamburgerjem veliko (10). Ker so hamburgerji v McDonaldsu majhni, je Miha po prvem hamburgerju še vedno lačen, mu tudi drugi hamburger prinese veliko zadovoljstvo (10), prav tako tretji hamburger. Celotna koristnost hamburgerjev raste, saj se vrednosti mejnih koristnosti seštevajo. Po treh hamburgerjih je celotna koristnost 30. Sedaj pa Miha ni več lačen, a še vedno ni sit, zato bo pojedel še nekaj hamburgerjev. Četrty hamburger mu prinaša mejno koristnost v višini 9, saj njegovo zadovoljstvo s hamburgerji že počasi pada. Vsak naslednji hamburger mu prinaša manjše zadovoljstvo (nižjo mejno koristnost), saj je z vsakim dodatnim hamburgerjem vse

bolj sit. Recimo, da mu je pri sedmem hamburgerju že počasi slabo, zato mu osmi hamburger ne prinaša več nobenega zadovoljstva. Mejna koristnost osmega hamburgerja je nič, saj se je Miha že pred tem dobro najedel hamburgerjev. Vsak nadaljnji hamburger mu ne bi več prinesel nobenega zadovoljstva (mejna koristnost je nič), zato se vrednost celotne koristnosti s povečanjem količine hamburgerjev ne bi več spremenila.

Na sliki 8 in 9 sta prikazani celotna in mejna koristnost hamburgerjev, ki jih je pojedel Miha. Krivulja celotne koristnosti se večja, vendar vedno počasneje. Krivulja mejne koristnosti je padajoča in zanjo velja zakon padajoče mejne koristnosti.



Slika 8: Celotna koristnost, ki jo občuti Miha, ko poje hamburgerje



Slika 9: Mejna koristnost, ki jo občuti Miha, ko poje hamburgerje

Tako pridemo do spoznanja, da nam določene dobrine na začetku prinesejo velike mejne koristnosti, tako celotna koristnost te dobrine hitro narašča. Vendar se z večanjem porabe teh

dobrin njihova mejna koristnost niža, kar vpliva na čedalje počasnejšo rast celotne koristnosti te dobrine.



Z ekonomskega vidika je za podjetje pomembno razumevanje zakonitosti padajoče mejne koristnosti, saj si s tem ponazori ravnanje potrošnika pri nakupu in porabi dobrine. Pri dobrinah, kjer je mejna koristnost najvišja, je potrošnik pripravljen plačati tudi nekoliko višjo ceno. Z večanjem količine bo posameznik počasi zgubljal navdušenost za nakup, saj se bo njegova mejna koristnost zniževala, kar bo vplivalo tudi na počasnejšo rast celotne koristnosti.

1.8 PREMICA ALTERNATIVNE MOŽNOSTI POTROŠNJE

Premica alternativne možnosti potrošnje (ali premica potrošne izbire) govori o enakem problemu kot krivulja proizvodnih možnosti, saj kaže nujnost izbire med dvema dobrinama.



V tržnem gospodarstvu ima posameznik v določenem trenutku dan omejeni denarni dohodek, s katerim lahko kupuje različne dobrine. Porabiti ne more več, kot je višina tega denarnega zneska, ki predstavlja tudi zgornjo mejo njegovih nakupov. **Glavni omejitvi potrošne izbire posameznika sta denarni dohodek in tržna cena dobrin. Premica alternativne možnosti potrošnje nam kaže vse možne kombinacije nakupov dveh vrst dobrin (Glas, 2001, 64). Premica alternativne možnosti potrošnje pokaže največje mogoče količine dveh dobrin, ki jih lahko posameznik kupi ob danem dohodku in danih cenah.**

Ob omejenem dohodku in neomejenih potrebah nam ni lahko. Dohodek skušamo preudarno porazdeliti za nakup dobrin, ki si jih želimo, zato primerjamo cene in koristnost različnih dobrin in preudarno izbiramo, kaj in koliko bomo kupili. Z danim dohodkom skušamo kupiti čim več dobrin (Mihaljčič, 2006, 10). Pri odločanju se kupec srečuje z dvema vrstama omejitev: objektivne omejitve (dohodek in cena) in subjektivne omejitve (spol, starost, izobrazba...).

Poglejmo delovanje premice potrošne izbire na primeru.

V tabeli 4 so prikazane možnosti nakupa, ki jih ima Miha pri enem nakupu. Njegovi glavni omejitvi sta dohodek (denar, ki ga ima v denarnici) in cena posamezne dobrine. Predpostavljamo, da kupuje dve osnovni skupini dobrin, ki jih bo ta dan potreboval. To sta hrana in druge dobrine (obleka, obutev, čistila...). Pri potrošnji je pomembna tudi koristnost posamezne dobrine, saj bo Miha kupoval le dobrine, ki bodo zadovoljevale njegove želje in potrebe, torej bodo imele zanj neko koristnost. Večjo koristnost ima posamezna dobrina, večja je verjetnost, da jo bo Miha kupil.

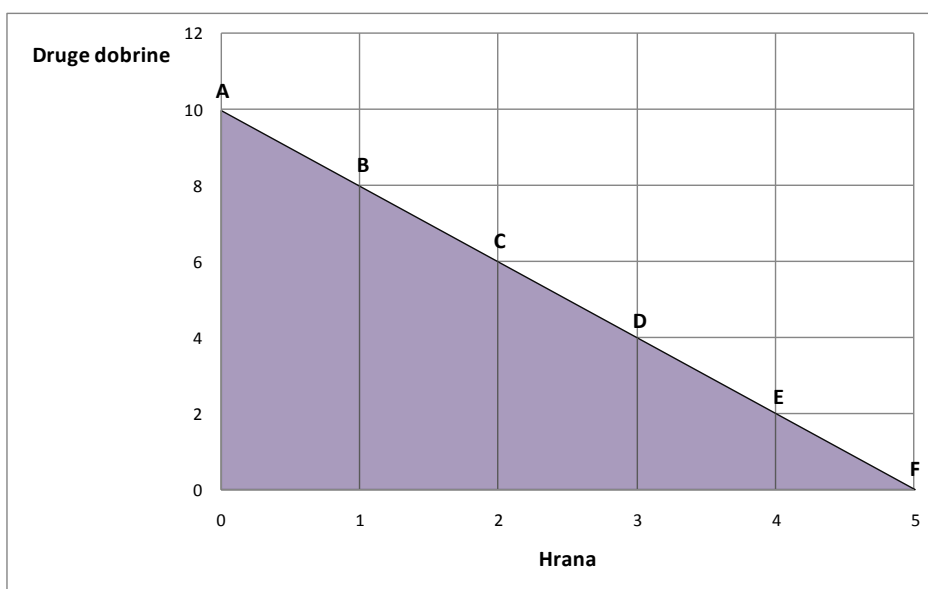
Tabela 4: Lestvica možnosti nakupa

MOŽNOSTI	HRANA	DRUGE DOBRINE
A	0	10
B	1	8
C	2	6
D	3	4
E	4	2
F	5	0

Miha razpolaga s 60 evri. Vrednost enega nakupa drugih dobrin znaša 6 evrov, vrednost enega nakupa hrane pa 12 evrov. Če porabi ves denar za nakup drugih dobrin ($10 \times 6 = 60$), nima več denarja za nakup živil, ali obratno, če bo ves denar potrošil za nakup živil ($5 \times 12 = 60$), si ne bo mogel kupiti nič drugih dobrin. V primeru, da potrebuje oboje, hrano in druge dobrine, bo moral izbirati med možnostmi B, C, D in E. Katero izmed teh možnosti bo izbral, je odvisno tudi od koristnosti hrane in drugih dobrin. Če bo tisti trenutek, ko bo kupoval, čutil večjo potrebo po živilih, se bo odločil za možnost D ali E. Če v trenutku nakupa živila ne bodo prioriteta, se bo odločil za možnost B ali C, torej bo več denarja namenil za druge dobrine.

Vse možne kombinacije nakupov hrane in drugih dobrin povezujeta dve skrajni izbiri. To sta možnost A in F, kar prikazuje tudi slika 10.

Za vse točke pod premico je značilno, da Miha ni potrošil vsega denarja. Točke nad premico niso mogoče, saj Miha več kot 60 evrov ne more potrošiti.



Slika 10: Alternativna možnost Mihove potrošnje

Premica potrošnje je padajoča, kar pomeni, da se moramo odpovedati nakupu ene dobrine, če želimo kupiti več druge dobrine. Pri Mihi pomeni, da če bi želel kupiti več drugih dobrin (obleko, obutev, čistila), bi se moral odpovedati določeni količini hrane in obratno.

Pri alternativni možnosti potrošnje se posameznik sreča z **oportunitetnimi stroški**, saj mora izbirati med nakupom in potrošnjo dveh dobrin. Povečanje nakupa ene dobrine bo lahko izvedel le na račun zmanjšanja nakupa druge dobrine, saj je omejen z dohodkom.

Za ekonomiko podjetja je koncept oportunitetnih stroškov izjemno pomemben, saj **opozarja na nenehno odločanje, ki je potrebno v poslovnem procesu, in na posameznika, ki se mora odločati. Vsaka odločitev ima določene posledice, zato morajo tisti, ki odločajo, tudi nositi neposredne ekonomske posledice svojih odločitev** (Rebernik, 2008, 21). **Skoraj vsaka izbira ima oportunitetni strošek** (Bojnec et al., 2007, 25). Oportunitetni strošek je ovira za odločitev (Škerbic in Rebernik, 1990, 9). Pogosto tudi slišimo, da je oportunitetni strošek strošek izgubljene priložnosti.

Pri Mihi je vrednost oportunitetnega stroška, če se bo namesto možnosti B odločil za možnost C. Odreči se bo moral dvema enotama drugih dobrin, da bo lahko povečal nakup

hrane za eno enoto. Podobno lahko oportunitetne stroške določimo za vse preostale možnosti izbire.



Razmislite in izračunajte, kolikšen je vaš oportunitetni strošek, ko pridete na predavanje. Pri tem morate seveda določiti druge izbire, ki jih niste izbrali (čemu ste se jim odrekli).

Lahko bi izračunali tudi strošek izbire, ko ne pridete na predavanje. Razmislite, kaj ste s tem izgubili, kolikšen je v tem primeru vaš oportunitetni strošek?

V ekonomiji je pojem oportunitetnih stroškov eden ključnih konceptov, ki opozarja, da **nujnost izbire ob redkosti dobrin pomeni stroške oziroma žrtve** (Glas, 2001, 65). **Alternativni (oportunitetni) strošek nakupa je žrtvovana količina nakupa ene dobrine zaradi povečanega nakupa druge dobrine za enoto** (Samuelson in Nordhaus, 2002, 96).

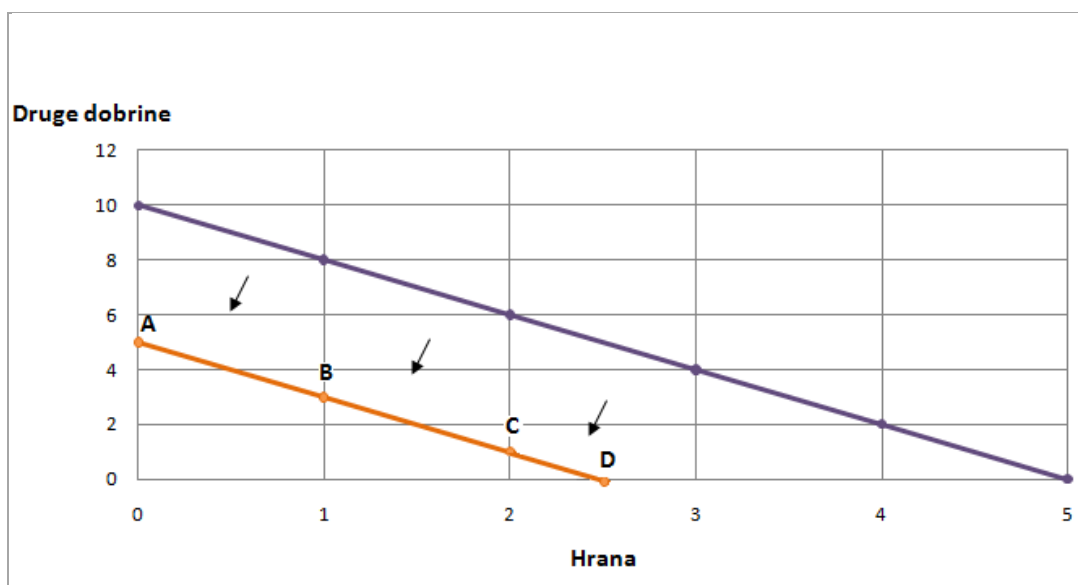
Pri premici potrošnje so možni tudi njeni premiki. Vzporedni premik premice se lahko zgodi zaradi zvišanja cen obeh dobrin ali zaradi povečanja dohodka. Poglejmo na primeru Mihove izbire.

Predvidevamo, da se ceni obeh dobrin zvišata za 100 %. Miha ima na voljo še vedno 60 evrov. Cena ene enote hrane stane 24 evrov, cena ene enote drugih dobrin pa 12 evrov. V tem primeru si lahko v primeru izbire A, kupi nič enot hrane in pet enot drugih dobrin. V primeru izbire B si lahko kupi eno enoto hrane in tri enote drugih dobrin. Če bi se mu zdela hrana pomembnejša, pa bi si lahko izbral dve enoti in pol hrane, vendar nič drugih dobrin (točka D).

Tabela 5: Lestvica možnosti nakupa

MOŽNOSTI	HRANA	DRUGE DOBRINE
A	0	5
B	1	3
C	2	1
D	2,5	0

Premik premice potrošnje je razviden iz slike 11. Miha si bo zaradi zvišanja cen obeh dobrin za 60 evrov lahko kupil manj obeh dobrin.



Slika 11: Premik premice potrošnje zaradi zvišanja cen dobrin

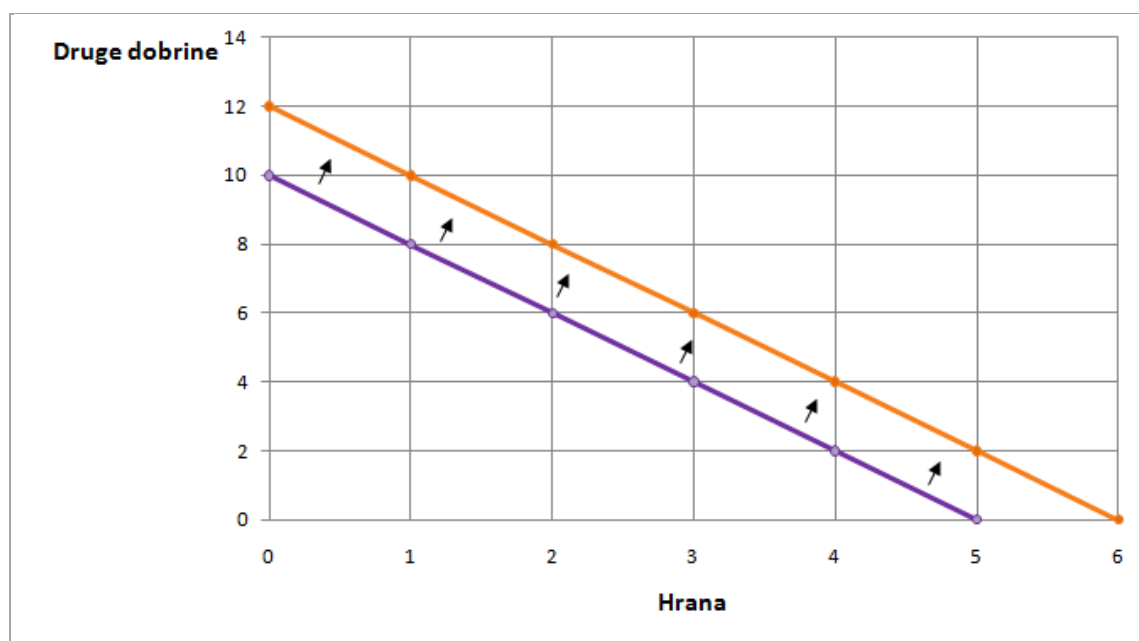
Možen je tudi premik premice zaradi povečanja dohodka.

Miha je prejel za 20 % višjo plačo, zato lahko namenji za potrošnjo 72 evrov. Cene dobrin so ostale nespremenjene. Cena ene enote hrane je 12 evrov, cena ene enote drugih dobrin pa 6 evrov. Zaradi višjega dohodka si lahko Miha privošči več enot dobrin. Možne izbire so predstavljene v tabeli 6.

Tabela 6: Lestvica možnosti nakupa

MOŽNOSTI	HRANA	DRUGE DOBRINE
A	0	12
B	1	10
C	2	8
D	3	6
E	4	4
F	5	2
G	6	0

Na sliki 12 je razvidno, da se premica premakne navzgor, saj si Miha lahko zaradi povečanega dohodka lahko kupi več hrane in drugih dobrin.



Slika 12: Premik premice potrošnje zaradi povečanja dohodka

Povzetek

Ekonomika podjetja je veda, ki proučuje **zakovitosti gospodarjenja**, ki pomeni **umno in načrtno pridobivanje in uporabljanje dobrin**. Ukvarja se z ekonomskimi problemi, ki nastanejo, ko ni mogoče zadovoljiti vseh potreb, saj ni na voljo dovolj virov. Proučuje gospodarske pojave posameznega podjetja in pri njegovih stikih z okoljem raziskuje dejavnike njegove učinkovitosti, zato se ukvarja z organiziranostjo in s strukturo podjetja, procesi v podjetju, z njegovim ravnanjem in analizo okolja.

Temeljni ekonomski problem je redkost dobrin, saj ne obstaja dovolj proizvodnih dejavnikov in posledično dobrin, da bi potešili neomejene potrebe in želje. Ker so dobrine

sorazmerno redke, moramo z njimi **gospodarno ravnati**. Gospodarno ravnajo takrat, ko skušajo **s čim manj sredstvi doseči čim večji učinek (min-max načelo)**. Vsaka družba mora v svoji fazi proizvodnje nenehno **tehtati, izbirati, se racionalno odločati** o tem, kaj in kako bo proizvajala, da bo čim učinkovitejše poslovala.

Človek čuti **potrebo** kot **pomanjkanje nečesa**. Se pravi, ko človeku nekaj manjka, si to želi oziroma potrebuje. Razlika med željo in potrebo je v tem, da so potrebe tiste, ki omogočajo obstoj življenja, želje pa že izbiro boljšega oziroma točno določenega izdelka ali storitve. Poznamo potrebe, ki jih gospodarstvo ne more zadovoljiti, in take, ki jih gospodarstvo lahko zadovolji, potrebe življenjskega pomena in luksuzne potrebe ter osebne in družbene potrebe. Za potrebe je značilno, da so **subjektivne, se obnavljajo, spreminjajo, večajo in so neomejene**.

Dobrine so sredstvo za zadovoljevanje potreb in želja in prinašajo posamezniku korist, torej imajo zanj uporabno vrednost. Dobrine so lahko naravne ali ekonomske, stvarne ali nematerialne ter dobrine, namenjene neposredni porabi, in dobrine, namenjene posrednemu zadovoljevanju potreb.

Proizvodni dejavniki so elementi, ki jih podjetje uporablja za proizvodnjo dobrin. Glede na njihovo naravo ali nastanek ločimo **zemljo, delo in kapital**, glede na vlogo v proizvodnem procesu pa na **delovna sredstva, predmete dela ter delo in storitve**.

Tri temeljna gospodarska vprašanja so: **kaj proizvajati in v kakšnih količinah, kako proizvajati in za koga proizvajati**.

Poraba posameznega proizvoda ali storitve nudi posamezniku določeno ugodje, zadovoljstvo, ki ga imenujemo koristnost. **Koristnost dobrine** je v tem, da **zadovolji določeno potrebo**. Ko opazujemo celotno zadovoljstvo, ki ga dosežemo s porabo nekaj enot določene dobrine, govorimo o celotni koristnosti. **Mejna koristnost** je količina, za katero **se spremeni celotna koristnost, če spremenimo porabo določene dobrine za eno enoto**. Zakon padajoče mejne koristnosti kaže na zmanjšanje mejne koristnosti pri porabi vsake nadaljnje enote dobrine. Podjetje mora poznati to zakonitost zaradi razumevanja ravnanja potrošnika pri nakupu in porabi dobrine.

Premica alternativne možnosti potrošnje pokaže največje mogoče količine dveh dobrin, ki jih lahko posameznik kupi ob danem dohodku in danih cenah. Pri tej izbiri se posameznik sreča z **oportunitetnimi stroški**, saj povečanje nakupa ene dobrine lahko izvede le na račun zmanjšanja nakupa druge dobrine. Nujnost izbire zaradi redkosti dobrin pomeni strošek oziroma žrtve.



Preverjanje razumevanja

1. Kaj je ekonomika podjetja in s čim se ukvarja? Kaj vse mora obravnavati posamezno podjetje, če želi poslovati čim bolj ekonomično?
2. Pojasnite nastanek ekonomskega problema na konkretnem primeru. Pri tem si lahko izberete primer iz vašega osebnega življenja ali primer iz delovnega okolja.
3. Opredelite pojme potreba, želja in dobrina ter pojasnite njihovo medsebojno povezanost.
4. Pojasnite glavne značilnosti potreb na primeru potrebe po obleki.
5. Kaj je glavna značilnost ekonomski in kaj neekonomskih dobrin? Navedite nekaj primerov ekonomskih dobrin in nekaj primerov neekonomskih dobrin.
6. S katerimi proizvodnimi dejavniki mora razpolagati neko podjetje, če želi nemoteno poslovati? Naštejte nekaj primerov pri posameznemu proizvodnemu dejavniku.
7. Vsaka družba mora poiskati odgovore na tri glavna gospodarska vprašanja. Katera? Kako in kje poišče odgovore?
8. Opredelite koristnost, celotno koristnost in mejno koristnost. Kako so ti pojavi med seboj povezani?
9. Izračunajte celotno koristnost kozarca vode, če merimo zadovoljstvo popitega kozarca vode z oceno 15. V tabeli so prikazane vrednosti mejne koristnosti vode. Skicirajte celotno koristnost in mejno koristnost ter dobljene izračune komentirajte.

Kozarci vode	Celotna koristnost	Mejna koristnost
0		
1		15
2		12
3		6
4		2
5		1

10. Kaj prikazuje premica alternativne možnosti potrošnje? Kaj sta njeni glavni omejitvi?
11. Grafično prikažite premico alternativne možnosti potrošnje za primer izbire dveh osnovnih dobrin: kruha in mleka (za tedensko porabo). Cena enote kruha je 2 evra, cena enote mleka pa 1 evro. Omejitev je dohodek 20 evrov. Podatki so prikazani v tabeli. Izračunajte tudi oportunitetni strošek vaše izbire, če bi se namesto možnosti C odločili za možnost D.

Kozarci vode	Kruh	Mleko
A	0	20
B	3	14
C	5	10
D	8	4
E	10	0

2 POSLOVNI SISTEM

»Ne pride daleč, kdor gre kar naravnost...«

Antoine de Saint-Exupery

Na lestvico stotih največjih podjetij po ustvarjenih prihodkih v regiji jugovzhodne Evrope se je v letu 2009 uvrstilo 14 podjetij iz Slovenije. Največ mest na lestvici zasedajo romunska podjetja, sledijo pa bolgarska s 16 podjetji. Slovenija in Srbija si delita tretje in četrto mesto, Hrvaška pa je s 13 podjetji na petem. Prvo mesto je zasedla romunska naftna družba OMV Petrom, med slovenskimi podjetji pa sta se med prvo deseterico uvrstila Petrol (na 5. mestu) in Mercator (na 6. mestu) (14 slovenskih podjetij na lestvici stotih največjih podjetij JV Evrope, 2010).

V tem poglavju bomo obravnavali:

- pojem podjetja,
- vrste podjetij,
- prvine poslovnega procesa.

2.1 POJEM PODJETJA



Podjetje je temeljna enota v gospodarstvu, ki samostojno opravlja določene gospodarske naloge v družbeni delitvi dela in poskuša doseči čim boljši rezultat (dobiček ali vrednost podjetja) (Bojnec et al., 2007, 37). Glavni cilj delovanja podjetja je ustvarjanje dobička.

Podjetja lahko zasledujejo še druge cilje, kot so: rast in širjenje podjetja, zadovoljstvo zaposlenih, veljava in ugled, vplivanje na lokalna ali širša dogajanja in prizadevanja na etičnem, socialnem in športnem področju (Bojnec et al., 2007, 58).

Firma je ime, s katerim posluje gospodarska družba ali podjetnik posameznik (Bojnec et al., 2007, 39).

Obrat je gospodarska enota, v kateri se izdelujejo proizvodi ali opravljajo storitve. Posamezno podjetje ima lahko več obratov na različnih lokacijah (Glas, 2001, 95).



Podjetje: Telekom Slovenije, d. d., je slovenski ponudnik elektronskih telekomunikacij. Eden njegovih glavnih ciljev je zagotavljanje najsodobnejših širokopasovnih, multimedijskih in konvergenčnih storitev za svoje uporabnike.

Firma: Telekom Slovenije, d. d., Cigaletova 15, 1000 Ljubljana

Obrat: Telekom Slovenije ima dve prodajni enoti v Ljubljani, dve v Mariboru, eno v Celju in eno v Kopru.



Več o podjetju Telekom Slovenija, d. d., si lahko preberete na njihovi spletni strani http://www.telekom.si/podjetje/osebna_izkaznica/.

Razlogi za obstoj podjetja so v transakcijskih stroških, učinkovitosti specializacije in timskega dela ter sinergijskih učinkih kooperacije. Podjetja bodo obstajala povsod tam, kjer imajo napor skupine ljudi, ki sodelujejo pri proizvodjanju, za rezultat večji »output«, kot je vsota »outputov«, ki bi jih dosegli posamezniki, če bi delali vsak zase. Gre za učinek sinergije, ki pomeni, da je $2 + 2 = 5$. Transakcijski stroški so stroški, ki jih povzroči ekonomska menjava. Ceneje in učinkoviteje je, če aktivnosti organiziranja, nadziranja in koordiniranja proizvodnje blaga in storitev opravimo v podjetju (Rebernik, 2008, 54).

Sodobno podjetje ima dve bistveni značilnosti: praviloma več kot eno operativno enoto ter da ga upravlja hierarhija plačanih vodstvenih delavcev. Sodobno podjetje je rezultat razvoja v daljšem obdobju (Rebernik, 2008, 60).

2.2 VRSTE PODJETIJ

Ločimo več različnih vrst podjetij. Prikazane so na sliki 13.



Slika 13: Vrste podjetij

V podjetju brez hierarhije deluje skupina ljudi, ki sodeluje brez odnosov nadrejenosti/podrejenosti. V podjetju z enostavno hierarhijo ena oseba neposredno nadzira zaposlene in sprejema temeljne odločitve. V podjetju z večstopenjsko hierarhijo glavni šef nadzira zaposlene na nižjih ravneh, vodje oddelkov pa nadzirajo druge zaposlene (Bojnec et al., 2007, 40).

Samostojni podjetnik je v lasti ene osebe, pri družabništvu je podjetje v lasti dveh ali več oseb, delničarstvo pa je praviloma v lasti večjega števila vlagateljev (delničarjev) (Bojnec et al., 2007, 40).

V Sloveniji po velikosti delimo podjetja na mikro, majhna, srednja in velika podjetja, kjer se upoštevajo tri merila: povprečno število delavcev v poslovnem letu, čisti prihodki in vrednost aktive (ZGD 1, 2006):

Tabela 7: Kriteriji za delitev podjetij po velikosti

Merilo	Mikro	Majhno	Srednje	Veliko
povpr. število delavcev	< 10	< 50	< 250	> 250
čisti prihodki od prodaje v EUR	< 2.000.000	< 7.300.000	< 29.200.000	> 29.200.000
vrednost aktive v EUR	< 2.000.000	< 3.650.000	< 14.600.000	> 14.600.000

Vir: Zakon o gospodarskih družbah 1, Ur. l. RS, št. 42/06

Mala podjetja so po navadi zelo prožna v poslovanju, hitro se prilagodijo trgu, imajo nizke upravne stroške, zaposleni bolj neposredno sodelujejo v poslovanju, lažje jih je spodbuditi, ker je rezultat lahko hitro viden.

Velika podjetja imajo veliko število zaposlenih, velik produkcijski kapital, jasno ločitev vodstvenih funkcij od izvršnih, izrazito tehnično delitev dela. Sposobna so organizirati svoj raziskovalno-razvojni oddelek, bolje kombinirajo produkcijske faktorje, razvijajo množično serijsko proizvodnjo, uporabljajo specializirane stroje, povezana so z velikimi trgovskimi in proizvodnimi podjetji. Po drugi strani imajo velike stalne stroške in v primeru krize, ko se zmanjša produkcija, zaidejo v velike izgube. So toga, težko se prilagajajo hitrim tržnim spremembam. V teh podjetjih prevladuje brezosebnost, ni tako osebnih odnosov.

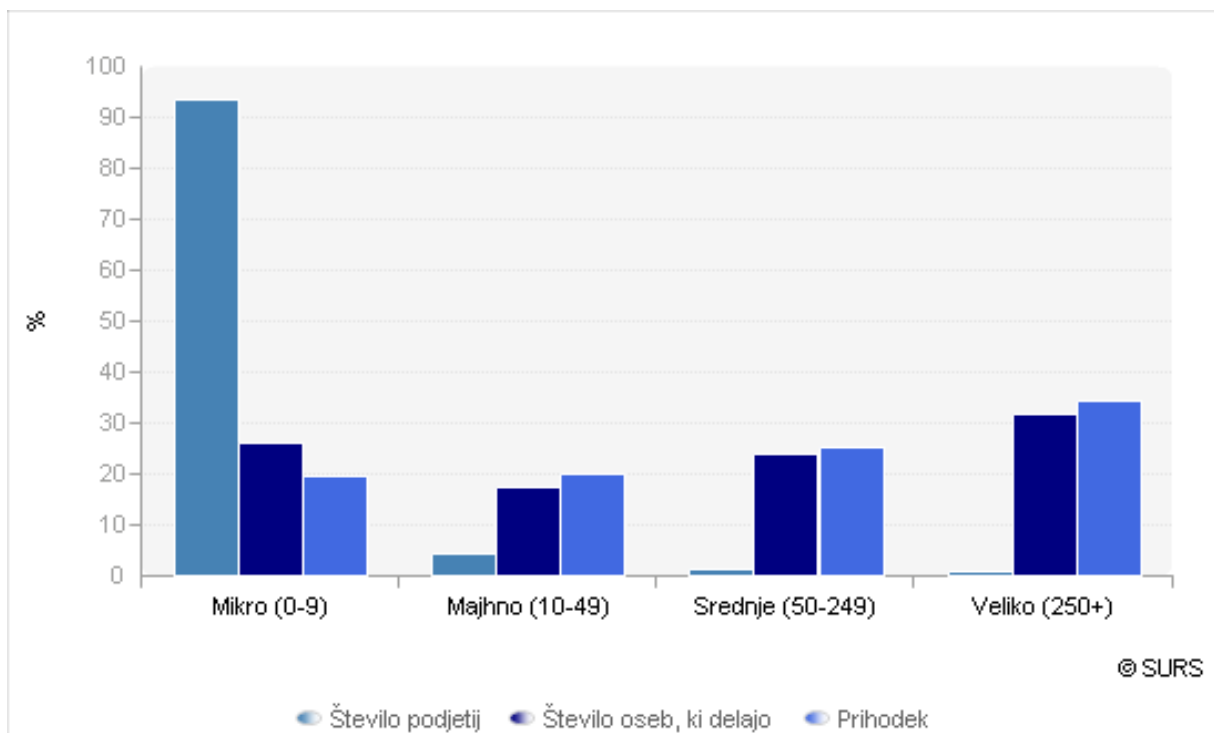
V Sloveniji je bilo leta 2009 skupaj 160.931 podjetij, od tega 74.689 pravnih in 86.242 fizičnih oseb (Podjetja, Slovenija, 2009, 2010).

Tabela 8: Število podjetij v Sloveniji v letu 2009 glede na število delavcev in org. obliko

Tabela 6: Število podjetij v Sloveniji v letu 2008 glede na število delavcev in org. oblike					
Skupaj: 160.931	Mikro		Majhno	Srednje	Veliko
št. delavcev	0–1	2–9	10–49	50–249	> 250
št. podjetij	108.979	41.937	7.500	2.152	363
Skupaj: 74.689	d. o. o.	d. n. o.	d. d. in k. d. d.	k. d.	drugo (zavodi, društva, zadruga..)
	47.429	1.632	876	736	24.016

Vir: Statistični urad R Slovenije, 2010

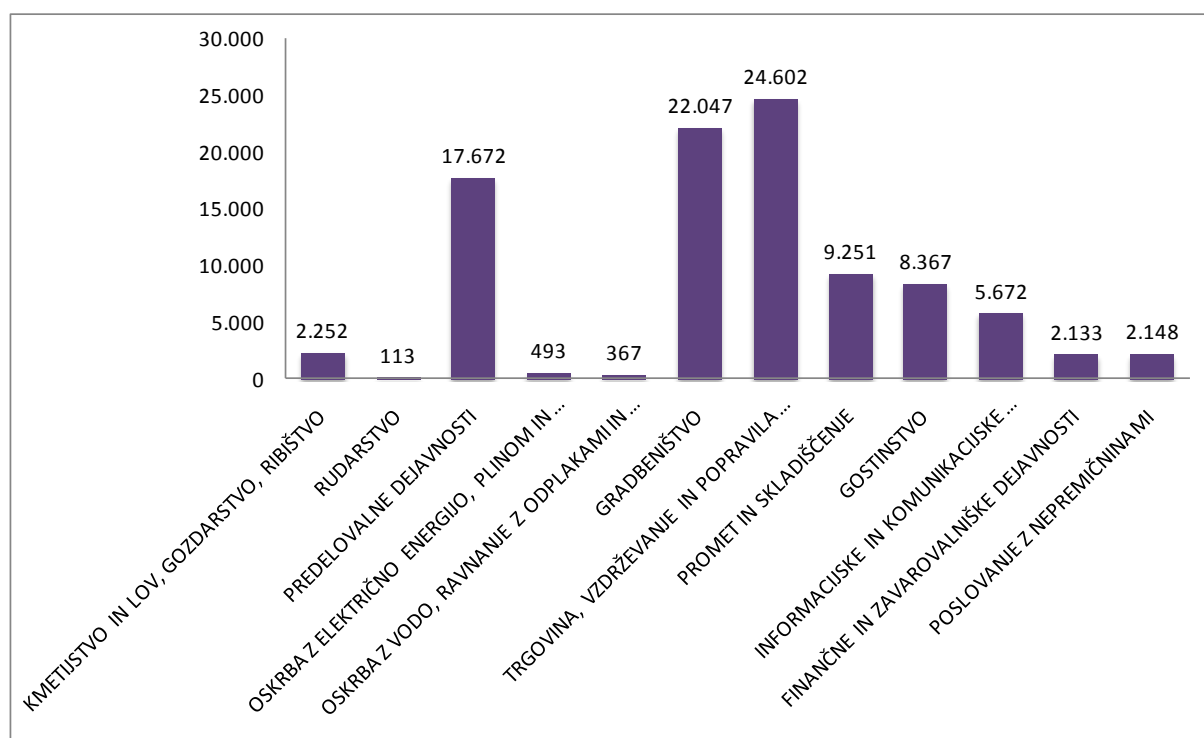
Na sliki 14 so prikazani deleži podjetij po velikosti, število zaposlenih v podjetjih in kolikšen prihodek so ustvarili v podjetjih.



Slika 14: Delež podjetij, prihodka in število zaposlenih v Sloveniji leta 2009

Vir: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3580

Na sliki 15 je prikazano število podjetij v posamezni gospodarski dejavnosti v letu 2009.



Slika 15: Število podjetij v gospodarski dejavnosti v Sloveniji leta 2009

Iz grafikona je razvidno, da je bilo leta 2009 največ slovenskih podjetij v nepremičninski dejavnosti (24.602 podjetij), sledijo podjetja v gradbeništvu (22.047 podjetij) ter podjetja v predelovalnih dejavnostih (17.672 podjetij). Najmanj podjetij je prisotnih v panogi rudarstva (113 podjetij). Število podjetij v panogi gradbeništva je v letu 2011 prav gotovo manjše, saj je bilo v panogi gradbeništva največ podjetij, ki so šla v stečaj.

Sodobno podjetje nič več slepo ne sledi trgu, ampak uporablja trg kot orodje, ki mu omogoča uresničiti njegove poslovne odločitve. Malo podjetje se praviloma ukvarja samo z eno dejavnostjo, ima samo en obrat in deluje samo znotraj ene panoge. Srednje ali veliko podjetje pa ima več kot en obrat in ga upravlja več plačanih vodilnih in vodstvenih delavcev. Takšno podjetje ima številne obrate, deluje na različnih lokacijah, proizvaja različne izdelke ali nudi različne storitve. Primer malega podjetja so manjši d. o. o., ki pa lahko skozi dobro poslovanje in ustrezno sprejemanje odločitev preraste v srednje in veliko podjetje. V Sloveniji je kar nekaj srednjih in velikih podjetij, ki so nastala na tak način. Res pa je tudi, da so velika podjetja razpadla na več manjših podjetij, predvsem zaradi neugodnih tržnih razmer (primer razpada Jugoslavije).

2.3 PRVINE POSLOVNEGA PROCESA

Danes v naravi le izjemoma najdemo dobrine, s katerimi zadovoljujemo potrebe (zrak, voda pri izvirih, gozdni sadeži). Praktično vse dobrine prihajajo iz proizvodnje. To pa je postopek, pri katerem naravne prvine spreminjamo v dobrine oziroma v katerem iz surovin, materialov in polizdelkov s pomočjo strojev, orodij in dela (ter seveda znanja) ustvarjamo take dobrine, ki lahko zadovoljijo potrebe ljudi in imajo zanje zaželeno uporabno vrednost.



Prvine poslovnega procesa razčlenjujemo na delovna sredstva, predmete dela ter delo in storitve (Rebernik, 2007, 266). Če se spominjate, smo vse tri prvine omenjali že pri proizvodnih dejavnikih.

Da bi podjetje proizvedlo nek izdelek ali storitev, za to potrebuje prvine poslovnega procesa. Pri tem je pomembno, da ima prvine na razpolago pravočasno, v pravi količini in da so le-te prave kakovosti. Govorimo o nujni usklajenosti prvin poslovnega procesa.

V poslovnem procesu se prvine preoblikujejo, in sicer v izdelke ali storitve, ki pomenijo za kupca vrednost. V procesu preoblikovanja se prvine poslovnega procesa fizično obrabljajo, trošijo ali starajo (potroški prvin poslovnega procesa), vendar se trošijo tudi vrednostno, kar pomeni, da nastajajo stroški.

V nadaljevanju si podrobnejše pogledimo vsako posamezno prvino.

2.3.1 Delovna sredstva



Delovna sredstva so sredstva podjetja, ki v poslovni proces vstopajo s svojimi lastnostmi, ki jih tudi obdržijo. V poslovnem procesu ne spreminjajo svoje oblike in snovno ne prehajajo v izdelek. Delovna sredstva se obrabljajo in izgubljajo svoje koristne lastnosti. Njihova življenjska doba je daljša od enega poslovnega cikla (Rebernik, 2007, 267). **Svojo vrednost ne zgubljajo samo z njihovo uporabo, temveč tudi s staranjem. Amortizacija je v denarju izražena vrednost obrabe in staranja delovnega sredstva** (Bojnec et al., 2008, 55).

Med delovna sredstva sodijo: **zemljišča, zgradbe, stroji ali oprema, dolgoletni nasadi in osnovna čreda, drobni inventar** (Rebernik, 2007, 267).

Neko podjetje si delovna sredstva lahko pridobi z nakupom ali najemom. Če podjetje delovno sredstvo najame, ga običajno najame za čas opravljanja določene funkcije. Za ta čas mora

plačevati najemnino, ki je vezana bodisi na čas bodisi na intenzivnost uporabe delovnega sredstva. Podjetja navadno delovna sredstva kupijo.

2.3.2 Predmeti dela



Predmeti dela v poslovnem procesu sodelujejo samo enkrat in se potrošijo. Med poslovnim procesom spremenijo svojo obliko, kar pomeni, da prenehajo obstajati v svoji prvotni obliki (Rebernik, 2007, 268). Med proizvodnim procesom prenehajo obstajati v svoji prvotni obliki. Njihova življenjska doba je krajša od enega proizvodnega cikla.

Med predmete dela sodijo: naravna bogastva, surovine in materiali, polizdelki in nedokončani proizvodi. Naravna bogastva so del naravnih virov, v katere ni bila vključena nobena dodelava. Surovine in materiali vključujejo prvo stopnjo dodelave v proizvodnem procesu. Polizdelki in nedokončani proizvodi so rezultat proizvodnega procesa, ki še ni popolnoma dokončan (Bojnec et al., 2008, 55).

Zaradi redkosti dobrin je potrebno s predmeti dela racionalno gospodariti. Pri tem se podjetje srečuje z odpadkom, izmetom ali s škartom, kalom, z izkoristkom ali izplenom ter normativom.

Ker so predmeti dela gospodarske dobrine, jih je potrebno racionalno izkoriščati. Ker v podjetju praviloma ni mogoče organizirati neprekinjenega procesa brez vmesnih prekinitev, so se pojavile zaloge predmetov dela. Pojavile so se zaloge materiala (surovin), polizdelkov, sestavnih delov pa tudi zaloge drobnega inventarja, gotovih izdelkov in zaloge trgovskega blaga. Podjetje mora imeti vselej takšne zaloge, da zagotovi nemoten potek poslovnega procesa.

2.3.3 Delo (delovna sila)

Delo je po svoji vsebini najpomembnejša prvina poslovnega procesa. Brez človeškega dela ni mogoča nobena produkcija. Ljudje organizirajo ves proces gospodarjenja in ta proces poteka zaradi ljudi in zadovoljevanja njihovih potreb.



Delo je človekova smotrna dejavnost, s katero prilagaja in spreminja predmete tako, da z njimi najboljše zadovolji svoje potrebe. Pri delu gre za premišljeno (zavestno, razumsko) dejavnost človeka, usmerjeno k uresničevanju vnaprej postavljenega cilja (k določenim proizvodom). V tem procesu človek ustvarja delovno orodje, s katerim povečuje učinkovitost svojega dela (Glas, 2001, 36).

Pri delu lahko razlikujemo tri temeljne sestavine (Rebernik, 1999, 145):

- **umska sestavina:** znanje, spretnost, iznajdljivost – postaja vse pomembnejše, gre pa za to, da človek odkriva in razvija nove načine učinkovitejšega dela, izboljšuje sredstva, razvija novo tehnologijo in organizacijo;
- **telesna sestavina:** pomeni izrabo človekove moči in telesni napor pri delu. Z razvojem strojev ta sestavina izgublja na pomenu;
- **moralna sestavina:** pomeni delovno etiko. To je tista prvina spodbude in prizadevnosti, ki vodi in podpira človeka pri njegovem trudu, ter prvina družbenega statusa, priznanja dela.

Ključni dejavnik dela je danes znanje, zato je tudi izobraževanje, tako formalno šolanje kot poznejše funkcionalno usposabljanje, zelo pomembno za posameznika in družbeni gospodarski razvoj.

Pri vsem tem je pomembno, ali družba primerno ceni delo, ali človeku omogoča določen družbeni status zaradi dela in njegovih rezultatov, kajti to je pomembna sestavina motiviranosti za delo.



Ali se vam zdi, da današnja družba primerno celi delo, ki ga ustvarjamo zaposleni v podjetjih? Razmislite in komentirajte v skupini.

Vedno je potrebno proizvodni proces organizirati tako, da delo poteka čim bolj organizirano in učinkovito. Na ta način se doseže tudi visoka produktivnost. Več o produktivnosti pa najdete pri kazalcih poslovanja.

2.3.4 Storitve



Storitve niso prva poslovnega procesa kot delovna sredstva, predmeti dela in delo. **Storitve so aktivnosti, ki jih podjetje potrebuje za to, da bi izdelalo izdelek ali storitev. Storitve so torej neopredmetena prva poslovnega procesa in jih podjetje kupi od drugih** (Rebernik, 2008, 273).

Skupine storitev, ki jih podjetje potrebuje za svoje nemoteno poslovanje, so prikazane v tabeli 9.

Tabela 9: Število podjetij v Sloveniji v letu 2009 glede na število delavcev in org. obliko

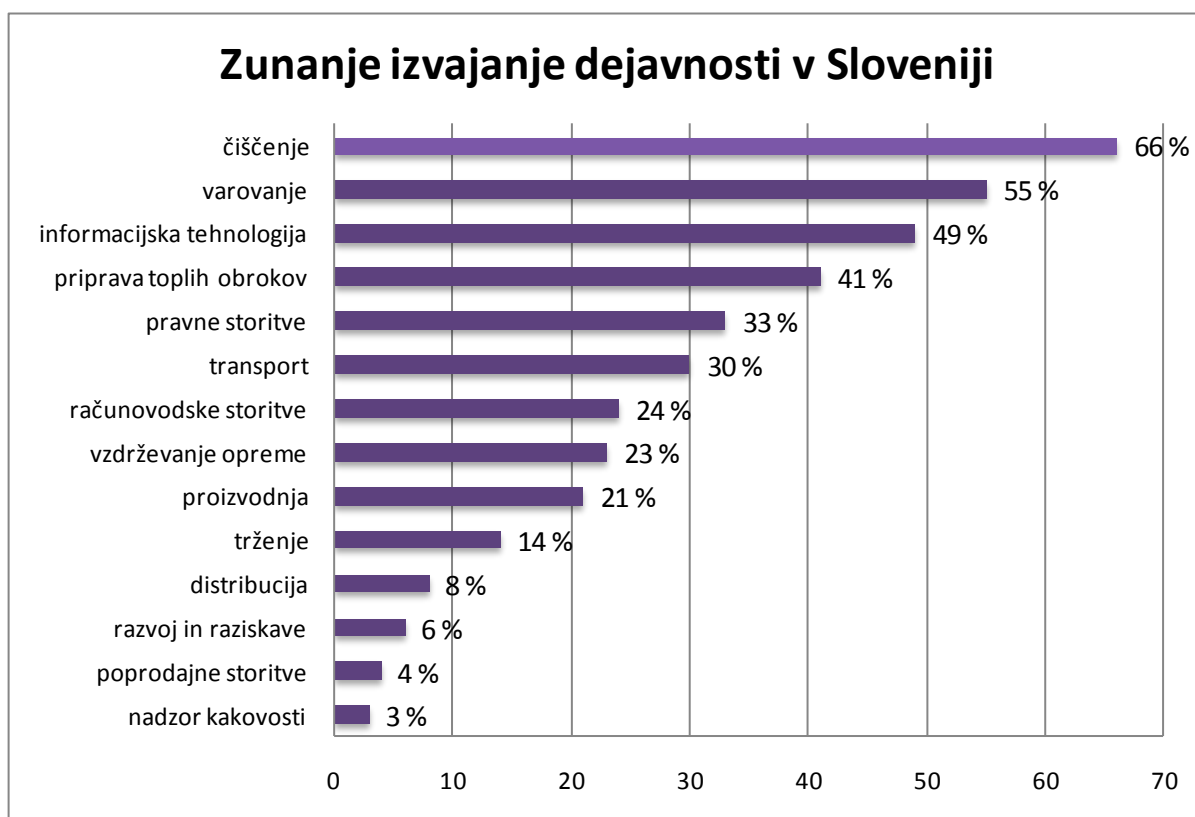
Storitve, ki so neposredno vključene v izvajanje poslovnega procesa:	Storitve, ki neposredno oblikujejo znanje, potrebno v poslovnem procesu:	Storitve, ki vplivajo na vzpostavljanje okoliščin izvajanja poslovnega procesa:	Storitve, ki omogočajo prisotnost sredstev, potrebnih v poslovnem procesu:
popravila	svetovalne storitve	storitve izobraževanja	bančne in finančne storitve
remonti	razvojne storitve	kulturne storitve	zavarovalniške storitve
prevozi na delo	izobraževalne storitve	zdravstvene storitve	agencijske storitve
poštne storitve	inovacijske storitve	storitve socialnega varstva	
telefonske in telegrafске storitve		storitve povezane s funkcioniranjem države	

Vir: Po Rebernik, 2008, 273

Pogosto se podjetja soočajo z vprašanjem, ali določeno storitev opravi sama ali jo kupi na trgu. Če pogledamo, je kar nekaj dejavnosti, ki so jih podjetja prenesla v zunanje izvajanje ali »outsourcing« (računovodstvo, varovanje, čiščenje, prevozi). Razlogi za prenos dejavnosti izven podjetja so bila popolnoma ekonomska, vendar določenih storitev podjetje ne more ali ne zna opraviti samo, zato v takšnih primerih seveda vedno najame zunanje izvajalca.

S slike 16 je razvidno, da slovenska podjetja najpogosteje prenesejo v zunanje izvajanje storitev čiščenja, sledijo storitev varovanja, storitev informacijske tehnologije, storitev

priprave toplih obrokov, pravne storitve, storitev transporta, računovodske storitve, storitev vzdrževanja opreme in storitev proizvodnje. V manjši meri najamejo zunanje storitve pri trženju, distribuciji, razvoju in raziskavah, poprodajnih storitvah in nadzoru kakovosti.



Slika 16: Zunanje izvajanje dejavnosti v Sloveniji
Vir: Kavčič, 2007, 311

Povzetek

Podjetje je **temeljna enota v gospodarstvu**, ki samostojno opravlja gospodarske naloge v družbeni delitvi in skuša doseči čim boljši rezultat. Njegov glavni cilj je **ustvarjanje dobička**. **Firma** je **ime**, s katerim posluje gospodarska družba ali podjetnik posameznik. **Obrat** je gospodarska enota, v kateri se izdelujejo proizvodi ali opravljanje storitev.

Poznamo več vrst podjetij: podjetja brez hierarhije, podjetja z enostavno hierarhijo in podjetja z večstopenjsko hierarhijo, samostojnega podjetnika, družabništvo in partnerstvo, mikro, majhna, srednja in velika podjetja, gospodarske družbe in samostojnega podjetnika ter državna, zasebna, združna in mešana podjetja.

Prvine poslovnega procesa ločimo na **delovna sredstva**, **predmete dela**, **delo** in **storitve**.

Delovna sredstva so sredstva podjetja, ki v poslovni proces **vstopajo s svojimi lastnostmi**, ki jih obdržijo, **ne spreminjajo oblike** in snovno ne prehajajo v izdelek, njihova **življenjska doba je daljša od enega poslovnega cikla**. Vrednost njihovega staranja in obrabe je **amortizacija**. Delovna sredstva so zemljišča, zgradbe, stroji in oprema, dolgoletni nasadi in osnovna čreda ter drobni inventar.

Predmeti dela v poslovnem procesu **sodelujejo samo enkrat in se potrošijo**, spremenijo svojo obliko in **snovno prehajajo v proizvod**. Predmeti dela so naravna bogastva, surovine in materiali, polizdelki in nedokončani proizvodi.

Delo je **premišljena človekova dejavnost**, ki je usmerjena k uresničevanju vnaprej postavljenega cilja. Človek si pri delu pomaga z delovnim orodjem, s katerim povečuje učinkovitost svojega dela. Delo je sestavljeno iz **umske, telesne in moralne sestavine**.

Storitve so aktivnosti, ki jih podjetje **kupi od drugih** in jih **potrebuje za to, da bi izdelalo izdelek ali storitev**. Najpogostejše storitve so popravila, remont, poštna, telefonska, svetovalna, razvojna, izobraževalna, inovacijske storitve, storitve izobraževanja, kulturne, zdravstvene, bančne in zavarovalniške storitve.



Preverjanje razumevanja

1. Kaj je podjetje in kaj je njegov glavni cilj? Katere cilje lahko podjetje tudi zasleduje?
2. Na primeru podjetja Petrol pojasnite razliko med podjetjem, firmo in obratom.
3. Katere vrste podjetij delimo glede na velikost? Kaj je glavna prednost velikih in kaj majhnih podjetij? Kaj pa so pomanjkljivosti velikih in majhnih podjetij?
4. Katere prvine potrebuje vsako podjetje za svoje nemoteno poslovanje? Opreделите jih za podjetje Petrol.
5. Primerjajte samostojnega podjetnika, ki se ukvarja s proizvodnjo ekološko razgradljivih vrečk za smeti in d. o. o., ki posluje z nepremičninami. Za oba navedite njune prvine in navedite bistvene razlike med njunimi prvinami.

3 DELOVANJE TRGA

»Reči, ki imajo največjo uporabno vrednost, imajo pogostoma majhno ali nično menjalno vrednost; in nasprotno, tiste, ki imajo največjo menjalno vrednost, imajo pogostoma majhno ali nično uporabno vrednost. Nič ni uporabnejše od vode, vendar zanjo ne dobimo skoraj nič in skoraj ni reči, za katero bi se dala zamenjati. Diamant, nasprotno, nima skoraj nobene uporabne vrednosti, ampak navadno lahko dobimo zanj zelo veliko drugih dobrin.«

Adam Smith, Bogastvo narodov

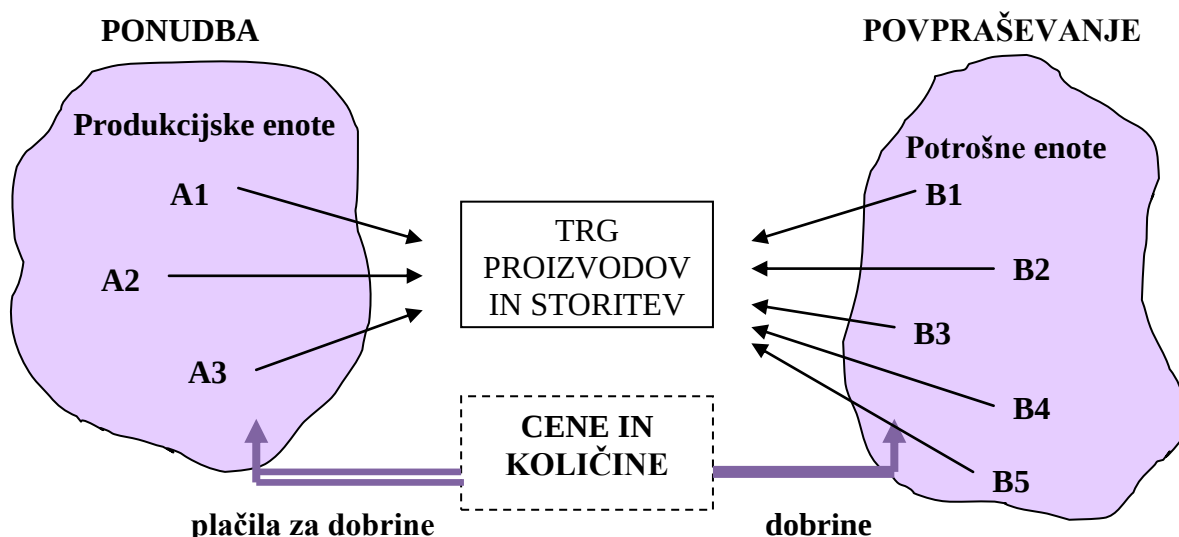
Vi se vsakodnevno udeležujemo na trgu, nekateri kot potrošniki, drugi kot proizvajalci, nekateri v vlogi obeh. Potrošniki želimo kupiti čim bolj ugodno in čim bolj kvalitetno blago. Proizvajalci oziroma prodajalci ga želijo prodati čim dražje in da bi imeli pri njihovi proizvodnji čim nižje stroške. Kako uskladiti tako nasprotni si težnji? Vse to ureja trg. Zato moramo razumeti kako in na kakšen način trg deluje, tako bomo kot potrošniki lažje razumeli zakaj je neko blago dražje od drugega, pa čeprav je kvaliteta enaka.

V tem poglavju bomo obravnavali:

- pojem trga,
- značilnosti povpraševanja,
- značilnosti ponudbe.

3.1 POJEM TRGA

Trg se je razvijal postopoma. Današnji trg se je porajal iz naključne menjave presežkov med plemeni v davni zgodovini, ko se je menjala ena dobrina za drugo, npr. drobnica za žito... Postopno se je uveljavil denar kot menjalno sredstvo, s čimer se je menjava zelo olajšala; pojavljati so se začeli določeni kraji, točke, zlasti križišča raznih poti, ob rekah, ki so jih uporabljali za prevoze, kjer se je občasno na sejmi, potem pa vse bolj trajno (z nastajanjem naselij) razvijala menjava oziroma vse bolj prava trgovina. S trgovanjem se je začel ukvarjati poseben sloj ljudi, ki predstavlja danes v grosistični, detajlistični in mednarodni trgovini pomemben gospodarski sektor. Trgovina je bila tista, ki je povezovala svet in prenašala civilizacijske pridobitve.



Slika 17: Osnovna logika delovanja tržnega mehanizma

Vir: Glas, 2006, 8



Trg je prostor, kjer se srečujejo ponudniki in povpraševalci, da po določeni ceni prodajo oziroma kupijo določeno količino blaga, proizvodov ali storitev.

Naloga trga je, da na njem poteka prodaja oziroma nakup, da kupci s svojim denarjem pridobijo tiste proizvode in storitve, ki jih potrebujejo in za katere so pripravljeni plačati ustrezno ceno (Glas, 2006, 7). **Trg je stik med prodajalci (ponudniki) in kupci (povpraševalci), kjer se določa o prodani (kupljeni) količini nekega blaga in njegovi ceni.**

Način in učinkovitost delovanja trga sta opredeljena predvsem s konkurenco in tekmovanjem tržnih subjektov, ki si prizadevajo doseči svoj cilj.

Trg s konkurenco med prodajalci in kupci določi cene in količine proizvodov in storitev (Glas, 2006, 9). Cena skupaj s količino oblikuje prihodek izdelka/storitve, kar pomeni tržno priznanje izdelka/storitve in s tem pokaže, v kolikšni meri je bil izdelek/storitev dejansko potreben glede na družbene potrebe in obseg ponudbe. Zato pri odločanju o nadaljevanju proizvodnje podjetniki primerjajo ceno, kakršna se je oblikovala na trgu, s proizvodnimi stroški na enoto produkta. Uveljavlja se pravilo: če je cena višja od stroškov, je proizvodnja donosna, zato jo podjetje povečuje, širi obseg proizvodnje najprej z boljšim izkoristkom danih zmogljivosti, postopno pa z naložbami v nove zmogljivosti. Če je cena enaka stroškom, je produkcija »na meji«, podjetje lahko ohrani enak obseg, saj pokriva vse stroške, vendar ne prejema nič več kot to. Če prouči možnosti znižanja stroškov in skrči obseg proizvodnje, če pričakuje enako neugodne okoliščine v prihodnje, se raje umakne iz te panoge in si poišče proizvodnjo donosnejših izdelkov/storitev. Seveda so v hipu menjave proizvodni stroški za izdelke/storitve, ki jih ponujamo, že preteklost (so dani, proizvajalec nanje ne more več vplivati, saj je proizvodnja že mimo). **Tako je cena tisti parameter, ki odločilno vpliva na odločitev podjetnikov o prihodnji proizvodnji.**



Na primer: proizvajalec kruha na trgu primerja ceno za eno žemljo s stroški, ki jih ima s proizvodnjo ene žemlje. Če pogledamo, da bi lahko proizvajalec žemlje prodajal v povprečju za 0,40 evra, potem je zanj dobro, če so njegovi stroški za žemljo do 0,30 evra. Če ima strošek za eno žemljo 0,35 do 0,40 evra, pomeni, da sicer trenutno ne dela z izgubo, vendar nima možnosti, da bi del dobička vlagal v razvoj, nove stroje, izboljšavo kvalitete žemlje, izobraževanje delavcev in podobno. Za vsako podjetje pa je bistvenega pomena, da si pripravi kalkulacijo cene že vnaprej, da se prepriča, da je cena njegovega izdelka/storitve ustrezna tako zanj kot za kupce.

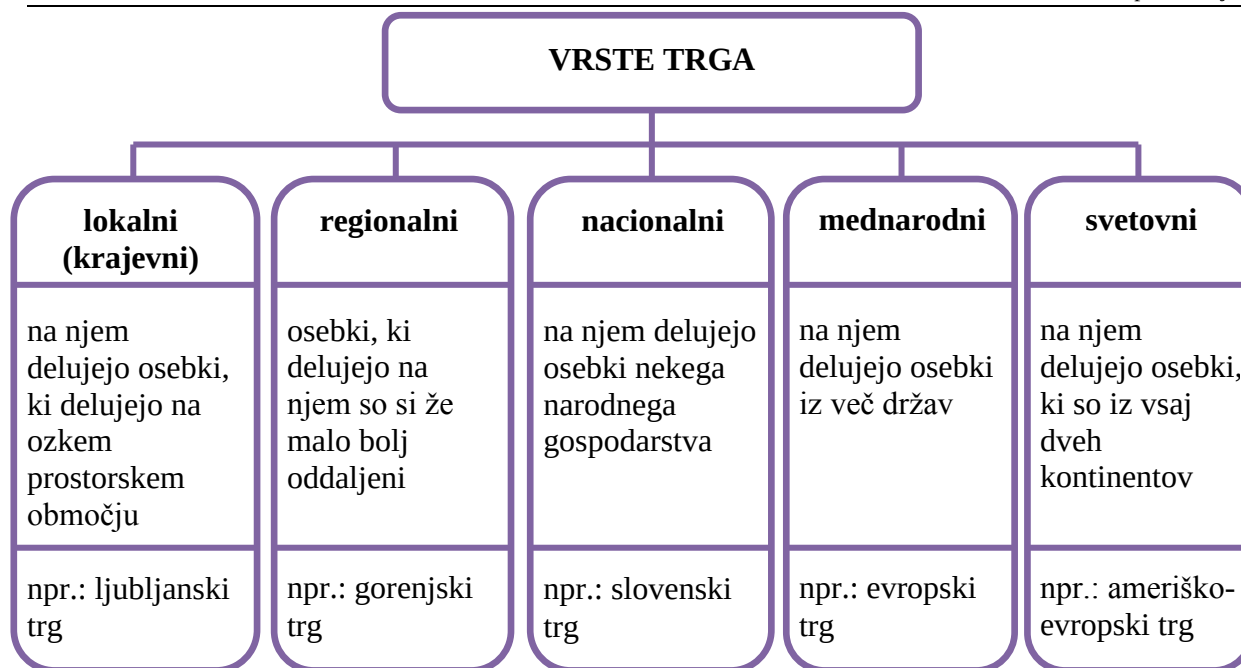
Danes nas tržno gospodarstvo sili k nenehnemu razvoju in posodabljanju. Podjetja morajo ves čas spremljati razmere na trgu in se jim čim bolj prilagajati. To pa zajema področje trženja.

Tržni mehanizem uresničuje svoje naloge bolj ali manj uspešno, trgi pa se pri tem razlikujejo. Uspešnost oziroma učinkovitost trga je odvisna od stopnje in oblike tržne konkurence, ki bo predstavljena v nadaljevanju.



Razmislite, kaj bi se zgodilo na trgu, če bi se vodilni slovenski trgovec Mercator umaknil s trga, ker ni zadovoljen s cenami svojih proizvodov. Kako bi reagirali potrošniki in kaj bi to pomenilo za slovenske proizvajalce?

Na sliki 18 so prikazane vrste trga in primeri za vsako vrsto.



Slika 18: Vrste trga glede na obseg poslovanja

3.2 DEJAVNIKI TRŽNE KONKURENCE



Dejavniki tržne konkurence so (Glas, 2006, 14–18):

- **število kupcev in prodajalcev:** je najenostavnejši dejavnik. Na trgu imamo lahko različno število kupcev in prodajalcev, kar močno vpliva na dogajanje na trgu. Glede na njihovo število na trgu poznamo različne oblike trga (monopol, monopson,...), ki so prikazane v tabeli 5;
- **homogenost/deferenciranost blaga,** pri čemer gre za to, ali so istovrstni produkti v očeh kupca povsem enaki in se odloča, pri katerem prodajalcu bo kupil le glede na višino cene. Pri popolnih substitutih oziroma homogenih proizvodih je za kupca odločilna cena. Če pa kupec meni, da se proizvodi med seboj razlikujejo (po obliki, kakovosti, trajnosti), bo pripravljen plačati za proizvod, ki ga bolj ceni, tudi višjo ceno;
- **mobilnost proizvodnih dejavnikov:** je zelo pomemben dejavnik. Postavlja se vprašanje, ali obstajajo kakršne koli naravne (tehnološke) ali umetne (pravne, ekonomske) ovire za preseljevanje produkcijskih faktorjev v tiste panoge, ki obetajo večji dobiček. Če takšnih ovir ni, se podjetja prosto preseljujejo, posledica je povečana konkurenca med panogami. V vsakem hipu namreč v panogo, ki ima ugodno ceno, prihajajo novi producenti, ponudba teh produktov se povečuje in cena zmanjšuje;
- **racionalno ravnanje tržnih osebkov:** domnevamo namreč, da se tržni subjekti vedejo racionalno, ko na njihove poslovne odločitve ne vplivajo trenutno razpoloženje, čustva in podobno. Kupci morajo biti popolnoma informirani o trgu, proizvodih in proizvajalcih, da bodo lahko dobro izbrali. Prodajalci ne smejo diskriminirati kupcev. To je, da bi nekemu kupcu enako blago prodali po eni ceni, drugemu kupcu pa po drugi.



Na primeru podjetja Petrol določimo vse štiri dejavnike tržne konkurence. Število kupcev za proizvode Petrola (pri tem imejmo v mislih le gorivo) je veliko, saj skorajda vsako gospodinjstvo potrebuje gorivo za svoj avtomobil. Nekatera gospodinjstva celo

za dva in več. Seveda moramo pri tem upoštevati, da vsi goriva ne kupujejo pri Petrolu. Na drugi starani je ponudnikov naftnih derivatov nekaj, saj so na slovenskem trgu prisotni: Petrol, OMV, Agip, Schell, Tuš, Mol in Logo.

Ko razmišljamo o homogenosti in diferenciranosti blaga, ne moremo govoriti, da kupec kupuje gorivo tam, kjer je cenejše, saj so cene goriv v Sloveniji enotne. Nekateri ponudniki seveda ponujajo določene ugodnosti, zato se kupci v primeru goriva odločajo tudi glede na kvaliteto goriva, raznovrstnost druge ponudbe, prijaznost in podobno.

Naslednji dejavnik je mobilnost proizvodnih dejavnikov. Težko bi rekli, da bi se v Petrolu lahko zelo hitro prestavili v drugo panogo, saj imajo specifično opremo in za to usposobljeno delovno silo. Z obstoječo opremo se ne bi mogli kar prestaviti v npr. panogo kmetijstva. Poleg tega si ne znamo niti predstavljati, kaj bi lahko namesto sedanjih prodajnih artiklov prodajali na njihovih bencinskih servisih. Krompir in moko? Torej v primeru podjetja Petrol bi bila mobilnost proizvodnih dejavnikov zelo težko izvedljiva. Če bi bila mobilnost proizvodnih dejavnikov enostavna, bi pomenilo, da bi se proizvajalci lahko hitro prestavili v tisto panogo, ki je bolj dobičkonosna, kar bi seveda vplivalo na konkurenco v tej panogi in dobički ne bi bili več tako visoki. Dostikrat so velika ovira za mobilnost zaposleni, saj imajo specifično znanje, ki jim v drugih panogah ne pomaga dosti ali celo nič.

Racionalno ravnanje tržnih subjektov velja le deloma, saj kupci niso popolnoma informirani o cenah in pogojih plačevanja na vseh bencinskih servisih. Prav tako včasih določeni prodajalci »stalnim kupcem« nudijo nižjo ceno, čeprav to v primeru Petrola ni pogosto. To pa je pogostejše pri drugih proizvajalcih.



Skušajte določiti vse štiri dejavnike tržne konkurence za podjetje Mobitel.

Tabela 10: Oblike konkurence

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

Vir: Glas, 2006, 14



Razmislite in za vsako od navedenih oblik konkurence poiščite primer na slovenskem trgu. Če vam je slovenski trg premajhen, ga razširite na evropski trg.

Vsaka od oblik konkurence ima določene značilnosti, vendar nas zanima tržno dogajanje predvsem v stanju **popolne konkurence**.

- Ko je na trgu veliko kupcev in veliko prodajalcev, vsak med njimi kupuje/prodaja majhno količino v primerjavi s celotno količino blaga na trgu. Ekonomska posledica tega je, da nihče izmed njih ne more vplivati na ceno blaga; cena ni odvisna od ponudbe in povpraševanja posameznika, ampak je objektivno dana in se ji mora posameznik prilagajati s svojo produkcijo (ponudbo) in povpraševanjem.
- Produkti so enaki, homogeni.
- Produktijski faktorji so prosto mobilni.
- Subjekti se vedejo racionalno, brez diskriminacije kupcev ob dobri obveščenosti o dogajanju na trgu.
- V takšen trg država ne posega, zato je prost, svoboden trg.



- Tržne cene so objektivni rezultat skupnega delovanja kupcev in prodajalcev, ni nadzora nad cenami.
- Te cene se oblikujejo neodvisno od volje posameznikov, ki so ekonomsko prešibki, da bi lahko vplivali nanje. Tako postanejo edini regulator produkcije in porabe, alokacije produkcijskih faktorjev.

V teoriji se izhaja iz popolne konkurence, v kateri najmanjša sprememba cene takoj preusmeri potrošnika od enega k drugemu ponudniku. V stvarnosti trgi niso takšni. Kupci se odzivajo na večje spremembe cene, proizvajalci morajo poskrbeti, da dovolj kupcev izve zanje. To storijo z oglaševanjem popustov in nižjih cen. Danes le redki trgi, npr. pri nekaj kmetijskih pridelkih, ustrezajo definiciji proste konkurence, pa še to z določenimi odstopanji. Prav tako so blizu popolni konkurenci borze žlahtnih kovin, katerih značilnost je hitro nihanje cen.

Če naštetih dejavnikov niso navzoči v največji meri – to je značilno za sodobna gospodarstva v vrsti sektorjev –, deluje nepopolna konkurenca. Takrat imajo posamezni subjekti (v primeru oligopola in monopola producenti, pri monopsonu kupci) večji ali manjši vpliv na ceno (možnost zvišanja ali znižanja oz. »navijanja« ali »zbijanja« cene), imajo določeno monopolno moč. V stvarnosti je danes prevladujoča državno uravnavana monopolna ali oligopolna konkurenca.



Razmislite, katere predpostavke popolne konkurence ne veljajo za spodnje proizvode oziroma njihove trge:

- iPod,
- pšenica,
- cigarete,
- športni copati Nike,
- Turistična agencija Sonček.

Monopol je nasprotje popolni konkurenci. **Imamo opravka samo z enim prodajalcem na določenem trgu, ki obsega ponudbo celotne panoge. proizvaja specifični proizvod, ki nima sorodnega nadomestka. Vstopne ovire so visoke. Monopolist ima moč, da sam postavlja ceno, in ima pomemben nadzor nad oblikovanjem cene in količine proizvoda, ki ga ponuja na trgu. Monopolna cena je višja, kot bi bila pri popolni konkurenci, zaradi tega so potrošniki prikrajšani** (Bojnec et al., 2007, 114). Država pogosto vpliva na monopolne trge, da bi preprečila zlorabo monopolne moči.



Razmislite in poiščite monopolno podjetje v Sloveniji.

Za monopolistično konkurenco je značilno, da je na trgu veliko število razmeroma majhnih podjetij, ki delujejo neodvisno. Vsako podjetje na trgu proizvaja diferenciran proizvod, kar pomeni, da proizvodi med seboj niso popolni substituti, zato je necenovna konkurenca zelo močna. Vstop in izstop iz trga sta prosta (Bojnec et al., 2007, 115).

Primeri za monopolistično konkurenco so podjetja Procter&Gamble (Ariel), Biersdorf (Nivea), L'Oreal, Nike in drugi.



Kot zanimivost si lahko preberete članek o tem, kako sta se multinacionalki dogovarjali o cenah pralnih praškov, na: <http://www.rtv slo.si/evropska-unija/multinacionalkama-kazen-zaradi-dogovorjanja-o-cenah-pralnih-praskov/255337>.

3.3 POVPRASEVANJE

V nadaljevanju bomo proučili model popolne konkurence, in sicer zato, ker je najpreprostejši. Številni sektorji kljub nepopolni konkurenci dosegajo podobne rezultate. Takšen model je zaradi svojih »idealnih« ekonomskih rezultatov tudi norma, merilo za primerjavo z dejanskimi rezultati. V modelu popolne konkurence se ponudba in povpraševanje nenehno med seboj prilagajata. To pa v daljšem časovnem obdobju uveljavlja težnjo k ravnotežju. Z delovanjem ponudbe (S) in povpraševanja (D) v danih tržnih razmerah lahko pojasnimo oblikovanje ravnotežne cene in količine.



Povpraševanje so vse tržne sile, ki se uveljavljajo z delovanjem kupcev in vplivajo na njihovo ravnanje pri nakupu določene količine blaga ob različnih cenah. Povpraševanje po neki dobrini kaže, kolikšne količine dobrine so kupci pripravljeni kupiti ob določeni ravni cene v določenem časovnem obdobju (Glas, 2006, 34).

Povpraševanje kupca je obratno sorazmerno s ceno. Če cena narašča, bo kupec pripravljen kupiti manjše količine blaga, oziroma če cena pada, bo kupec kupoval večje količine blaga. Zato morajo podjetja ugotoviti, kolikšno količino proizvodov (blaga) bo kupec pripravljen kupiti in kakšno ceno je pripravljen še plačati za določeni proizvod. To podjetja ugotovijo z raziskavo trga in skušajo čim natančneje določiti dejavnike, ki določajo povpraševanje, in na podlagi ugotovitev sprejeti ustrezne ukrepe v podjetju.

3.3.1 Dejavniki povpraševanja

Kolikšen je obseg individualnega povpraševanja, kolikšne so količine nekega blaga, ki jih je povpraševalec pri raznih cenah pripravljen kupiti, npr. v mesecu dni, je odvisno od vrste dejavnikov, ki jih povpraševalec upošteva pri svoji odločitvi. V osnovi se dejavniki delijo na subjektivne in objektivne.

Tabela 11: Dejavniki povpraševanja

Na koga vplivajo dejavniki	Narava dejavnikov
Dejavniki, ki vplivajo na posameznega potrošnika: – okus potrošnika – nujnost potreb in obstoj substitutov – dohodek potrošnika – cene drugih dobrin – pričakovanja o gibanju cene v prihodnje	Subjektivni (osebni) dejavniki: – želje in okusi – navade in običaji v okolju – potrebe potrošnikov 
Dejavniki, ki vplivajo na tržno povpraševanje: – število in struktura prebivalstva – obseg narodnega dohodka in njegova razdelitev med prebivalce	Objektivni (stvarni) dejavniki: – denarni dohodek potrošnika – cene drugih dobrin (današnje in pričakovane v prihodnje), zlasti substitutnih in komplementarnih dobrin – število potrošnikov

Vir: Glas, 2006, 36

Potrošniki se med seboj razlikujemo tako po spolu, starosti, izobrazbi kot dohodku. Od teh in tudi drugih dejavnikov je odvisno povpraševanje po določenih dobrinah (blagu). Za nekatere dobrine ima potrošnik veliko potrebo ali željo, pa nima zadosti visokega dohodka (npr. imeti

Ferrarija ali luksuzno jahto). Zato morajo proizvajalci ugotoviti, koliko je potrošnikov, ki jih zanima Ferrari, in koliko je takšnih, ki tudi imajo denar, da si ga lahko kupijo.

Proizvajalcem, ki proizvajajo dobrine, ki so nujne za življenje (kruh, voda, mleko, obutev...), je nekoliko lažje, saj bodo potrošniki po teh dobrinah vedno povpraševali in jih tudi kupovali v določenih količinah.

Dohodek potrošnika je pomemben dejavnik, ki vpliva na višino povpraševanja po določeni dobrini. Posameznik ali gospodinjstvo ima na voljo mesečni dohodek, s katerim razpolaga za nakup dobrin. Ker smo spoznali, da morajo potrošniki racionalni ravnati, bodo morali potrošniki gospodarno ravnati s tem dohodkom. Seveda je tudi na slovenskem trgu velika razlika med dohodki gospodinjstev. Nekateri si lahko kupijo veliko dobrin, nekateri pa žal tudi najosnovnejših ne. Potrošnik bo glede na razpoložljiv dohodek povpraševal po neki dobrini ali pa ne. Popolnoma jasno je, da v gospodinjstvu, kjer razpolagajo s 1.000 evri mesečnega proračuna, ne bodo povpraševali po Ferrariju. Njihovo povpraševanje bo zajemalo le nujne življenjske dobrine.

Če se cena neke sorodne dobrine zniža, bo to seveda vplivalo na povpraševanje druge dobrine. Če bi se cene prenosnih računalnikov znižale za polovico, bi to prav gotovo vplivalo na povpraševanje po klasičnih računalnikih, ki bi se zmanjšalo.

Če bodo potrošniki v prihodnosti pričakovali povečanje cene, bo povpraševanje po dobrini višje, saj bodo z nakupi pohiteli. Če se predvideva padec cene neke dobrine, bo povpraševanje padlo, saj bodo potrošniki raje počakali na nižje cene.

Slovenija ima približno 2 milijona prebivalcev, ki vplivajo na povpraševanje po dobrinah. Povpraševanje je odvisno tudi od življenjske ravni prebivalcev, ki se določa tudi z BDP/preb. Slovenija je imela leta 2009 14 % nižji BDP/preb od evropskega povprečja. Država z najvišjim BDP/preb. je Luksemburg, saj presega evropsko povprečje za 168 %. Podatke o ostalih državah si lahko preberete na spletnem naslovu http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3217.



Razmislite, kaj bi se zgodilo, če bi cene kruha narasle za 100 %. Kako bi to vplivalo na povpraševanje po kruhu?
Vsako gospodinjstvo v Sloveniji ima pralni stroj. Po katerih dobrinah in storitvah se posledično tudi poveča (oziroma obstaja) povpraševanje?



Določite, katere dobrine kupuje mladina, ljudje srednjih let in starejši ljudje.
Ali mislite, da izobrazba tudi vpliva na povpraševanje po določenih dobrinah? O tem razpravljajte v skupini in podajte vaše ugotovitve.

3.3.2 Splošni zakon povpraševanja

Proučimo najprej, kako se logično vede posamezni povpraševalec, ki ima dan dohodek, dane potrebe, pri danih cenah drugih dobrin. Poglejmo delovanje povpraševanja za nakup česenj.

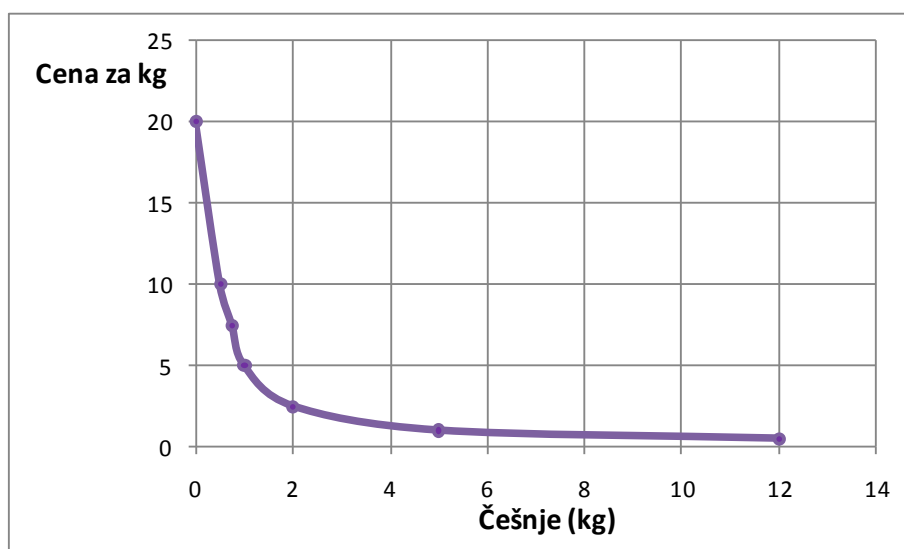
Zapišimo si razne kombinacije cene in količine, kakor bi bili pripravljeni kupovati, v lestvico povpraševanja:

Cena (p)	20,00	10,00	7,50	5,00	2,50	1,00	0,50
Količina (Q)	0	0,50	0,75	1,00	2	5	12

Lestvica nam pokaže, koliko kilogramov češenj bi bili pripravljeni kupiti pri različnih cenah sendvičev. Koliko bomo dejansko kupili, je odvisno od cene za kilogram češenj.

Predpostavimo, če bi kilogram češenj stal 20 evrov, jih ne bi kupili, saj se nam zdi to predrago. Če bi bila cena za kilogram 10 evrov, bi jih bili pripravljeni kupiti le pol kilograma. Za ceno 5 evrov bi kupili kilogram in na drugi strani, če bi cena za kilogram češenj padla in bila zelo nizka (npr. 0,50 evra), bi jih kupili veliko več. Včasih celo toliko, da ga jih bi mogli pojesti in bi bil nakup popolnoma neracionalen. Eventualno bi jih lahko shranili v zamrzovalnik, vendar se moramo vprašati, ali je to ekonomično.

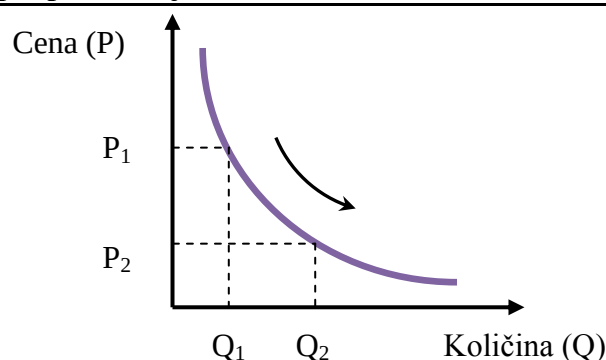
Velikokrat se v praksi zgodi, da nam, kupcem razne akcije, razprodaje in ostala znižanja zaslepijo razum in takrat brezglavo nakupujemo stvari, čeprav jih dejansko ne potrebujemo in jih v tolikšni meri tudi ne bomo potrošili. Pomislite na zimske razprodaje, ko se nekatere trgovine odprejo že ob polnoči, pred njihovimi vrati pa stoji truma ljudi, ali pa na otvoritev neke trgovine, ko so ljudje nosili iz trgovine po pet pralnih strojev. Mislite, da jih bodo potrebovali toliko? Morda so vzeli kakšnega za rezervo. Vse to pa z ekonomskega vidika ni gospodarno, ni racionalno.



Slika 19: Krivulja povpraševanja za češnje



Krivulja povpraševanja je vedno padajoča, kar pomeni, da je kupec pripravljen pri višji ceni kupiti manj, pri nižji ceni pa več izdelkov/storitev. Zaradi spremembe cene pride do premikov po krivulji in govorimo o spremembi obsega povpraševanja.



Slika 20: Sprememba obsega povpraševanja
Vir: Glas, 2006, 44

Na trgu nastopa hkrati več potencialnih kupcev, zato ne povprašuje le posameznik, ampak je osebkov več. Če seštejemo individualna povpraševanja po neki dobrini za vse kupce, ki se pojavljajo na trgu te dobrine, dobimo skupno ali tržno povpraševanja po tej dobrini.



Splošni zakon povpraševanja pravi, da v nespremenjenih okoliščinah obseg povpraševanja na danem trgu in v danem času variira v nasprotni smeri od cene tega blaga. Če skušamo povedati preprosteje: gre za padajočo krivuljo tržnega povpraševanja, za dejstvo, da so porabniki pripravljeni kupiti večjo količino le pri nižji ceni blaga, ob zvišanju cene blaga pa se bo obseg povpraševanja zmanjšal (Glas, 2006, 41). Na odločitev o nakupu pa poleg cene lahko vplivajo tudi drugi dejavniki, kot so potrebe, preference, velikost dohodka, prihodnja pričakovanja in cene drugih dobrin (Bojnec et al., 2007, 91).

Takšno ravnanje kupcev lahko pojasnimo z dvema učinkoma: **učinek realnega dohodka in učinek substitucije** (Glas, 2006, 43).

Če se cena blaga zniža, se ob nespremenjenem denarnem dohodku poveča kupna moč potrošnika, saj lahko kupi več enot tega blaga: večji je njihov realni dohodek. To je učinek realnega dohodka, katerega pomen je odvisen od vloge dobrine v celotnem potrošnikovem proračunu. Potrošnik povečano kupno moč uporabi delno za večji nakup tega blaga, delno za druge vrste blaga.

Če se cena blaga zniža, je v primerjavi z drugimi vrstami blaga, katerih cene so ostale nespremenjene, to blago postalo relativno cenejše: po logiki optimalnega nakupa porabnik poveča nakup tega blaga in z njim v potrošnji nadomešča druge dobrine – substitute. To je učinek substitucije (nadomestitve).



Določite učinek dohodka, če bi se znižale cene kart za golf igrišče za 200 %. Predvidimo, da sedaj stane karta 30 evrov. Ali lahko na istem primeru določite tudi učinek substitucije?

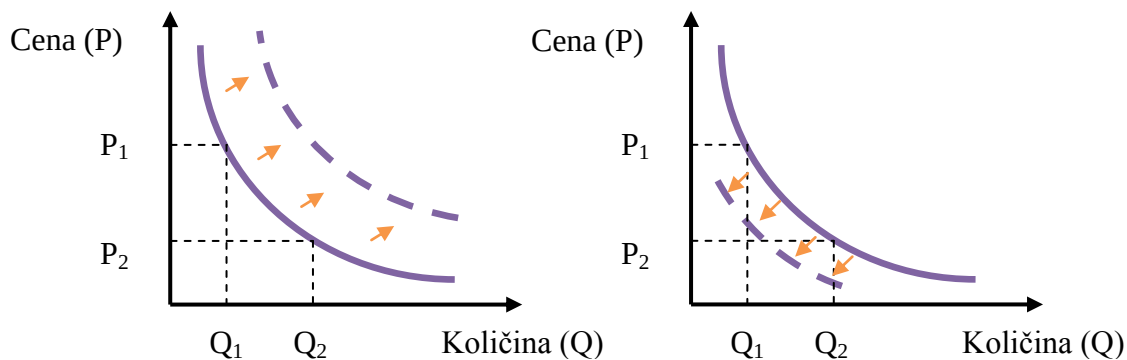
Razmislite in določite primer, ko velja učinek substitucije.

3.3.3 Sprememba povpraševanja

Pri spremembi obsega povpraševanja gre za premik krivulje. Tega ne smemo zamenjevati s premikom po krivulji (ki se zgodi zaradi spremembe cene). Premik krivulje nastane zaradi drugih dejavnikov, kot so dohodek, preference in cene substitutov. Grafično to pomeni premik celotne krivulje navzgor ali navzdol.

Če se nam poveča dohodek, si lahko kupimo več dobrin, tudi češenj. V tem primeru govorimo spremembi povpraševanja. Krivulja povpraševanja se premakne desno navzgor. Ta premik je grafično prikazan na sliki 21 na levi strani.

Če se nam dohodek zmanjša, si lahko kupimo manj dobrin. V tem primeru pride do zmanjšanja povpraševanja in se krivulja premakne levo navzdol. Ta premik krivulje je prikazan na sliki 21 na desni strani.



Slika 21: Povečanje in zmanjšanje povpraševanja

Vir: Glas, 2006, 45



Razmislite kaj se zgodi s povpraševanjem po češnjah, če bi se pocenile višnje. Spremembo povpraševanja tudi grafično ponazorite.

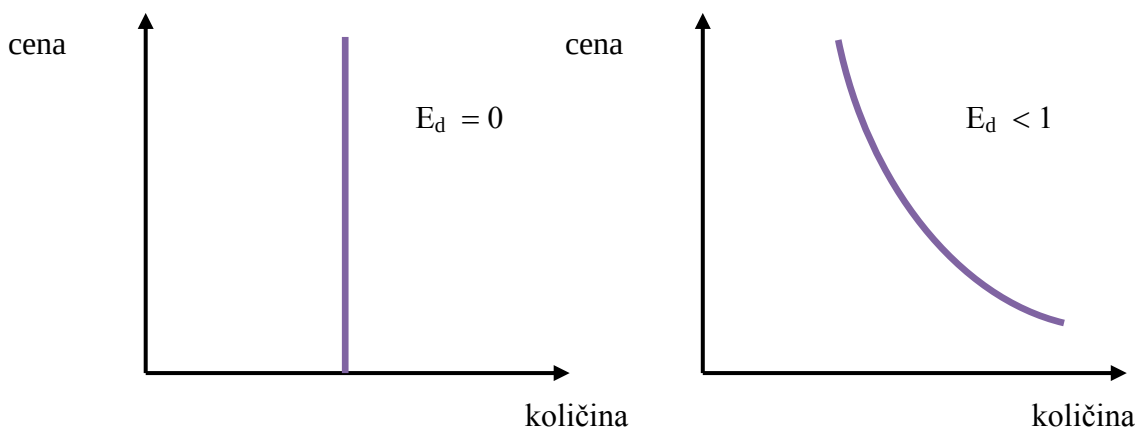
3.3.4 Elastičnost povpraševanja



Elastičnost povpraševanja je merilo, ki nam izmeri, v kolikšni meri se spreminja obseg povpraševanja zaradi spremembe cene oziroma dohodka. Poznamo cenovno, dohodkovno in križno elastičnost povpraševanja (Glas, 2006, 46).

Cenovna elastičnost povpraševanja meri odziv kupcev na spremembe cene dobrine. Merilo je koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja, ki nam pove, za koliko odstotkov se zmanjša (poveča) obseg povpraševanja po neki dobrini, če se cena te dobrine ob nespremenjenih drugih okoliščinah zviša (zniža) za en odstotek (Glas, 2006, 46). Vrednost koeficienta je navadno negativno število, kar kaže na to, da se pri povišanju cene dobrine obseg povpraševanja po tej dobrini zmanjša, in obratno (Bojnec et al., 2007, 96).

Običajno uporabljamo tri različne stopnje elastičnosti: **cenovno neelastično**, **cenovno elastično** in **enotno elastično povpraševanje** (Rebernik, 2008, 130). Pri cenovno neelastičnem povpraševanju potrošniki ne reagirajo na spremembo cene, pri elastičnem povpraševanju pa potrošniki močno odreagirajo na spremembo cene. Pri enotnem elastičnem povpraševanju se cena in količina spreminjata v istem razmerju.



Slika 22: Popolnoma neelastično in neelastično povpraševanje

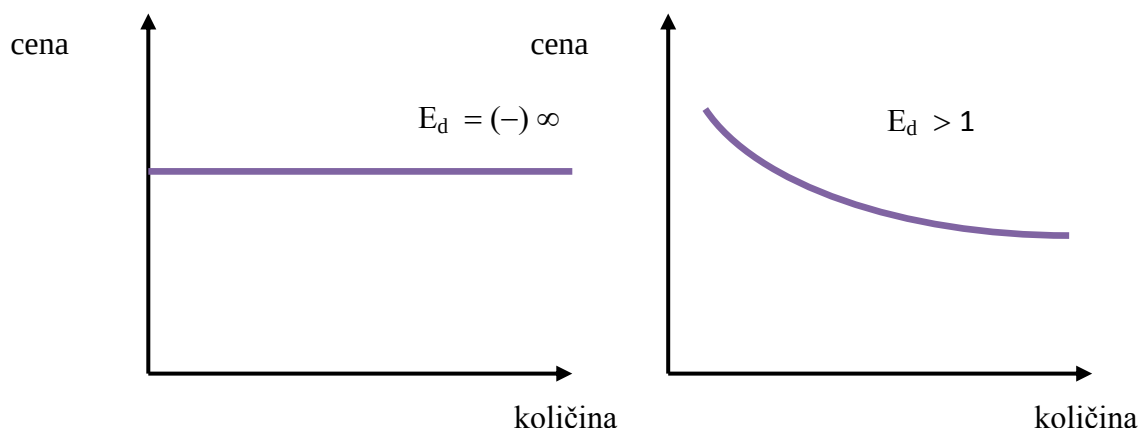
Vir: Rebernik, 2008, 132

Primer popolnoma neelastičnega povpraševanja so dobrine, ki jih mora potrošnik kupiti ne glede na njihovo ceno. To so dobrine, ki jih moramo obvezno imeti. Primer popolnoma neelastičnega povpraševanja je izdelava osebne izkaznice, saj jo mora imeti vsak prebivalec Slovenije, starejši od 18 let (ali pa mora imeti potni list). Ne glede na to, koliko bi ta storitev stala, jo mora plačati vsak državljan.



Poiščite še dve dobrini, za kateri velja popolnoma neelastično povpraševanje.

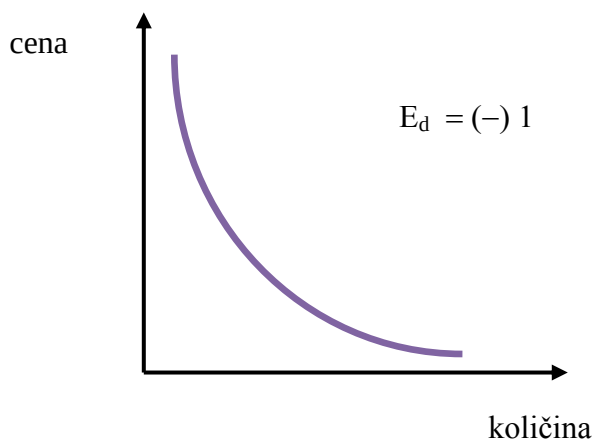
Na sliki 23 sta prikazana popolnoma elastično in elastično povpraševanje.



Slika 23: Popolnoma elastično in elastično povpraševanje

Vir: Rebernik, 2008, 132

Pri popolnoma elastičnem povpraševanju se že ob najmanjši spremembi cene povpraševanje povsem spremeni. Potrošniki zelo povečajo povpraševanje po neki dobrini, če se bo njena cena le malo znižala, ali pa obratno, potrošniki povsem črtajo nakup določene dobrine, če se bo cena dobrine malo zvišala. Navadno sodijo med dobrine, za katere velja popolnoma elastično povpraševanje, luksuzne dobrine (potovanja, dragi avtomobili, nakit...).



Slika 24: Enotno elastično povpraševanje

Vir: Rebernik, 2008, 132

Pri enotnem elastičnem povpraševanju se obseg povpraševanja spremeni za enak odstotek, kot se spremeni cena dobrine. Če se cena dobrine poveča za 30 %, se povpraševanje po tej dobrini zmanjša za 30 %. In obratno, če se cena dobrine zniža za 20 %, se tudi povpraševanje po tej dobrini zviša za 20 %. Dobre, za katere velja enotno elastično povpraševanje, so običajne

dobrine, ki jih vsakodnevno kupujemo, kot so čistila, ali jih kupujemo za daljši čas (pohištvo, knjige).



Poiščite primere za popolnoma elastično, elastično in enotno elastično povpraševanje.

Elastičnost povpraševanja izračunamo po formuli (Rebernik, 2008, 134):

$$E_p = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

ΔQ pomeni sprememba količine, ΔP pa sprememba cene. Oba podatka uporabimo v %.



Poglejmo si še primer izračuna koeficienta cenovne elastičnosti povpraševanja za primer češenj. Predpostavimo, da so se cene češenj povešale za 20 %, zaradi česar se je obseg povpraševanja zmanjšal za 20 %. Povpraševanje po češnjah se je zmanjšalo za več kot se je zvišala cena. To nam pove, da smo na spremembo cene intenzivno reagirali.

$$E_p = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{20}{20} = -1$$

Koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja znaša -1 , kar pomeni, da če se cena za kilogram češenj poveča za en %, se tudi povpraševanje po dobrini zniža za en %. Ker je koeficient cenovne elastičnosti enak 1, je to usklajeno elastično povpraševanje.



Naredimo še en primer. V pekarni se je kruh podražil iz 1,90 evra na 2,25 evra za kilogramski hlebček. Ko so v pekarni zvišali cene, se je mesečna prodana količina kilogramskih hlebčkov znižala iz 1.200 na 1.140 hlebčkov.

$$\% \Delta Q = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \times 100 = \frac{1140 - 1200}{1200} \times 100 = -5 \%$$

$$\% \Delta P = \frac{P_2 - P_1}{P_1} \times 100 = \frac{2,25 - 1,90}{1,90} \times 100 = 18,42 \%$$

$$E_p = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{-5}{18,42} = -0,27$$

Koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja znaša $-0,27$, kar pomeni, da če se cena kilogramskega hlebčka poveča za 1 %, se povpraševanje po dobrini zniža za 0,27 %. Ker je vrednost koeficienta nižja od 1, je to neelastično povpraševanje.

Dohodkovna elastičnost povpraševanja meri odzivnost količine povpraševanja po dobrini na spremembo dohodka. Koeficient dohodkovne elastičnosti povpraševanja nam pove, za koliko odstotkov se spremeni količina povpraševanja, če se dohodek spremeni za en odstotek (Bojncet et al., 2007, 102). Če se spreminja potrošnikov dohodek, se spreminja tudi njegovo povpraševanje po dobrinah.

Dohodkovna elastičnost povpraševanja je v vsaki državi drugačna, saj je odvisna od življenjske ravni prebivalstva, strukture potrošnje pa tudi od podnebnih razmer, tradicije in

navad. Z večanjem dohodka bodo potrošniki povečali povpraševanje po potovanjih, modnih oblačilih, več bodo potrošili za šport in rekreacijo. Če bodo potrošniki dobili večji dohodek, bodo kupovali tudi kakovostnejša živila (vendar je tu odstotek povečanja povpraševanja nižji kot odstotek povečanja dohodka).

Križna elastičnost povpraševanja meri vpliv spremembe cene neke druge dobrine Y na povpraševanje po dobrini X. Če dvig cene dobrine Y poveča povpraševanje po dobrini X, je vrednost koeficienta križne cenovne elastičnosti pozitivna, dobrini X in Y pa sta substituta ali nadomestka. Če pa dvig cene dobrine Y zmanjša povpraševanje po dobrini X, je vrednost križne cenovne elastičnosti povpraševanja negativna, dobrini X in Y pa sta komplementa. Če je vrednost križne cenovne elastičnosti nič, dobrini nista povezani (Bojnec et al., 2007, 101).

Primer substituta sta maslo in margarina, saj bi se v primeru dviga cene masla povečalo povpraševanje po margarinah, s katero bi potrošnik prav tako lahko zadovoljil svojo potrebo.

Primer komplementa sta svinčnik in radirka. V primeru povečanja cene svinčnika bi to vplivalo tudi na zmanjšanje povpraševanja po radirkah, saj bi potrošniki zaradi višje cene svinčnika manj kupovali tudi radirke.



Poiščite še en primer za substitut ali nadomestek.
Poiščite še en primer za komplement.

3.4 PONUDBA



S ponudbo razumemo vse tržne sile, ki preko prodajalcev vplivajo na ravnotežno ceno in količino na trgu. Lestvica ponudbe nam pokaže količine proizvodov ali storitev, ki bi jih želela podjetja, ki poslujejo v panogi, prodati ob nespremenjenih tržnih okoliščinah pri različnih ravneh cene. Za tržno ponudbo je značilno, da so ponudniki pripravljeni ponuditi več, če se cena proizvoda ali storitve zviša. Če pa se zniža, so pri nespremenjenih okoliščinah pripravljeni ponuditi le manjše količine, ker je to povezano z donosnostjo poslovanja (Glas, 2006, 63). Za posameznega ponudnika velja individualna krivulja ponudbe, ki kaže njegovo pripravljenost ponuditi določeno količino pri neki ravni cene. Vsota individualnih ponudb v okviru trga določene dobrine da tržno ponudbo (skupno) tega blaga. Krivulja tržne ponudbe nam da seštevek individualnih ponudb vseh ponudnikov v panogi in kaže, koliko bi bili v nekem obdobju ponudniki pripravljeni prodati pri različnih višinah cene.

Ponudniki, ki izdelujejo in prodajajo izdelke ali storitve, se vedejo racionalno, kar pomeni, da bodo pri višjih cenah pripravljeni ponuditi več dobrin kot pa, če bodo cene nižje.

3.4.1 Dejavniki ponudbe

Na ravnanje ponudnika vpliva večje število dejavnikov ponudbe, od katerih je odvisno, koliko bo ponudnik pri neki ceni pripravljen prodati.

Tabela 12: Dejavniki ponudbe

Dejavniki ponudbe
Cena dobrine: je najpomembnejši dejavnik, saj višja cena privabi na trg več ponudnikov, ki so pripravljeni proizvajati več, kot pri nižji ceni.
Proizvodni stroški: s prodajno ceno mora ponudnik pokriti proizvodne stroške in si zagotoviti tudi del dobička.
Tehnologija: določa količino porabljenih proizvodnih dejavnikov za proizvodnjo dobrin. Če se z inovacijami tehnologija izboljša, lahko z enako količino proizvodnih dejavnikov proizvedemo več. Tako bodo ponudniki pripravljeni ponuditi isti proizvod po nižji ceni.
Cene drugih proizvodov: zvišanje cene neke dobrine privabi tudi druge pridelovalce, kar posledično vpliva na dvig ponudbe te dobrine.
Pričakovanja o bodočnosti: informacije o bodočih dogajanjih na trgu vplivajo na količino ponudbe. Če so informacije ugodne, bo ponudba višja in obratno.
Število ponudnikov: večje kot je število ponudnikov, večja je ponudba določene dobrine.
Vremenske razmere: predvsem je to pomemben dejavnik v panogi kmetijstva.

Vir: Glas, 2006, 65



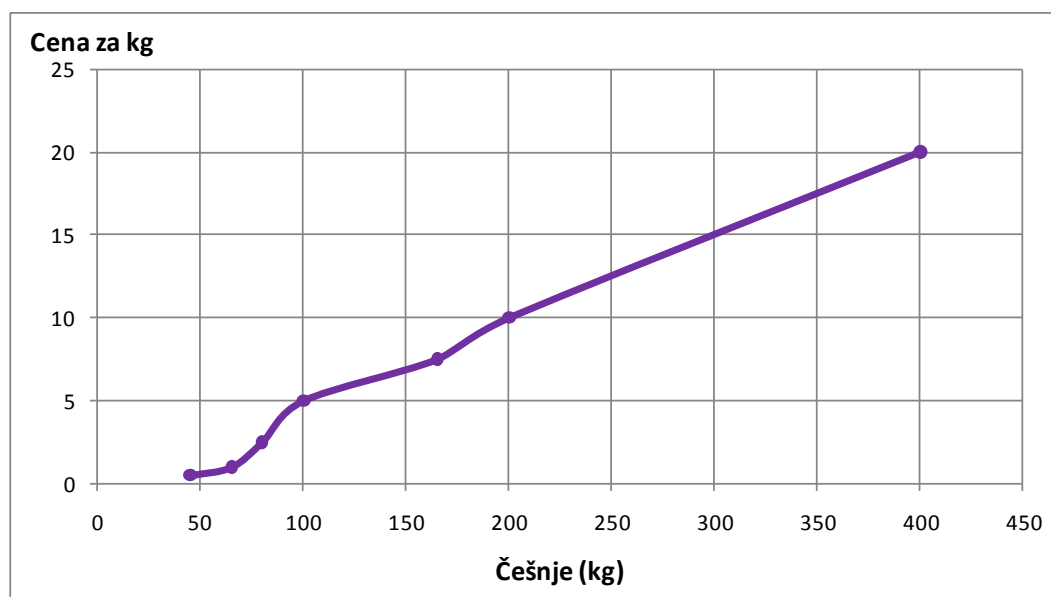
Določite dejavnike ponudbe za podjetje Ljubljanske mlekarne.

3.4.2 Splošni zakon ponudbe

Ekonomisti tudi pri ponudbi preučijo predvsem razmerje med različnimi ravni tržne cene in količino, ki so jo pri teh cenah ponudniki pripravljeni ponuditi na trgu v določenem obdobju, s čimer dobimo lestvico ali krivuljo ponudbe. Zanj je značilno, da gre za **naraščajočo krivuljo ponudbe, ki pove, da so ponudniki pripravljeni ponuditi večjo količino blaga pri višjih cenah.**

Cena enote blaga (p)	20,00	10,00	7,50	5,00	2,50	1,00	0,50
Tržna ponudba (enot)	400	200	165	100	80	65	45

Ponudnik je pripravljen za visoko prodajno ceno proizvesti in prodati več. V nasprotnem primeru, če bi bila cena češenj nizka (0,50 evra), bi jih bili pripravljeni prodati (v našem primeru) samo 55 kilogramov. Proizvajalec razmišlja racionalno, zato bo pri nizki prodajni ceni proizvajal oz. prodajal manj, pri visoki ceni pa več. Zaveda se, da bodo dobički večji, če bo prodajal po višji ceni, zato se bo takrat potrudil in skušal proizvesti in prodati več. Če je cena izdelka, ki ga proizvaja, nizka, pa njegov interes ne bo velik in bo proizvedel le toliko (malo izdelkov), da bo skušal pokriti stroške, in morda raje počakal na čas, ko bo prodal izdelke po višji ceni.



Slika 25: Krivulja ponudbe

Krivulja ponudbe je vedno naraščajoča, kar pomeni, da je prodajalec pripravljen pri višji ceni prodati več in za nižjo ceno prodati manj izdelkov/storitev.

Sprememba ponudbe lahko nastane (poleg cene) tudi zaradi tehnoloških sprememb, sprememb števila podjetij v panogi, sprememb vladne regulative, sprememb ekonomske politike in spremenjenih pričakovanj prodajalcev (Bojnec et al., 2007, 94).

3.4.3 Elastičnost ponudbe

Pri elastičnosti ponudbe proučujemo le cenovno elastičnost, ki kaže intenzivnost povečanja (zmanjšanja) ponujene količine nekega proizvoda/storitve, ki je posledica zvišanja (znižanja) njegove cene, ob nespremenjenih drugih okoliščinah. Elastičnost ponudbe merimo s koeficientom elastičnosti ponudbe (Glas, 2006, 70).

Pravilo o rastoči ponudbi še ne pomeni, da se producenti vedejo povsem identično pri ponudbi različnih produktov, saj je to odvisno predvsem od stroškov (in s tem od tehnologije ter cen faktorjev).

Ravno tako na trgu srečamo ponudbe blaga različnih elastičnosti. Elastičnost ponudbe je v veliki meri odvisna od časa, ki ga ima proizvajalec na voljo, da se prilagodi spremembi cene. V zelo kratkem času se namreč proizvodnja kot proces, ki zahteva določen čas, ne more spremeniti. Ponudba se tedaj oblikuje iz zaloge proizvedenega blaga in je sorazmerno omejena, neprilagodljiva. V kratkem obdobju se ponudba oblikuje iz sprotne proizvodnje, ki je omejena s produkcijskimi zmogljivostmi in se prilagaja le v njihovem okviru. V dolgem obdobju je mogoče prilagoditi obseg zmogljivosti, jih primerno razširiti z novimi naložbami. Tedaj je ponudba elastična, prilagodljiva, razen v izjemnih primerih, če je omejena z nespremenljivimi naravnimi omejitvami.

3.5 TRŽNO RAVNOTEŽJE

Ravnanje potrošnikov (povpraševalci) in proizvajalcev (ponudniki) so si na tržišču ravno nasprotne, kar prikazuje tabela 13.

Tabela 13: Ravnanja potrošnikov in producentov

	Potrošnik – povpraševalec	Producent – ponudnik
osnovni motiv	kar najbolj zadovoljiti svoje potrebe	maksimirati dobiček
omejitve	dan denarni dohodek in cene drugih dobrin	produkcijske zmogljivosti in stroški
težnje na trgu	kupiti po čim nižji ceni	prodati po čim višji ceni
oblika krivulje	padajoča	naraščajoča
ključni dejavnik	potrebe (koristnost blaga)	stroški (tehnologija)

Vir: Glas, 2006, 78



Medsebojno delovanje ponudbe in povpraševanja doseže, da se oblikuje cena na tisti ravni, ko so oboji, tako kupci kot prodajalci, pripravljeni in sposobni kupiti oziroma prodati ravno enako količino blaga (Glas, 2006, 82). Ko se uravnesita ponudba in povpraševanje, se na trgu za dane količine vzpostavi ravnovesna cena (Rebernik, 2008, 144).

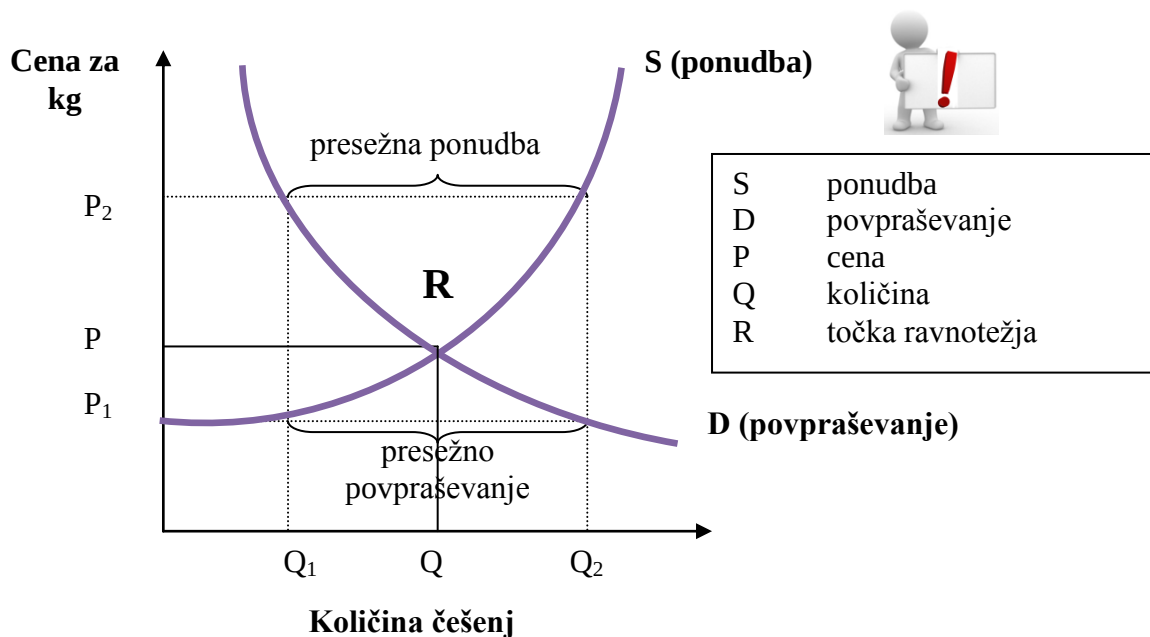
Dejanske tržne cene, po katerih se bo prodajala/kupila določena količina produkta v nekem hipu, ne določijo sami niti kupci niti prodajalci. Vselej se določijo oboji hkrati, s hkratnim odločanjem, v medsebojnem stiku, z delovanjem ponudbe in povpraševanja hkrati, pri čemer na prostem trgu posamezni kupec ali prodajalec ne more vplivati na ceno.

Proces oblikovanja ravnotežne cene in količine lahko ponazorimo na sliki, kjer upoštevamo funkciji ponudbe in povpraševanja ob nespremenjenih okoliščinah. Tu se jasno pokaže, da sta povpraševalec in ponudnik na trgu z različnimi, nasprotnimi interesi. Kupci, ki bi radi čim popolneje zadovoljevali svoje potrebe, skušajo kupiti blago po čim nižji ceni. Ponudniki, ki želijo doseči kar največji dobiček, skušajo prodati blago po čim višji ceni. **V srečevanju interesov in tržnih sil se oblikuje ravnotežje lahko le v eni točki (R). Le tedaj so težnje proizvajalcev, da ponudijo pri ceni p količino Q , izenačene s težnjami kupcev, da pri tej ceni kupijo isto količino.** Vsaka »višja« ali »nižja« cena ne uskladi teženj, pričakovanj obeh skupin subjektov in zato ne more obveljati na trgu kot ravnotežna.

Torej, samo v eni točki sta si obe nasprotujoči si tržni sili enakovredni. Prodajalci popustijo enako kot kupci. Prodajalci so pripravljeni ceno za izdelek/storitev spustiti na ceno, za katero so kupci pripravljeni dati svoj denar. Ali drugače rečeno, v **točki ravnotežja in kupec in prodajalec (proizvajalec) izgubita najmanj.** Kupec je pripravljen za izdelek/storitev plačati toliko, kolikor zanj zahteva prodajalec (proizvajalec).



V praksi pomeni, da smo za kilogram češenj pripravljeni plačati približno 5 evrov in za toliko nam jih je prodajalec tudi pripravljen prodati. Če bi bil kilogram češenj po 20 evrov, bi se to ravnotežje porušilo. Marsikateri kupec ne bi bil več pripravljen kupiti češenj po tako visoki ceni.



Slika 26: Tržno ravnotežje

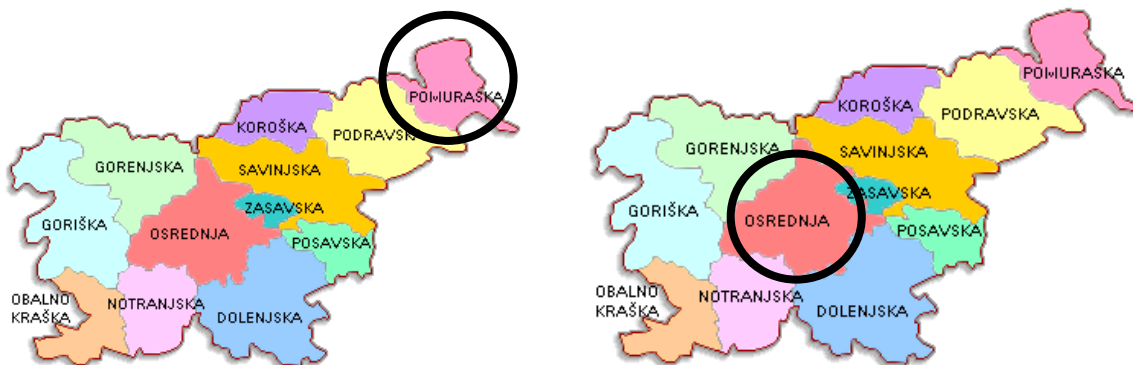
Če bi sedaj grafično ponazorili podatke za povpraševanje in ponudbo česenj in narisali krivuljo ponudbe in povpraševanja, bi dobili točko ravnotežja tam, kjer se krivulji sekata. Ta točka bi pomenila ceno, za katero je kupec pripravljen kupiti česenje, in ceno, po kateri je proizvajalec pripravljen proizvajati česenje in jih tudi prodati. Pri tem moramo upoštevati, da je kupcev več, zato predpostavljamo, da je kupcev 100, in tržno povpraševanje posameznika pomnožimo s 100.

Cena enote blaga (p)	20,00	10,00	7,50	5,00	2,50	1,00	0,50
Tržna ponudba	400	200	165	100	80	65	45
Tržno povpraševanje	0	50	75	100	200	500	1.200

Kot je razvidno iz tabele, se ponudba in povpraševanje srečata pri ceni 5 evrov za kilogram česenj, ko je ponudnik pripravljen proizvesti in prodati 100 enot česenj, potrošniki pa so pripravljeni po tej ceni tudi kupiti 100 enot česenj (oziroma vsak posamezni potrošnik 1 kg česenj). Takšno stanje se realno odraža tudi na trgu, saj se cene kilograma v glavni sezoni česenj gibljejo okoli cene 5 evrov.



Opreделите značilnosti obeh trgov, ki ju imate označena na zemljevidu. Kdo so ponudniki, kakšni so potrošniki, kaj vpliva na dogajanje na trgu? Ali podnebne razmere tudi lahko vplivajo na delovanje trga? Določite razlike med njima.



Povzetek

Trg je prostor, kjer se **srečajo ponudniki in povpraševalci**, da po določeni **ceni** prodajo oziroma kupijo določeno količino blaga, proizvodov ali storitev. Trg s konkurenco med prodajalci in kupci določi cene in količine proizvodov in storitev. Poznamo lokalni, regionalni, nacionalni, mednarodni in svetovni trg.

Podjetja morajo razmere na trgu spremljati in se jim prilagajati, saj bodo le na ta način lahko učinkovito poslovala.

Dejavniki tržne konkurence so **število kupcev in prodajalcev, homogenost oziroma diferenciranost blaga, mobilnost proizvodnih dejavnikov ter racionalno ravnanje tržnih osebkov**.

Popolna konkurenca je takrat, ko je na trgu **veliko kupcev in veliko prodajalcev**, ko so **produkti enaki**, homogeni, ko so **produksijski faktorji prosto mobilni**, ko se **subjekti vedejo racionalno**, ko **država ne posega na trg**, ko so tržne **cene rezultat skupnega delovanja** kupcev in prodajalcev in ko se cene oblikujejo neodvisno od posameznikov.

Monopol je oblika trga, ko imamo **enega prodajalca**, ki ponuja proizvode celotne panoge in proizvaja specifični proizvod, ki nima nadomestka. Monopolist sam postavlja ceno in odloča tudi o prodanih količinah, zato so zaradi tega najbolj prikrajšani potrošniki.

Monopolistična konkurenca je oblika trga, kjer je na trgu **veliko število majhnih podjetij**, ki proizvajajo diferencirane proizvode. Proizvodi med seboj niso popolni substituti. Vstop in izstop s trga sta prosta.

Povpraševanje so tržne sile, ki se uveljavljajo z delovanjem kupcev in vplivajo na njihovo ravnanje pri nakupu določene količine blaga ob različnih cenah in kažejo, **kolikšne količine dobrine so kupci pripravljeni kupiti ob določeni ravni cene v določenem časovnem obdobju**. Krivulja povpraševanja je **padajoča**, kar pomeni, da je kupec pripravljen **pri višji ceni kupiti manj**, pri nižji ceni pa več proizvodov. Takšno ravnanje pojasnjujeta učinek realnega dohodka in učinek substitucije. Dejavniki, ki vplivajo na povpraševanje, so **subjektivni in objektivni**. Subjektivni dejavniki so želje in okusi, navade in običaji ter potrebe potrošnikov. Objektivni dejavniki so denarni dohodek potrošnika, cene drugih dobrin in število potrošnikov. **Elastičnost povpraševanja** je merilo, ki izmeri, **v kolikšni meri se spreminja obseg povpraševanja zaradi spremembe cene oziroma dohodka**. Poznamo cenovno, dohodkovno in križno elastičnost povpraševanja.

Ponudba so tržne sile, ki preko prodajalcev vplivajo na ravnotežno ceno in količine proizvodov ali storitev, ki bi jih želela podjetja **prodati pri različnih ravneh cene**. Ponudniki so pripravljeni ponuditi več, če se cena zviša, in manj, če se cena zniža, kar kaže tudi naraščajoča krivulja ponudbe. **Dejavniki** ponudbe so **cena dobrine, proizvodni stroški, tehnologija, cene drugih proizvodov, pričakovanja v bodočnosti, število ponudnikov in vremenske razmere**. Cenovna elastičnost ponudbe kaže na intenzivnost povečanja ponujene količine proizvodov, ki je posledica zvišanja cene.

Medsebojno delovanje ponudbe in povpraševanja doseže, da se oblikuje ceno na tisti ravni, ko so kupci in prodajalci pripravljeni in sposobni kupiti oziroma prodati ravno enako količino blaga. Ko se uravnesita ponudba in povpraševanje, se na trgu vzpostavi **ravnovesna cena** (tržno ravnovesje). V ravnovesni točki kupec in prodajalec izgubita najmanj.



Preverjanje razumevanja

1. Pojasnite pojem trga in določite, kaj se na trgu določi.
2. Naštejte vrste trga in za vsako vrsto napišite primer trga.
3. Naštejte in na kratko opišite dejavnike tržne konkurence.
4. Na podjetju Ljubljanske mlekarne določite štiri dejavnike tržne konkurence in opišite, kako posamezni dejavnik vpliva na delovanje podjetja.
5. Kaj je značilno za stanje popolne konkurence? Ali obstaja popolna konkurenca tudi na slovenskem trgu? Odgovor kratko obrazložite.
6. Za podjetje Microsoft Slovenija opredelite, katere predpostavke popolne konkurence veljajo oziroma ne veljajo.
7. Pojasnite stanje monopola in monopolistične konkurence in za obe obliki navedite primer.
8. Pojasnite, kaj bi se zgodilo na slovenskem trgu, če bi se podjetje Ljubljanske mlekarne odločilo za umik s trga. Kako bi to vplivalo na ostale ponudnike in kako na potrošnike?
9. Kaj je značilno za povpraševanje? Kakšna je krivulja povpraševanja in zakaj?
10. S katerima dvema učinkoma pojasnjujemo ravnanje kupcev? Pojasnite na primeru mobilnega telefona (znamko in tip lahko izberete sami).
11. Kateri so glavni dejavniki povpraševanja?
12. Pojasnite delovanje na trgu povpraševanja, če bi cene nepremičnin padle za 30 %. Kaj bi se zgodilo in kako bi to vplivalo na povpraševanje? Po katerih dobrinah oziroma storitvah bi se posledično temu povečalo povpraševanje?
13. Kaj povejo cenovna, dohodkovna in križna elastičnost povpraševanja? Pojasnite jih na primeru nakupa avtomobila (znamka Citroen, tip C3).
14. O absolutno neelastičnem povpraševanju govorimo takrat, ko se zaradi 40 % zvišanja cene, povpraševanje po tej dobrini (izberite pravilni odgovor):
 - a) zviša za enak odstotek, kot se je zvišala cena,
 - b) zniža za manj, kot se je zvišala cena,
 - c) ostane enako,
 - d) zviša za več, kot se je zvišala cena,
 - e) zniža za enak odstotek, kot se je zvišala cena,
 - f) zniža za več, kot se je zvišala cena.
15. O elastičnem povpraševanju govorimo takrat, ko se zaradi 30 % znižanja cene povpraševanje po tej dobrini (obkrožite pravilni odgovor):
 - a) zviša za enak odstotek, kot se je znižala cena,
 - b) zniža za manj, kot se je znižala cena,
 - c) ostane enako,
 - d) zviša za več, kot se je znižala cena,
 - e) zniža za enak odstotek, kot se je znižala cena,
 - f) zniža za več, kot se je znižala cena.
16. O usklajeno elastičnem povpraševanju govorimo takrat, ko se zaradi 15 % zvišanja cene povpraševanje po tej dobrini (obkrožite pravilni odgovor):
 - a) zviša za enak odstotek, kot se je zvišala cena,
 - b) zniža za manj, kot se je zvišala cena,
 - c) ostane enako,
 - d) zviša za več, kot se je zvišala cena,
 - e) zniža za enak odstotek, kot se je zvišala cena,
 - f) zniža za več, kot se je zvišala cena.
17. Izračunajte koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja za prenosni računalnik. Prodajalec je dvignil njihovo ceno iz 699,00 na 769,00 evrov. V obdobju enega

meseca se je prodaja računalnikov znižala iz 209 na 133. Rezultat komentirajte in ugotovite katera stopnja elastičnosti velja za prenosne računalnike.

18. Kaj je značilno za ponudbo? Kakšna je krivulja ponudbe in zakaj?
19. Kateri so glavni dejavniki ponudbe? Pojasnite jih na primeru podjetja Mobitel.
20. Opišite nastanek tržnega ravnotežja. Skicirajte ga. Kako lahko s tržnim ravnotežjem pojasnite ceno vode Costella 0,5 l za ceno 0,34 evra?
21. Na podlagi podatkov iz tabele skicirajte tržno ravnotežje in opišite ravnanje ponudbe in povpraševanja. Pri kateri ceni se ponudba in povpraševanje uskladi? Kaj to pomeni?

Cena enote blaga (p)	90	80	70	60	50
Tržna ponudba	200	165	135	110	88
Tržno povpraševanje	50	80	135	200	310

4 ZASLUŽKI ZAPOSLENCEV

»Dobri delavci imajo vedno občutek, da bi lahko storili več.«

Andre Gide

Povprečna letna neto plača v Sloveniji je leta 2009 znašala dobrih 11.000 evrov in se ni uvrstila med najvišje na svetu. Za primerjavo navajamo vrednosti povprečnih letnih plač srednjih menedžerjev v nekaterih drugih državah: Avstrija 49.800 evrov, Nemčija 35.500 Evrov, Velika Britanija 29.700 evrov, ZDA 39.000 evrov, Japonska 39.000 evrov in Avstralija 37.100 evrov. Povprečna letna neto plača v Sloveniji leta 2010 je znašala 17.600 evrov.

V tem poglavju bomo obravnavali:

- pojme zaslužek zaposlenecv, stroški dela,
- bruto in neto osebni dohodek,
- določanje plače zaposlenim,
- izračun plače.

4.1 POJMI ZASLUŽEK, STROŠEK DELA, PLAČA



Zaslužki zaposlenecv so vse oblike poplačil, ki jih daje podjetje zaposlencem v zameno za njihovo službovanje. Z zaslužki so lahko povezane tudi določene dajatve, ki povečujejo stroške podjetja. Zaslužki pripadajo zaposlencem med njihovim službovanjem ali po koncu njihovega službovanja. Med njihovim službovanjem so to plače, nadomestila plač in njim sorodne postavke pa tudi deleži v razširjenem dobičku, po koncu njihovega službovanja pa v glavnem odpravnine in pokojnine (Slovenski računovodski standard 15, 2006).

Zaposlencu pripada za dneve prisotnosti na delu povračilo stroškov za prevoz na delo in z dela v višini najnižjih stroškov za prevoz z javnim prevoznim sredstvom. Prav tako se mora zaposlencem zagotoviti povračilo stroškov za prehrano med delom za dneve prisotnosti na delu. Do povračila stroškov prehrane med delom so upravičeni tudi zaposleni, ki delajo najmanj s polovičnim delovnim časom. Zaposleni so upravičeni do povračila stroškov za službena potovanja (dnevnice, kilometrina, prenočišče).

Stroški dela so (Slovenski računovodski standard 15, 2006):

- **plače**, ki pripadajo zaposlencem, v kosmatem znesku (plača je kosmati zaslužek zaposlenca za opravljeno delo);
- **nadomestila plač**, ki skladno z zakonom, s kolektivno pogodbo ali pogodbo o zaposlitvi pripadajo zaposlencem za obdobje, ko ne delajo, v kosmatem znesku, ki bremeni podjetje (nadomestilo plače je kosmati zaslužek zaposlenca, do katerega je upravičen za obdobje, v katerem zaradi bolezni, letnega dopusta in drugih upravičenih razlogov ne dela);
- **dajatve v naravi** (imajo enak značaj kot plače), **darila in nagrade** zaposlencem ter zanje plačani ali njim povrnjeni zneski, ki niso v neposredni zvezi s poslovanjem (prevoz na delo in z dela, nadomestilo za topli obrok);
- **odpravnine**, ki pripadajo zaposlencem, ko nehajo delati v podjetju, pred običajnim datumom upokojitve, bodisi zaradi odločitve zaposlenca, da v zameno zanj prostovoljno zapusti delovno mesto, bodisi zaradi redne upokojitve;

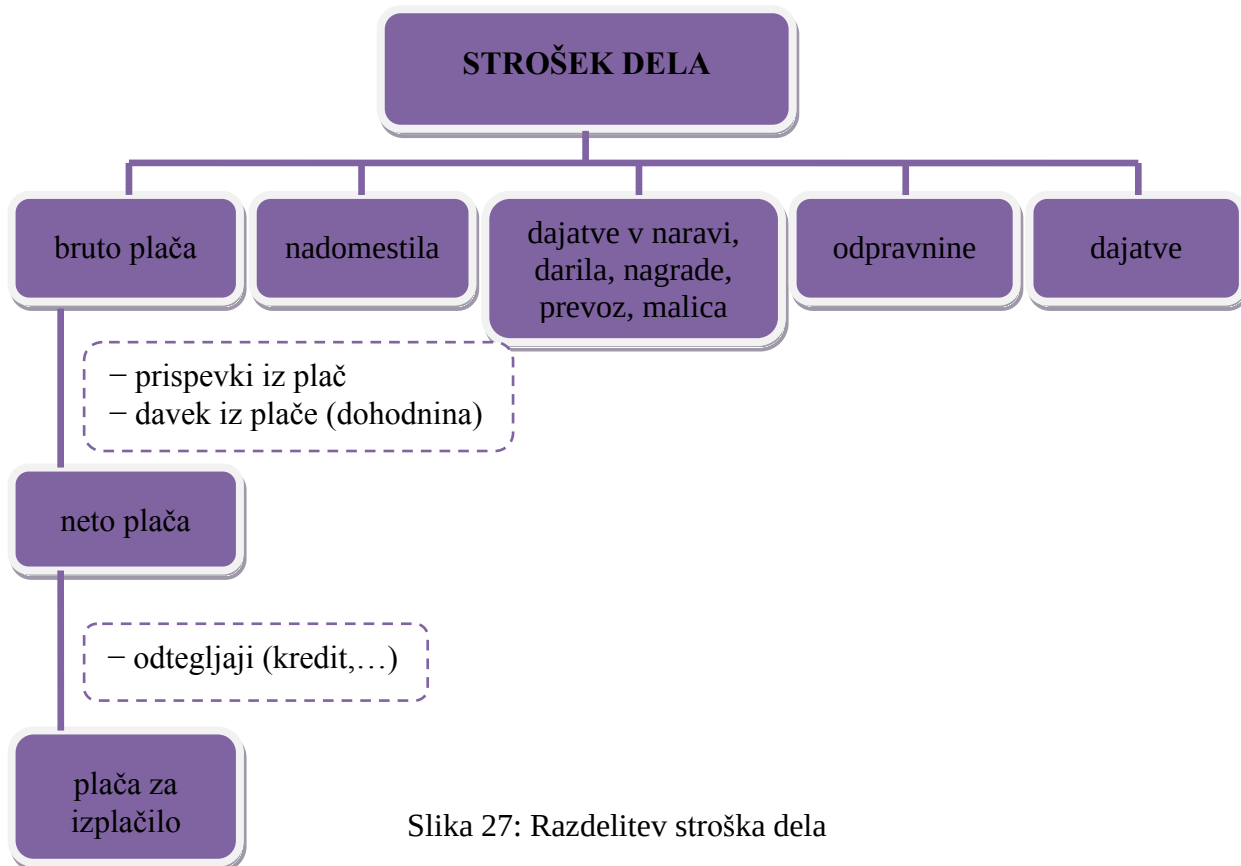
- **dajatve**, ki se dodatno obračunavajo od plač, nadomestil, dajatev in odpravnin bremenijo izplačevalca (dajatve podjetja za davke ter socialno varnost so obveznosti podjetja, odvisne od kosmatih plač in povračil zaposlencem). V splošnem ločimo dvojce vrst dajatev: **dajatve iz plač in dajatve na plače**.

Dnevnice so storitve in ne sodijo med plače.



Zaposlencu predstavlja plača nadomestilo za opravljeno delo, s katerim si kupi dobrine za zadovoljitev potreb in želja. Podjetju pa predstavlja plača zaposlencem strošek. Višina plače je odvisna od strokovne zahtevnosti, količine in kakovosti opravljenega dela ter poslovne uspešnosti podjetja.

Na sliki 27 je prikazana razdelitev stroška dela.



Slika 27: Razdelitev stroška dela

4.2 BRUTO IN NETO PLAČA



Bruto plača je sestavljena iz osnovne plače, delovne uspešnosti, dodatkov (dodatek na delovno dobo, dodatek na deljeni delovni čas, dodatek na nočno delo) in bonitet (uporaba osebnega avtomobila...). Višina bruto plače je zapisana v pogodbi o delovnem razmerju. Lahko je enaka (ali pa višja), kot je v kolektivni pogodbi za panogo, v kateri podjetje deluje.

Dodatek na delovno dobo je obvezen, določen je v kolektivni pogodbi dejavnosti (Zakon o delovnih razmerjih, Ur. l. RS, št. 14/1990).

V Kolektivni pogodbi za dejavnost poslovanja z nepremičninami je določeno, da zaposlencu pripada dodatek na delavno dobo najmanj v višini 0,5 % od osnovne plače za vsako izpolnjeno leto delovne dobe (Kolektivna pogodba za dejavnost poslovanja z nepremičninami, Ur. l. RS, št. 9/1998).



Poiščite kolektivno pogodbo za vašo dejavnost in preverite, kolikšen dodatek na delovno dobo vam pripada. Preverite, ali vam ga delodajalec tudi izplačuje.



Neto plača je bruto plača, zmanjšana za obračunane prispevke v breme zaposlenega (prispevki za pokojninsko zavarovanje, prispevki za zdravstveno zavarovanje, prispevki za zaposlovanje in prispevki za starševsko varstvo) **in akontacijo dohodnine**. Osnova za plačilo prispevkov je bruto plača.



Izplačana plača je tisti del plače, ki jo zaposlenec prejme oziroma dobi kot nakazilo na račun in jo lahko nameni za nakup dobrin.

Od 1. 3. 2010 znaša minimalna bruto plača za delo 734,15 evrov (Zakon o minimalni plači, 2010). V Sloveniji je bila februarja povprečna bruto plača 1.493,54 evrov oziroma neto 969,92 evrov (po Povprečna mesečna plača, 2011).

4.3 DOLOČANJE PLAČ ZAPOSLENCEM



Stroški dela in stroški povračil zaposlencem se obračunavajo skladno z zakonom, s kolektivno pogodbo, splošnim aktom podjetja ali pogodbo o zaposlitvi (Slovenski računovodski standard 15, 2006). Pri določanju se izhaja iz sistema plačevanja po času in učinku (Lipičnik et al., 1991, 6-42). Pri določanju plač zaposlencem je podjetje lahko samostojno, vendar v okviru zakonodaje in socialnega sporazuma, ker bi sicer preveč zmanjšali pravice zaposlencev. Zakonodaja in socialni sporazum imata torej vlogo zaščite zaposlencev.

Pri določanju plač je potrebno vedeti, kako je ovrednoteno delovno mesto, na katerem zaposlenec dela, ter določiti, v kakšnih enotah je to delovno mesto ovrednoteno.

Pogosto so delovna mesta ovrednotena v točkah, kar pomeni, da je razlika med delovnimi mesti pokazana z razliko v točkah. Na podlagi tarifnega razreda, v katerega je zaposlenec razporejen, je določen izhodiščni količnik, ki je osnova za izračun bruto plače.

Tabela 14: Primer razporeditve delovnih mest po tarifnih razredih

Tarifni razred	Izhodiščni tarifni količnik
I	1,00
II	1,10
III	1,25
IV	1,40
V	1,60
VI	2,00
VI	2,50
VIII	3,00

V tarifni razred I so razporejeni zaposleni, ki opravljajo najenostavnejša dela, v najvišji razred VIII pa zaposleni, ki opravljajo najzahtevnejša dela.

4.4 IZRAČUN PLAČE

Izračunali bomo plačo zaposlenca, ki ima 10 let delovne dobe in je zaposlen v trgovini. Kolektivna pogodba za trgovino določa dodatek na delovno dobo najmanj v višini 0,5 % od osnovne plače za vsako izpolnjeno leto delovne dobe. V našem primeru je zaposlenec upravičen do dodatka v višini 5 %. Zaposlenec nima nič otrok, zato ni upravičen do olajšav pri obračunu dohodnine. V pogodbi o zaposlitvi ima določeno višino osnovne bruto plače v višini 1.000 evrov. Plačo bomo izračunali za mesec april 2011. Splošna mesečna davčna olajšava znaša 261,96 evrov.

Tabela 15: Primer izračuna plače zaposlenca

OSNOVNI PODATKI	V EUR	Izračun
Bruto osnova za obračun prispevkov	1.050,00	1.000,00 + 50,00 (5 % dodatek na delovno dobo)
PRISPEVKI OD BRUTO PLAČ DELAVCEV		
Prispevki za socialno varnost skupaj (22,10 %)	232,05	162,75 + 66,78 + 1,47 + 1,05
Prispevek za pokojninsko in invalidsko zavarovanje (15,5 %)	162,75	15,5 % od 1.050,00
Prispevek za zdravstveno zavarovanje (6,36 %)	66,78	6,36 % od 1.050,00
Prispevek za zaposlovanje (0,14 %)	1,47	0,14 % od 1.050,00
Prispevek za starševsko varstvo (0,1 %)	1,05	0,1 % od 1.050,00
OSNOVA ZA IZRAČUN AKONTACIJE DOHODNINE	555,99	1.050,00 (bruto osnova) – 261,96 (splošna olajšava) – 232,05 (prispevki)
Akontacija dohodnine (16 %)	88,96	555,99 × 16 %
Neto plača	728,99	1.050,00 (bruto osnova) – 232,05 (prispevki) – 88,96 (dohodnina)
Izplačana plača	728,99	
PRISPEVKI NA BRUTO PLAČO		
Prispevki za socialno varnost skupaj (16,10 %)	169,05	92,93 + 68,88 + 0,63 + 5,57 + 1,05
Prispevek za pokojninsko in invalidsko zavarovanje (8,85 %)	92,93	8,85 % od 1.050,00
Prispevek za zdravstveno zavarovanje (6,56 %)	68,88	6,56 % od 1.050,00
Prispevek za zaposlovanje (0,06 %)	0,63	0,06 % od 1.050,00
Prispevek za poškodbe pri delu (0,53 %)	5,57	0,53 % od 1.050,00
Prispevek za starševsko varstvo (0,1 %)	1,05	0,1 % od 1.050,00
SKUPNI STROŠEK DELODAJALCA (STROŠEK DELA)	1.219,05	1.050,00 + 169,05 (prispevki)



Izračunajte vašo plačo. V pogodbi o zaposlitvi poiščite vrednost osnovne bruto plače. Pozorni bodite pri izračunu dohodnine, saj se dohodnina obračunava po dohodninskih lestvicah. Prav tako preverite olajšavo za vzdrževane otroke na spletni strani Davčne uprave RS

http://www.durs.gov.si/si/davki_predpisi_in_pojasnila/dohodnina_pojasnila/stopnje_dohodnine_za_leto_2011/lestvica_za_odmero_dohodnine_in_olajsave_za_leto_2011/.

Povzetek

Zaslужek zaposlenca so vse oblike poplačil podjetja zaposlencu v zameno za njihovo službovanje. Zaslужki, ki jih prejmejo zaposleni, so **plače, nadomestila plač, dajatve v naravi, darila in nagrade in odpravnine**.

Višina plače je odvisna od **strokovne zahtevnosti, količine in kakovosti** opravljenega dela ter poslovne **uspešnosti** podjetja.

Bruto plača sestavljajo **osnovna plača, delovna uspešnost, dodatki in bonitete**. Višina bruto plače je zapisana v pogodbi o zaposlitvi in mora biti enaka ali višja, kot je zapisana v kolektivni pogodbi za panogo, v kateri podjetje deluje.

Neto plača je **bruto plača, zmanjšana za obračunane prispevke** v breme zaposlenega, in **akontacijo dohodnine**.

Izplačana plača je tisti del plače, ki jo zaposlenec prejme oziroma dobi nakazano na **račun**.

Stroški dela in stroški povračil zaposlencem se obračunavajo skladno z zakonom, s kolektivno pogodbo, splošnim aktom podjetja ali pogodbo o zaposlitvi. Pri določanju plač je potrebno vedeti, kako je ovrednoteno delovno mesto, na katerem zaposlenec dela, ter določiti, v kakšnih enotah je to delovno mesto ovrednoteno.



Preverjanje razumevanja

1. Kaj je zaslužek zaposlenca in kaj ga sestavlja?
2. Od česa vse je odvisna višina plače?
3. Pojasnite pojme bruto, neto in izplačana plača.
4. Kako se morajo obračunavati stroški dela in stroški povračil zaposlencem?
5. Izračunajte plačo za zaposlenega, ki ima bruto osnovo 1.750 evrov, 12 let delovnih izkušenj in enega otroka. Kolikšen je skupni strošek delodajalca?
6. Kolikšno bruto plačo mora imeti zaposlenec, da prejme 850 evrov neto plače? Zaposlenec ima 5 let delovnih izkušenj. Nima še nič otrok.

5 SREDSTVA IN VIRI SREDSTEV

»Lastnik kapitala je v bistvu državljan sveta in ni nujno povezan z nobeno posebno deželo. Najbrž bi zapustil deželo, kjer bi bil izpostavljen nadležnemu preiskovanju z namenom, da bi se mu naložil siten davek, in preselil kapital kam drugam, kjer bi lažje opravljal posle ali lažje užival ob svojem bogastvu.«

Adam Smith, *Bogastvo narodov*

Premoženje podjetja Skupine Gorenje je 31. 12. 2009 znašalo 1.178.677.000 evrov. To je tudi seštevek vseh sredstev, s katerimi podjetje razpolaga (zemljišče, zgradbe, stroji, terjatve, denar na računu...). Ta podatek je razviden iz njihove bilance stanja, ki je objavljena na Ajpes. Tam lahko pridemo do podatkov o višini premoženja vseh slovenskih podjetij.

V tem poglavju bomo obravnavali:

- premoženje,
- sredstva in vrste sredstev,
- amortizacijo,
- vire sredstev,
- bilanco stanja.

5.1 PREMOŽENJE IN SREDSTVA

Premoženje podjetja je prvi pogoj, da podjetje sploh lahko obstaja kot podjetje. Podjetje s pomočjo svojega premoženja ustvarja izdelke ali storitve, s katerimi na trgu ustvarja prihodek, zato je treba to premoženje skrbno evidentirati in gospodariti z njim (Rebernik, 2008, 277).



Sredstva nam povejo, »kaj ima poslovni sistem« (Hočevar et al., 2008, 79).

Vrednost premoženja podjetja je razvidna iz skupne vrednosti vseh sredstev, s katerimi razpolaga neko podjetje. Če torej seštejemo vsa sredstva podjetja, ugotovimo, kolikšno je premoženje podjetja. Premoženje podjetja oziroma sredstva izkazujemo v računovodskem izkazu, imenovanem bilanca stanja.

Premoženje = sredstva

Sredstva bi torej lahko splošno opisali kot predmete dela in delovna sredstva ter denar, s katerimi podjetje opravlja neko poslovno dejavnost. Pravimo torej, da so to ekonomski dejavniki, s katerimi podjetje svobodno upravlja.



Sredstva imajo obliko stvari, pravic in denarja. Podjetje jih lahko pridobi s kapitalom ali z dolгови. Podjetje jih obvladuje in iz njih pričakuje gospodarske koristi (Novak, 2007, 131).

Sredstva stalno spreminjajo svoje pojavne oblike, se preoblikujejo. Res pa je, da se del preoblikuje hitreje, del pa počasneje. Nekatera sredstva se lahko v neki pojavnosti obliki zadržujejo dalj časa ali celo stalno (zemljišča) (Hočevar et al., 2008, 49). Natančno stanje premoženja ugotovimo s popisom oziroma z inventuro. Za izkaz stanja premoženja moramo opraviti inventuro vedno ob koncu leta, lahko pa jo izvedemo tudi pogosteje.

Temeljna računovodska enačba se glasi:

A	=	P
(aktiva	=	pasiva)
Premoženje	=	kapital + dolg
Kapital	=	premoženje – dolg

Vsaka poslovna transakcija mora pustiti računovodsko enačbo v ravnovesju. To pomeni, da kadar koli nastane poslovni dogodek, ta povzroči enake minuse in pluse na eni strani enačbe ali enake minuse in pluse na drugi strani enačbe.

Za evidentiranje premoženja je pomembno upoštevati spoznanja računovodske stroke, ki premoženje členi na **dolgoročna in kratkoročna sredstva** (Rebernik, 2008, 277). Njihova členitev je prikazana v tabeli 16.

Tabela 16: Dolgoročna in kratkoročna sredstva

DOLGOROČNA SREDSTVA	KRA TKOROČNA SREDSTVA
Neopredmetena sredstva in dolgoročne časovne razmejitev: – naložbe v dolgoročne pravice (patenti, koncesije, licence, blagovne znamke) – dolgoročno odloženi stroški (raziskave in razvoj, ki jih krijemo daljše časovno obdobje)	Zaloge: – materiala – nedokončane proizvodnje – proizvodov – trgovskega blaga – predujmi za zaloge
Opredmetena osnovna sredstva: – zemljišča – zgradbe – oprema – osnovna čreda – dolgoletni nasadi	Kratkoročne finančne naložbe: – dana kratkoročna posojila – naložbe v kratkoročne vrednostne papirje – kapitalski deleži
Naložbene nepremičnine	Kratkoročne poslovne terjatve: – terjatve do kupcev – dani predujmi dobaviteljem – dane akontacije zaposlenim – terjatve do države (vračilo preveč plačanega davka).
Dolgoročne finančne naložbe: – dolgoročne finančne naložbe v deleže drugih podjetij – naložbe v dana dolgoročna posojila – naložbe v vrednostne papirje	Denarna sredstva: – gotovina – knjižni denar – denar na poti (ki se prenaša iz blagajne na račun pri banki ali drugi finančni instituciji)
Dolgoročne poslovne naložbe	

Vir: Po Rebernik, 2008, 277

Pri opredmetenih osnovnih sredstvih je potrebno razlikovati med nabavno vrednostjo in popravkom vrednosti.

Nabavna vrednost osnovnega sredstva sestoji iz nakupne cene brez davka na dodano vrednost, povečane za morebitno carino ob uvozu, stroške prevoza, sestavljanja in druge stroške, povezane s pridobitvijo in z usposobitvijo za uporabo (Hočevár et al., 2008, 55).

Popravek vrednosti osnovnega sredstva je tisti del nabavne vrednosti, ki je prek amortiziranja že zapustil prvotno obliko osnovnega sredstva. Povečuje se iz leta v leto, in sicer zaradi amortiziranja. Popravek vrednosti pove, kolikšna vrednost osnovnega sredstva je že bila amortizirana od trenutka usposobitve osnovnega sredstva do danes (Hočevár et al., 2008, 58).



Podjetje ABC je nabavilo nov stroj, katerega nabavna cena je znašala 25.020,00 evrov (z DDV). Stroški montaže so znašali 1.296,00 evrov, stroški prevoza pa 2.700,00 evrov. Izračunajmo nabavno vrednost stroja.

Tabela 17: Izračun nabavne vrednosti stroja

	V EUR	Izračun
Nabavna cena brez DDV	20.850,00	$\frac{25.020 \times 100}{120}$
Strošek montaže brez DDV	1.080,00	$\frac{1.296 \times 100}{120}$
Strošek prevoza brez DDV	2.250,00	$\frac{2.700 \times 100}{120}$
Nabavna vrednost stroja	24.180,00	

Nabavna vrednost stroja znaša 24.180,00 evrov.

Ker se delovna sredstva trošijo, se s tem znižuje njihova vrednost, a ne samo zaradi trošenja, vrednost se znižuje tudi zaradi naravnega in ekonomskega zastaranja. Vse to ima za posledico, da sredstvo čez čas nima več vrednosti, zato moramo izgubljeno vrednost sredstva nadomeščati. **Amortizacija je nadomeščena izgubljena vrednost sredstva** (Rebernik, 2008, 294).



Nabavna vrednost je tudi osnova za izračun amortizacije osnovnega sredstva. Osnova za izračun amortizacije se imenuje amortizacijska osnova. Amortizacijsko osnovo dobimo tako, da od nabavne vrednosti odštejemo ocenjeno preostalo vrednost osnovnega sredstva na koncu dobe koristnosti. Preostala vrednost je vrednost, kakršno predvidevamo, da jo bo imelo sredstvo, potem ko ga bomo prenehali uporabljati (Hočevár et al., 2008, 57).



Nadaljujmo s prejšnjim primerom podjetja ABC. Izračunali smo, da je nabavna vrednost stroja 24.180,00 evrov. Glede na priporočila proizvajalca je življenjska doba stroja 7 let. V podjetju ocenjujejo, da bo preostala vrednost stroja na koncu dobe koristnosti 500,00 evrov. Stroj so v podjetju pričeli uporabljati 16. 5. 2011.

Izdelajmo amortizacijski načrt.

Tabela 18: Izračun podatkov za amortizacijski načrt

	V EUR	Izračun
Amortizacijska osnova	23.680,00	24.180,00 – 500,00
Mesečni stroški amortizacije	281,90 ¹	<u>23.680,00</u> 84
Strošek amortizacije v letu 2011	1.973,33	281,90 × 7
Strošek amortizacije 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017	3.382,86	281,90 × 12
Strošek amortizacije v letu 2018	1.409,51	281,90 × 5

Tabela 19: Amortizacijski načrt

Leto	Št. mesecev	Strošek amortizacije	Popravek vrednosti 31. 12.	Neodpisana vrednost 31. 12.	Izračun
2011	7	1.973,33	1.973,33	22.206,67	24.180,00 – 1.973,33
2012	12	3.382,86	5.356,19	18.823,81	22.206,67 – 3.382,86
2013	12	3.382,86	8.739,05	15.440,95	18.823,81 – 3.382,86
2014	12	3.382,86	12.121,91	12.058,09	15.440,95 – 3.382,86
2015	12	3.382,86	15.504,77	8.675,23	12.058,09 – 3.382,86
2016	12	3.382,86	18.887,63	5.292,37	8.675,23 – 3.382,86
2017	12	3.382,86	22.270,49	1.909,51	5.292,37 – 3.382,86
2018	5	1.409,51	23.680,00	500,00	1.909,51 – 1.409,51
skupaj		23.680,00			



Ločimo linearno časovno amortiziranje ter degresivni in progresivni način amortiziranja. Več o omenjenih načinih amortiziranja in primerih izračunov si lahko pogledate v knjigi Miroslava Rebernika *Ekonomika podjetja*.

5.2 VIRI SREDSTEV

V nekateri literaturi boste namesto izraza viri sredstev zasledili izraz obveznosti do virov sredstev.



Premoženje ne nastane samo od sebe, temveč ga podjetje pridobi. Ko se vprašamo, od kod izvira premoženje, čigavo je, govorimo o virih premoženja. Viri sredstev (ali obveznosti do virov sredstev) nam torej povedo, od kod je podjetje to premoženje pridobilo. Pri tem sta dve možnosti: da je premoženje

¹ Zneska amortizacije ne smemo zaokrožiti, sicer nam na koncu pri seštevanju ne pride skupni seštevek 23.680,00. Za mesečni strošek amortizacije vzamemo celo decimalno število 281,90476.

last lastnikov podjetja ali da je premoženje izposojeno (Rebernik 2008, 278).

Tako z vidika virov premoženja poznamo kapital in dolgove. Zato velja:

premoženje = viri premoženja

premoženje = kapital + dolgovi

V primeru, da bi lastnika zanimalo, kolikšen kapital ima v podjetju, bi to ugotovil tako, da bi od premoženja podjetja odštel dolgove, ki jih ima to podjetje.

Če je premoženje podjetja večje, kot so dolgovi, je lastniški kapital pozitiven. To pomeni, da podjetje v primeru, če preneha poslovati, lastniki prejmejo določeno vsoto denarja, ko se poravnajo vsi dolgovi podjetja in se premoženje proda.

Viri sredstev nam povedo, na kakšen način je poslovni sistem pridobil sredstva. Lahko rečemo tudi, da nam povedo, do koga ima poslovni sistem obveznosti. Torej gre za obveznosti, ki jih ima poslovni sistem do vseh virov, torej tudi do kapitala. Le da so slednje obveznosti trajne, vse ostale pa je poslovni sistem dolžan poravnati v kratkem ali dolgem roku.

Vire sredstev izkazujemo v bilanci stanja.

Tabela 20: Postavke kapitala in dolgov

KAPITAL	DOLGOVI
Vpoklicani (ali osnovni) kapital	Rezervacije in dolgoročne pasivne časovne razmejitve
Kapitalske rezerve	Dolgoročne finančne obveznosti ali dolgoročno dobljena posojila
Rezerve iz dobička	Dolgoročne poslovne obveznosti ali dolgoročno dobljeni krediti
Preneseni čisti dobiček iz prejšnjih let ali prenesena čista izguba iz prejšnjih let	Kratkoročne finančne obveznosti ali kratkoročno dobljena posojila
Presežek iz prevrednotenja	Kratkoročne poslovne obveznosti (obveznosti do dobaviteljev, delavcev, države, za predujme,...)
Prehodno še nerazdeljeni čisti dobiček ali prenesena izguba iz prejšnjih let	<i>Pasivne časovne razmejitve (odloženi neobračunani prihodki in vnaprej vračunani stroški)</i>

Vir: Rebernik, 2008, 278



Vpoklicani (osnovni) kapital je kapital, ki je nominalno opredeljen v statutu podjetja in je vpisan v sodni register. Osnovni kapital se odvisno od pravne oblike podjetij pojavlja kot delniški kapital (d. d.), delež v kapitalu (d. o. o.) ali vloga kapitala (osebna družba) (Hočevar et al., 2008, 81). Najnižja vrednost

osnovnega kapitala za d. o. o. je 7.500 evrov, ki ga lastnik zagotovi kot denarni vložek, stvarni vložek ali stvarni prevzem. Najnižja vrednost osnovnega kapitala za d. d. je 25.000 evrov, pri čemer je najnižji nominalni znesek delnice en evro.

Kapitalske rezerve pomenijo vplačani presežek kapitala, ki se pojavlja pri delniški družbi, ki je pri prvi prodaji svojih delnic dosegla tako prodajno ceno, da je ta preseгла vrednost delnic (Hočevár et al., 2007, 81).



Delniška družba ABC, d. d., je prodala 150.000 izdanih delnic po ceni 50 evrov, nominalna cena delnice pa je bila 40 evrov. Njen osnovni kapital znaša 6.000.000 evrov (150.000×40), kapitalske rezerve pa 1.500.000 evrov (150.000×10).

Rezerve iz dobička vključujejo zakonske rezerve, rezerve za lastne deleže, odkupljene lastne delnice, statutarne rezerve in druge rezerve iz dobička (Hočevár et al., 2008, 81). Podjetja pogosto namensko zadržijo del čistega dobička za kritje morebitne izgube v prihodnosti. To ne pomeni, da ima podjetje toliko denarja ali vrednostnih papirjev, ampak samo rezervira del kapitala v obliki rezerv.

Preneseni čisti poslovni izid lahko pomeni preneseni čisti dobiček ali preneseno čisto izgubo. To je tisti del dobička iz prejšnjih poslovnih let, ki ni bil razporejen v rezerve ali kako drugače porabljen oziroma prenesena izguba prejšnjih let, ki še ni poravnana in zmanjšuje kapital (Hočevár et al., 2008, 82). Iz prenesenega čistega izida se lahko v prihodnosti izplačajo dividende, oblikujejo rezerve, pokriva izguba ali pa se poveča osnovni kapital.

Čisti poslovni izid poslovnega leta je tisti del čistega dobička podjetja, ki ni bil razporejen za kritje izgube in oblikovanje rezerv (Hočevár et al., 2008, 83). Kako bo podjetje razporedilo ta dobiček, se odločajo delničarji na skupščini delničarjev oziroma lastniki podjetja.

Presežek iz prevrednotenja se pojavi zaradi povečanja knjigovodske vrednosti opredmetenih osnovnih sredstev, neopredmetenih sredstev, dolgoročnih finančnih naložb in kratkoročnih finančnih naložb (Hočevár et al., 2008, 83).



Podjetje ABC je imelo 31. 12. 2011 presežek iz prevrednotenja v višini 50.000 evrov. Ta presežek je nastal, ker podjetje še ni odprodalo svojih finančnih naložb.

Rezervacije oziroma pasivne časovne razmejitve so vzpostavljene za obveznosti, za katere se pričakuje, da bodo nastopile v prihodnosti šele čez več kot eno leto (Hočevár et al., 2007, 84).



Podjetje ABC odda v najem poslovni prostor. Najemnik je poravnal celoletno najemnino v višini 12.000 evrov že na začetku leta. Podjetje ABC ne more celega zneska najemnine šteti kot prihodek v prvem mesecu, ampak si znesek enakomerno porazdeli po mesecih, to je 1.000 evrov na mesec. V prvem mesecu se namesto prihodka 12.000 evrov pojavijo pasivne časovne razmejitve v višini 12.000 evrov.

Finančna obveznost se pojavi zaradi dobljenih posojil in izdanih vrednostnih papirjev. **Poslovne obveznosti** so dobaviteljski krediti. Obveznosti so lahko **dolgoročne in kratkoročne**. Dolgoročna obveznost je obveznost, ki zapade v plačilo v roku, daljšem od enega leta. Kratkoročna obveznost je obveznost, ki zapade v plačilo v največ enem letu (Hočevár et al., 2007, 87).



Podjetje ABC pri banki pridobi posojilo v višini 50.000 evrov z dobo vračanja 5 let. V tem primeru gre za dolgoročno finančno obveznost.



Podjetje ABC kupi nov delovni stroj v vrednosti 15.000 evrov. Račun mora poravnati v roku 30 dni. Ker stroj prejme že na dan nakupa, plačilo pa opravi šele po 30 dneh, 15.000 predstavlja poslovno obveznost, in sicer obveznost do dobavitelja. 30. dan, ko poravna račun pri dobavitelju stroja, pa ta obveznost preneha.

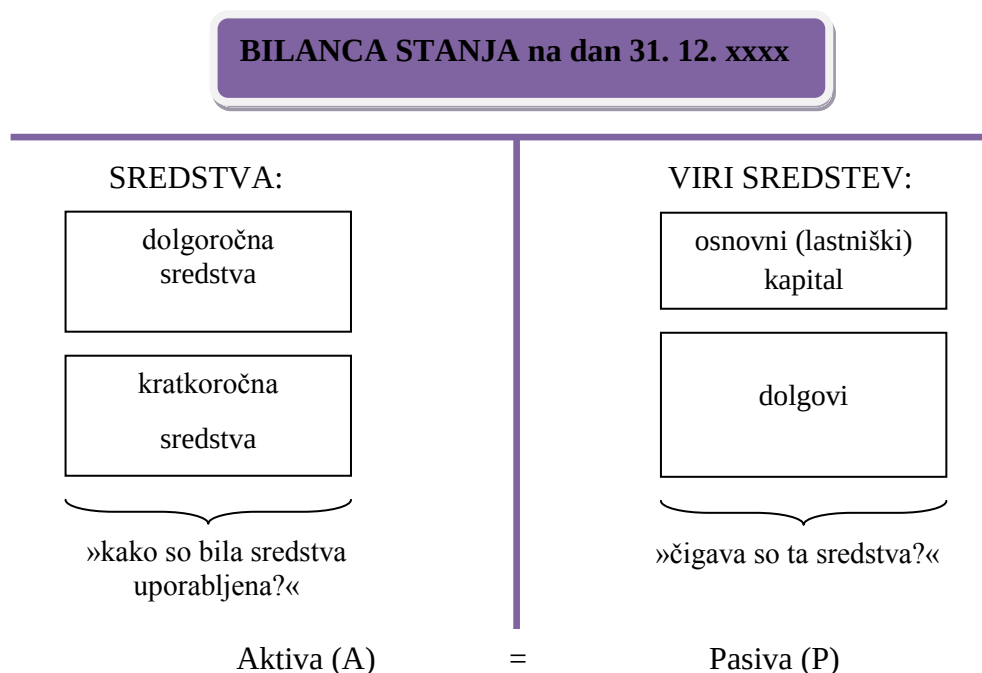
5.3 BILANCA STANJA



Bilanca stanja je računovodski izkaz, ki prikazuje višino in strukturo sredstev in višino obveznosti do virov sredstev podjetja na določen dan. Stran bilance stanja, na kateri so sredstva, se imenuje aktivna stran, stran, kjer so prikazani viri sredstev, pa pasivna stran (Hočevnar et al., 2008, 240).

To je razpredelnica, v kateri so sistematično prikazani računovodski podatki o poslovanju podjetja. Iz bilance stanja je razvidna vrednost premoženja na določen dan, obvezno pa delamo bilanco stanja na dan 31. 12.

Beseda bilanca izhaja iz italijanske besede »bilancia«, kar pomeni tehtnica, zato so se včasih vrednosti v bilanci zapisovale v obliki črke T. Danes se v bilanco stanja vrednosti zapisujejo zaporedno.



Slika 28: Bilanca stanja

Temeljno načelo bilance stanja je **bilančno ravnoesje**, kar pomeni, da je aktiva vedno enaka pasivi, saj vsako sredstvo, s katerim podjetje razpolaga, od nekod izvira in povzroča določene obveznosti, zato je vrednost sredstev vedno enaka vrednosti virov sredstev. Na primer zemljišče, ki spada pod opredmetena dolgoročna sredstva, je podjetje od nekje pridobilo. Bodisi ga je kupilo iz osnovnega kapitala bodisi je zanj najelo posojilo pri banki. Torej zemljišče kot sredstvo ima svoj vir pri osnovnem kapitalu. Na enak način razmišljamo pri vseh ostalih sredstvih in obveznostih do virov sredstev.



Na spletni strani Ajpesa (<http://www.ajpes.si/jolp/>) lahko poiščete bilanco stanja katerega koli slovenskega podjetja. Pred tem se morate registrirati kot uporabnik. Registracija je brezplačna in brez obveznosti. Pri registraciji samo navedete vaš elektronski naslov, na katerega prejmete geslo, s katerim se prijavljate kot uporabnik. Pri branju podatkov bodite pozorni na to, ali so podani v evrih ali 1.000 evrih.



V nadaljevanju je prikazana bilanca stanja podjetja ABC, iz katere bomo razbrali najpomembnejše podatke. Naredili bomo tudi nekaj izračunov, ki bodo pokazali stanje podjetja.

Tabela 21: Bilanca stanja podjetja ABC na dan 31. 12. 2010

	SREDSTVA (v EUR)	2010	2009
1	DOLGOROČNA SREDSTVA	41.047	36.941
	Opredmetena osnovna sredstva: oprema	40.711	36.639
	Naložbene nepremičnine	123	111
	Neopredmetena dolgoročna sredstva: patent	99	89
	Dolgoročne finančne naložbe	114	102
2	KRA TKOROČNA SREDSTVA	65.013	54.513
	Zaloge materiala	23.887	20.498
	Zaloge gotovih izdelkov	26.551	19.896
	Poslovne terjatve	14.367	13.930
	Denarna sredstva	208	189
	SKUPAJ SREDSTVA	106.060	91.454
1	KAPITAL	40.325	36.292
	Osnovni kapital	30.243	27.218
	Kapitalske rezerve	3.281	2.953
	Rezerve iz dobička	6.441	5.797
	Čisti poslovni izid poslovnega leta	360	324
2	DOLGOVI (OBVEZNOSTI)	65.735	55.162
	DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	35.849	32.264
	Finančne obveznosti: dolgoročno posojilo	21.863	19.677
	Obveznosti za nagrade	1.099	989
	Dolgoročne rezervacije	12.887	11.598
	KRA TKOROČNE OBVEZNOSTI	29.886	22.898
	Poslovne obveznosti: obveznosti do dobaviteljev	16.334	12.701
	Finančne obveznosti: kratkoročno posojilo	13.552	10.197
	SKUPAJ VIRI SREDSTEV	106.060	91.454

Premoženje podjetja ABC je na dan 31. 12. 2010 znašalo 106.060 evrov. Ta znesek lahko preberemo pri seštevku sredstev ali seštevku virov sredstev. Na ta dan je imelo podjetje vseh dolgoročnih sredstev v višini 41.047 evrov in kratkoročnih sredstev v višini 65.013 evrov. Vseh zalog je imel za 50.438 evrov. Terjatev do svojih kupcev je imel v višini 14.367 evrov. Na ta sredstva lahko računa v bližnji prihodnosti, odvisno od valute plačila. Na poslovnem računu je imelo 208 evrov.

Izračunamo lahko tudi, kolikšen je bil delež zalog v kratkoročnih sredstvih. Izračunamo ga tako, da vrednost zalog delimo z vrednostjo kratkoročnih sredstev in rezultat pomnožimo s

100. V podjetju so imeli 77,6 % delež zalog v kratkoročnih sredstvih, kar je zelo visok odstotek. Za podjetje je ekonomičnejše, če je ta delež čim nižji.

Podjetje je imelo 31. 12. 2010 lastnega kapitala 40.325 evrov in dolgov v višini 65.735 evrov. Iz teh dveh podatkov lahko izračunamo koliko je podjetje zadolženo (delež kapitala v financiranju). Delež dolgov bomo delili z vsemi viri sredstev in rezultat pomnožili s 100. Dobimo vrednost, da je podjetje dokaj visoko zadolženo, saj ima 62 % tujih sredstev (dolgov) in samo 38 % lastnega kapitala. Podjetje je v letu 2010 poslovalo z dobičkom v višini 360 evrov, ima pa še 6.441 evrov rezerv iz dobičkov preteklih let.

Podjetje je imelo dve posojili: dolgoročnega v višini 21.863 evrov in kratkoročnega v višini 13.552 evrov, skupaj 34.415 evrov posojil. Dobaviteljem je podjetje dolžno še 16.334 evrov, ki jih mora poravnati na dneve zapadlosti.

Če primerjamo podatke z letom poprej, lahko ugotovimo, da je podjetje svoje premoženje povečalo (z 91.454 evrov na 106.060 evrov). Lani pa je imelo nekoliko boljše poslovanje z zalogami, saj so bile te nižje (40.394 evrov), delež zalog v kratkoročnih sredstvih je znašal 74 %. Razmerje lastni : tuji kapital je bilo skoraj enako, in sicer 39,7 % : 60,3 %. Torej malenkostno boljše je bilo razmerje v letu 2009.

Povzetek

Vrednost **premoženja** razberemo iz **skupne vrednosti vseh sredstev**, s katerimi podjetje posluje. Premoženje podjetja je razvidno iz bilance stanja. Sredstva imajo lahko obliko **stvari, pravic in denarja** in jih podjetje pridobi s kapitalom ali z dolgovi. Sredstva so lahko **dolgoročna ali kratkoročna**. Podjetje mora s sredstvi dobro **gospodariti**.

Pri sredstvih moramo zaradi njihove obrabe in staranja obračunati amortizacijo. **Amortizacija je nadomeščena izgubljena vrednost sredstev.**

Viri sredstev nam povedo, **od kod je podjetje premoženje pridobilo**. Pri tem sta dve možnosti: da je premoženje **last lastnikov** podjetja ali da je premoženje **izposojeno**. Če je premoženje last lastnikov, govorimo o kapitalu, če je premoženje izposojeno, pravimo, da so to dolgovi. Viri sredstev so izkazani v bilanci stanja.

Bilanca stanja je računovodski izkaz, ki prikazuje **višino in strukturo sredstev in višino in strukturo obveznosti do virov sredstev podjetja na določen dan**. Stran bilance stanja na kateri so sredstva, se imenuje aktivna stran, stran, kjer so prikazani viri sredstev, pa pasivna stran. Za bilanco mora veljati **bilančno ravnovesje**, kar pomeni, da sta vrednosti aktive in pasive enaki.



Preverjanje razumevanja

1. Kaj je premoženje podjetja in kje je razvidna njegova vrednost?
2. Kaj so sredstva? V kakšni obliki se lahko pojavijo v podjetju?
3. Kaj je amortizacija? Zakaj moramo v podjetju obračunavati amortizacijo? Kaj bi se zgodilo, če v podjetju ne bi obračunavali amortizacije (op. amortizacijo je obvezno obračunavati)?

4. V trgovskem podjetju so se odločili, da bodo kupili nove hladilne naprave. Nabavna vrednost naprav je bila 543.000 evrov (z vključenim DDV). Pri nakupu opreme so nastali tudi prevozni stroški v višini 2.000 evrov in stroški montaže hladilnih naprav v višini 1.800 evrov. V podjetju predvidevajo, da je življenjska doba naprav 5 let. Izdelajte amortizacijski načrt.
5. V podjetju imajo letnih stroškov za amortizacijo v višini 54.000 evrov. Letna amortizacijska stopnja je 15 %. Izračunajte, kolikšna je amortizacijska osnova. Kolikšna je nabavna vrednost naprav, če je bilo vseh stroškov 10 % na nabavno vrednost?
6. Kaj so viri sredstev in kaj nam povejo? Kje so izkazani viri sredstev?
7. Kaj je bilanca stanja in kaj lahko iz nje razberemo?
8. Iz bilance stanja razberite njene bistvene značilnosti. Določite vrednost premoženja ter vrednost dolgoročnih in kratkoročnih sredstev. Kolikšen je bil delež zalog v kratkoročnih sredstvih? Določite višino kapitala in dolgov ter izrazite delež lastni : tuji kapital. Ali je podjetje poslovalo z dobičkom in ali ima nerazporejen dobiček iz preteklih let? Določite finančne in poslovne obveznosti. Koliko je podjetje dolžno dobaviteljem? Primerjajte tudi stanje s predhodnim letom. Katero poslovanje s sredstvi je bilo ekonomičnejše?

	BILANCA STANJA v EUR	2010	2009
1	DOLGOROČNA SREDSTVA		
	Opredmetena osnovna sredstva	13.805.038	12.148.433
	Neopredmetena dolgoročna sredstva	718	632
	Dolgoročne poslovne terjatve	1.259	1.108
2	KRA TKOROČNA SREDSTVA		
	Zaloge materiala	1.022.623	999.908
	Poslovne terjatve	3.034.033	2.669.949
	Denarna sredstva	321.026	282.503
1	KAPITAL		
	Vpoklicani kapital	3.075.484	2.706.426
	Kapitalske rezerve	1.503.555	1.323.128
	Rezerve iz dobička	307.549	270.643
	Čisti poslovni izid poslovnega leta	3.331.070	2.931.342
2	DOLGOVI (OBVEZNOSTI)		
	Dolgoročne finančne obveznosti	1.562.706	1.475.181
	Kratkoročne poslovne obveznosti	5.703.557	5.019.130
	Kratkoročne finančne obveznosti	2.700.776	2.376.683

6 STROŠKI

»Malo drugega je potrebno, da država preide iz najnižkotnejšega stanja neomikanosti v stanje največje blaginje, razen miru, nizkih davkov in razumnega pravosodja; vse drugo pride samo od sebe.«

Adam Smith, *Bogastvo narodov*

Za učinkovito poslovanje mora podjetje kar najbolj obvladovati stroške svojega delovanja. Poznavanje in pregled nad stroški podjetjem omogoča, da stroške tudi znižajo. Vsako podjetje mora strmeti k čim višji učinkovitosti podjetja in znižanju stroškov. Poznati katero znižanje stroškov, jim najbolj pripomore k povečanju uspešnosti. Da v podjetju varčujejo pri nakupih svinčnikov in drugih materialov nižje vrednosti, se kaj bistveno pri uspešnosti to ne bo poznalo.

V tem poglavju bomo obravnavali:

- pojme strošek, potrošek, izdatek, odhodek,
- vrste stroškov: stalni, spremenljivi, skupni, direktni, indirektni, mejni,
- spremljanje in analiziranje stroškov.

6.1 STROŠEK, POTROŠEK, IZDATEK, ODHODEK

Na samem začetku je potrebno za lažje razumevanje ločiti razlike med naslednjimi pojmi: potrošek, strošek, izdatek in odhodek.



Potrošek je povezan s trošenjem posameznih prvin poslovnega procesa ali proizvodnih virov v njihovi naravni obliki. Trošenje pomeni zmanjševanje fizičnih ali drugih stvarnih lastnosti nekega proizvodnega vira. Delovna sredstva, kot so stroji, oprema, se trošijo, ker se med delom obrabljajo. Tudi fizično se starajo ali pa se starajo zaradi ekonomskih razlogov. Delavci trošijo svojo psihofizično energijo. Potrošek ugotovimo tako, da z določeno mersko enoto izmerimo ali ocenimo količino potrošenega proizvodnega vira (delovne ure, strojne ure, število prevoženih kilometrov...) (Rebernik, 2008, 287).



Strošek je vrednostno izražen potrošek prvin poslovnega procesa. Strošek je torej zmnožek potroška in cene za enoto tega potroška (Rebernik, 2008, 288).



Izdatek je zmanjševanje denarnih sredstev podjetja. Izdatki so odliv denarja (Rebernik, 2008, 288). Primeri razlik med izdatki in stroški so (Rebernik, 2008, 288):

- izdatek nastane pred stroškom (najprej kupimo, plačamo surovino, porabimo jo kasneje),
- strošek nastane pred izdatkom (nabavljeno surovino, ki jo plačamo kasneje, porabimo takoj),
- izdatek in strošek nastopita hkrati (takojšnje plačilo storitve),
- strošek ni izdatek (brezplačen prejem osnovnega sredstva, strošek je, ker je potrebno obračunati amortizacijo).



Odhodek je strošek, ki je zajet v prodanih poslovnih učinkih (Rebernik, 2008, 288). Zaradi večje jasnosti bomo primer odhodkov in stroškov pogledali na konkretnem primeru.



V nekem časovnem obdobju podjetje proizvede 1.000 izdelkov, pri čemer je nastalo za 1.000.000 evrov stroškov. Izdelke lahko prodajo po ceni 1.100 evrov za kos. Če bi prodali 800 kosov po 1.100 evrov, podjetje ustvari 880.000 evrov prihodkov (prodajna cena za en kos $\times$ število prodanih kosov). Ustvarili so 880.000 evrov prihodkov, stroškov s proizvodnjo pa je bilo 1.000.000 evrov. To pomeni, da je podjetje poslovalo z izgubo v vrednosti 120.000 evrov.

Vendar podjetje še ni prodalo vseh izdelkov, na razpolago jih ima še 200. Ko bo podjetje v naslednjem obdobju prodalo teh 200 izdelkov, bo ustvarilo 220.000 evrov prihodka. Ker smo stroške obračunali že v prvem obdobju, je podjetje ustvarilo 220.000 evrov prihodkov.

V podjetju se navadno obračun stroškov opravi sorazmerno, torej bi v našem prvem obdobju obračunali samo 800.000 evrov stroškov (80 % stroškov – tolikšen delež, kot so izdelkov prodali). Ugotovimo, da je podjetje poslovalo z dobičkom v višini 80.000 evrov. V drugem obdobju pa je podjetje prodalo za 220.000 evrov izdelkov, sorazmerni del stroškov v višini 20 % pa znaša 200.000 evrov. Podjetje je v drugem obdobju ustvarilo za 20.000 evrov dobička.

Razlika med stroški in odhodki se pojavlja le med posameznimi obračunskimi obdobji. Če bi vse izdelke proizvedli in prodali znotraj enega obračunskega obdobja, kar pa v praksi ni običajno, bi bili stroški enaki odhodkom.

6.2 VRSTE STROŠKOV



Slika 29: Vrste stroškov

V nekateri literaturi boste namesto izraza stalni srečali fiksni strošek in namesto spremenljivi variabilni strošek. V tem gradivu bomo ostali pri imenovanju stalni in spremenljivi strošek.

Na tem mestu je za razumevanje stroškov potrebno definirati še dva pojma: stroškovno mesto in stroškovni nosilec. **Stroškovno mesto je funkcijsko, prostorsko ali stvarno zaokroženi del podjetja, na katerem ali v zvezi s katerim se pri poslovanju pojavljajo stroški, ki jih je mogoče razporejati na posamezne stroškovne nosilce** (Hočevvar et al., 2008, 101). **Stroškovni nosilec je proizvod ali storitev,**



ki ga podjetje proizvaja za prodajo ali svoje lastne potrebe. Na posamezne stroškovne nosilce razporedimo samo tiste stroške, ki jih je povzročila njihova proizvodnja (Rebernik, 2008, 192).

Število stroškovnih mest v podjetju je odvisno od vrste dejavnosti in velikosti podjetja. Malo podjetje z enim ali dvema zaposlenima bo celo podjetje pojmovalo kot eno stroškovno mesto. Velika podjetja imajo številna stroškovna mesta. Navadno so stroškovna mesta označena s številko, npr. stroškovno mesto 2150. Bistvenega pomena je predvsem nadzor nad stroški. Kot smo že na začetku povedali, stroški odražajo redkost dobrin, le-te pa je potrebno racionalno izkoriščati.

6.2.1 Stalni (fiksni) stroški



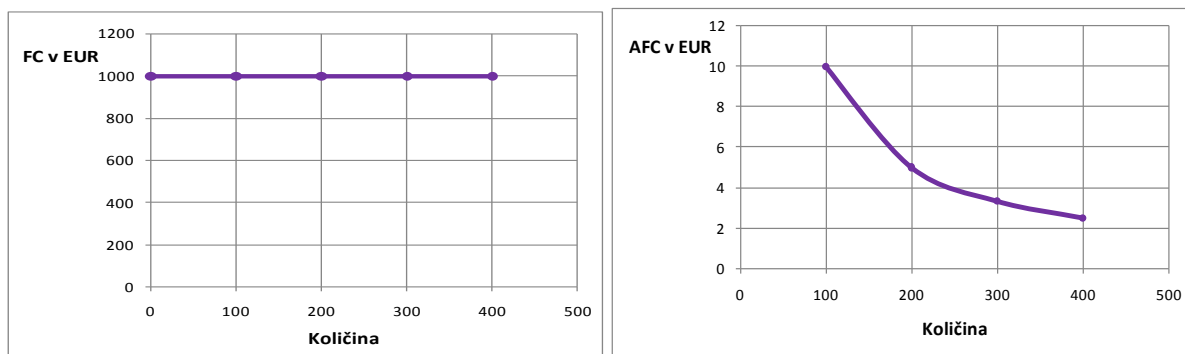
Stalne stroške povzročajo stalni »inputi«, s katerimi podjetje razpolaga. To so stroški, ki se ne spreminjajo tako dolgo, dokler se ne spremenita cena in količina teh stalnih »inputov« (Rebernik, 2008, 178). Primeri za tipične stalne stroške so amortizacija, obresti za izposojeni denar, najemnine, stroški kapitala, zavarovalne premije, določene vrste davkov (davek na premoženje), plače vodilnih delavcev in podobno.

Za stalne stroške je značilno, da se ne spreminjajo z obsegom poslovanja, na enoto proizvoda pa padajo, če se obseg poslovanja povečuje. Zato je pomembno vedeti, da celotni stalni stroški bremenijo podjetje tudi takrat, ko le-to ne posluje. Podjetje ima enako visoke stalne stroške, če proizvede enega ali tisoč izdelkov. Na primer: podjetje mora vsak mesec plačati enako najemnino, pa naj izdela samo en izdelek ali pa jih izdela tisoč ali več.

Tabela 22: Stalni stroški v podjetju ABC

Obseg proizvodnje	Celotni stalni stroški	Povprečni stalni stroški
0	1.000	/
100	1.000	10,00
200	1.000	5,00
300	1.000	3,33
400	1.000	2,50

Kot je razvidno iz tabele 22, so stalni stroški ves čas 1.000 evrov, ne glede na to, koliko izdelkov proizvedemo. Če ne proizvedemo ničesar, so stalni stroški 1.000 evrov, in če proizvedemo 400 izdelkov, so stalni stroški še vedno 1.000 evrov.



Slika 30: Stalni in povprečni stalni stroški

Z vidika uspešnosti poslovanja stalni stroški silijo podjetje, da povečuje proizvodnjo tako dolgo, dokler ne dosega zgornjih meja svojih kapacitet.

6.2.2 Spremenljivi (variabilni) stroški

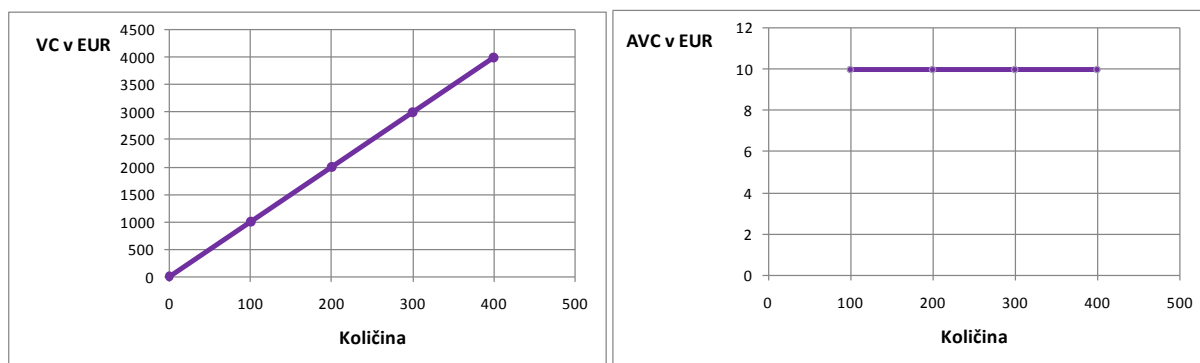
»Inputi« so tisto, kar v nek proizvodni proces vstopa, torej material, delo, storitve. Spremenljive stroške povzroča trošenje spremenljivih »inputov«. Kadar podjetje ničesar ne proizvaja, tudi ne uporablja spremenljivih »inputov«, zato imajo spremenljivi stroški vrednost nič oziroma jih ni. Ko podjetje prične proizvajati, nastanejo »outputi« (izdelki) in se povečujejo, zato se povečuje tudi poraba spremenljivega »inputa«. Celotni spremenljivi stroški naraščajo ali upadajo tako, kot narašča ali upada proizvodnja (Rebernik, 2008, 178). **Za spremenljive stroške je torej značilno, da se spreminjajo z obsegom poslovanja, kar pomeni, da rastejo, če raste obseg poslovanja, oziroma padajo, če pada obseg poslovanja. Pri količini nič, variabilnega stroška ni.**

Spremenljivi stroški so lahko sorazmerni oziroma proporcionalni (kadar naraščajo enako hitro, kot narašča obseg poslovanja), naraščajoči oziroma progresivni (kadar naraščajo hitreje, kot narašča obseg poslovanja) ali padajoči oziroma degresivni (kadar naraščajo počasneje, kot narašča obseg poslovanja).

Iz tabele 23 je razvidno, da se spremenljivi stroški večajo, če proizvedemo več.

Tabela 23: Spremenljivi stroški v podjetju ABC

Obseg proizvodnje	Spremenljivi stroški	Povprečni spremenljivi stroški
0	0	/
100	1.000	10,00
200	2.000	10,00
300	3.000	10,00
400	4.000	10,00



Slika 31: Spremenljivi stroški in povprečni spremenljivi stroški

6.2.3 Skupni stroški

Da bi podjetje proizvedlo določen »output«, troši tako stalne kot spremenljive »inpute«. To pomeni, da so tudi stroški, ki nastajajo v podjetju, hkrati stalni in spremenljivi. **Skupne stroške nekega podjetja sestavljajo stalni in spremenljivi stroški skupaj** (Rebernik, 2008, 185).

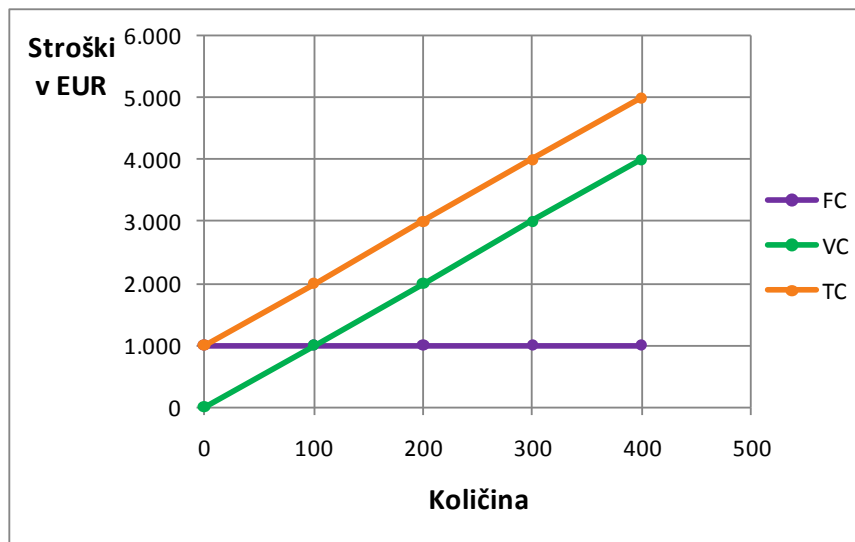
Pri količini nič je skupni strošek enak stalnemu strošku.

$$\text{Skupni stroški} = \text{Stalni stroški} + \text{spremenljivi stroški}$$

$$TC = FC + VC$$

Tabela 24: Skupni stroški v podjetju ABC

Obseg proizvodnje	Celotni stalni stroški	Celotni spremenljivi stroški	Skupni stroški
0	1.000	0	1.000
100	1.000	1.000	2.000
200	1.000	2.000	3.000
300	1.000	3.000	4.000
400	1.000	4.000	5.000



Slika 32: Skupni stroški



V podjetju BCD izdelujejo čevlje. Pri svojem mesečnem poslovanju imajo vseh stalnih stroškov v višini 1.600 evrov. Če podjetje proda 300 izdelkov, jim stalni stroški narastejo za 400 evrov, ker morajo v tem primeru najeti dodatni prostor in zanj plačati najemnino. Spremenljivi strošek za en čevlj je 9 evrov.

Tabela 25: Stroški v podjetju BCD

Q	AVC	VC	FC	AFC	LC	TC
0	0	0	1.600	0	0	1.600
100	9	900	1.600	16,00	25,00	2.500
150	9	1.350	1.600	10,67	19,67	2.950
190	9	1.710	1.600	8,42	17,42	3.310
280	9	2.520	1.600	5,71	14,71	4.120
310	9	2.790	2.000	6,45	15,45	4.790
500	9	4.500	2.000	4,00	13,00	6.500

Najprej v tabelo v stolpec AVC vpišemo vrednost spremenljivega stroška 9 evrov. Pri količini nič v podjetju ni spremenljivega stroška (njegova vrednost je nič). Izračunamo vrednost skupnih variabilnih stroškov po formuli:

$$VC = AVC \times Q$$

Vrednost skupnega spremenljivega stroška pri količini 100 je:

$$VC = 9 \times 100 = 900$$

Vrednost zapišemo v stolpec VC. Po isti formuli izračunamo še za količine 150, 190, 280, 310 in 500. Nato se lotimo izračuna stalnih stroškov. Vemo, da je skupni stalni strošek 1.600 evrov. To vrednost zapišemo v stolpec FC, vendar moramo upoštevati podatek, da se stalni strošek pri količini 300 poveča na 2.000 evrov, zato bo vrednost stalnega stroška pri količinah 310 in 500 enako 2.000 evrov. Prav tako je vrednost stalnega stroška pri količini nič tudi 1.600 evrov, saj smo dejali, da ta strošek v podjetju obstaja ne glede na to, koliko proizvedemo.

Sledi izračun stalnega stroška za en čevlj. Izračunamo ga po formuli:

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$

Vrednost stalnega stroška na enoto pri količini 100 je:

$$AFC = \frac{1.600}{100}$$

Vrednost zapišemo v stolpec AFC. Po isti formuli izračunamo še za količine 150, 190, 280, 310 in 500. Pri tem smo pozorni na to, da višina stalnega stroška pri količinah 310 in 500 znaša 2.000 evrov.

Nadaljujmo z izračunom lastne cene. Izračunamo jo po formuli:

$$LC = AFC + AVC$$

Izračunajmo vrednost lastne cene čevlja pri količini 100:

$$LC = 9 + 16 = 25$$

Vrednost vpišemo v stolpec LC. Po isti formuli izračunamo še za količine 150, 190, 280, 310 in 500.

Na koncu izračunamo še skupne stroške:

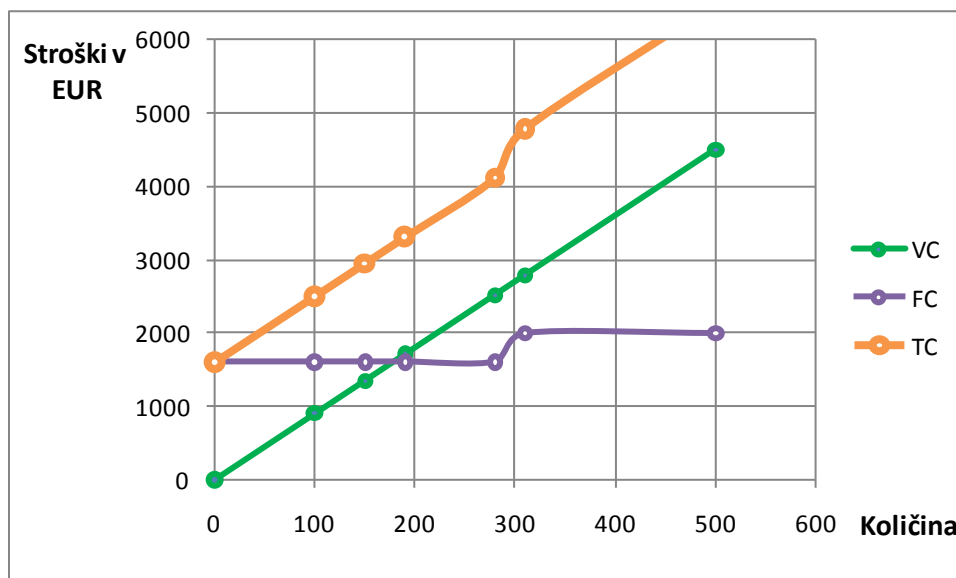
$$TC = FC + LC$$

Izračunajmo vrednost skupnega stroška pri količini 100:

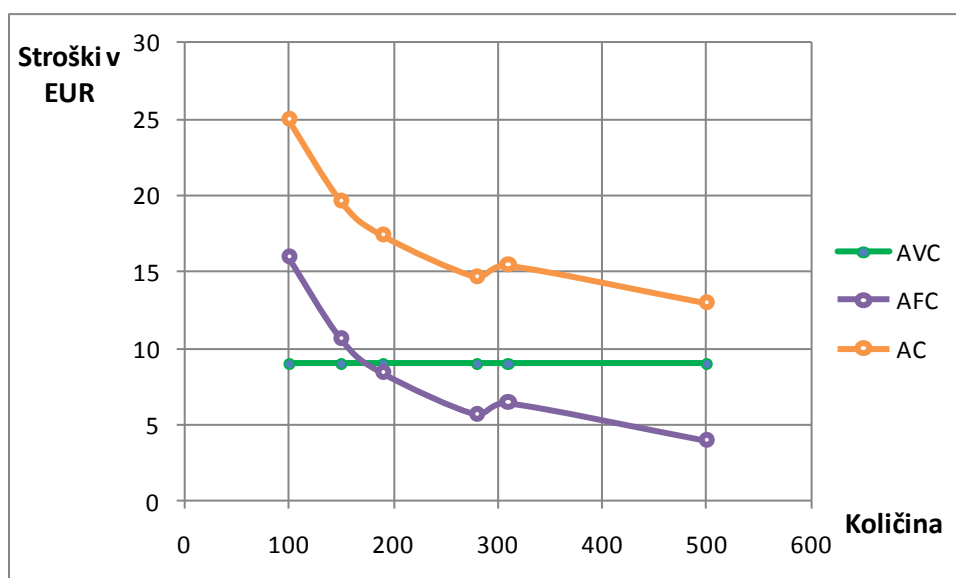
$$TC = 900 + 1.600 = 2.500$$

Vrednost vpišemo v stolpec TC. Po isti formuli izračunamo še za količine 150, 190, 280, 310 in 500.

Narišimo še grafikon za stalne, spremenljive in skupne stroške.



Slika 33: Grafična ponazoritev skupnih stroškov v podjetju BCD



Slika 34: Grafična ponazoritev povprečnih stalnih in spremenljivih stroškov

Iz izračunanih podatkov lahko ugotovimo, da imajo v podjetju BCD vseh stroškov, če proizvedejo vseh 500 čevljev, v višini 6.500 evrov. Lastna cena je najvišja pri količini 100, kjer znaša 25 evrov. To pomeni, da morajo v podjetju postaviti prodajno ceno višjo od 25 evrov, na primer 30 evrov. Če bodo v podjetju proizvedli večje količine, bo lastna cena nižja, kar pomeni, da jim pri vsakem prodanem izdelku ostane višji dobiček.



V podjetju EFG, katerega glavna dejavnost je izvajanje tiskarskih storitev, se odločajo med lastnim prevozom in ponujeno prevozno storitev drugega prevoznika, ki ponuja prevoz po ceni 075 EUR/km. Kako naj se odločijo v podjetju EFG, če imajo na voljo podatke, da je strošek goriva 0,20 evra, strošek maziva 0,05 evra, strošek dela 0,20 evra in stalni strošek za prevoženi kilometer 0,20 evra.

Kalkulacija za 1 km	Znesek
Stroški goriva	0,20
Stroški maziva	0,05
Stroški dela	0,20
FC	0,20
LC	0,65

Podjetje EFG bo ravnalo ekonomičnejše, če bo storitev prevoza opravilo samo, saj je lastni prevoz še vedno cenejši za 0,10 evra od ponudbe drugega prevoznika.

6.2.4 Direktni in indirektni stroški

Vsi stroški nastajajo na stroškovnih mestih. Da stroške lahko proučujemo in obvladujemo, moramo poznati razloge, zakaj in kje so nastali. Pri zbiranju stroškov na stroškovna mesta se srečamo s pojmom direktni in indirektni stroški.

V podjetjih stroškovna mesta delimo na proizvodna in neproizvodna stroškovna mesta. Proizvodna stroškovna mesta zajemajo osnovno, pomožno in stransko dejavnost podjetja. Neproizvodna stroškovna mesta pa so nabavna, prodajna, pravna, raziskovalna, stroškovna mesta in podobna.

Ker v podjetju stroškovne nosilce prodajajo, morajo poznati višino stroškov, ki jih je imelo podjetje z njihovo izdelavo. Da podjetje lahko določi prodajno ceno, mora natančno določiti dejansko vrednost stroškov, saj se na podlagi tega odloča, ali bo neke stroškovne nosilce proizvajal in prodajal ali ne.

Direktni stroški so tisti stroški, za katere vemo, da so nastali na nekem stroškovnem mestu. V skupnem znesku so ti stroški natančno znani, pa tudi na stroškovne nosilce jih lahko direktno razdelimo (Rebernik, 2008, 291). Tipičen direktni strošek je strošek izdelavnega materiala.

V podjetju pa nastajajo tudi številni drugi stroški, za katere ne vemo natančno, niti kako niti v kakšni količini so nastali. Zanje ne vemo natančno, na katero stroškovno mesto se nanašajo ali pa se morda nanašajo na več stroškovnih mest hkrati. Takim stroškom pravimo **indirektni stroški**. Tem stroškom ne moremo takoj neposredno prisoditi stroškovnega mesta. Na stroškovna mesta jih je potrebno razporediti (Rebernik, 2008, 291). Za indirektno stroške poznamo samo njihov skupni znesek, ne poznamo pa vrednosti, kolikšen del jih dejansko odpade na en stroškovni nosilec. Ker je potrebno na posamezni stroškovni nosilec vseeno vkalkulirati njihovo vrednost, si pri tem pomagamo z izbranimi ključi delitve. Kot ključ delitve si podjetje lahko izbere ali stroške amortizacije ali materialne stroške ali stroške delovne sile ali vse direktne stroške.



Podjetje EFG je proizvedlo 3 izdelke, pri njihovi proizvodnji so nastali stroški, ki so prikazani v tabeli 26 (pisani ležeče).

Tabela 26: Delitvena kalkulacija v podjetju ABC

	Izdelek A	Izdelek B	Izdelek C	Skupaj
Materialni stroški	800	1.000	1.200	3.000
Amortizacija	200	200	400	800
Bruto osebni dohodek	600	800	800	2.200
Skupaj direktni strošek	1.600	2.000	2.400	6.000
Indirektni strošek	640	800	960	2.400
Skupni stroški	2.240	2.800	3.360	8.400

ter skupni indirektni stroški v višini 2.400 evrov. Vseh direktnih stroškov je 6.000 evrov. Sedaj moramo tudi 2.400 evrov indirektnih stroškov razdeliti na posamezen izdelek (stroškovni nosilec). Predpostavimo, da je delitveni ključ materialni strošek. V tem primeru bomo delitveni ključ izračunali po formuli:

$$\text{ključ} = \frac{\text{skupni indirektni stroški}}{\text{materialni stroški}}$$

$$\text{ključ} = \frac{2.400}{3.000} = 0,8$$

S ključem sedaj pomnožimo posamezne vrednosti materialnih stroškov pri izdelku A ($800 \times 0,8$), izdelku B ($1.000 \times 0,8$) in izdelku C ($1.200 \times 0,8$) ter jih zapišemo v ustrezen stolpec v vrstici indirektnih stroškov. Na ta način smo na podlagi porabe materiala razvrstili tudi indirektne stroške.

6.2.5 Dodatni in mejni stroški

Mejni stroški so stroški dodatne proizvedene enote »inputa« (Rebernik, 2008, 175). To so torej dodatni stroški za en kos. Mejni strošek nam pove, koliko nas stane proizvodnja enega dodatnega kosa izdelka/storitve.

Poglejmo na primeru. Podjetje proizvede 100 kosov. Pri tem ima neke stroške. Potem pa se odloči, da bo proizvedel še 20 kosov (skupno 120). Stroški, ki jih je imel s temi dodatnimi 20 kosi, so dodatni stroški, mejni strošek pa nam pove, kolikšen je bil ta dodatni strošek za en kos proizvoda.



V storitvenem podjetju DEF so vrednosti stalnih, spremenljivih in skupnih stroškov podani v tabeli (naučili smo se jih izračunati v poglavju 6.2.3). Ugotovimo še vrednost mejnih stroškov.

Tabela 27: Izračuni posameznih kategorij stroškov v podjetju DEF

Q	VC	FC	TC	MC	Izračuni
0	0	3.450	3.450	/	
100	770	3.450	4.220	7,70	$\frac{(4.220 - 3.450)}{(100 - 0)} = 7,70$
150	1.200	3.450	4.650	8,60	$\frac{(4.650 - 4.220)}{(150 - 100)} = 8,60$
220	1.804	3.450	5.254	8,63	$\frac{(5.254 - 4.650)}{(220 - 150)} = 8,63$
290	2.465	3.450	5.915	9,44	$\frac{(5.915 - 5.254)}{(290 - 220)} = 9,44$
385	3.330	3.450	6.580	7,00	$\frac{(6.580 - 5.915)}{(385 - 290)} = 7,00$
480	4.512	3.450	7.962	14,55	$\frac{(7.962 - 6.580)}{(480 - 385)} = 14,55$
550	6.038	3.450	9.158	17,08	$\frac{(9.158 - 7.962)}{(550 - 480)} = 17,08$

Mejni strošek izračunamo po formuli:

$$MC = \frac{\text{sprememba } TC}{\text{sprememba } Q} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

Mejnega stroška pri količini nič ne moremo izračunati. Izračunajmo ga za količino 100. Sprememba skupnega stroška iz povečanja količine od nič na 100 je 770 evrov. Povečanje količine od nič na 100 je 100 kosov. Izračuni so napisani v zadnjem stolpcu tabele.

Po enakem postopku izračunamo še preostale mejne stroške. Iz izračunanih mejnih stroškov ugotovimo, da je najekonomičnejše povečanje prodaje iz količine 290 na 385, saj so takrat mejni stroški najnižji. Najmanj ekonomično povečanje prodaje pa je iz količine 480 na 550.

6.3 SPREMLJANJE IN ANALIZIRANJE STROŠKOV

Za dolgoročno uspešnost poslovanja je odločilno dolgoročno ustvarjanje vrednosti za kupca. Razlika med vrednostjo, ki jo je kupec pripravljen žrtvovati, in med stroški, ki so bili potrebni



za to, da smo izdelek naredili in ga prenesli v kupčevo rabo, pa je vir za delovanje in razvoj podjetja. Čeprav prodajna cena ne temelji na povprečnih stroških, temveč na kupčevih oportunitetnih stroških, pa je **za obstoj in razvoj podjetja, elementarnega pomena, da zna določiti in obvladovati svoje stroške** (Rebernik, 2008, 245).

Obnašanje stroškov v podjetju je odvisno od značilnosti proizvodnje in cene materialov, ki jih podjetje troši za proizvodnjo izdelkov. Da podjetje dobro obvladuje stroške v svojem podjetju, mora razpolagati s stanjem stroškov in z njihovim spreminjanjem. Za dobro obvladovanje mora poznati direktne in indirektne stroške in vedeti višino mejnih stroškov pri

spremenjenih količin proizvodnje. Poznati mora svoja šibka področja na področju stroškov ter na katerih področjih stroškov ima dobro pozicijo.

Spremljanje in analiziranje stroškov potekata s pomočjo informacijskega sistema, brez katerega si obvladovanja stroškov v podjetju ne znamo več predstavljati. Obvladovanju stroškov je potrebno nameniti zadosti časa. Potrebno je natančno spremljati poslovanje in spremembe, ki se dogajajo. Prav tako je potrebno iz obstoječih podatkov izvajati analize, da ima vodstvo v pravem trenutku na voljo prave informacije za odločanje.

Povzetek

Potrošek nastane s **trošenjem posameznih prvin** poslovnega procesa ali proizvodnih virov. **Strošek** je **vrednostno izražen potrošek** prvin poslovnega procesa, je zmnožek potroška in cene za enoto tega potroška. **Izdatek** je **zmanjševanje denarnih sredstev** podjetja. **Odhodek** je **strošek**, ki je **zajet v prodanih poslovnih učinkih**.

Stroškovno mesto je funkcijsko, prostorsko ali stvarno zaokrožen del podjetja, na katerem se pri poslovanju pojavljajo stroški. **Stroškovni nosilec** je proizvod ali storitev, ki ga podjetje proizvaja za prodajo ali svoje lastne potrebe.

Stalni stroški so stroški, ki se **ne spreminjajo z obsegom poslovanja**. Na enoto proizvoda padajo, če se obseg poslovanja povečuje.

Spremenljivi stroški so stroški, ki se **spreminjajo z obsegom poslovanja**, kar pomeni, da rastejo, če raste obseg poslovanja, oziroma padajo, če pada obseg poslovanja. Poznamo sorazmerne, naraščajoče in padajoče spremenljive stroške.

Skupni stroški so seštevek stalnih in spremenljivih stroškov.

Direktni stroški so stroški, za katere **vemo, na katerem stroškovnem nosilcu so nastali**. Za **indirektne stroške** pa **ne vemo** natančno, **na katero stroškovno mesto se nanašajo** ali pa se nanašajo na več stroškovnih mest hkrati. Za njihovo razvrstitev na stroškovna mesta si pomagamo s ključem delitve.

Mejni stroški so stroški **dodatne proizvedene enote »inputa«**.

Če podjetje želi omogočiti rast in razvoj podjetja, mora stroške **obvladovati**. To pomeni, da redno spremlja stroške, izdeluje evidence in analize, ki so podlaga za odločanje.



Preverjanje razumevanja

1. Opredelite, kaj so potrošek, strošek, izdatek in odhodek.
2. Navedite primera, ko izdatek nastane pred stroškom ter ko strošek nastane pred izdatkom.
3. Pojasnite pojma stroškovno mesto in stroškovni nosilec. Čemu nam služijo stroškovna mesta?
4. Kaj so stalni stroški in kaj je zanje značilno?
5. Kaj so spremenljivi stroški in kaj je zanje značilno?
6. Kaj nam pove skupni strošek? Kako ga izračunamo?

7. Za podjetje so poznani spremenljivi stroški za en izdelek, ki so zapisani v spodnji tabeli. V enem mesecu imajo v podjetju 10.000 evrov stalnih stroškov. Pri količini 700 se stalni stroški povečajo na 11.000 evrov. Izračunajte manjkajoče podatke v tabeli in dobljene podatke tudi komentirajte. Določite tudi prodajno ceno izdelka. Narišite tudi skupne stalne, skupne spremenljive in vse stroške (TC). Kakšni so spremenljivi stroški?

Q	AVC	VC	FC	AFC	LC	TC	MC
0	/						
200	19						
250	17						
300	16						
400	15						
550	12						
700	10						

8. Kakšna je razlika med direktnimi in indirektnimi stroški?
 9. Za podjetje razdelite 663.000 evrov indirektnih stroškov na posamezne stroškovne nosilce (izdelek A, B in C). Osnovo za ključ delitve naj predstavljajo stroški dela.

izdelek	količina	stroški materiala	stroški dela	skupaj direktni. str	indirektni stroški	stroški skupaj
A	1.000	100.000	120.000	220.000		
B	2.000	150.000	130.000	280.000		
C	3.000	180.000	100.000	280.000		
skupaj	6.000	430.000	350.000	780.000	663.000	

10. Zakaj mora podjetje razpolagati z vrednostjo mejnega stroška? Pri katerih odločitvah je mejni strošek pomemben podatek?

7 POSLOVNI IZID PODJETJA

»Dobra družba je osnovana na dobrih posameznikih.«

Adam Smith, Bogastvo narodov

Najbolj dobičkonosna podjetja na svetu v letu 2009 so bili: Gazprom s 24.555 milijonov dolarjev dobička, sledijo Exxon Mobil (19.280 milijonov), Industrial & Commercial Bank of China (18.832 milijonov), BP (16.578 milijonov) in China Construction Bank (15,627 milijonov).

Na spletni strani http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2010/full_list/ si lahko pogledate celoten seznam najuspešnejših svetovnih podjetij.

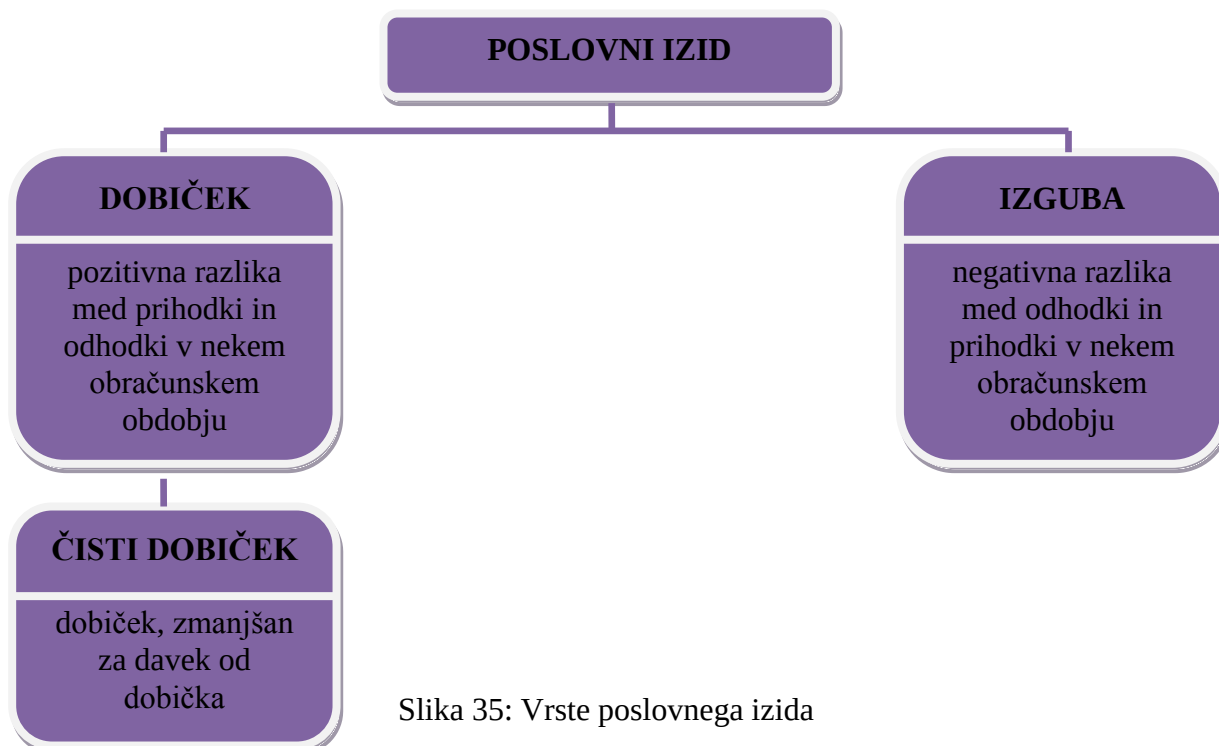
V tem poglavju bomo obravnavali:

- poslovni izid,
- prihodke,
- odhodke,
- dobiček,
- izkaz poslovnega izida.

7.1 POSLOVNI IZID



Vsako podjetje želi vedeti, kako uspešno je poslovalo v preteklem obdobju. Le-to ugotovi z ugotavljanjem poslovnega izida v podjetju. **Poslovni izid je razlika med vsemi prihodki in odhodki v določenem obračunskem obdobju** (Bojnec et al., 2007, 223). **Poslovni izid je lahko pozitiven – dobiček ali negativen – izguba.** Poslovni izid nam torej pove, kako uspešno je podjetje poslovalo v določenem časovnem obdobju.



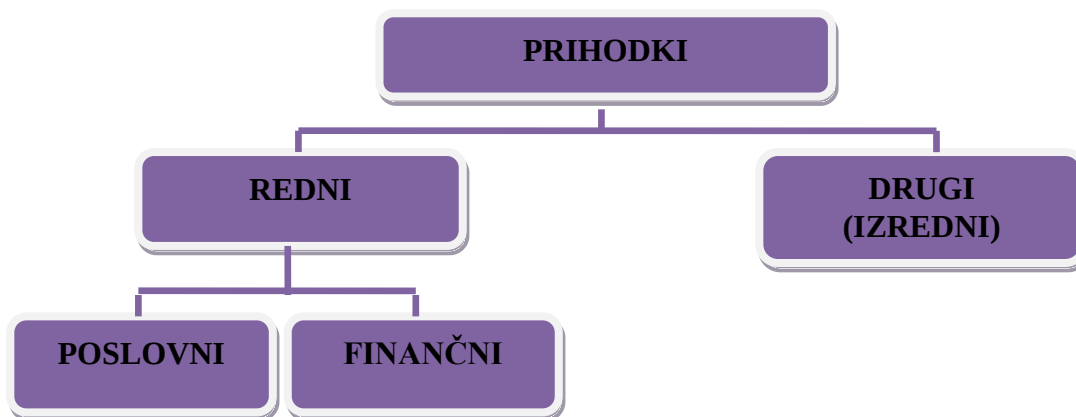
Slika 35: Vrste poslovnega izida

Za ugotavljanje poslovnega izida moramo poznati prihodke in odhodke podjetja.

7.2 PRIHODKI



Prihodki podjetja zajemajo vrednost prodanih proizvodov in opravljenih storitev podjetja v določenem obdobju, prihodke od financiranja in druge izredne prihodke, ki povečujejo poslovni izid. Slovenska podjetja ugotavljajo prihodke na podlagi metode zaračunane prodaje, to je na podlagi izstavljenega računa (Bojnec et al., 2007, 221).



Slika 36: Prihodki

Poslovni prihodki so prodajne vrednosti prodanih proizvodov, storitev, trgovskega blaga, materiala in prejetih nadomestil v zvezi s prodajo. V Sloveniji se poslovni prihodki ugotavljajo na podlagi zaračunane prodaje (Hočevar et al., 2008, 129). Za ugotavljanje prihodkov ni odločilno, ali so bili proizvodi plačani, temveč, ali je kupec blago prejel.

Podjetje BCD je v enem mesecu proizvedlo 500 čevljev. Uspelo jim je prodati 310 čevljev. Prodajna cena para čevljev je bila 30 evrov. Lahko ugotovimo, da je podjetje v enem mesecu ustvarilo 9.300 evrov poslovnih prihodkov.

Finančni prihodki se pojavijo v zvezi z dolgoročnimi in s kratkoročnimi finančnimi naložbami (Hočevar et al., 2008, 130). To so dobljene obresti, dividende ali drugi deleži iz dobička drugih podjetij.

V primeru je podjetje BCD posodilo podjetju ABC 25.000 evrov za dobo enega leta. Glede na dogovorjeno obrestno mero je podjetje BCD plačalo podjetju ABC 1.250 evrov pripadajočih obresti. Finančni prihodki podjetja ABC znašajo v enem mesecu 1.250 evrov.

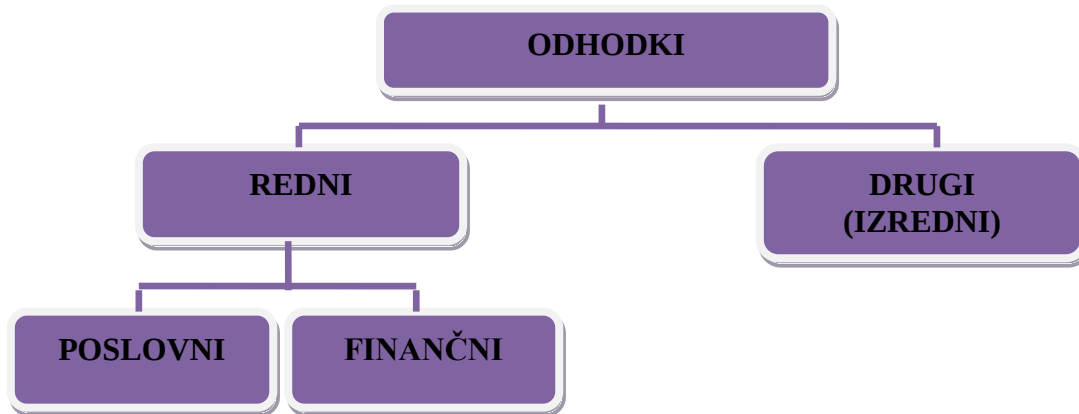
Drugi prihodki so nepredvideno pridobljena sredstva in nastanejo zaradi izrednega povečanja sredstev ali izrednega zmanjšanja obveznosti do virov sredstev (Hočevar et al., 2008, 130). Primeri drugih prihodkov so pri inventuri ugotovljeni presežki blaga, izdelkov, materiala, denarnih sredstev v blagajni, zaračunane zamudne obresti in podobno. Izredni prihodki so tudi odobreni popusti dobaviteljev, dotacije, subvencije, are, skesnine in podobno.

Podjetje BCD je v mesecu x prejelo državno subvencijo v višini 2.500 evrov. Ta znesek se šteje med druge prihodke.

7.3 ODHODKI



Odhodki zajemajo stroške, ki se nanašajo na prodane količine proizvodov, s katerimi so bili pridobljeni prihodki. Odhodki so povezani s stroški, vendar niso isto. Odhodki so enaki stroškom prodanih količin v določenem obračunskem obdobju (Bojnec et al., 2007, 222). Pri tem je ključna beseda prodanih, saj med odhodke štejemo samo tiste proizvode, ki smo jih že prodali.



Slika 37: Odhodki

Poslovni odhodki so stroški, ki se nanašajo na prodane proizvode in storitve, ter nabavna vrednost trgovskega blaga in materiala v obračunskem obdobju (Hočevar et al., 2008, 121). Kot je že omenjeno, sodijo med poslovne odhodke le stroški prodanih proizvodov.

$$\text{PRIHODKI} = \text{količina} \times \text{prodajna cena}$$

Podjetje BCD je v enem mesecu proizvedlo 500 parov čevljev. Prodali so jih le 310. Izračunali smo, da ima podjetje pri proizvodnji 310 čevljev vseh stroškov v višini 4.790 evrov. Tako lahko ugotovimo, da je imelo podjetje 4.790 poslovnih odhodkov.

Finančni odhodki so povezani s financiranjem poslovanja poslovnega procesa na nelastniški način. Zato finančne odhodke razčlenimo na odhodke zaradi danih obresti za prejeta posojila in kredite ter druge finančne odhodke (Hočevar et al., 2008, 124). Med finančne odhodke ne sodi glavnica posojila, ampak samo obresti. Med druge finančne odhodke sodijo odpisi kratkoročnih in dolgoročnih finančnih naložb, pokrivanje primanjkljajev in podobno.

Podjetje je za nakup novega stroja najelo posojilo pri banki v višini 12.400 evrov. V tem mesecu jim je zapadla anuiteta v višini 570 evrov. Vrednost 570 evrov je finančni odhodek.

Drugi odhodki so izgubljene vrednosti, ki se ne nanašajo na nastajanje proizvodov in storitev kot poslovnih učinkov. Nastajajo z izrednim zmanjševanjem sredstev ali izrednim povečanjem obveznosti do virov sredstev (Hočevar et al., 2008, 125). Drugi odhodki so neobičajne postavke, ki se ne pričakujejo redno ali večkrat. Nepredvideno zmanjšanje sredstev so primanjkljaji v zalogah, blagajni, razne kazni in odobreni popusti kupcem.

Podjetje BCD je pri prodaji čevljev dalo kupcu popust v višini 100 evrov. Ta vrednost se šteje med druge odhodke.

7.4 DOBIČEK

Dobiček je rezultat dobrega poslovanja in gospodarnega ravnanja s sredstvi.



Dobiček je razlika med njegovimi večjimi prihodki in manjšimi odhodki prodanih proizvodov in storitev ali odhodki v obračunskem obdobju. Razčlenimo ga na dobiček iz poslovanja in dobiček iz financiranja (Bojnec et al., 2007, 223).

Tabela 28: Členitev dobička

Dobiček iz poslovanja	Dobiček iz financiranja
prihodki od prodaje + morebitne subvencije – nabavna vrednost ali stroški prodanih učinkov – stroški prodaje in uprave	prihodki iz financiranja – odhodki iz financiranja

Vir: Bojnec et al., 2007, 223

Dobiček lahko razdelimo tudi v naslednje kategorije: računovodski dobiček, normalni dobiček in ekonomski dobiček.

Računovodski dobiček je najsplošnejše pojmovanje dobička. Gre za razliko med celotnimi prihodki in dejansko nastalimi stroški, ki so nastali v tem obdobju. Računovodski dobiček se ugotavlja zlasti kratkoročno (Rebernik, 2008, 253).

Normalni dobiček je seštevek računovodskega dobička in minimuma dohodkov za lastnike podjetja, ki še zagotavljajo, da le-ti obdržijo svoj kapital v podjetju. Normalni dobiček je pogoj za obstoj podjetja (Rebernik, 2008, 253).

Ekonomski dobiček pa je presežek nad normalnim dobičkom. Ekonomski dobiček izračunamo tako, da od celotnih prihodkov odštejemo vsoto celotnih stroškov in normalnega dobička. S tem presežkom kapitala podjetje lahko investira in si s tem pridobi konkurenčno prednost pred drugimi (Rebernik, 2008, 253).

7.5 IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA

Izkaz poslovnega izida je računovodski izkaz, ki izkazuje uspešnost poslovanja. Izdeluje se vsaj enkrat letno, in sicer za obdobje od 1. 1. do 31. 12. predhodnega leta. V njem so prikazani ustvarjeni prihodki in povzročeni odhodki v nekem časovnem obdobju. Izkaz poslovnega izida lahko delamo tudi med letom za krajša obdobja, npr. polletno, kvartalno, mesečno. V izkazu poslovnega izida se ugotavlja poslovni izid, kjer se primerjajo prihodki in odhodki. **Če je podjetje v določenem obdobju poslovalo tako, da je imelo prihodkov več kot odhodkov, je podjetje poslovalo z dobičkom. Če je imelo podjetje več odhodkov kot prihodkov, je v tem obdobju poslovalo z izgubo.**

Poslovni izid podjetja se lahko poveča, če si poveča prihodke ali zmanjša stroške. Tako podjetja kot tudi država se usmerjajo na postavko stroškov in ne prihodkov, saj povečanje prihodkov pomeni zgolj prerazporejanje sredstev od enega ekonomskega subjekta k drugemu. To je razlog, zaradi katerega ne povečujemo prihodkov, razen v primeru boljše kakovosti naših proizvodov. Če pa zmanjšamo stroške, pa ima korist tisti, ki proizvaja (z istimi sredstvi naredi več), in tisti, ki kupujejo, ter tudi država (z istimi sredstvi ustvari več).

Uspešnost poslovanja podjetje izkazuje v izkazu poslovnega izida. Izkaz uspeha ima med seboj dve uravnovešeni strani: **prihodke in odhodke ter rezultat uspešnosti** (dobiček ali izguba). Izkaz poslovnega izida je zelo pomemben za odločitve, saj iz prihodkov in odhodkov ter rezultata uspešnosti ugotavljamo rentabilnost poslovanja in ekonomsko upravičenost dejavnosti podjetja.

Odhodki	Izkaz poslovnega izida od _____ do _____	Prihodki
POSLOVNI ODHODKI		POSLOVNI PRIHODKI
FINANČNI ODHODKI		FINANČNI PRIHODKI
DRUGI ODHODKI		DRUGI PRIHODKI

Slika 38: Izkaz poslovnega izida

PRIHODKI – ODHODKI = POSLOVNI IZID

PRIHODKI > ODHODKI = DOBIČEK

PRIHODKI < ODHODKI = IZGUBA

Seveda lahko iz izkaza poslovnega izida primerjamo samo poslovne prihodke in poslovne odhodke. Tedaj vidimo uspešnost neposredno iz naslova poslovanja, torej glavne dejavnosti podjetja.

Lahko pa primerjamo samo finančne prihodke in odhodke. Tedaj ugotovimo, kako uspešno je podjetje poslovalo iz naslova financiranja.

Prav gotovo je za podjetje pomembnejše, da dosega boljši rezultat iz naslova poslovanja (osnovne dejavnosti) kot iz naslova financiranja.



V podjetju BCD so v preteklem letu poslovali, kot je razvidno iz spodnjega računovodskega izkaza.

Tabela 29: Prikaz izkaza poslovnega izida

IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA			
Odhodki		Prihodki	
I. Poslovni odhodki	4.790	I. Poslovni prihodki	9.300
II. Finančni odhodki	570	II. Finančni prihodki	1.250
III. Drugi odhodki	100	III. Drugi prihodki	2.500
	5.460		13.050

Poslovni izid = prihodki – odhodki = 13.050 – 5.460 = 7.590 evrov. Ker so prihodki večji od odhodkov, je podjetje v enem mesecu ustvarilo 7.590 evrov dobička.



Iz izkaza poslovnega izida računovodskega podjetja bomo izračunali njihov poslovni izid. Tudi do izkazov poslovnega izida slovenskih podjetij lahko dostopate na spletni strani Ajpesa (<http://www.ajpes.si/jolp/>).

	v EUR	2010	2009
1	ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	4.728.995	4.218.751
2	SPREMEMBA VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	0	0
3	USREDSTVENI LASTNI PROIZVODI IN LASTNE STORITVE	0	0
4	DRUGI POSLOVNI PRIHODKI (s prevrednotovalnimi poslovnimi prihodki)	0	0
5	Stroški blaga, materiala in storitev	1.672.513	2.001.300
a)	Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala ter stroški porabljenega materiala	207.866	252.210
b)	Stroški storitev	1.464.647	1.749.090
6	Stroški dela	1.892.357	1.562.842
a)	Stroški plač	1.341.208	1.096.031
b)	Stroški pokojninskih zavarovanj	118.697	96.999
c)	Stroški drugih socialnih zavarovanj	97.238	78.714
č)	Drugi stroški dela	335.214	291.098
7	Odpisi vrednosti	228.984	353.819
a)	Amortizacija	27.311	14.111
b)	Prevrednotovalni poslovni odhodki pri neopredmetenih sredstvih in opredmetenih osnovnih sredstvih	0	0
8	Drugi poslovni odhodki	9.391	2.776
9	Finančni prihodki iz deležev	0	0
10	Finančni prihodki iz danih posojil	2	2
11	Finančni prihodki iz poslovnih terjatev	0	0
12	Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih naložb	0	0
13	Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	106.902	8.340
14	Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	670	11.771
15	DRUGI PRIHODKI	11.363	4.471
16	DRUGI ODHODKI	45	1.293
17	DAVEK IZ DOBIČKA	168.138	60.410
18	ODLOŽENI DAVKI	0	0
19	ČISTI POSLOVNI IZID OBRAČUNSKEGA OBDOBJA (ČISTI DOBIČEK / IZGUBA OBRAČUNSKEGA OBDOBJA)	661.360	220.687
20	POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENCEV NA PODLAGI DELOVNIH UR V OBRAČUNSKEM OBDOBJU	78,00	75,00
21	PRENESENI ČISTI DOBIČEK / ČISTA IZGUBA	74.216	288.528
22	ZMANJŠANJE KAPITALSKIH REZERV	0	0
23	ZMANJŠANJE REZERV IZ DOBIČKA	0	0
a)	Zmanjšanje zakonskih rezerv	0	0
b)	Zmanjšanje rezerv za lastne delnice in lastne poslovne deleže	0	0
c)	Zmanjšanje statutarnih rezerv	0	0
č)	Zmanjšanje drugih rezerv iz dobička	0	0
24	POVEČANJE REZERV IZ DOBIČKA	0	0
a)	Povečanje zakonskih rezerv	0	0
b)	Povečanje rezerv za lastne delnice in lastne poslovne deleže	0	0
c)	Povečanje statutarnih rezerv	0	0
č)	Povečanje drugih rezerv iz dobička	0	0
25	BILANČNI DOBIČEK / IZGUBA	735.576	509.215

Poglejmo, koliko je imelo podjetje poslovnih prihodkov. To je vrednost čistih prihodkov od prodaje, ki znaša 4.728.995 evrov, kar je za 12 % več kot leta 2009.

Finančnih prihodkov so imeli v višini 2 evra. Iz tega lahko ugotovimo, da podjetje ni posojalo svojega denarja drugim, prav tako ni investiralo v druga podjetja.

Drugih prihodkov so imeli v višini 11.363 evrov. Kaj je sestavljalo kategorijo drugih prihodkov iz izkaza poslovnega izida ni razvidno. Omenili smo že, da so lahko drugi prihodki zamudne obresti kupcem, presežki blaga, presežki blagajne in podobno.

Med poslovne odhodke sodijo: stroški blaga in storitev, stroški dela, odpisi vrednosti in drugi poslovni odhodki ($1.672.513 + 1.892.357 + 228.984 + 9.391 = 3.803.245$ evrov). Največji delež med poslovnimi odhodki so znašali stroški dela, in sicer skoraj 49,8 %.

Finančnih odhodkov je imelo podjetje v višini 107.572 evrov ($106.902 + 670$). Njihovi finančni odhodki so v primerjavi z letom 2009 narasli za več kot petkrat.

Vrednost drugih odhodkov je 45 evrov. Iz izkaza ni razvidno katere vrste drugih odhodkov so imeli v podjetju, na splošno pa so drugi odhodki lahko zamudne obresti zaračunane nam, pogodbene kazni, manjki blaga, manjki v blagajni in podobno.

Če primerjamo poslovni izid iz poslovanja v letu 2010, moramo ugotoviti razliko med poslovnimi prihodki in poslovnimi odhodki ($4.728.995 - 3.803.245 = 925.750$ evrov). Podjetje je s svojim poslovanjem, torej z računovodskimi storitvami, doseglo 925.750 evrov dobička.

Poslovni izid iz finančnega poslovanja v letu 2010 ugotovimo z razliko med finančnimi prihodki in finančnimi odhodki ($2 - 107.572 = -107.570$ evrov). Ugotovimo, da je podjetje iz naslova financiranja ustvarilo izgubo v višini 107.570 evrov.

Ugotovimo še skupni poslovni izid. Od vseh prihodkov moramo odšteti vse odhodke. Vseh prihodkov je v višini 4.740.360 evrov, vseh odhodkov pa 3.910.862 evrov. Poslovni izid je 829.498 evrov.

Vsako podjetje mora plačati davek iz dobička. Davek iz dobička za leto 2010 znaša 20 %. Podjetje ga je plačalo 168.138 evrov. Če vrednost davka odštejemo od dobička, dobimo vrednost čistega dobička, ki je 661.360 evrov. Za končni bilančni dobiček moramo prišteti še preneseni čisti dobiček (74.216 evrov; to so čisti dobički iz preteklih let). Dobimo vrednost 735.576 evrov.

Tabela 30: Prikaz prihodkov in odhodkov za računovodsko podjetje

Odhodki		Prihodki	
I. Poslovni odhodki	3.803.245	I. Poslovni prihodki	4.728.995
II. Finančni odhodki	107.572	II. Finančni prihodki	2
III. Drugi odhodki	45	III. Drugi prihodki	11.363
	3.910.862		4.740.360
Dobiček:	829.498		



Na spletni strani poiščite izkaz poslovnega izida za podjetje, ki ga poznate, in preglejte izkaz in izdelajte izračun poslovnega izida. Ugotovite tudi poslovni izid iz poslovanja in poslovni izid iz financiranja.

Povzetek

Poslovni izid je razlika med vsemi prihodki in odhodki v določenem obračunskem obdobju, lahko je pozitiven (dobiček) ali negativen (izguba).

Prihodki so vrednost prodanih proizvodov in opravljenih storitev (poslovni prihodki), prihodki od financiranja (finančni prihodki) in izredni (drugi) prihodki. Finančni prihodki se pojavijo v zvezi z dolgoročnimi in s kratkoročnimi finančnimi naložbami. Drugi prihodki pa so nepredvideno pridobljena sredstva in nastanejo zaradi izrednega povečanja sredstev ali izrednega zmanjšanja obveznosti do virov sredstev.

Odhodki zajemajo stroške, ki se nanašajo na prodane količine proizvodov in storitev. Poslovni odhodki so stroški, ki se nanašajo na prodane proizvode in storitve, ter nabavna vrednost trgovskega blaga v obračunskem obdobju. Finančni odhodki so povezani s financiranjem poslovanja na nelastniški način. Drugi odhodki so izgubljene vrednosti, ki se nanašajo na nastajanje proizvodov in storitev kot poslovnih učinkov.

Dobiček je razlika med njegovimi večjimi prihodki in manjšimi odhodki prodanih proizvodov in storitev ali odhodki v obračunskem obdobju. Razčlenimo ga na dobiček iz poslovanja in dobiček iz financiranja. Čisti dobiček je dobiček, zmanjšan za davek od dobička.

Izkaz poslovnega izida je računovodski izkaz, ki izkazuje uspešnost poslovanja v določenem časovnem obdobju. Če je podjetje v določenem obdobju poslovalo tako, da je imelo prihodkov več kot odhodkov, je podjetje poslovalo z dobičkom. Če je imelo podjetje več odhodkov kot prihodkov, je v tem obdobju poslovalo z izgubo.



Preverjanje razumevanja

1. Kaj je poslovni izid in kakšen je lahko?
2. Kaj so prihodki? Kako jih delimo? Razmislite, na kakšen način lahko podjetje svoje prihodke še poveča.
3. Podjetje je v obdobju od 1. 1. do 30. 6. proizvedlo 21.746 izdelkov. Na trgu jih prodaja po ceni 9,45 evrov za izdelek. Ker so v neko podjetje vložili delež, so iz naslova financiranja pridobili 2.000 evrov obresti. Prav tako so imeli nekaj nepredvidenih prihodkov v višini 167 evrov. Izračunajte prihodke podjetja za polletno obdobje.
4. Prihodki od poslovanja zajemajo (obkrožite pravilni odgovor):
 - a) prejete subvencije in dotacije,
 - b) prodajno vrednost prodanih količin,
 - c) prejete obresti.
5. Kaj so odhodki? Kako jih delimo? Kaj lahko storijo v podjetju, če želijo znižati svoje odhodke?
6. V podjetju so imeli v obdobju od 1. 1. do 30. 6. stroške blaga, materiala in storitev v višini 110.968 evrov in stroškov dela 44.387 evrov. Za posojilo so morali plačati zapadlo anuiteto v višini 635 evrov. Zaračunali so nekaj zamudnih obresti svojim kupcem v višini 71 evrov. Izračunajte odhodke podjetja za polletno obračunsko obdobje.
7. Odhodki za financiranje zajemajo (obkrožite pravilni odgovor):
 - a) dana posojila,

- b) zmanjšanje vrednosti dolgoročnih finančnih naložb,
- c) stroške obresti.
- 8. Kaj je dobiček? Kako ga delimo?
- 9. Kaj izkazuje izkaz poslovnega izida? Kdaj ga podjetje dela?
- 10. Na podlagi izračunov iz točk 3 in 5 izračunajte še poslovni izid. Ali je podjetje uspešno poslovalo? Kaj bi svetovali podjetju?
- 11. Iz spodnjega izkaza izračunajte poslovni izid. Ugotovite, kolikšna sta poslovni izid iz poslovanja in poslovni izid iz financiranja. Dobljene rezultate primerjajte tudi s preteklim letom (2009).

	IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA (v EUR)	2010	2009
1	Čisti prihodki od prodaje	15.463.646	14.247.046
2	Drugi poslovni prihodki	27.614	24.449
3	Stroški blaga, materiala in storitev	8.631.982	8.050.439
4	Stroški dela	4.350.849	4.223.227
5	Drugi poslovni odhodki	28.706	37.323
6	Finančni prihodki	1.837	5.300
7	Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	377.101	322.545
8	Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	24.440	105.508
9	Drugi prihodki	1.213	12.619
10	Drugi odhodki	3.057	4.465

8 EKONOMSKI KAZALNIKI USPEŠNOSTI

»Ker se torej vsak posameznik na vso moč trudi uporabljati kapital za vzdrževanje domače delavnosti in jo usmerjati tako, da bi njen produkt imel čim večjo vrednost, se vsak posameznik neogibno silno trudi, da bi bil letni dohodek družbe čim večji. Večinoma sicer nima namena podpirati javne koristi in tudi ne ve, v kolikšni meri jo podpira. S tem, da rajši kakor tujo vzdržuje domačo delavnost, samo skrbi za svojo varnost; in ko to delavnost usmerja tako, da bi njen produkt imel čim večjo vrednost, spet skrbi samo za svoj dobiček, in kakor v številnih drugih ga tudi v tem primeru vodi nevidna roka, da podpira cilj, ki sploh ni del njegovega namena. Za družbo pa nikakor ni vedno slabo, da tega ne dela z namenom. Kadar se človek trudi zase, pogosto podpira družbeno korist veliko učinkoviteje kakor takrat, ko si resnično prizadeva zanjo. Še nikdar nisem slišal, da bi bili tisti, ki hlinijo, da trgujejo za splošno blaginjo, naredili dosti dobrega.«

Adam Smith, *Bogastvo narodov*

Najboljših pet slovenskih podjetij v letu 2009 so bili: Holding Slovenske elektrarne iz Ljubljane, Krka iz Novega mesta, Knauf Insulation iz Škofje Loke (nekdanji Trimo), BSH Hišni aparati iz Nazarj ter Geoplin iz Ljubljane. Kriterij za izbiro je bilo 20 poslovnih kazalnikov kot vrednost izvoza, skupni prihodki, čisti dobiček, dodana vrednost na zaposlenega, število zaposlenih... Dobro uvrstitve so dosegli še: Gen iz Krškega, DEM iz Maribora, OMV Slovenija, Loterija Slovenije in Colgate Palmolive iz Ljubljane.

V tem poglavju bomo obravnavali:

- uspešnost poslovanja,
- kazalce uspešnosti poslovanja,
- prag pokritja.

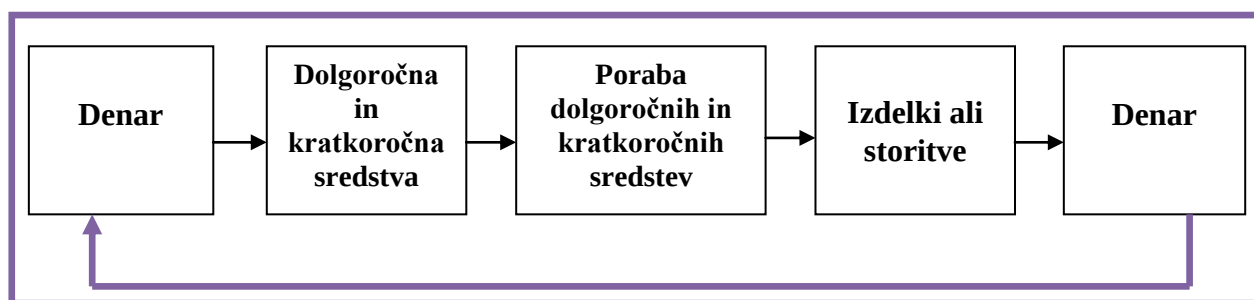
8.1 USPEŠNOST POSLOVANJA

Podjetje si svoje premoženje pridobi z vložkom lastnikov ali izposojenim denarjem. Ko podjetje začne poslovati, lahko odvisno od svojega poslovanja to svoje premoženje ohranja, povečuje ali pa tudi postopoma uničuje.



Za ohranjanje in povečevanje vrednosti premoženja je potrebno s sredstvi ravnati racionalno in skrbno. S stališča ekonomije to pomeni, da ob najmanjših potroških posameznih »inputov« dosežemo največji »output« (min-max načelo) (Rebernik, 2008, 349).

Racionalno trošenje prvin poslovnega procesa pomeni tudi zniževanje stroškov in odhodkov poslovnega procesa ob sočasnem ustvarjanju primerno velikih prihodkov.

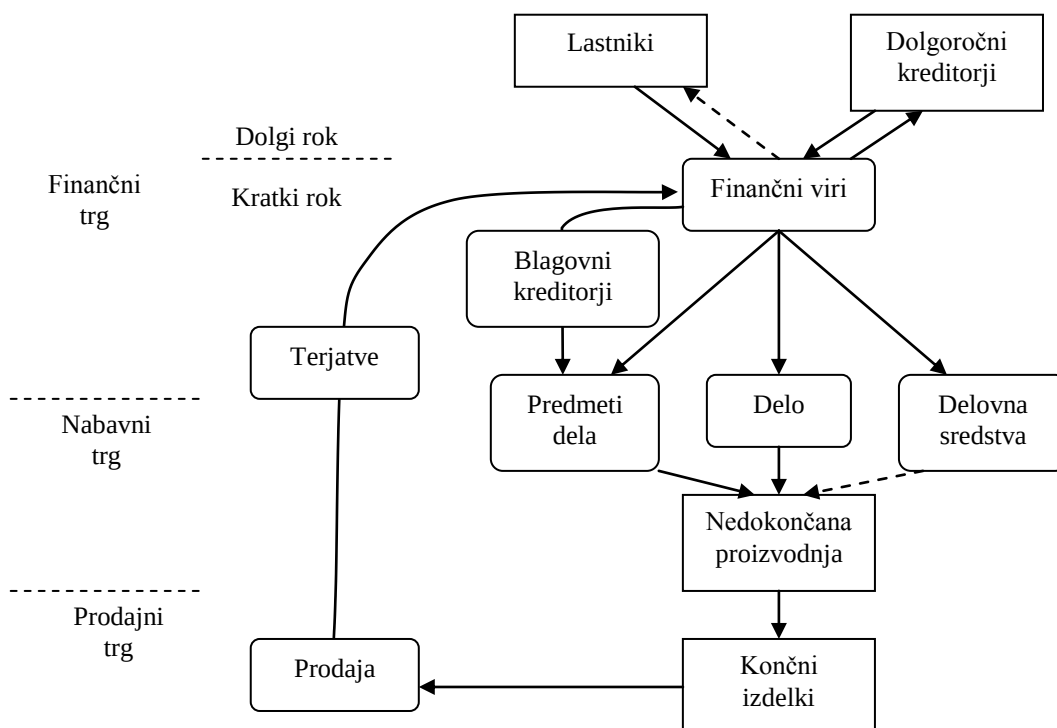


Slika 39: Preoblikovanje sredstev

Premoženje v podjetju je v nenehnem preoblikovanju. Z denarjem kupimo dolgoročna in kratkoročna sredstva, ki jih porabimo v proizvodnji poslovnih učinkov. Trošenje dolgoročnih in kratkoročnih sredstev pripelje do izdelkov ali storitev, ki jih za denar prodamo, s čimer dobimo osnovo za financiranje novega proizvodnega cikla. Za podjetje je dobro, če je ta cikel čim krajši oziroma da se cikel čim hitreje zavrti.

Tisti, ki odločajo o razvojni politiki podjetja, dobijo najbolj stvarno sliko poslovanja podjetja iz raznih računovodskih izkazov, kot sta bilanca stanja in izkaz poslovnega izida.

V tržnem gospodarstvu je temeljni kriterij za uspeh ali neuspeh poslovanja podjetja velikost donosnosti kapitala, ki so ga lastniki vložili v podjetje. Mera donosnosti kapitala ne kaže samo uspešnosti vodstva pri uporabi finančnih virov, ampak omogoča investitorjem, da primerjajo med seboj različne investicijske priložnosti. Lastniki kapitala bodo dali svoj denar v uporabo tistemu podjetju, ki jim bo zagotovilo največjo donosnost (Rebernik, 2008, 350). Tudi ta kazalec si bomo pogledali v nadaljevanju.



Slika 40: Tok proizvodnih virov v podjetju
Vir: Rebernik, 2008, 350

Lastniki ali dolgoročni kreditorji zagotavljajo finančne vire, s katerimi se nabavijo predmeti dela, delovna sredstva in delovna sila, s pomočjo katerih se preoblikujejo v končni izdelek, se prodajo in ponovno zagotovijo financiranje novega proizvodnega kroga. Podjetje se pojavi na trgu finančnih sredstev, trgu prvin poslovnega procesa in trgu izdelkov/storitev (Rebernik, 2008, 350).

Računovodski izkazi, ki smo jih že pregledali, so namenjeni temu, da bi tisti, katerih naloga je odločati o razvojni politiki podjetja, dobili na razpolago čim realnejšo sliko poslovanja podjetja.

Na uspešnost podjetja vpliva splet dejavnikov: fizične značilnosti »inputov« (materiali, surovine..) in »outputov« (izdelkov), njihove tržne cene in sposobnosti menedžmenta, da organizira, vodi in kontrolira dejavnosti v podjetju (Rebernik, 2008, 349). V podjetju je potrebno nenehno preverjati, katera kombinacija proizvodnih dejavnikov je za podjetje najučinkovitejša. To pomeni, kakšne in koliko strojev, kakšne in koliko materialov, kakšne in koliko delavcev med seboj uskladiti, da bo podjetje čim uspešnejše poslovalo.

Danes mora podjetje poiskati tiste svoje zmožnosti in sposobnosti, ki mu dajejo konkurenčno prednost. Morda je to znanje, morda je to proizvodni proces, morda so to njegovi viri.

V nadaljevanju si bomo pogledali kazalnike uspešnosti, ki so donosnost ali rentabilnost, gospodarnost ali ekonomičnost, proizvodnost ali produktivnost, plačilna sposobnost ali denarnost, delež kapitala v financiranju in prag pokritja.

8.2 RENTABILNOST ALI DONOSNOST

Rentabilnost ali donosnost (R) izraža razmerje med določenim donosom (dobiček, čisti dobiček) in povprečnimi vlaganji (Rebernik, 2008, 369).

$$R = \frac{\text{donos}}{\text{vlaganja}}$$

Kadar želimo izračunati donosnost podjetja, te podatke vzamemo iz bilance stanja in izkaza poslovnega izida. Iz bilance stanja vzamemo podatek o vlaganju (kapital), iz izkaza poslovnega izida pa podatek o donosu (dobiček, čisti dobiček).

Oblikovala sta se še dva kazalca donosnosti:

$$R = \frac{\text{dobiček}}{\text{kapital}} \times 100$$

$$R = \frac{\text{čisti dobiček}}{\text{kapital}} \times 100$$

Večji kot je kazalnik rentabilnosti, donosnejše je bilo uporabljeno premoženje.



Izračunajmo kazalec donosnosti za računovodsko podjetje. V prilogi je prikazana tudi bilanca stanja računovodskega podjetja. Iz nje lahko razberemo, da je višina kapitala 875.579 evrov. Vrednost dobička je bila 829.498 evrov, vrednost čistega dobička pa 661.360 evrov. Izračunajmo oba kazalca donosnosti.

$$R = \frac{829.498}{875.579} \times 100 = 94,7 \%$$

Kazalec donosnosti nam pove, da je na 100 enot vloženega kapitala računovodsko podjetje ustvarilo 94,7 enot dobička. Ta rezultat je zelo dober. Za primerjavo lahko vzamemo donosnost v banki, kjer je obrestna mera okoli 4 %.

$$R = \frac{661.360}{875.579} \times 100 = 75,5 \%$$

Tudi drugi kazalec donosnosti je še vedno visok, saj nam pove, da je na 100 enot kapitala podjetje ustvarilo 75,5 enot čistega dobička.

8.3 EKONOMIČNOST ALI GOSPODARNOST

Ekonomičnost ali gospodarnost (E) se izraža kot razmerje med proizvedeno vrednostjo količine učinkov, ki so izraženi vrednostno, ter stroški (Rebernik, 2008, 370).

$$E = \frac{\text{vrednost}}{\text{stroški}}$$

Podatke za izračun ekonomičnosti razberemo iz izkaza poslovnega izida. V izrazu ekonomičnosti nam vrednost proizvodnje in prodaje izražajo prihodki, vrednost stroškov pa odhodki. Tako dobimo še dva kazalca

$$E = \frac{\text{celotni prihodki}}{\text{celotni odhodki}}$$

$$E = \frac{\text{poslovni prihodki}}{\text{poslovni odhodki}}$$

pri čemer velja:

E > 1; ekonomično poslovanje
E = 1; prag ekonomičnosti
E < 1; neekonomično poslovanje



Izračunajmo kazalec ekonomičnosti za računovodsko podjetje. Prepišimo podatke.

Tabela 31: Podatki o poslovanju računovodskega podjetja

Odhodki		Prihodki	
I. Poslovni odhodki	3.803.245	I. Poslovni prihodki	4.728.995
II. Finančni odhodki	107.572	II. Finančni prihodki	2
III. Drugi odhodki	45	III. Drugi prihodki	11.363
	3.910.862		4.740.360
Dobiček:	829.498		

$$E = \frac{\text{celotni prihodki}}{\text{celotni odhodki}} = \frac{4.740.360}{3.910.862} = 1,21$$

$$E = \frac{\text{poslovni prihodki}}{\text{poslovni odhodki}} = \frac{4.728.995}{3.803.245} = 1,24$$

Iz obeh kazalcev lahko ugotovimo, da je podjetje poslovalo ekonomično, saj je kazalec večji od ena. Da bo kazalec ekonomičnosti večji od ena, vemo že iz podatka, da je podjetje poslovalo z dobičkom.

Da podatek o ekonomičnosti lahko koristno uporabimo, je dobro, če kazalec primerjamo s poslovanjem v preteklem obdobju ali s sorodnimi podjetji iz panoge.

V letu 2009 je bil kazalec ekonomičnosti celotnih prihodkov in celotnih odhodkov 1,07, kazalec ekonomičnosti poslovnih prihodkov in poslovnih odhodkov pa tudi 1,07. Tako lahko ugotovimo, da se je ekonomičnost v podjetju v letu 2010 dvignila za 13 %.

8.4 PRODUKTIVNOST ALI PROIZVODNOST

Produktivnosti ali proizvodnost (P) nam izraža razmerje med količinsko izraženim »outputom« ter količinami »inputov« (Rebernik, 2008, 370).

$$P = \frac{\text{količina izdelkov}}{\text{količina prvin poslovnega procesa}}$$

Vendar najpogosteje produktivnost izražamo kot produktivnost dela.

$$P = \frac{\text{količina izdelkov}}{\text{merska enota za delo (število ur, število delavcev)}}$$

Največkrat merimo produktivnost v podjetju tako, da primerjamo količino izdelkov z delavci. Lahko pa gledamo razmerje med vrednostjo proizvodnje in številom zaposlenih po urah ali s številom porabljenih ur.



Za računovodski servis lahko izračunamo, koliko prihodkov je v povprečju ustvaril en zaposleni. V izkazu poslovnega izida je zapisano, da imajo 78 zaposlenih. Prihodkov so ustvarili v višini 4.728.995 evrov.

$$P = \frac{\text{poslovni prihodki}}{\text{št. zaposlenih}} = \frac{4.728.995}{78} = 60.628,14 \text{ evrov/delavca}$$

Izračunani kazalnik nam pove, da je v povprečju en zaposleni ustvaril 60.628,14 evrov v enem letu. Kar pomeni, da je v enem mesecu v povprečju ustvaril 5.052,34 evrov. Za lažjo primerjavo bi morali kazalnik primerjati s preteklim obdobjem. Ugotovimo, da je v letu 2009 en zaposleni v povprečju ustvaril 56.250,01 evrov oziroma 4.687,50 na mesec. Tako lahko ugotovimo, da se je produktivnost v računovodskem podjetju v povprečju zvišala za 7,8 %.

8.5 KAZALNIK PLAČILNE SPOSOBNOSTI

Kazalnik plačilne sposobnosti se imenuje tudi kazalnik vodoravnega finančnega ustroja. **Pri kazalniku plačilne sposobnosti primerjamo posamezne postavke sredstev s posameznimi postavkami obveznosti do virov sredstev (Hočevar e tal., 2008, 278).**

Najenostavnejši izračun plačilne sposobnosti je, da primerjamo razpoložljiv denar z vsemi zapadlimi obveznostmi na določen dan. Kadar je količnik plačilne sposobnosti večji ali enak ena, potem je podjetje sposobno pokriti svoje obveznosti. Če je rezultat manjši od ena, podjetje ni plačilno sposobno.

$$\text{plačilna sposobnost} = \frac{\text{razpoložljiv denar}}{\text{zapadle obveznosti na določen dan}}$$



V podjetju imajo na današnji dan stanje na računu v višini 1.450 evrov. Istega dne zapade v plačilo račun v višini 2.200 evrov. Izračunajmo plačilno sposobnost tega podjetja.

$$\text{plačilna sposobnost} = \frac{1.450}{2.200} = 0,66$$

Kazalnik plačilne sposobnosti je nižji od ena, zato je podjetje plačilno nesposobno. To smo razbrali že iz besedila, saj podjetje ni imelo zadostnih sredstev na računu, da bi poravnalo svojo zapadlo obveznost.

8.6 DELEŽ KAPITALA IN DOLGOV V FINANCIRANJU

Delež kapitala v financiranju kaže delež kapitala med celotnimi obveznostmi do virov sredstev. Čim večja je vrednost kazalnika, tem večji je delež kapitala oziroma trajnih virov med celotnimi viri sredstev (Hočevar et al., 2008, 271). Podatka, ki ju moramo imeti, da ta kazalnik lahko izračunamo, pridobimo iz bilance stanja. To sta vrednost kapitala in skupaj viri sredstev. Ta kazalnik smo mi že izračunali pri bilanci stanja.

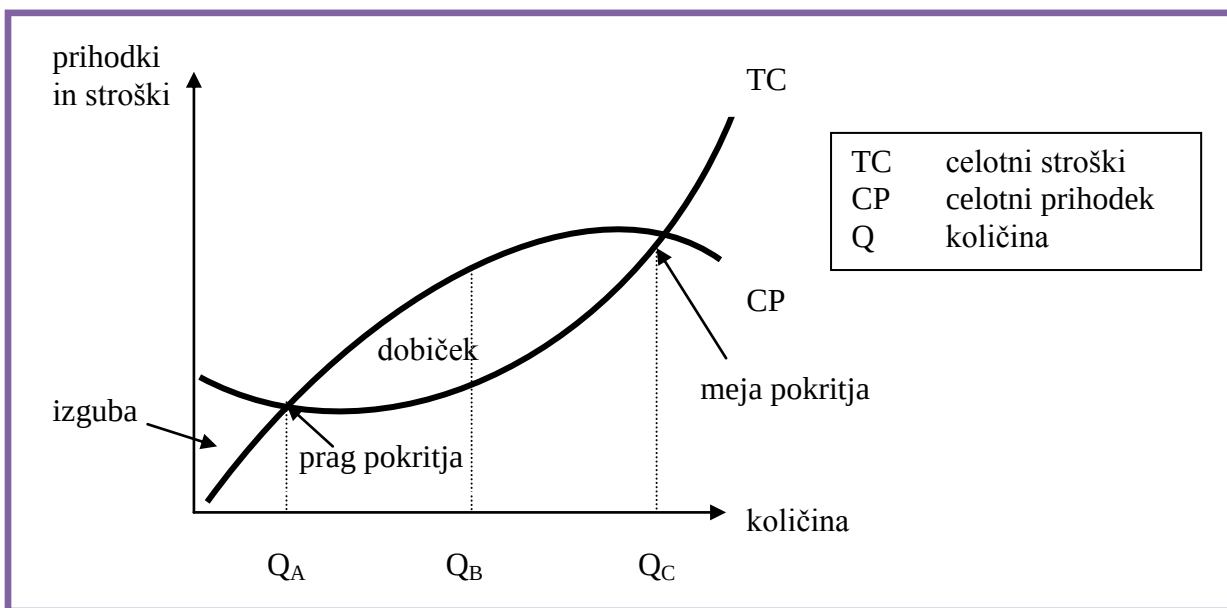
Delež dolgov v financiranju kaže, kolikšen del sredstev podjetja je financiran z zunanjimi viri (Hočevar et al., 2008, 271). Potrebujemo vrednost dolgov in skupaj vire sredstev. Tudi ta dva podatka pridobimo iz bilance stanja.

8.7 PRAG POKRITJA

Analiza praga pokritja je ena najstarejših metod, s katero dobimo informacijo o uspešnosti proizvodnje, prodaje določenega izdelka, poslovne aktivnosti in podobno. Angleški izraz za to metodo je »break-point«. V naši literaturi se pojavljajo izrazi, kot so prag rentabilnosti, prag ekonomičnosti, prag pokritja, spodnja kritična meja.



S pragom pokritja dobimo odgovore na to, kaj se dogaja z dobičkom pri različnih obsegi poslovanja. Poleg tega prag pokritja ugotovi učinke sprememb obsega proizvodnje in prodaje na prihodek, stroške in na dobiček (Rebernik, 2008, 353).



Slika 41: Prag pokritja
Vir: Rebernik, 2008, 354

Do točke Q_A podjetje posluje z izgubo, v točki Q_B pa ustvarja maksimalni dobiček. Zaradi naraščajočih stroškov in padanja celotnih prihodkov prodaje v točki Q_C znova začne poslovati z izgubo.

Točko Q_A imenujemo **prag pokritja ali prag ekonomičnosti**, medtem ko točko Q_C imenujemo **meja pokritja ali meja ekonomičnosti**.

$$\text{prag pokritja} = \frac{\text{stalni strošek}}{\text{prodajna cena} - \text{spremenljivi strošek na enoto}}$$



V podjetju imajo v nekem obdobju 12.450 evrov stalnih stroškov. Vseh spremenljivih stroškov je 11.300 evrov. Proizvedejo 135 kosov izdelka, ki ga prodajajo po ceni 195 EUR za kos. Ugotovili bomo količino, od katere dalje v podjetju proizvajajo z dobičkom.

Najprej izračunamo spremenljivi strošek za en izdelek (VC/e).

$$VC/e = \frac{VC}{Q} = \frac{11.300}{135} = 83,70$$

$$pk = \frac{FC}{PC - VC/e} = \frac{12.450}{195 - 83,70} = 111,8 \text{ kos}$$

Rezultat pomeni, da šele z 112.-im izdelkom v podjetju delamo z dobičkom. V primeru podjetja je poslovanje donosno, saj proizvede 135 izdelkov. Če bi proizvedli manj kot 112 izdelkov, pa bi poslovali z izgubo.



Izračunajmo še prag pokritja za podjetje BCD. V obdobju enega meseca so imeli stalnih stroškov za 2.000 evrov. Vseh spremenljivih stroškov je bilo 4.500 evrov (pri količini 500 čevljev). Prodajna cena para čevljev je bila 30 evrov. Ugotoviti

moramo količino, od katere dalje poslujejo z dobičkom.

$$VC/e = \frac{VC}{Q} = \frac{4.500}{500} = 9$$

Oziroma to vrednost lahko razberemo tudi iz podatkov, saj je bilo rečeno, da imajo v podjetju sorazmerni spremenljivi strošek.

$$pk = \frac{FC}{PC - AVC} = \frac{2.000}{30 - 9} = 95,2 \text{ čevljev}$$

Iz izračuna lahko ugotovimo, da morajo proizvesti in prodati 96 čevljev na mesec, če želijo poslovati z dobičkom.

Povzetek

Za ohranjanje in povečevanje vrednosti premoženja je potrebno **s sredstvi ravnati racionalno in skrbno**, kar pomeni, da ob **najmanjših potroških posameznih »inputov« dosežemo največji »output«** (min-max načelo). Podjetje mora poiskati tiste zmožnosti in sposobnosti, ki mu lahko zagotovijo **konkurenčno prednost**.

Rentabilnost je razmerje med določenim donosom in vlaganji. **Ekonomičnost** je razmerje med vrednostjo učinkov in stroški. Če je kazalec ekonomičnosti večji od ena, podjetje posluje ekonomično. **Produktivnost** izraža razmerje med količinsko izraženim »outputom« in količinami »inputov«. Najpogosteje računamo produktivnost dela. Kazalnik **plačilne sposobnosti** primerja posamezne postavke sredstev s posameznimi postavkami obveznosti do virov sredstev. Lahko ugotovimo, ali je podjetje sposobno plačevati svoje zapadle obveznosti.

Prag pokritja kaže, kaj se dogaja z dobičkom pri različnih obsegih poslovanja. S pragom pokritja ugotovimo količino, od katere dalje v podjetju proizvodimo z dobičkom.



Preverjanje razumevanja

1. Kako bi opredelili uspešnost poslovanja? Kdaj podjetje uspešno posluje?
2. Kateri so glavni kazalci, s katerimi ugotavljamo uspešnost poslovanja? O čem se podjetje odloča na podlagi posameznega kazalca?
3. Poslovni sistem ima vrednost kapitala v višini 55.890 evrov in 4.420 evrov dobička. Izračunajte stopnjo donosnosti in dobljeni rezultat komentirajte (stopnja donosnosti v lanskem letu je bila 7,5 %).
4. Izračunajte koeficient ekonomičnosti za izdelke, ki imajo naslednje stroškovne in prodajne cene:

	Izdelek 1	Izdelek 2	Izdelek 3	Izdelek 4
Stroškovna cena	18,52	8,94	7,32	6,50
Prodajna cena	21,00	10,00	6,80	6,50
E				

Določite, katere izdelke naj podjetje še naprej proizvaja. Razmislite in določite, v katerih primerih bi lahko podjetje proizvodilo in prodajalo tudi izdelke, ki niso ekonomični.

5. V poslovnem sistemu so ugotovljeni naslednji prihodki in odhodki (v EUR):

Prihodki od poslovanja	5.070.143
Prihodki od financiranja	412.087
Amortizacija	1.204.984
Stroški porabljenega materiala	2.119.639
Stroški kupljenih sprotnih storitev	228.036
Stroški dela	1.050.991
Odhodki za financiranje	105.651

Izračunajte koeficient ekonomičnosti (E_1) in ga komentirajte. Primerjajte ga z lanskoletnim koeficientom ekonomičnosti, ki je bil 1,32. Izračunajte še koeficient ekonomičnosti iz poslovanja (E_2). V čem se razlikujeta oba kazalca ekonomičnosti (E_1 in E_2)?

6. V podjetju načrtujejo zamenjavo obstoječih strojev z novejšimi, zmogljivejšimi. Z devetimi starimi stroji so v podjetju proizvedli 1.324 izdelkov na dan. Z novimi stroji (pet) načrtujejo proizvodnjo v višini 8.265 izdelkov. Izračunajte produktivnost obstoječih in produktivnost novih strojev. Ali je nakup novih strojev racionalen? Kaj vse je še vplivalo na odločitev za nakup novih strojev?
7. Poslovni sistem na leto proizvede 17.350 izdelkov. Prodajna cena za izdelek je 3,30 evrov. Stalnih stroškov imajo v celem letu v višini 40.405 evrov. Spremenljivi stroški znašajo 24.633 evrov. Izračunajte prispevek za kritje in dobljeni rezultat komentirajte. Kaj bi svetovali podjetju glede poslovanja?
8. S spletne strani Ajpes med Javnimi objavami letnih podatkov poiščite neko podjetje in preglejte njihova izkaza poslovanja (bilanco stanja in izkaz poslovnega izida). Izračunajte stopnjo donosnosti in kazalec ekonomičnosti. Rezultate primerjajte s poslovanjem v preteklem letu.

9 LITERATURA

14 slovenskih podjetij na lestvici stotih največjih podjetij JV Evrope (online). 2010. (citirano 25. 5. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.aktiv.si/novice/20100927/14_slovenskih_podjetij_na_lestvici_stotih_najvecjih_podjetij_JV_Evrope/.

Bojnec, Š., et al. *Ekonomika podjetja*. Koper: Fakulteta za management, 2007.

Glas, M. *Ekonomija 1 – temeljni ekonomski pojmi in procesi*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo, 2001.

Glas, M. *Ekonomija 2, Del 1, Temelji mikroekonomije*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo, 2006.

Global 500 (online). 2010. (citirano 25. 5. 2011). Dostopno na naslovu: http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2010/full_list/.

Hočevár, M., Zaman, M., in Petrovič, J. K. *Osnove računovodstva gospodarskega in javnega sektorja*. Ljubljana: Fakulteta za upravo, 2008.

Javna objava letnih poročil (online). 2011. (citirano 8. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.ajpes.si/jolp/>.

Kavčič, K. Zunanje izvajanje dejavnosti: analiza slovenskih podjetij. *Management*. Koper, 2 (4): 303–318, 2007.

Kovač, B. Nujno zlo ali gonilno telo? Ljubljana: Mladina, 2007.

Lestvica za odmero dohodnine in olajšave za leto 2011 (online). 2011. (citirano 8. 5. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.durs.gov.si/si/davki_predpisi_in_pojasnila/dohodnina_pojasnila/stopnje_dohodnine_za_leto_2011/lestvica_za_odmero_dohodnine_in_olajsave_za_leto_2011/.

Lipičnik, B., Pučko, D., in Rozman, R. *Ekonomika in organizacija podjetja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1991.

Mihaljčič, Z. *Psihologija prodaje*. Ljubljana: Jutro, 2006.

Multinacionalna kazna zaradi dogovorjanja o cenah pralnih praškov (online). 2011. (citirano 8. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.rtvsl.si/evropska-unija/multinacionalna-kazen-zaradi-dogovorjanja-o-cenah-pralnih-praskov/255337>.

Novak, A. Vrednotenje gospodarskih kategorij pri zunanjem računovodskem poročanju. Koper: Fakulteta za management, 2007.

Paritete kupne moči in bruto domači proizvod na prebivalca v standardih kupne moči, 2009 (online). 2010. (citirano 8. 5. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3217.

Podjetja, Slovenija, 2009 (online). 2010. (citirano 26. 4. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3580.

Povprečna mesečna plača (online). 2011. (citirano 3. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.stat.si/indikatorji.asp?id=29>.

Prodajne enote (online). 2011. (citirano 26. 4. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.telekom.si/podjetje/prodajna_mesta/prodajne_enote/.

Rebernik, M. *Ekonomika podjetja*. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 2008.

Samuelson, P. A., in Nordhaus, W. D. *Ekonomija*. Ljubljana: GV založba, 2002.

Slovenski računovodski standard (online). 2006. *Stroški dela in stroški povračil zaposlencem* (citirano 26. 4. 2011). Dostopno na naslovu: http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r04/predpis_NEZN194.html.

Slovenski računovodski standard 15 (online). 2006. (citirano 2. 5. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.racunovodja.com/clanki.asp?clanek=603/Slovenski_racunovodski_standard_15_2_006_-STROSKI_DELA_IN_STROSKI_POVRACIL_ZAPOSLENCEM.

Slovenski računovodski standard 24 (online). 2006. (citirano 25. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.racunovodja.com/clanki.asp?clanek=1147>.

Smith, A. *Bogastvo narodov: raziskava o naravi in vzrokih bogastva narodov*. Ljubljana: Studia humanitatis, 2010.

Škerbic, M., Rebernik, M. *Ekonomika podjetja*. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1990.

Turk, I. *Uvod v ekonomiko gospodarske družbe*. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 2006.

Turk, I., in Melavc, D. *Praktikum za računovodstvo z rešitvami*. Kranj: Moderna organizacija, 2001.

Zakon o delovnih razmerjih, 1990. Uradni list Republike Slovenije, št. 14/1990.

Zakon o gospodarskih družbah, 2006. Uradni list Republike Slovenije, št. 42/2006.

Zakon o minimalni plači, 2010. Uradni list Republike Slovenije, št. 13/2010.

BILANCA STANJA RAČUNOVODSKEGA PODJETJA

	BILANCA STANJA v EUR	2010	2009
	SDEDSTVA	2.089.990	2.098.899
A	DOLGOROČNA SREDSTVA	819.814	948.048
I	Neopredmetena sredstva in dolgoročne AČR	153.919	90.724
1	Neopredmetena dolgoročna sredstva	153.919	90.724
2	Dolgoročne poslovne terjatve	0	0
II	Opredmetena osnovna sredstva	664.700	856.129
III	Naložbene nepremičnine	0	0
IV	Dolgoročne finančne naložbe	0	0
1	Dolgoročne finančne naložbe, razen posojil	0	0
2	Dolgoročna posojila	0	0
V	Dolgoročne poslovne terjatve	1.195	1.195
VI	Odložene terjatve za davek	0	0
B	KRATKOROČNA SREDSTVA	1.270.176	1.150.851
I	Sredstva za prodajo	0	0
II	Zaloge	0	0
III	Kratkoročne finančne naložbe	0	211.900
1	Kratkoročne finančne naložbe, razen posojil	0	0
2	Kratkoročna posojila	0	211.900
IV	Kratkoročne poslovne terjatve	1.229.167	938.951
V	Denarna sredstva	41.009	0
C	KRATKOROČNE AČR	0	0
	Zunajbilančna sredstva	0	0
	OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	2.089.990	2.098.899
A	KAPITAL	875.579	649.218
I	Vpoklicani kapital	100.000	100.000
1	Osnovni kapital	100.000	100.000
2	Nevpoklicani kapital	0	0
II	Kapitalske rezerve	3.695	3.695
III	Rezerve iz dobička	36.308	36.308
IV	Presežek iz prevrednotenja	0	0
V	Preneseni čisti poslovni izid (preneseni čisti dobiček / izguba)	74.216	288.528
VI	Čisti poslovni izid poslovnega leta (čisti dobiček / čista izguba)	661.360	220.687
B	REZERVACIJE IN DOLGOROČNE PČR	0	0
1	Rezervacije	0	0
2	Dolgoročne pasivne časovne razmejitve	0	0
C	DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	723.413	920.252
I	Dolgoročne finančne obveznosti	723.413	920.252
II	Dolgoročne poslovne obveznosti	0	0
III	Odložene obveznosti za davek	0	0
Č	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	490.998	529.429
I	Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	0	0
II	Kratkoročne finančne obveznosti	40.000	245.554
III	Kratkoročne poslovne obveznosti	450.998	23.875
D	KRATKOROČNE PČR	0	0
	Zunajbilančne obveznosti	0	0

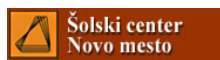
Vir: Javne objave letnih podatkov, 2011



Projekt **Impletum**

Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008–11

Konzorcijski partnerji:



Operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja ter prednostne usmeritve Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja.