

POJMOVNIK

- [Bilanca stanja](#)

je (ponavadi v obliki preglednice) pregled/izračun vseh finančnih obveznosti podjetja in na drugi strani vseh virov iz katerih zagotavlja podjetje pravočasno plačevanje teh obveznosti. Pokaže, s kakšnim premoženjem razpolaga podjetje oziroma pokaže, kako ste poslovali v preteklosti in kakšen je zato vaše stanje, položaj danes.

- [Cena](#)

je pojem, ki pove koliko denarja prejeme prodajalec ali proizvajalec za izdelek ob prodaji. Cena ni nek izračunan podatek, pač pa ocenjena vrednost, za koliko boste uspeli prodati izdelek.

- [Cenovno pozicioniranje](#)

je določanje optimalne cene na trgu. Je kompromis med največjim možnim številom prodanih proizvodov in med ceno, ki jo trg še sprejme. Odločitev se sprejme na podlagi tiste kombinacije med ceno in količino prodanih proizvodov, ki podjetniku prinese največji dobiček.

- [Denarni tok](#)

je seštevek prihodkov (denarnih prilivov) in dohodkov (denarnih odlivov) podjetja. V primeru, če je v določenem časovnem obdobju odhodkov več kot prihodkov, je denarni tok negativen in zato mora podjetje zagotoviti dodatne vire financiranja poslovanja.

- [Izdelek](#)

je v splošnem neka stvar, ki jo lahko primemo, otipamo in je rezultat nekega procesa izdelave. Storitve pa ima tipično značilnost, da je ne moremo otipati. Tako izdelke, kot tudi storitve, lahko tržimo.

- [Izkaz uspeha](#)

je izračun, ki upošteva vse prihodke in stroške podjetja, **največ za obdobje preteklega koledarskega leta**, kot so npr.: stroški nabave izdelkov za prodajo, proizvodni stroški, stroški poslovanja, stroški financiranja posla in drugi stroški, odvisni od vrste posla.

Seštevek vseh navedenih parametrov nam daje rezultat poslovanja oziroma dobiček ali izgubo poslovanja podjetja. Ponavadi je prikazan v preglednici.

- [Konkurenca](#)

je pojem pod katerim razumemo vse ostale ponudnike, ki ponujajo na trgu podoben ali enak izdelek kot je naš in nam na ta način lahko prevzeme naše kupce.

- **Lastna cena**

je seštevek vseh stroškov, ki nastanejo do trenutka, ko je izdelek pripravljen za trženje. Nekateri od teh stroškov so: razvoj izdelka, izdelava prototipa, stroški materiala, stroški dela za proizvodnjo in drugi stroški in še ne vključujejo pričakovanega dobička.

- **Likvidnostna sredstva**

so denarna sredstva, ki so podjetju na razpolago za plačevanje finančnih obveznosti. Pomembno je, da ima podjetje v vsakem trenutku dovolj likvidnostnih sredstev, saj je poslovanje podjetja onemogočeno, če le-teh nima. Pomembno je, da podjetnik ve, da pozitiven rezultat poslovanja oz. dobiček nujno še ne zagotavlja dovolj likvidnostnih sredstev in da je pomembno, da podjetje dobi pravočasno plačane izstavljene račune in da se s kupci dogovori za ustrezne roke plačila izstavljenih računov.

- **Plan prodaje**

je načrt, v katerega vnašamo pričakovane količine prodanih izdelkov. Je načrt za določeno časovno obdobje. Pripravlja se v skladu z značilnostmi izdelka in trga. Za trg, ki je zelo odvisen od sezonskih nihanj, je pripravljen za krajše časovne enote, za druge trge pa se pripravlja četrletno ali letno.

- **Plan trženja**

je konkreten načrt, v katerem je opredeljeno, katero tržno orodje in v kolikšnem obsegu bo uporabljeno pri izvedbi strategije trženja in prodaje. Za vsako posamezno tržno orodje je potrebno oceniti, koliko bo izvedba stala, in to upoštevati v izračunih.

- **Politika oblikovanja cen**

opredeljuje, kako bomo oblikovali ceno izdelka ob začetku prodaje in kako bomo kasneje, v zreli življenjski dobi izdelka, cene prilagajali razmeram na trgu.

- **Pot od proizvajalca izdelka do kupca**

je proces dobave izdelka od proizvajalca do kupca in je sestavljen iz določenih bistvenih segmentov:

- naročanje izdelka/storitve (neposredno pri proizvajalcu, po pošti, internet, trgovina, dolgoročne pogodbe)
- potrditve naročila,
- načina plačila izdelka/storitve
- dobava izdelka.
-

- **Potencial trga**

je količina izdelkov, ki jo je trg sposoben pokupiti, glede na potrebe in cene.

- **Projekcije bilanc**

so načrti, pripravljeni na osnovi planiranih prodajnih cen izdelkov, planiranih stroškov, s katerimi bomo to dosegli, ter planiranim načinom financiranja posla.

- **Promocija**

je kombinacija različnih ukrepov in dejavnosti, ki predstavijo izdelek na trgu, spodbujajo kupce h nakupu in posredujejo informacije o izdelku.

- **Rezultat poslovanja**

je pravzaprav izkaz uspeha, v katerega vnesemo vse prihodke, ki jih ustvari podjetje, vse stroške povezane z nabavo izdelkov za prodajo ali surovin za proizvodnjo ter vse finančne prihodke in odhodke, ki izhajajo iz plačevanja obresti za najete kredite oz. prejetanja obresti, ki izhajajo iz posojil, ki jih damo drugim.

- **Segmenti trga**

so deli trga oziroma skupine izdelkov, ki imajo podobne lastnosti, podobno ceno ali podobno funkcionalnost.

- **Strategija spremljanja položaja na trgu**

je skupek ukrepov, s katerimi neprestano, na vnaprej določen način spremljamo, kaj v določenem trenutku ponujajo konkurenti na trgu. Ti ukrepi so na primer obdelava statistični podatkov o prodaji v Sloveniji, sledenje cen konkurentov, spremljanje prihoda novih konkurenčnih izdelkov na trg in podobno.

- **Strategija trženja**

: v njej opredelimo, na kakšen način bomo izdelek predstavili kupcu, na kakšen način bomo kupca spodbujali h nakupu, povemo kupcu, kje lahko kupi izdelek in za koliko denarja. Pri tem si pomagamo s trženjskim spletom in opišemo, kako bomo ravnali skladno s štirimi glavnimi elementi trženjskega spleta.

- **Stroški financiranja**

so stroški, ki jih moramo dati za najeti denar npr. banki ali drugim financerjem našega poslovanja.

- **Tekoče obveznosti iz poslovanja**

so vsi tisti stroški za nabavo proizvodov za prodajo, repromateriala za proizvodnjo in stroškov poslovanja ter financiranja, ki jih moramo plačevati v določenem časovnem obdobju, da lahko podjetje posluje.

- **Trg**

je pojem, ki opredeljuje določeno skupino proizvodov (npr. avtomobilov, pralnih praškov, sokov,) na določenem geografskem področju (npr. Slovenija, Primorska, Ljubljana, ...). Trg je mesto, kjer se izdelek pojavi. Npr. trg novih avtomobilov v Sloveniji je pojem, ki obsega vse ponudnike novih avtomobilov na področju Slovenije.

- **Trženjski splet**

sestavljajo t.i. **4 P**-ji: **P**roduct, **P**lace, **P**rice, **P**romotion, kar pomeni v slovenskem jeziku: Izdelek, Trg, Cena, Promocija. To so tisti glavni elementi trženjskega spleta, ki tvorijo ključne faktorje za uspeh izdelka na trgu. Torej, če hočemo biti uspešni na trgu, je prvi predpogoj dober izdelek, po katerem obstaja povpraševanje. Ponuditi ga moramo na primernem trgu in imeti zanj primerno ceno. Za uspeh na trgu pa naštetih trije faktorji še niso dovolj – izdelek moramo na primeren način ponuditi trgu s pravo promocijo.

- **Tržna orodja**

tvorijo oglaševanje, promocija, prodajni pripomočki, odnosi z javnostmi in podobno. Oglaševanje je objavljane informacij o izdelku in možnosti njihove nabave ter spodbujanje h nakupu. Medijev za oglaševanje je cela vrsta: tiskani mediji, televizija, radio, plakatna mesta, ... Promocijo tvorijo posebej organizirane prireditve, kjer kupcem predstavimo izdelek ali predstavimo podjetje, z namenom trženja oz. prodaje izdelkov. Prodajni pripomočki so predmeti, s katerimi olajšamo kupcu dostop do izdelkov: npr. posebna stojala v trgovinah, kjer razstavimo posamezne izdelke. Odnosi z javnostmi je posebna dejavnost, ko preko medijev posredujemo podatke o izdelku oz. naši ponudbi v obliki intervjujev ali posebnih sporočil za javnost.