

POSLOVNO-KOMERCIALNA ŠOLA CELJE

Razlogi za stečaj podjetja



Mentorica:
mag. Metka Bombek

Avtorja:
Aljoša Zupanc, 2. a
David Vrenko, 2. a

Celje, marec 2009

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujema mentorici mag. Metki Bombek za ves trud in vse nasvete, s katerimi ste naju usmerjali in bodrili pri sami izdelavi raziskovalne naloge. Prav tako se iskreno zahvaljujema vsem ostalim, ki so nama kakorkoli pomagali pri tehnični in vsebinski izvedbi najinega dela.

KAZALO

POVZETEK.....	3
1 Uvod	4
1.1 Opredelitev področja in namen naloge	5
1.2 Cilji raziskovalne naloge	6
1.3 Opredelitev hipotez.....	7
1.4 Metode raziskave	8
1.5 Omejitve pri izvedbi raziskave	9
2. Teoretični del	10
2.1 Cilji poslovanja podjetja	10
2.2 Dejavniki negotovosti poslovanja podjetja.....	12
2.2.1. Zunanji dejavniki	12
2.2.1.1. <i>Politično pravni dejavniki</i>	12
2.2.1.2. <i>Družbeni dejavniki</i>	13
2.2.1.3. <i>Tehnološki dejavniki</i>	13
2.2.1.4. <i>Ekonomski dejavniki</i>	14
2.2.1.5 <i>Finančni dejavniki</i>	15
2.2.1.6. <i>Konkurenčni dejavniki</i>	19
2.2.1.7. <i>Kulturni dejavniki</i>	20
2.2.1.8. <i>Javno mnenje</i>	20
2.2.1.9. <i>Demografski dejavniki</i>	20
2.2.1.10. <i>Geografski dejavniki</i>	21
2.2.1.11. <i>Naravni dejavniki</i>	21
2.3. Obrobni dejavniki	23
2.4. Najpogostejši dejavniki, ki vplivajo na stečaj podjetij	23
3. Empirični del	25
3.1 Analiza raziskave	25
4. Ovrednotenje hipotez.....	35
5. Zaključek	36
6. Literatura in viri.....	37
7. Priloga – anketni vprašalnik	38

POVZETEK

Ključne besede: ekonomski dejavniki, finančni dejavniki, stečaj podjetja, poslovanje, ekonomski dejavniki, poslovne odločitve.

Podjetje mora za svoje uspešno poslovanje že v nekriznih gospodarskih razmerah upoštevati veliko dejavnikov, ki vplivajo na njegovo uspešnost, kaj šele v sedanji svetovni finančno-gospodarski krizi.

V nalogi sva želela prikazati katere nujne dejavnike in zakaj mora podjetje upoštevati, da ne zaide poslovanje v krizo ali celo v stečaj. Skozi raziskavo v nalogi sva ugotovila, da mora podjetje za svojo uspešnost upoštevati zelo številne dejavniki, ki so sledeči:

- politično pravni dejavniki,
- družbeni dejavniki,
- tehnološki dejavniki,
- ekonomski dejavniki,
- finančni dejavniki,
- konkurenčni dejavniki,
- kulturni dejavniki,
- javno mnenje,
- demografski dejavniki in drugi.

1 Uvod

V sedanjem svetovnem gospodarskem okolju globalizacije je poslovanje podjetij popolnoma avtonomno. To pomeni, da lahko podjetja samostojno izbirajo gospodarske dejavnosti in oblike poslovanja. Vendar pa se morajo podjetja zavedati, da so za svojo uspešnost ali propad podjetja odgovorna sama. Zato je pomembno, da podjetja pri svojem poslovanju dobro poznajo dejavnike, ki jih lahko ob neupoštevanju pripeljejo v neuspešno poslovanje in nazadnje v stečaj podjetja.

Teh dejavnikov je veliko in vsak od njih na specifičen način vpliva na uspeh ali neuspeh podjetja, zato jih mora vodstvo podjetja dobro poznati.

1.1 Opredelitev področja in namen naloge

V raziskovalni nalogi sva želela raziskati kateri dejavniki pripeljejo podjetje do tako neuspešnega poslovanja, da mora s svojim poslovanjem prekiniti in uvesti postopek za stečaj. Obstoj in preživetje podjetja je odvisno od tega, kako je uspešno pri osvajanju tržišč, od lastne sposobnosti, od izdelkov in storitev, ki zadovoljujejo kupce, in od zaposlenih delavcev, ki morajo biti motivirani in učinkoviti.

Podjetje v okvirju svojega delovanja sprejema pomembne odločitve. Če te odločitve niso uspešne lahko podjetje pripeljejo v stečaj. Pri odločitvah mora vodstvo podjetja upoštevati različne dejavnike, da odločitve pripeljejo do poslovanja, ki prepreči propad oziroma stečaj podjetja.

Namen naloge je proučiti katere vrste dejavnikov mora vodstvo podjetja upoštevati, da prepreči stečaj podjetja.

1.2 Cilji raziskovalne naloge

Z našo raziskovalno nalogo želimo raziskati naslednje cilje:

- Kaj so razlogi za neuspeh podjetja
- Vrste dejavnikov pomembnih za poslovanje podjetja
- Ekonomske dejavnike pomembni za stečaj podjetja in
- Najpomembnejši dejavnik za stečaj podjetja.

1.3 Opredelitev hipotez

Pred raziskavo sva oblikovala naslednje predpostavke oziroma hipoteze:

H-1 : Večina anketirancev meni, da na stečaj podjetja vplivajo ekonomski dejavniki.

H-2 : Večina anketirancev meni, da je razlog za stečaj podjetja stopnja zastoja.

H-3 : Večina anketirancev meni, da so za stečaj podjetja pomembnejši dejavniki zunanjega okolja, kot dejavniki notranjega okolja.

H-4 : Večina anketirancev meni, da ima javno mnenje močan vpliv na stečaj podjetja.

1.4 Metode raziskave

Metode, ki sva jih uporabila pri raziskavi, so sledeče:

- analiza »oz.« razčlenjevanje,
- selekcija »oz.« izbira,
- klasifikacija ali razvrščanje
- sinteza »oz.« združevanje
- komparacija ali primerjanje podatkov in
- dedukcija ali sklepanje s splošnega na posamično

Uporabila sva tudi sekundarno metodo raziskovanja, tako da sva zbirala in analizirala podatke iz različnih pisnih delov, navedenih v literaturi.

1.5 Omejitve pri izvedbi raziskave

V anketo smo vključili anketirance različnih starosti, vendar ne v enakem deležu različnih starostnih skupin. Ker smo večino anketirancev izbrala v našem okolju, na območju širše Celjske regije, so določeni rezultati morda posledica socialnih in družbenih razmer tega okolja, a upamo, da so kljub temu dovolj reprezentativni in zgovorni.

2. Teoretični del

2.1 Cilji poslovanja podjetja

V okvirju poslovne teorije, ki razlaga vzroke za nastanek in delovanje podjetja, lahko najdemo različne cilje poslovanja podjetja. Pri tem moramo upoštevati, da gre za vidik lastnikov kapitala, ki se mu drugi udeleženci prilagajajo.

Ti cilji so lahko:

- a) Rast podjetja, ki se kaže kot povečanje tržnega deleža
- b) Povečanje dobička, pri čemer moramo upoštevati obstoječo bilanco politiko podjetja, izpostavljenost podjetja tveganju, računovodske standarde, politiko vodenja podjetja,
- c) Preživetje, ki ga razumemo kot željo po dolgoročno stabilnem poslovanju brez posebno velikih tveganj, predvsem zaradi nenaklonjenosti tveganju povprečnega finančnega investitorja,
- d) Povečanje premoženja lastnikov podjetja, ki v okolju popolnega trga kapitala velja kot relativno merilo in se kaže v tržni kapitalizaciji oziroma ekonomski vrednosti podjetja

Podjetje povezuje interese več družbenih skupin. Vsaka od njih ima svoje interese oz. cilje:

- a) Lastniki želijo predvsem kar največje povečanje vrednosti svojega premoženja, investiranega v podjetje
- b) Vodstvo želi kar najbolj povečati materialne koristi in ugled podjetja ob njegovi uspešni dolgoročni rasti s tem, da obsega čim višji dobiček,
- c) Zaposleni želijo kar najbolj povečati materialne koristi ob dobrih delovnih razmerah in stalnosti zaposlitve,
- d) Tržni udeleženci želijo kot odjemalci ali dobavitelji podjetja njegov dolgoročni obstoj in razvoj,
- e) Finančni udeleženci želijo zadovoljivo plačilno sposobnost in finančno moč podjetja,
- f) Država, družba in javnost želijo kakovostno zadovoljevanje potreb udeležencev in usklajenost s strukturami v družbi, čim večji prispevek podjetja k financiranju državnih in družbenih institucij in čim večjo zaposlenost v državi ob čim manjši obremenjenosti okolja

V podjetju praviloma prevladuje lastniški interes, ki je omejen z zadovoljivim doseganjem ciljev preostalih skupin. Zato je v tržnem gospodarstvu temeljni cilj podjetja dolgoročna rast ob doseganju največje tržne vrednosti enote navedenega lastniškega kapitala. Za namene poslovnih financ bova predpostavila, da je primarni cilj podjetja in gibalno delovanja maksimiranje premoženja delničarjev oz. maksimiranje cene delnic. Pri manjših podjetjih gre za prepletanje dveh motivov: maksimiranje dohodka po obračunanih davkih in doseganje zelenega življenjskega sloga.

Finančna funkcija je zato nedoločljivo povezana z lastnikom kot nosilcem tveganja, strateškega odločanja in nadzora.

Osnovni pogoj za doseganje temeljnega cilja podjetja (dolgoročna last in maksimiranje tržne vrednosti lastniškega kapitala) je dolgoročna plačilna sposobnost podjetja, zato v

primeru, če podjetje zaide v težave, s tem niso ogroženi samo interesi lastnikov zaposlenih, ampak tudi interesi upnikov.

Miler (Hrastelj, str. 54) je svoje dejavnike negotovosti, s katerimi se soočajo podjetja razdelil v tri sklope:

- Splošne negotovosti okolij:
 - politične
 - vladne
 - družbene
 - makroekonomske in
 - naravne
- Negotovosti, vezane na panogo ali dejavnost
 - negotovosti izdelčnih trgov
 - negotovosti trgov inputov
 - konkurenčne negotovosti
 - tehnološke negotovosti
- Negotovosti, povezane s podjetjem
 - operativne
 - proizvodne
 - negotovost R&R
 - plačilne in kreditne in
 - ravnalne (konfliktnost interesov lastnikov, menedžerjev in zaposlenih)

Po Vahčiču et al (Vahčič, Bučar, Drnovšek, Logar, 1998, str. 146) možna tveganja v poslovanju podjetja izhajajo iz:

- Podjetja (uvršča fluktuacijo zaposlenih, neredne dobavitelje, tehnične probleme ter kraje znotraj podjetij),
- Panoge (spremenjene konkurenčne razmere v panogi, vstopne ovire so višje od načrtovanih, kupci niso zadosti informirani o podjetjih, težave s sindikati v panogi, sezonska nihanja, zasičenost trga),
- Države (omenja spreminjanje predpisov zakonodaje, tehničnih standardov, politične nemire, in pomanjkanje družbenega in socialnega konsenza v državi) ter
- Okolja (omenja splošna gospodarska in politična gibanja ter padec kupne moči).

Poslovne dejavnike Kralj /1998, str. 61) razdeli na

- temeljne, kamor uvršča menedžment in kapital;
- osrednje, ki jih zastopajo predvsem zaposleni v podjetjih;
- notranje zaznamujeta poslovne prvine in organiziranost;
- obrobne, nanašajoč se na gospodarske značilnosti podjetij ter
- zunanje, med katerimi najdemo ekonomske, tehnološke ter gospodarske.

2.2 Dejavniki negotovosti poslovanja podjetja

2.2.1. Zunanji dejavniki

Vsako podjetje se sooča z veliko zunanjimi dejavniki. Najpomembneje je, da se zadnja leta le-ti tudi hitro spreminjajo. Podjetja svoje strategije poslovanja prilagajajo tako notranjim kakor tudi zunanjim dejavnikom okolja, kar pomeni, da se morajo ob hitri spremembi določenega zunanje dejavnika tudi sami hitro prilagoditi. Nepravočasno odzivanje na nastalo situacijo namreč pomeni veliko izgubo za podjetje. To še posebej drži za podjetja, ki se odločijo za mednarodno poslovanje. Ta so izpostavljena še večjim tveganjem. Da bi podjetja omejila tveganje, morajo analizirati okolja trgov, na katerih nameravajo poslovati. Z analizo trga podjetja dobijo sliko o prednostih, ki jih lahko izkoristijo, ali nevarnostih, ki jih čakajo (Kovič, 2001, str 49)

Za sodobno gospodarstvo pravimo, da je obenem tudi finančno. Vsako poslovanje podjetij se namreč prične z denarjem. S samimi financami sta povezana gotovost in uspeh podjetij. Poslovanje podjetij ne sme prevzemati samo finančna zamisel in miselnost, temveč tudi posebna poslovna razsežnost, ki se dopolnjuje s tržno. Zato je za sodobna podjetja bistveno, da osvojijo tržno zamisel, da zavestno soustvarjajo tržišče in da najn vplivajo in se mu prilagajajo.

2.2.1.1. Politično pravni dejavniki

Politično-pravni dejavniki so med seboj tesno povezani. Obsegajo zakone, vladne urade in vplivne skupine, ki imajo moč, da vplivajo na najrazličnejše ustanove in posameznike v družbi ter jih nadzirajo. (Kotler, 1993, str. 164).

Sama zakonodaja običajno odseva trenutne politične cilje. Zato imajo politične sile posledično potencial, da vplivajo na tržne odločitve in strategije.

Podjetja morajo ohraniti dober odnos z izvoljenimi političnimi uradniki iz več razlogov. Splošno znano dejstvo je, da v primeru naklonjenosti političnih uradnikov do nekaterih podjetij, obstaja manjša verjetnost, da bo za časa njihovega mandata izvoljena zakonodaja, ki ni prijazna do njih. Za dodatek vlada predstavlja tudi enega večjih kupcev. Politični uradniki so tisti, ki lahko vplivajo na to, koliko bo vladna agencija kupila in od koga. Končno politični uradniki lahko igrajo tudi pomembno vlogo kot pomoč organizacijam pri pridobivanju drugih trgov (Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997, str 35)

Zaščita podjetij :

Sem sodijo zakoni, ki opredeljujejo pošteno konkurenco in hkrati omogočajo nepošteno.

Zaščita porabnika:

Sem sodijo zakoni, ki ščitijo porabnike pred nepoštenimi poslovnimi potezami, ki se jih podjetja poslužujejo (navajanje neresničnih podatkov v oglasih, goljufanje pri embalaži, cenah).

Zaščita družbenih interesov

Pomeni zaščito pred nebrzdanim vedenjem v primerih, ko bruto družbeni proizvod narašča, hkrati pa pada kakovost življenja. Namen tega zakona je, da izterja od podjetij povračilo za stroške, ki jih družbi povzročajo proizvodnja oziroma izdelki.

2.2.1.2. Družbeni dejavniki

Družbenih dejavnikov, ki vplivajo na odločitve podjetij in njihovo delovanje, je mnogo. Povezani so v nekaj kategorij, med katerimi najdemo predvsem družbeno odgovornost podjetij do potrošnikov, skupnosti in ekološkega vidika (Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997, str 753).

Družbena odgovornost do potrošnikov

Vsi stremimo za vedno boljšim standardom, kar nam omogoča znanje, ki ga pridobivamo z izobraževanjem. Nadgrajujemo ga z vedno novimi in novimi informacijami v procesu neprestanega učenja. V tem procesu sodelujejo raznolike organizacije in skupine, katerih glavna naloga je, da ščitijo na različne načine pravice posameznikov – potrošnikov (opozarjajo na nevarne izdelke, na zavajajoča oglaševanja ...)

Družbena odgovornost do skupnosti

Skupnosti, v katerih posamezna podjetja delujejo, na podjetja gledajo kot na člane skupnosti. Zato le-te od podjetij pričakujejo, da bodo prispevala k zadovoljstvu in rasti njihovih skupnosti. (Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997, str 755).

Družbena odgovornost do ekološkega vidika

Ozaveščenost potrošnikov ne vpliva samo na odločitve posameznika o določenem nakupu, temveč vpliva tudi na samo poslovanje podjetij. Zaskrbljenost glede kakovosti življenja izraža čedalje večje število podjetij, vendar je med njimi še vedno veliko tistih, ki ne posvečajo pozornosti ekološki in socialni problematiki. (Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997, str 41-45).

2.2.1.3. Tehnološki dejavniki

Samo področje tehnologije je znano po svoji hitri rasti, še posebej na področjih, kot so digitalna elektronika, elektronika, umetna inteligenca, razvoj in raziskava novih materialov ter biotehnologija. Hiter razvoj tehnologije povzroča precejšnji pritisk na podjetja. Povzročajo ga zahteve po čim hitrejših, močnejših, manjših in kakovostnih produktih. (Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997, str 45).

Vpliv tehnologije na družbo

Tehnologija določa, kako potrošnik in člani družbe zadovoljujejo svoje psihološke potrebe. Tehnološki napredek namreč vpliva na izboljšanje standarda življenja. (Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997, str 45).

Učinek tehnologije na tržišče. Njen vpliv je moč zaznati na tipu produktov, ki jih tržišče ponuja. Podjetja vsakodnevno na tržišče pošiljajo nove proizvode. Učinke tehnologije je moč opaziti tudi na področjih kot so skladiščenje, komunikacija in transport. Pravilna uporaba tehnologije je izrednega pomena za dolgoročno preživetje podjetij. Sprejem, slabih odločitev glede tehnoloških dejavnikov lahko pomeni njihov propad (Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997, str 45).

2.2.1.4. Ekonomski dejavniki

Spremembe v osnovnih ekonomskih pogojih vplivajo na dejavnike dobav in povpraševanja, kupno moč, pripravljenost potrošnika na trošenje, stopnjo potrošnikove potrošnje ... To pomeni, da imajo trenutni ekonomski pogoji ter spremembe v ekonomiji močan vpliv na uspeh marketinške strategije podjetij. Nihanje, ki ga je moč opaziti v ekonomiji sledi vzorcu, ki ga poimenujemo poslovni cikel. Sestavljen je iz številnih stopenj:

- **Stopnja blaginje:** označujeta jo nizka nezaposlenost ter visok dohodek. Skupaj omogočata, da je kupna moč visoka, s tem pa tudi pripravljenost potrošnikov na trošenje. To izkoristijo tržniki in povečajo svoj marketinški splet z upanjem pridobitve večjega tržnega deleža.
- **Stopnja recesije ali upadanja:** označujeta jo porast nezaposlenosti in upadanje kupne moči. To zaustavi potrošnjo tako pri potrošnikih (postanejo bolj osveščeni glede cene in vrednost produktov) kot tudi pri proizvajalcih. Pri slednjih pride do drastičnega zmanjševanja njihovega marketinškega trenda ki se posledično odraža na možnosti preživetja.
- **Stopnja zastoja:** zanjo je značilna visoka nezaposlenost ter nizki osebni dohodki, ki povzročajo nezaupanje potrošnika v ekonomijo. Za izboljšanje razmer vlada izvaja restriktivno monetarno in fiskalno politiko.
- **Stopnja okrevanja:** pomeni povrnitev poslovnega cikla iz stopenj recesije ali zastoja na začetek blaginje. Nezaposlenost začne upadati, prihodek prebivalstva narašča in potrošniki spet trošijo.

Gledano iz ekonomskega vidika, kaj vpliva na povpraševanje in potrošnjo, moramo biti pozorni na naslednje ekonomske komponente:

- **Kupna moč:** njena velikost je odvisna od virov, ki omogočajo individualni nakup kot so : dobrine, storitve ter finančna imetja (dohodek, bogastvo in kredit), ki so zamenljiva in se menjajo glede na trenutno stanje v ekonomiji. Spremembe kupne moči neposredno vplivajo na vrsto in količino dobrin in

storitev. Njenega vpliva se morajo še posebej zavedati in upoštevati tržniki. Sama kupna moč še ne pomeni, da bodo potrošniki kupovali.

- **Pripravljenost potrošnika na trošenje:** na potrošnikovo kupno moč vpliva več dejavnikov. Med njimi so: pričakovano zadovoljstvo potrošnika, ki mu ga prinašata določen produkt in storitev ter številni psihološki ter socialni dejavniki (pričakovanje o prihodnosti zaposlitve, stopnja dohodka, cene izdelkov in storitev, številčnost družine, splošni ekonomski pogoji).
- **Potrošniški vzorci:** kot potrošniške vzorce razumemo informacije, ki nakazujejo relativne deleže družinskih potrošenj ali dejansko vsoto potrošenega denarja oziroma določene zvrsti dobrin in storitev. Na podlagi teh informacij tržniki razvrščajo potrošnike v kategorije po karakteristikah, kot so: življenjski stil, geografska razdeljenost, družinski dohodek. V splošnem so potrošniški vzorci razdeljeni na dva načina :
 - Potrošniške vzorce, ki predstavljajo procent družinskih dohodkov, ki so bili dodeljeni, k letnim izdatkom za potrošnjo dobrin in storitev, uvrščenih v splošne kategorije;
 - Produktno specifične potrošnikove vzorce, ki predstavljajo vsote denarja , porabljene ta specifične potrošniške vzorcem ki predstavljajo vsote denarja porabljene za specifične nakupe v okviru splošne kategorije produktov (Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997, str 47).

2.2.1.5 Finančni dejavniki

Finančne odločitve se nanašajo na prihodnost, ki je navadno negotova. Pravilna odločitev je mogoča le ob danih nespremenjenih pogojih poslovanja in še ta le za kratkočasno obdobje. Že v obdobju enega leta se lahko pogoji poslovanja spremenijo, zato se za dolgoročno poslovno in z njim povezano finančno načrtovanje predlaga ponovno prevrednotenje poslovnih odločitev za krajša obdobja znotraj načrtovanega okvira.

Finančna politika

Finančna politika obsega določanje finančnih ciljev v okviru uresničevanja poslovne in drugih politik podjetja. Temeljni finančni cilji izhajajo iz poslovnih ciljev podjetja, da v razmerah tržnega gospodarstva s prodajo blaga in storitev na trgu doseže čim večji poslovni izid, kar se odrazi v sorazmerno izboljšanjem finančnem položaju.

S finančno politiko se začnejo, podpirajo in uresničujejo cilji podjetja. Tako je finančni del politike podjetja usmerjen v upravljanje s finančnimi tokovi v podjetju in njegovem okolju. Finančna politika mora zagotoviti finančne možnosti poslovanja in sicer tako da zagotavlja potrebna sredstva za doseganje optimalne likvidnosti in racionalnega financiranja oziroma za izvedbo letnega in dolgoročnega načrta podjetja.

Sistem temeljnih finančnih ciljev bi lahko oblikovali kot cilje skladnosti struktur sredstev in njihovih virov, kot cilj trajnega finančnega poslovanja in kot cilje finančnih

izidov. Končni cilj finančne politike pa je ohranitev ali povečanje finančne moči podjetja.

S kvalitativnega vidika razumemo finančno moč kot trajno plačilno sposobnost, trajno sposobnost financiranja, poslovanje brez izgub in povečanje premoženja podjetja s pomočjo doseganja večje akumulacije:

S finančno strategijo razumemo dolgoročno usmeritev delovanja in uporabe finančnih sredstev v poslovnem procesu, s finančno taktiko pa se izbirajo poti, ukrepi in metode uresničevanja smeri delovanja in uporabe finančnih sredstev.

Na oblikovanje finančne politike vplivajo številni dejavniki. Njihova pomembnost in vpliv se v času poslovanja podjetja pogosto menja. Vodstvo je tisto, ki mora najti najbolj optimalne rešitve v spremenjenih razmerah.

Podjetje z večjo finančno močjo ima tudi večjo finančno stabilnost, več možnosti za najemanje dopolnilnih finančnih sredstev in s tem večje možnosti za financiranje razvoja.

V takšnem podjetju je finančna politika bolj elastična in agresivna.

Finančna politika se drugače oblikuje v majhnem podjetju kot v industrijski, trgovski ali kmetijski dejavnosti.

Dinamika rasti in stopnja zrelosti podjetja izhajata iz preteklosti njegovega poslovanja. Tisto podjetje, ki je dosegalo v preteklosti dinamičen razvoj in ima oblikovane dobre razvojne scenarije za prihodnost, ima večje možnosti za najemanje novih sredstev, bolj se lahko zadolži. Takšno podjetje bo tudi pri delitvi dobička bolj usmerjeno v povečanje lastne akumulacije.

Potrebno je tudi, kako je finančna funkcija organizirana in kakšno mesto ima v celotni organizaciji podjetja. Na finančno politiko vplivajo tudi posebne okoliščine - integracija, dezintegracija - ki lahko utečeno poslovanje omejijo.

Če je razvit finančni trg, se ponujajo številne možnosti priskrbe finančnih sredstev v relativno ugodnejših razmerah. Istočasno ima tudi podjetje tudi več možnosti za plasiranje viškov lastnih finančnih sredstev. S tem se z narodnogospodarskega vidika doseže večja mobilnost celotne družbene akumulacije in likvidnosti sredstev.

Finančno načrtovanje

Finančno načrtovanje je gotovo najpomembnejše sredstvo za konkretizacijo finančne politike, sprejeti finančni načrt pa konkretna finančno politična odločitev.

Finančno načrtovanje lahko opravi svojo nalogo le, če pravočasno ugotovimo obseg in namen finančnih sredstev.

Do teh podatkov pa pridemo s predračunavanjem, ki daje načrtom denarni izraz. Finančni načrt predstavlja del celotnega načrtovanja v podjetju. Gre za medsebojno povezanost posameznih poslovnih načrtov. Izhodišče celotnega procesa načrtovanja predstavlja načrt prodaje, načrtovani obseg prodaje vpliva na obseg načrtovane

proizvodnje ta pa sproži impulze za oblikovanje ostalih načrtov, med drugimi tudi načrt potrebnih finančnih sredstev.

S primerjavo načrtov, ki ne kažejo zgolj potrebe po dodatnih količinah denarja, ampak po njegovih razpoložljivih količinah in pritoku hkrati ugotovimo, ali ga bomo imeli preveč ali premalo. V obeh primerih bo treba vsekakor finančno ukrepati, kar predvidimo s finančnim načrtom. Finančni načrt bo torej predvideval priskrbo manjkajočih ali plasiranje preseženih finančnih sredstev.

Finančno načrtovanje je proces, ki obsega glavne faze:

- a) Ugotavljanje potreb po denarju oziroma ugotavljanje denarnih presežkov v prihodnjem obdobju,
- b) Ugotavljanje alternativnih možnosti nabave oziroma plasiranje denarja,
- c) Končno odločitev o nabavi oziroma plasmaju, potem ko smo ugotovili optimalno alternativo

Potrebno je sestavljene načrte pritokov in odtokov tudi sproti operativno spremlja ti in tako ugotoviti njihovo uresničitev ter jih prilagoditi spremenjenim razmeram. Načrt denarnih pritokov običajno presega pritok za prodajno blago oziroma storitev, najete kredite, avanse kupcev.

Presežki denarja za določeno obdobje se pojavijo takrat, ko načrtovani pritoki, ki jih prištejemo stanju na začetku načrtovanega obdobja, presegajo načrtovalne odtoke. Ko načrtovani denarni odtoki presega načrtovane pritoke, vključno s sredstvi na začetku načrtovanega obdobja, se pojavi primanjkljaj denarnih sredstev.

Ko smo v podjetju ugotovili presežke oziroma primanjkljaje, morajo proučiti možnosti plasiranja oziroma priskrbe denarja na finančnem trgu. Število teh možnosti je odvisno od razvitosti finančnega trga.

Med različnimi možnostmi plasiranja oziroma preskrbe sredstev moramo poiskati tisto, ki je optimalna. Kriteriji za oblikovanje optimalne variante so donosnost, likvidnost in tveganje oz. varnost. Optimalna varianta je tista, pri kateri je donos največji, oziroma so stroški, hkrati pa tudi tveganje, najmanjše.

Finančno načrtovanje ločimo na:

- a) Kratkoročno načrtovanje financiranja poslovanja (do enega leta, kjer v bistvu načrtujemo pritoke in odtoke denarnih sredstev ter skrbimo za likvidnost in plačilo spodobnost podjetja),
- b) Dolgoročno načrtovanje financiranja poslovanja (od enega leta dalje, kjer v bistvu načrtujemo možnost financiranja opredmetenih osnovnih sredstev).

Finančni načrt

Načrt denarnih prejemnikov in izdatkov je rezultat finančnega planiranja. Istočasno postavlja mejo vsem dejavnostim, ki povzročajo denarne izdatke. Seveda pa ni dovolj, da sestavljajo načrte denarnih prejemnikov in izdatkov, ampak moramo vseskozi spremljati njihovo izvrševanje in se prilagajati spremenjenim okoliščinam. To pa zahteva disciplinirano in konstruktivno sodelovanje vseh funkcij podjetja.

Načrt denarnih tokov bo med prejemniki najpogosteje zajemal, tokove kot so prodaja na takojšnje plačilo, poravnave terjatev do kupcev, odobreni bančni kredit ...

S primerjavo ali bilanciranjem vrednostim načrtov, ki ne kažejo zgolj potrebe po dodatnih količinah denarja, ampak tudi razpoložljive količina denarja in priliv denarja v istem času, ugotovimo, ali bomo imeli denarja toliko, kolikor ga bomo potrebovali, ali ga bomo omeli preveč ali premalo. Če ga bo premalo ali preveč, bo vsekakor treba finančno ukrepati, kar predvidimo s finančnim načrtom. Finančni načrt bo torej predvideval preskrbo ali plasma finančnih sredstev.

Finančne načrte lahko razdelimo tudi glede na namen. S funkcionalnega vidika razlikujemo:

- a) Redne finančne načrte, ki jih sestavljamo v rednih časovnih obdobjih – gre predvsem za izdelavo finančnih načrtov v kratkem roku, ki se nanašajo na ugotavljanje potrebnih finančnih sredstev, vire sredstev, pokrivanje obveznosti.
- b) Posebne ali izredne finančne načrte, ki se sestavljajo ob posebnih prilikah, npr. ustanovitvi, ob spremembah pravne oblike, sanaciji, likvidaciji.

V poslovanju podjetja je potrebno večkrat narediti finančne plane ob določenih posebnih namenih. Gre za specifične plane financiranja, ki jih podjetje naredi ob ustanovitvi, sanaciji ali stečaju podjetja.

Pri ustanovitvi podjetja je potrebno večkrat narediti finančne plane ob določenih posebnih namenih. Gre za specifične plane financiranja, ki jih podjetje naredi ob ustanovitvi, sanaciji ali stečaju podjetja.

Pri ustanovitvi podjetja moramo načrtovati priskrbo obsega sredstev za ustanovitveno naložbo ter priskrbo sredstev za poslovanje in pokritje z lastnimi sredstvi ter tujimi dolgoročnimi in kratkoročnimi obveznostmi.

Ustanovitvene naložbe predstavljajo izdatki za študije in raziskave ter vsi ostali izdatki, povezani z registracijo gospodarske družbe. Izdelati je potrebno finančni načrt pričetka poslovanja. Običajno takšni načrti kažejo izgubo, ker so v prvem obdobju stroški višji od prihodkov, zato je potrebno izdelati načrt, ki pokaže, kdaj pride do točke preloma, ko postane poslovanje pozitivno.

Mlado podjetje praviloma na razpolaga z velikimi lastnimi viri financiranja. Prihodki takšnega podjetja so v začetku poslovanja še negotovi, zato je potrebno izhajati iz maksimalnih finančnih zahtev. Pri izdelavi finančnega načrta ob ustanovitvi izhajamo iz pravno organizacijske oblike gospodarske družbe.

V primeru, da podjetje zaide v položaj poslovanja z izgubo ali v položaj plačilne nesposobnosti, je potrebno izdelati finančni načrt sanacije. Ta mora biti čim bolj realen, navesti je potrebno ukrepe, kaj narediti s sredstvi in kaj z viri, da se bo situacija izboljšala.

Vrste finančnih planov

Finančni plan v najširšem smislu zajema:

- a) Načrtovanje dobička: opredeliti poskušamo višino dobička v določenem prihodnjem obdobju in variabilnosti dobička glede na možnost obsega prodaje, strukturo stalnih in spremenljivih stroškov in glede na način financiranja podjetja,
- b) Kratkoročno finančno načrtovanje: opredeliti poskušamo, kdaj v določenem časovnem obdobju nastajajo denarni presežki (nalaganje presežkov) in kdaj primanjkljaj (preskrba potrebnih sredstev),
- c) Dolgoročno finančno načrtovanje: pomeni načrt potrebnih finančnih sredstev za celotno obdobje načrtovanja.

Planiranje financiranja razvoja

Financiranje razvoja temelji na razvoju finančne politike, tukaj govorimo o politiki priskrbe sredstev kot akumulacije in o politiki financiranja posameznih poslovnih funkcij. Naloga in cilj financiranja razvoja sta v zagotavljanju potrebnih sredstev za neprestano rast podjetja.

Financiranje razvoja s sprejemanjem potrebnih finančnih odločitev ni pa nujno vezano na obstoječo organiziranost finančne funkcije, temveč je odvisno od organiziranosti in vsebine drugih poslovnih funkcij, saj se razvojne odločitve s finančnimi posledicami sprejemajo tudi v drugih poslovnih funkcijah. Financiranje razvoja zahteva specifično strukturo virov financiranja s poudarkom na dolgoročnih virih. Z rokom je ozko povezano tveganje. V osnovi ločimo poslovno tveganje na kratek rok na dolgi rok.

2.2.1.6. Konkurenčni dejavniki

Danes se povečuje število podjetij s podobnimi produkti povečuje. Konkurenca je čedalje močnejša in boj med podjetji za stranke ter denar zmeraj hujši. Dejstvo je, da podjetij, ki pri poslovanju nimajo konkurence, skoraj ni. Konkurenco s strani samega poslovanja običajno opisujejo kot tiste tržne produkte, ki so bodisi podobni bodisi zamenljivi za dane poslovne produkte v isti geografski regiji. Kolikšno tržno moč imajo posamezna podjetja na določenem trgu je odvisno od števila ostalih obstoječih dobaviteljev produkta na tem trgu. V primeru, da na trgu obstaja en sam ali več dobaviteljev, bodo imeli konkurenčni faktorji drugačen vpliv na tržne aktivnosti kot v primeru, ko je konkurentov več. Poznamo štiri tipe konkurenčnih struktur.

- Monopol: obstoječa tržna struktura, ko podjetja proizvajajo produkt, ki nima bližnjega nadomestnega produkta;
- Oligopol obstoječa tržna struktura, za katero je značilno veliko število povpraševalcev ter manjše število ponudnikov;
- Monopolistična konkurenca: tržna struktura, ki obstaja takrat, ko podjetja z več potencialnimi konkurenti poskušajo razviti drugačno tržno strategijo, da bi uveljavili svoj tržni delež;
- Popolna konkurenca: obstoječa tržna struktura, ki ima veliko število prodajalcev, med katerimi ne najdemo enega samega, ki bi imel večji vpliv na ceno ali dobavo
(Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997 str. 47).

2.2.1.7. Kulturni dejavniki

Kultura je definirana kot koncept vrednosti, ki ustvari posamezno družbo. Prenaša se z generacije na generacijo in na nek način predstavlja zapis sprejemljivega obnašanja v dani družbi. Zato je vrednost sprejeta določenega produkta, ki ga nek narod ponuja drugi, v veliki meri večja, čim več je podobnosti med njima (Dibb, Simkin, Pride in Ferrell, 1997 str. 74).

2.2.1.8. Javno mnenje

Javno mnenje je komunikacijski pojav, ki se oblikuje in izraža skozi komunikacijski proces. Predpostavlja svobodo tiska, izražanja mnenj, torej človekovo svobodo nasploh. Je dejavnik, ki ima moč vplivanja. Vemo, da je ideja javnega mnenja že od samega začetka povezana z načelom publicitete, ki je neločljiva od najbolj razčlenjene oblike komuniciranja, prestavljenega v medijih. Le-ti so nekakšen prostor za javno predstavljanje idej, interesov in svobodnega razpravljanja. Problem, ki ga je moč zaznati pri javnem mnenju, je v problematiki njegovega vplivanja. Pri tem se sprašujemo na koga, na kakšen način, in s kakšnim namenom želi javno mnenje vplivati. Poleg tega je pomemben še čas, okolje in družba. Značilno je, da na javno mnenje vplivajo tudi množični mediji - časopis, televizija, radio, reklamni panoji (Splichal, 1997, str. 190).

2.2.1.9. Demografski dejavniki

Prebivalstvo je kot prva silnica, ki jo je potrebno spremljati v okolju. Dejstvo je da so trgi sestavljeni iz ljudi kar pomeni, da je naloga podjetij, da proučevanje vpliva dejavnikov v povezavi z ljudmi. Podjetja svoj potencialni trg določijo s segmentacijo trga. Pri tem so jim v pomoč demografska merila:

- **Število in stopnja rasti prebivalstva:** naraščanje prebivalstva vpliva na zemeljske vire, ki niso izčrpani, kar pomeni, da pri prevelikem povečanju ne bodo zadostovali za preživetje. Pojavlja se problem prevelikega naraščanja v državah, ki ekonomsko niso sposobne prehraniti takega števila. Z naraščanjem prebivalstva je opaziti močan vpliv na razpoložljive vire in dobavo hrane, kar posledično viša stroške in niža stopnjo dobička (Kotler, 1994, str. 155).
- **Starostna razporeditev:** sestava prebivalstva se razlikuje po državah. Obstajajo države s pretežno mladim prebivalstvom - Mehika, in države z zelo starim prebivalstvom – Japonska. Samo prebivalstvo je razdeljeno na šest starostnih skupin: predšolski otroci, šolski otroci, najstniki, mlajši odrasli 25-40 let, odrasli 40-65 let ter odrasli od 65 let navzgor. Vsaka od teh skupin ima potrebe po določenih izdelkih in storitvah ter preference glede izbire občil in trgovin. Podjetja se pri tem soočajo z nevarnostjo nepravilnega usmerjanja svoje tržne ponudbe s primernimi in zanimivimi izdelki, primerno obiskovani ciljni starostni skupini (Kotler, 1994, str. 156).

- **Etični trgi:** narodnostna in rasna sestava se spreminjata od države do države. So države, kjer živijo ljudje samo ene narodnosti, pa tudi države, kjer se prepleta več narodnosti. Dejstvo je, da ima vsaka demografska skupina določene želje in nakupovalne navade. To predstavlja tudi določene nevarnosti za podjetja, če teh specifičnosti ne upoštevajo (Kotler, 1994, str. 155).
- **Stopnja izobrazbe:** prebivalstvo na splošno delimo na pet izobraženih skupin: nepismene, z nedokončano srednjo šolo, z visoko izobrazbo ter prebivalce z podiplomsko izobrazbo. Pojavlja se splošni trend, ki se pojavlja, je da resnična bogastva niso naravna, temveč jih predstavljajo človeški viri. Nizko izobraženi ljudje so namreč težko zaposljivi, posledično prejemajo nižje dohodke. Torej imajo manj sredstev za trošenje. Poleg tega si države, ki želijo biti konkurenčne, ne morejo privoščiti večinoma neizobraženega prebivalstva (Afrika). Vlagati bi morale v ustrezno izobraževanje ter usposabljanje svojega prebivalstva (Kotler, 1994, str. 157).
- **Vzorci gospodinjstev:** obstajajo tradicionalna (oče, mati in otroci) in netradicionalna gospodinjstva (samski, skupaj živeči neporočeni enega ali obeh spolov, družine z enim staršem, poročeni pari brez potomcev.) Vsaka od teh skupin imata drugačne potrebe in drugačne navade. Podjetja se soočajo s problemom zadovoljitve zahtev hitro naraščajočih netradicionalnih gospodinjstev.

2.2.1.10. Geografski dejavniki

Geografski dejavniki predstavljajo še en segment zunanjih dejavnikov, ki vplivajo na podjetja, ne glede na to, ali podjetja poslujejo mednarodno ali ne. Mednje uvrščamo: območje, državo, mesta, gostoto (posebej za mesta, podeželje in primestna naselja) ter podnebje (Kotler, 1994, str. 158).

2.2.1.11. Naravni dejavniki

Danes se zavedanje o slabem stanju naravnega okolja krepi. Okoljevarstveniki neprestano opozarjajo na dejstvo, da je potrebno preprečevati nadaljnje onesnaževanje okolja, saj se že sedaj soočamo z resnimi posledicami. Kažejo se že v previsoki onesnaženosti zraka in vode, kot tudi v nevarnem segrevanju planeta zaradi ozonske luknje, ki jo v veliki meri povzročila uporaba industrijskih kemikalij. Skrb za okolje zato postaja, ne le ena bistvenih zahtev javnosti, temveč tudi podjetja. Obstanek mnogih podjetij je namreč v neposredni povezavi z viri, ki jih naravno okolje ponuja (celotna gozdarska industrija). Zaradi dejstva, da so nekateri naravni viri tudi neobnovljivi in s tem omejeni na določena podjetja, se že sedaj marsikatero podjetje ukvarja z vprašanjem, kako rešiti problem nadaljnega obstoja podjetja po izčrpanju teh virov. Nastale razmere v naravnem okolju tako zahtevajo, da se morajo podjetja zavedati tako nevarnosti kot priložnosti, ki jih le-ta ponuja. Tako ene kot druge so povezane z naslednjimi štirimi trendi v naravnem okolju (Kotler, 1994, str. 159).

Pomanjkanje surovin

Zemeljske vire razdelimo na neomejene, obnovljive omejene in neobnovljive omejene. V prvi sklop uvrščamo neomejene vire, za katere je značilno, da niso neposredno ogroženi (voda, zrak ...). Drugi sklop zemeljski v virov predstavljajo obnovljivi, vendar so, kot smo tudi že poudarili, omejeni (izguba lesa z zemlje, pomanjkanje čistega kisika ...). Zadnji in hkrati tudi najbolj problematičen sklop predstavljajo neobnovljivi omejeni viri. Njihove količine se iz dneva v dan manjšajo. S tem se vztrajno približuje tudi čas njihove izrabe. (Kotler, 194, str 159).

Povečani stroški za energijo

Omenili smo, da so določeni viri neobnovljivi. Zaradi omejenosti njihova cena obratno sorazmerno vsakodnevno narašča. Med take vire uvrščamo nafto, ki predstavlja enega pomembnejših virov energije. Zaradi omejenosti tega vira ter denarnih šokov, ki jih povzroča na trgu, so, marsikatera podjetja začela iskati alternativne vire energije. S priskrbo novih virov si podjetja zagotavljajo ne le manjše stroške energije, temveč tudi možnost za nadaljnji obstoj, ko se bodo naravni viri izčrpali (Kotler, 1994, str. 160)

Povečana stopnja onesnaženosti

Stopnja onesnaženosti okolja se iz dneva v dan povečuje. K onesnaževanju znatno pripomorejo nekatere industrijske dejavnosti s svojimi produkti in z odpadki (kemičnimi in jedrskimi odpadki, kemična sredstva v zemlji v hrani, neuničljivimi materiali, iz katerih v večini primerov izdelujejo embalažo...). Vedno večja ozaveščenost in skrb javnosti za okoljsko problematiko za podjetja predstavljajo tako prednosti kot tudi slabosti. Prednosti se nahajajo v odpirajočem se trgu za tehnične rešitve glede nadzora onesnaževanja (čistilne naprave, reciklažna središča, spodbujanje in iskanje okolju neškodljivih postopkov proizvodnje ...). Slabosti so opazne v visokih stroških, ki jih podjetja utrpijo zaradi prilagajanja proizvodnje visokim okoljevarstvenim standardom (Kotler, 1994, str. 161).

Spreminjajoča se vloga politikov pri zaščiti okolja

Mnenja politikov glede okoljevarstvene politike se zelo razlikujejo, vendar ne le znotraj posameznih držav, temveč tudi med državami samimi. Močna nasprotja glede okoljevarstvene politike so še posebej med gospodarsko močnimi in revnimi državami. Medtem ko se prve zavzemajo za čisto okolje in zaustavitev onesnaževanja, temu ni tako v revnih državah. Slednje proti onesnaževanju storijo bore malo. Temu botruje pomanjkanje sredstev, nemalokrat tudi politične volje. (Kotler, 1994, str. 162)

2.3. Obrobni dejavniki

Za obrobno poslovne dejavnike lahko rečemo, da so do neke mere dani. Seveda se ob osnovanju podjetja ter v času, ko podjetja trajajo, ustvarjajo razmere poslovanja, ki nato omogočajo, da se prilagajajo zunanjim dejavnikom. Med take gospodarske značilnosti uvrščamo (Kralj, 1998, str. 62):

- **Poslovno sposobnost podjetij:** pomeni, da so podjetja sposobno delovati in gospodariti ter idejno in gmotno uresničevati izide. Le-ta morajo nato podjetje razporejati med udeležence na način, da lahko uresničujejo svoje interese ter da si podjetja hkrati zagotavljajo razvoj (Kralj, 1998, str. 66).
- **Velikost podjetij:** Zakon o gospodarskih družbah Republike Slovenije (2006, 55. člen) razporeja podjetja na mikro družbe, majhne, srednje in velike družbe. Merila, ki jih pri tem uporabljajo, temeljijo na številu zaposlenih, čistem prihodku od prodaje ter aktivih podjetja. Vendar ta merila temeljijo le na uporabi kvantitativnih kriterijev, ki pogosto niso zadostni, da bi samo na podlagi le-teh lahko raziskovali vzroke propada številnih podjetij. Znano je, da vsako leto propade največ mikro, malih in srednje velikih podjetij. Vzrok za njihov propad naj bi se skrival njihovih značilnosti. (Kralj, 1998, str. 76).

2.4. Najpogostejši dejavniki, ki vplivajo na stečaj podjetij

Dejavnikov, ki vplivajo na delovanje podjetij, je veliko. Od okoliščin in upoštevanja delovanja ter pomena je odvisno, ali je njihov vpliv na uspešnost podjetij pozitiven ali negativen. Ne glede na pomembnost vseh dejavnikov, ki delujejo na poslovanje podjetij, se je v raznovrstnih študij izkazalo, da so nekateri dejavniki bolj kot drugi odločilni za obstoj ali propad podjetij.

Vsako podjetje se v času rasti sooča s poslovnimi priložnostim, na katere se mora odzivati. Hitrost samega odzivanja podjetij na te priložnosti je v veliki meri odvisna od tveganja, ki so ga podjetja pripravljena sprejeti. Zavedati se je treba, kot je dejal Druker, da tveganje vedno obstaja in brez njega ne bi imeli posla niti gospodarstva (Končina, Mirtič, 199, str 15)

Skupine najrazličnejših vzrokov krize v podjetjih so bile predmet številnih raziskav. Eno teh je opravil tudi Leutiger (Končina, Mirtič, 1999, str. 42), ki razvršča prisotnost razlogov in njihovo intenzivnost po sledečem upadajočem razporedu:

- Ne zadostni lastni viri
Zvišanje stroškov zaposlenih in nastajanje neustreznega razmerja med materialnimi stroški in stroški dela,

- Napake v poslovanju podjetij (vzrok na nastanek ene ali več velikih poslovnih škod za podjetja),
- Zmanjševanje v porabi in bistvene spremembe, ki so se zgodile v okolju, povzročajo drugačne nakupne potrebe,
- Zmanjševanje tržnih deležev in upadanje v izvozu,
- Porast bančnih obresti in zaostritve v pogojih kreditiranja,
- Pomanjkanje dolgoročnih kreditov,
- Slabo plačevanje kupcev in s tem naraščanje slabih terjatev,
- Zelo resen likvidnostni položaj v celoti,
- Napake v računovodstvu (kot informacijske funkcije – posredovanje napačnih informacij) ter napake stroškovnega računovodstva (kot nadzorne funkcije),
- Velike naložbe, ki so se izkazale za napačne.

Nemški finančni strokovnjak Kühn navaja svoje ugotovitve razvrščene po upadajočem zaporedju:

- Neustrezno financiranje podjetij,
- Neustrezno poslovanje podjetij,
- Neuspešna prodaja,
- Neustrezna organizacijska struktura podjetij (za zagotavljanje učinkovitega izvajanja poslovnih in poslovnih funkcij),
- Premajhna produktivnost,
- Problemi, povezani z nabavo,
- Strokovna neustreznost in poslovna neučinkovitost kadrov v upravi.

Žnidaršič Kranj, pa navajata naslednje dejavniki za neuspeh podjetja:

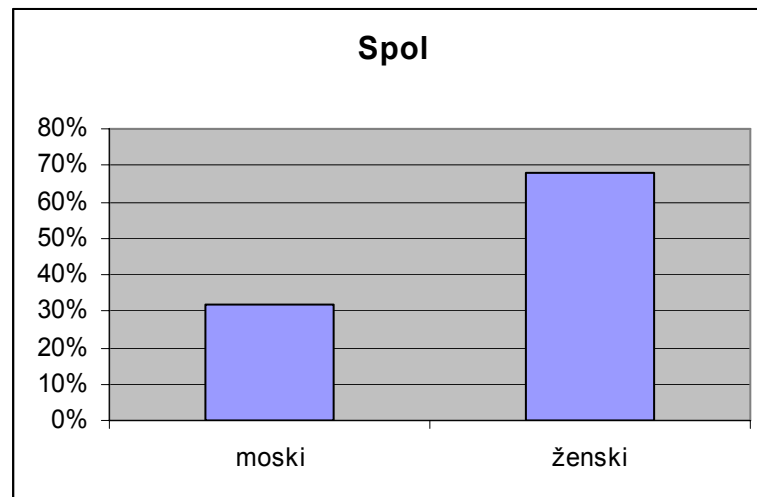
- Previsoke obrestne mere (vključujejo znesek za visoko tveganje, značilen pri takih posojilih)
- Nepripravljenosti upnikov, da finančno podprejo dolžnika in njegove potrebe
- Nesposobnost samostojnega reševanja medsebojnih konfliktov med upnikom in dolžnikom,
- Nezmožnost podjetij, da učinkovito predstavljajo svoj izdelek in povečujejo prodajo,
- Nezmožnost izterjatve plačil,
- Nezmožnost obvladati stroške poslovanja.

3. Empirični del

3.1 Analiza raziskave

1. Spol anketirancev

ODGOVOR	ŠTEVILO	DELEŽ
a. moški	32	32 %
b. ženske	68	68 %

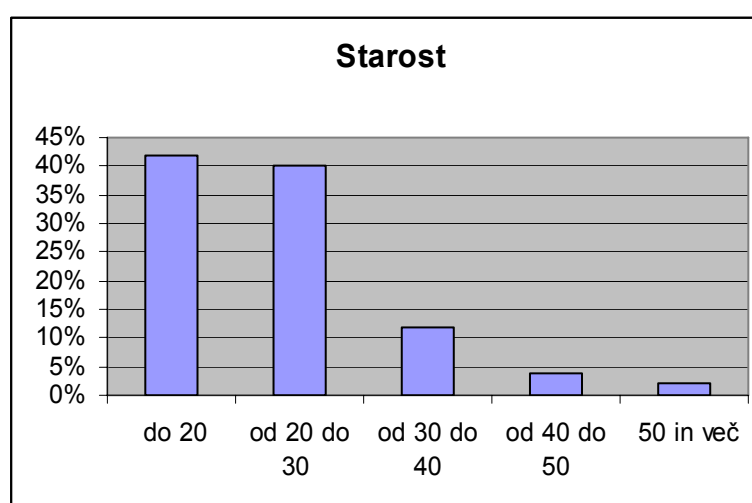


Graf 1: Spol anketirancev

Kar 68% anketirancev je žensk, le 32% moških.

2. Starost anketirancev

ODGOVOR	ŠTEVILO	DELEŽ
a. do 20 let	42	42 %
b. od 20 do 30	40	40 %
c. od 30 do 40	12	12 %
d. od 40 do 50	4	4 %
e. 50 in več	1	1 %

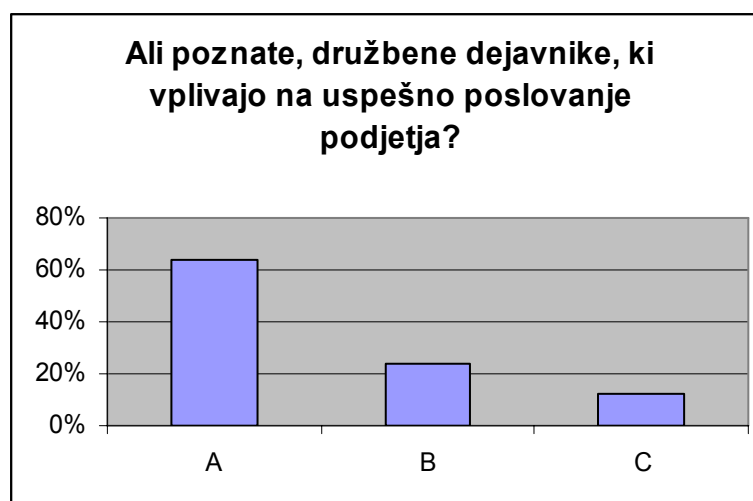


Graf 2: Starost anketirancev

Največ anketirancev je bilo starih do 20 let, nato pa starost postopoma upada.

3. Ali poznate, družbene dejavnike, ki vplivajo na uspešno poslovanje podjetja?

ODGOVOR	ŠTEVILO	DELEŽ
a. Da	64	64 %
b. Ne vem	24	24 %
c. Ne	12	12 %

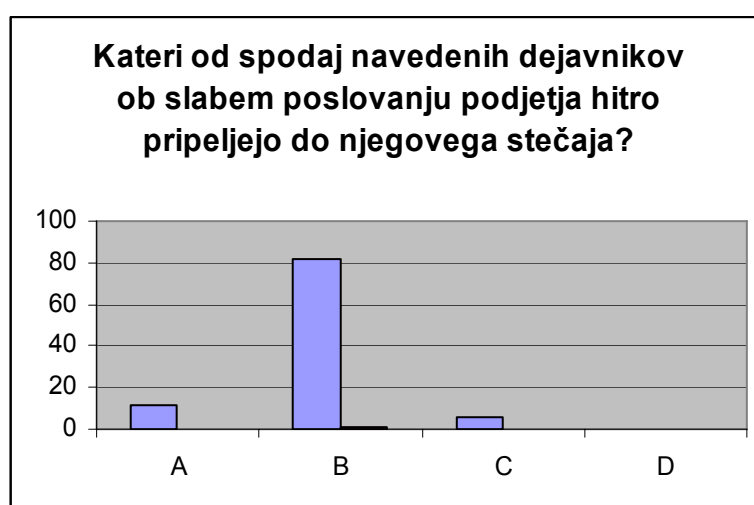


Graf 3: Ali poznate, družbene dejavnike, ki vplivajo na uspešno poslovanje podjetja?

Največ anketirancev meni, da lahko vplivajo na uspešnost podjetja.

4. Kateri od spodaj navedenih dejavnikov ob slabem poslovanju podjetja hitro pripeljejo do njegovega stečaja?

ODGOVOR	ŠTEVILO	DELEŽ
a. Politično naravni dejavnik	12	12 %
b. Ekonomski dejavnik	82	82 %
c. Geografski dejavnik	6	6 %
d. Drugi dejavniki	0	0 %



Graf 4: Kateri od spodaj navedenih dejavnikov ob slabem poslovanju podjetja hitro pripeljejo do njegovega stečaja?

Anketa je pokazala anketiranci menijo, da podjetje najhitreje pripelje do stečaja Ekonomski dejavnik.

5. Kateri ekonomski dejavnik je najbolj nevaren za stečaj podjetja?

ODGOVORI	ŠTEVILO	DELEŽ
a. Stopnja zastoja	12	12 %
b. Kupna moč	32	32 %
c. Stopnja blaginje	10	10 %
d. Stopnja recesije	46	46 %

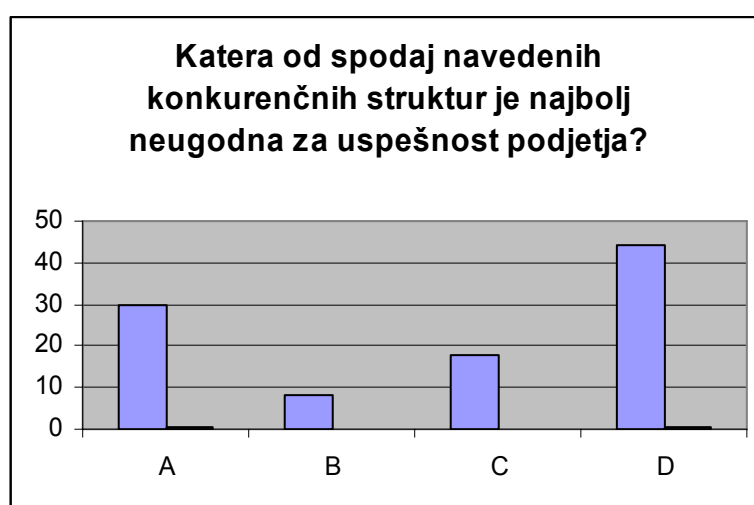


Graf 5: Kateri ekonomski dejavnik je najbolj nevaren za stečaj podjetja?

Anketiranci menijo, da je za stečaj podjetja najbolj nevarna stopnja recesije.

6. Katera od spodaj navedenih konkurenčnih struktur je najbolj neugodna za uspešnost podjetja?

ODGOVOR	ŠTEVILO	DELEŽ
a. Monopol	30	30 %
b. Oligopol	8	8 %
c. Monopolistična konkurenca	18	18 %
d. Popolna konkurenca	44	44 %

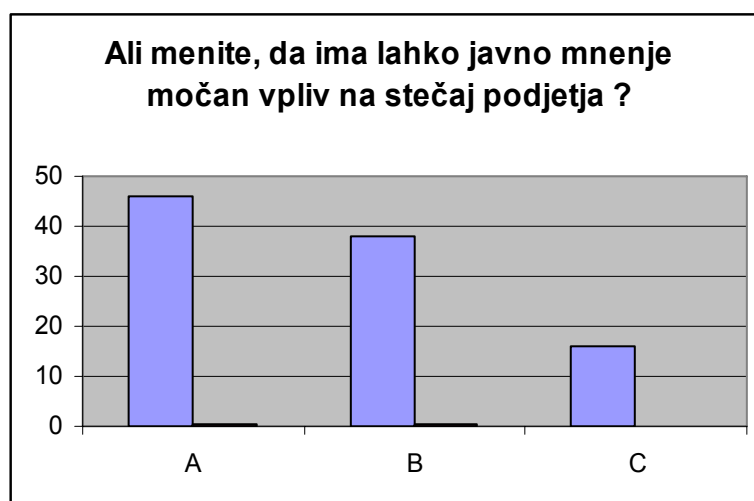


Graf 6: Katera od spodaj navedenih konkurenčnih struktur je najbolj neugodna za uspešnost podjetja?

Anketiranci menijo, da je za uspešnost podjetja najbolj nevarna popolna konkurenca.

7. Ali menite, da ima lahko javno mnenje močan vpliv na stečaj podjetja?

ODGOVOR	ŠTEVILO	DELEŽ
a. Da	46	46 %
b. Ne	38	38 %
c. Ne vem	16	16 %



Graf 7: Ali menite, da ima lahko javno mnenje močan vpliv na stečaj podjetja?

Anketa je pokazala da javno mnenje vpliva na stečaj podjetja.

8. Kateri od spodaj navedenih tehnoloških dejavnikov je najnevarnejši za stečaj podjetja?

ODGOVOR	ŠTEVILO	DELEŽ
a. Digitalna elektronika	4	4 %
b. Umetna inteligenca	42	42 %
c. Razvoj novih materialov	14	14 %
d. Razvoj novih tehnologij	40	40 %

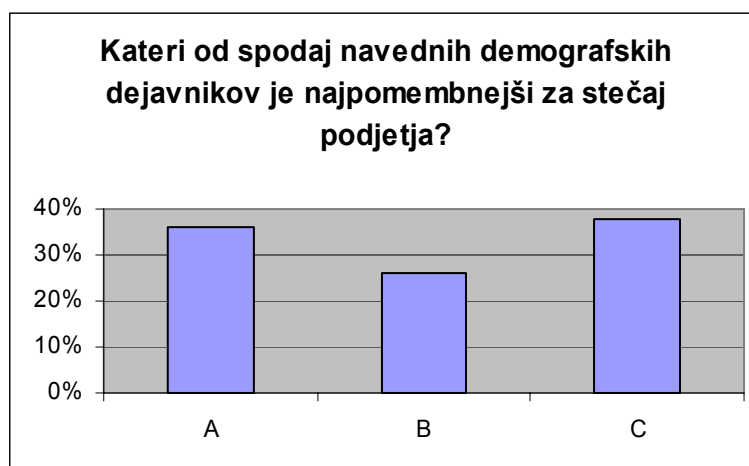


Graf 8: Kateri od spodaj navedenih tehnoloških dejavnikov je najnevarnejši za stečaj podjetja?

Najnevarnejši dejavnik za stečaj podjetja je umetna inteligenca.

9. Kateri od spodaj navedenih demografskih dejavnikov je najpomembnejši za stečaj podjetja?

ODGOVOR	ŠTEVILO	DELEŽ
a. Število in stopnja rasti prebivalstva	36	36 %
b. Starostna razporeditev	26	26 %
c. Etični trg	38	38 %

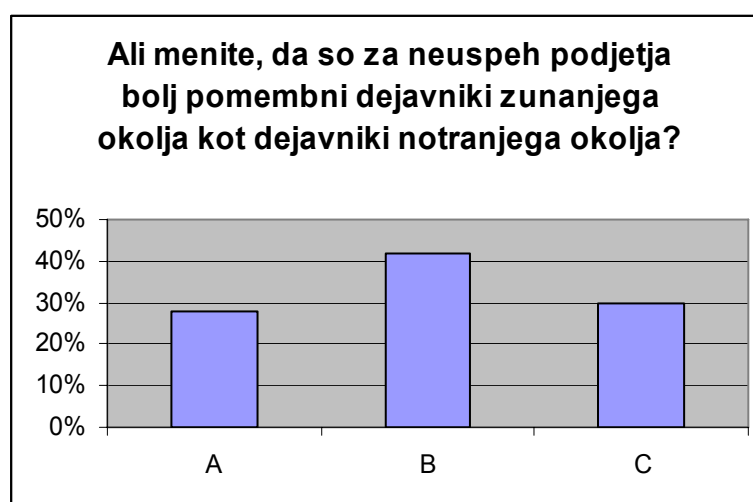


Graf 9: Kateri od spodaj navedenih demografskih dejavnikov je najpomembnejši za stečaj podjetja?

Najpomembnejši demografski dejavnik za stečaj podjetja je etični trg.

10. Ali menite, da so za neuspeh podjetja bolj pomembni dejavniki zunanjega okolja kot dejavniki notranjega okolja?

ODGOVOR	ŠTEVILO	DELEŽ
a. Da	28	28 %
b. Ne	42	42 %
c. Ne vem	30	30 %



Graf 10: Ali menite, da so za neuspeh podjetja bolj pomembni dejavniki zunanjega okolja kot dejavniki notranjega okolja?

Večina meni da za to niso pomembni dejavniki zunanjega okolja, temveč dejavniki notranjega okolja.

4. Ovrednotenje hipotez

H-1 - Večina anketirancev meni, da na stečaj podjetja vplivajo ekonomski dejavniki.

Raziskava je to hipotezo potrdila, saj 82 % anketirancev meni, da na stečaj podjetja vplivajo ekonomski dejavniki

H-2 - Večina anketirancev meni, da je razlog za stečaj podjetja stopnja zastoja.

Raziskava je to hipotezo ovrgla, saj kar 46 % meni da je za stečaj podjetja kriva stopnja recesije.

H-3 - Večina anketirancev meni, da so za stečaj podjetja pomembnejši dejavniki zunanjega okolja, kot dejavniki notranjega okolja.

Raziskava je to hipotezo ovrgla, saj je 42 % anketirancev odgovorilo z ne, kar 30 % anketirancev pa ni vedelo odgovora

H-4 - Večina anketirancev meni, da ima javno mnenje močno vpliv na stečaj podjetja.

Raziskava je to hipotezo delno potrdila, saj je 46 % anketirancev odgovorilo z da, kar 38% pa z ne.

5. Zaključek

V današnjem času globalizacije se morajo podjetja zelo truditi, da so uspešna in da ne propadejo. Tako sva skozi raziskavo v nalogi ugotovila, da so razlogi za stečaj podjetja neupoštevanje različnih dejavnikov kot so: ekonomski, politično naravni dejavniki, geografski dejavniki in drugi dejavniki. Spoznala sva tudi, da so bolj nevarni za stečaj podjetja dejavniki zunanjega okolja podjetja, kot dejavniki znotraj podjetja.

6. Literatura in viri

1. Dibb Sally, Simkin Lyndon, M. Pride William, O.C. Ferrell: Marketiing concepts and strategies. U.S.A.: Houghton Mifflin Company, 1997. 842 str.
2. Končina Miroslav, Mirtič Ksenija: Kako rešiti podjetje iz krize. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1999. 184 str.
3. Kotler Philip: Marketing Management. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1994. VIII, 801 str.
4. Kovič Saša: Strategija mednarodnega poslovanja Leka na avstralskem farmacevtskem trgu. Magistersko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2001. 121 str.
5. Kralj Janko: Temelji managementa in naloge managerjev. Koper: Visoka šola za management v Kopru, 1998. 278 str.
6. Vahčič Aleš, Bučar Branko, Drnovšek Mateja, Logar Nataša: Osnove podjetništva. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1998. 249 str.
7. Antunovič, Peter. 1999. Finance podjetja (teorija in praksa). Ljubljana: DZS.
8. Crnkovič, Rudi. 1990. Gospodarske finance. Maribor: Ekonomska-poslovna fakulteta.
9. Filipič, Drago in Tanja Markovič-Hribernik. 1998. Temelji podjetniških financ. Maribor: Ekonomska-poslovna fakulteta.
10. Jager, Božidar. 2004. Finance. Celje: Poslovno-komercialna šola, Višja strokovna šola
11. Kosec, Nevenka. 2004. Finance: priručnik. Ljubljana: DZS
12. Leva-Bukovnik, Marjana in Metka Farič. 2005. Osnova poslovnih financ. Murska Sobota: Ekonomska šola
13. Mramor, Dušan. 1993. Uvod v poslovne finance. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
14. Mramor, Dušan. 2000. Poglavja iz poslovnih financ. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
15. Mramor, Dušan. 2000. Finančna politika. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
16. Mramor, Dušan. 2002. Teorija poslovnih financ. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
17. Rebernik, Miroslav. 1997. Podjetništvo in management malih podjetij. Maribor: Ekonomska-poslovna fakulteta.
18. Repovž, Leon in Joško Petelin. 1998. Financiranje. Koper: Visoka Šola za management.
19. Robnik, Lidija. 1994. Poslovne finance. Ljubljana: DZS.
20. Rupnik, Lado. 1992. Javne finance. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
21. Turk, Ivan. 1991. Uvod v ekonomiko poslovnega sistema. Ljubljana: Zveza društev računovodskih in finančnih delavcev Slovenije.
22. Poročilo vodstva družbe Engrotuš d.o.o za leto 2005. Celje: Engrotuš. d.o.o.

7. Priloga – anketni vprašalnik

ANKETNI VPRAŠALNIK

Spoštovani!

Sva dijaka drugega letnika Poslovne-komercialne šole Celje, ki delava raziskovalno nalogo z naslovom RAZLOGI ZA STEČAJ PODJETJA. Vsi podatki, ki nama jih boste zaupali, so namenjeni zgolj in izključno proučevanju.

Že v naprej se Vam najlepše zahvaljujemo!

1. Spol:

- Moški
- Ženski

2. Starost:

- Od 20 do 30 let
- Od 30 do 40 let
- Od 40 do 50 let
- Od 50 let in več

3. Ali poznate, družbene dejavnike, ki vplivajo na uspešno poslovanje podjetja?

- Da
- Ne vem
- Ne

4. Kateri od spodaj navedenih dejavnikov ob slabem poslovanju podjetja hitro pripeljejo do njegovega stečaja?

- Politično naravni dejavnik
- Ekonomski dejavnik
- Geografski dejavnik
- Drugi dejavniki

5. Kateri ekonomski dejavnik je najbolj nevaren za stečaj podjetja?

- Stopnja zastoja
- Kupna moč
- Stopnja blaginje
- Stopnja recesije

6. Katera od spodaj navedenih konkurenčnih struktur je najbolj neugodna za uspešnost podjetja?

- Monopol
- Oligopol
- Monopolistična konkurenca
- Popolna konkurenca

7. Ali menite da ima lahko javno mnenje močan vpliv na stečaj podjetja ?

- Da
- Ne
- Ne vem

8. Kateri od spodaj navedenih tehnoloških dejavnikov je najnevarnejši za stečaj podjetja?

- Digitalna elektronika
- Umetna inteligenca
- Razvoj novih materialov
- Razvoj novih tehnologij

9. Kateri od spodaj navedenih demografskih dejavnikov je najnevarnejši za stečaj podjetja ?

- Število in stopnja rasti prebivalstva
- Starostna razporeditev
- Etični trg

10. Ali menite, da so za neuspeh podjetja bolj pomembni dejavniki zunanjega okolja kot dejavniki notranjega okolja ?

- Da
- Ne
- Ne vem