

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

**RAZVOJ PROJEKTA
BIODIESEL**

Robert Rac

Koper, 2008

Mentor: doc. dr. Doris Gomezelj Omerzel



POVZETEK

Diploma govori o upravičenosti vlaganja oziroma investiranja v proizvodnjo biodiesla. Omenjena sta oba investitorja EKO – Nafta, d.o.o. in CMB Maschinenbau & Handels GmbH ter mikro in makro lokacija podjetja Nafta Biodiesel, d.o.o., ki je nastalo kot njuna skupna naložba. Predstavljena je celotna tržna analiza, ki prikazuje razmere na trgu od nabavnega pa vse do prodajnega trga, s pomočjo katere so planirane nabavne cene vhodnih surovin ter analizirani dobavitelji. Nenazadnje pa so še planirane prodajne cene biodiesla kot končnega produkta ter analizirani končni odjemalci le tega. Prikazana je tudi finančna analiza, ki obsega izračunane kazalnike za najbolj tipične situacije, ki so se pojavljale na trgu leta 2008 in rentabilnost v primeru uporabe dodatno razvite tehnologije, ki optimira proizvodnjo tako, da omogoča predpranje in predpriprave nerafiniranih olj za proizvodnjo biodiesla ter proces za dodelavo in predelavo glicerina v višji derivat biodiesla, s tem pa omogoča proizvodnjo višje vrednosti produktov.

Ključne besede: podjetništvo, ustanovitev podjetja, poslovni načrt, razvojni proces, alternativni viri energije, tovarna za proizvodnjo biodiesla.

SUMMARY

The subject of my thesis is equity of making investments into production of biodiesel. Both of the investors, EKO – Nafta, d.o.o. and CMB Maschinenbau & Handels GmbH are presented below. The thesis also presents the micro- and macro environment of the company Nafta Biodiesel, d.o.o., which has been established as a joint investment by both above mentioned investors. It introduces the overall analysis of the market from acquisition to selling. The analysis allows us to plan the purchasing costs of raw materials as well as to make a closer research of the suppliers. Last but not least my thesis includes the planned selling price of biodiesel as a final product and the analysis of the final consumers. Attached is the financial analysis of the indicators of the most common market situations in 2008 and profitability in case of applying an additionally developed technology, which optimizes production by enabling initial washing and preparing of unrefined oils for biodiesel production and processing glycerin into higher value products.

Keywords: business, establishing of a company, business plan, development process, alternative energy resources, biodiesel producing plant.

UDK: 658.152:665.7(043.2)



VSEBINA

1 UVOD	1
2 KAJ JE PODJETNIŠTVO?	3
2.1 POSLOVNI SUBJEKTI REPUBLIKE SLOVENIJE.....	4
3 USTANOVITEV PODJETJA	7
3.1 ZAKONSKA DOLOČILA ZA USTANOVITEV PODJETJA	8
3.2 USTVARJALNOST OZ. KREATIVNOST	8
3.2.1 Vir novih poslovnih zamisli	8
3.2.2 Metode za porajanje novih zamisli	9
4 POSLOVNI NAČRT	11
4.1 KAJ JE POSLOVNI NAČRT?	11
4.2 KDO PRIPRAVI POSLOVNI NAČRT?	11
4.3 KDO GA BERE?	12
4.4 STRUKTURA POSLOVNEGA NAČRTA.....	12
4.4.1 Povzetek za management	12
4.4.2 Opis podjetja	12
4.4.3 Izdelek ali storitev.....	13
4.4.4 Tržna analiza	13
4.4.5 Strategija in izvedba	13
4.4.6 Management	14
4.4.7 Finančni načrt	14
5 RAZVOJNI PROCES	15
5.1 RAZVOJNA POLITIKA ORGANIZACIJE	15
6 ALTERNATIVNI VIRI ENERGIJE	17
6.1 KAJ SO ALTERNATIVNA GORIVA?	17
6.2 ZAKAJ JIH POTREBUJEMO?.....	17
6.3 BIODIESEL IN NJEGOVE ZNAČILNOSTI.....	18
6.4 ZAKAJ UPORABLJATI BIODIESEL?	19
7 TOVARNA ZA PROIZVODNJO BIODIESLA	21
7.1 UVODNA OBRAZLOŽITEV	21
7.2 ANALIZA RAZVOJNIH MOŽNOSTI IN SPOSOBNOSTI	21
7.2.1 EKO – Nafta d. o. o.	22
7.2.2 J. Christof GmbH.....	22
8 TRŽNA ANALIZA	23
8.1 EVROPSKA DIREKTIVA ZA BIOGORIVA	23
8.2 PROIZVODNJA.....	24
8.3 SUROVINE	24
8.4 NABAVNI TRG.....	25
8.4.1 Nabavni trg olja oljne ogrščice	25
8.4.2 Nabavni trg sončničnega olja	26
8.4.3 Ostale vrste olj.....	26
8.5 PRODAJNI TRG BIODIZELKEGA GORIVA	28
8.5.1 Potencialni prodajni trg	28
8.5.2 Prodajni trg	30
8.5.3 Prodajni trg glicerina in kalijevega gnojila	31
8.5.4 Cene proizvodov, surovin in energetskih medijev.....	31
8.5.5 Analiza konkurence.....	34
8.5.6 SWOT analiza	34
9 ANALIZA LOKACIJE	37
9.1 MAKRO LOKACIJA	37

9.2 MIKRO LOKACIJA	37
10 FINANČNA ANALIZA	39
10.1 INVESTICIJSKA VLAGANJA Z OBRATNIMI SREDSTVI.....	39
10.2 PRIHODKI IN STROŠKI	39
10.2.1 Prihodki poslovanja in stroški surovin	39
10.2.2 Spremenljivi stroški	40
10.2.3 Stalni stroški	40
10.3 PODJETNIŠKA OCENA POSLOVNEGA IZIDA IN LIKVIDNOSTNEGA TOKA.....	40
11 ZAKLJUČEK.....	49
LITERATURA.....	51
VIRI.....	52
PRILOGE.....	53

PONAZORILA

Tabela 2.1:	Poslovni subjekti v Republiki Sloveniji	4
Tabela 8.1:	Minimalne količine prodanih biogoriv kot odstotek prodanih bencinov in dizelskega goriva.....	24
Tabela 8.2:	Sestava surovinske baze	25
Tabela 8.3:	Viri surovih rastlinskih olj.....	28
Tabela 8.4:	Poraba energentov v kmetijstvu, povzeto po Brumec, 1993	29
Tabela 8.5:	Predvidene vrednosti rabe biodizla v dizelskih gorivih	30
Tabela 8.6:	Prodajni trg za prodajo biodiesla.....	31
Tabela 8.7:	Cene proizvodov, surovin in energetskih medijev	33
Tabela 8.8:	SWOT analiza	35
Tabela 10.1:	Investicijska vlaganja z obratnimi sredstvi.....	39
Tabela 10.2:	Normativi porabe energetskih medijev	40
Tabela 10.3:	Poslovni izid – Varianta »Povprečje 2008« v EUR	41
Tabela 10.4:	Likvidnostni tok – Varianta »Povprečje 2008« v EUR.....	42
Tabela 10.5:	Poslovni izid – Varianta »Tehnologija CMB« v EUR.....	43
Tabela 10.6:	Likvidnostni tok – Varianta »Tehnologija CMB« v EUR	44
Slika 2.1:	Poslovni subjekti v Republiki Sloveniji.....	5
Slika 6.1:	Proizvodnja oljčne repice	18
Slika 8.1:	Gibanje cen oljne ogrščice in biodiesla	32

1 UVOD

Zavedati se moramo, da je onesnaževanje okolja resen problem, ki se ne nanaša na daljno prihodnost, ampak je problem sedanjosti. Zanj ni kriva samo industrija, največji krivec onesnaževanja so namreč motorna vozila, ki so trend sodobnega življenja, zato si ljudje življenje brez njih težko predstavljamo. Posledično temu se kot trend vse pogosteje pojavljajo alternativna goriva, katerih pomemben člen je biodiesel.

V diplomski nalogi bom opredelil realizacijo projekta biodiesel.

Osnovna trditev, ki jo bom skušal prikazati, je upravičenost investiranja v razvoj projekta biodiesel, kajti splošno znano je, da je to investiranje odgovorno delo, ki zahteva velike priprave in nosi dolgoročne posledice, ki so lahko pozitivne ali pa celo negativne.

V diplomski nalogi želim najprej prikazati in analizirati podjetje Nafta Biodiesel d. o. o., ki je nastalo kot skupna naložba podjetja EKO – Nafta d. o. o., hčerinskega podjetja holdinga Nafta Lendava, d. o. o. ter podjetja CMB Maschinenbau & Handels GmbH, ki je hčerinsko podjetje JCH GmbH iz Gradca.

Temeljni cilj diplomskega dela je priprava revizije določenih postavk strateškega načrta s področja razvoja projekta biodiesel, saj projekti izgradnje tovarne za njegovo proizvodnjo iz leta 2006 zaradi določenih težav vse do sedaj niso bili dokončani. Med tem časom je na trgu biodiesla prišlo do velikih sprememb, ki zahtevajo revizijo oz. posodobitev določenih postavk poslovnega načrta, kar bom uporabil in natančno opredelil v nadaljevanju z analiziranjem investitorja, trga, tehnologije, okolja in nenazadnje s finančno analizo.

Z revizijo določenih postavk poslovnega načrta bi rad prikazal in utemeljil upravičenost investiranja v projekt biodiesel, četudi je na trgu prišlo do velikih sprememb, saj so se vhodne surovine, cena same investicije ter prodajne cene občutno povečale. Skušal bom prikazati, da se kljub vsem tržnih spremembam še vedno splača investirati v proizvodnjo biodiesla.



2 KAJ JE PODJETNIŠTVO?

Splošno znano je, da v nobeni družbeni vedi, kakor tudi v podjetništvu in poslovnosti, ni enotnega izraza, enotne opredelitve pojmov ter definicij. Opredelitev pojma podjetništvo sem povzel po Hisrich v Gomezelj (2008, 9): »Podjetništvo je proces ustvarjanja novega ob angažiranju človeških in finančnih virov, pri čemer podjetnik prevzema tveganje in ob tem žanje nagrado v obliki denarja ali osebnega zadovoljstva. Podjetnik mora najti, ovrednotiti in razviti priložnost ter premagati močne sile, ki nasprotujejo ustvarjanju nečesa novega.«

Zanimiva je tudi opredelitev dr. Štefana Špilaka (1999, 15), ki opredeljuje podjetništvo kot:

- gospodarski vidik gibanja in razvijanja družbe ljudi;
- iskanje in ustvarjanje tržnih možnosti in podjetniških priložnosti;
- tvegano nalaganje kapitala v podjetniške dejavnosti zaradi pridobivanja denarja oziroma pričakovanega dobička;
- ustvarjanje podjetij;
- upravljanje in poslovanje podjetij (Špilak 1999, 15).

Podjetništvo se lahko razvije oz. nastane povsod, v profitnih in neprofitnih organizacijah, v mikro, malih, srednjih in velikih podjetij, različnih poslih itd.

Posameznik se ga lahko loti tako, da na trgu prepozna neko podjetniško priložnost oziroma tržno nišo ter snuje posel tako, da zapolni to praznino. Lahko se mu porodi dobra ideja, za katero poskuša na trgu najti obstoj priložnosti. Osebnostno se mi zdi zelo zanimiv in v prekmurski regiji pogost začetek podjetništva posameznikov zaposlenih v določenih »velikih« podjetjih, ki so zaradi slabega poslovanja, nezmožnosti konkuriranja, rasti in preživetja šla v stečaj. Ti posamezniki so za majhen denar odkupili stroje v stečajni masi in se sami lotili posla, saj so poznali stroko, odjemalce in trg. Pri večini je bila ključnega pomena metoda diferenciacije, ki pravi, da je potrebno proizvodu dodati nekaj novega, drugačnega od drugih proizvodov, da lahko to odjemalec oz. potrošnik vidi kot nekakšno dodano vrednost.

»Z deli Schaumpetra od začetka 20. stoletja se vloge podjetnikov in managerjev med seboj striktno ločujejo ter potrebujejo zaradi podjetniškega involviranja različno obravnavanje. V okviru politično ekonomske perspektive so za podjetništvo še posebej pomembna ustanovitvena dinamika ter pripadajoča okvirna določila, medtem pa so v okviru raziskav ekonomike podjetja prej pridobljene razlike v vodstvenem in investicijskem obnašanju« (Wikipedia 2008).

Podjetnik mora biti sposoben zaznati osebne priložnosti, generirati poslovne ideje, jih znati ovrednotiti in izbrati tako, da lahko razvije in realizira poslovno idejo, ki jo lahko prodaja na trgu. Pri tem je pomembno tudi, da je sposoben zanj potrebne resurse zaznati in jih izkoristiti oz. izrabiti. Nenazadnje pa mora biti podjetnik sposoben nositi breme poslovanja ter zraven pripadajoče rizike.

Pri vsem tem pa gre samo za eno stvar, za proizvodjanje dobrin s katerimi zadovoljujemo potrebe in želje posameznikov. Posledično gre tudi za žetev nagrad v obliki denarja in osebnega zadovoljstva zaradi vlaganja kapitala, dela, znanja in sposobnosti ter prevzemanja tveganj pri proizvodjanju dobrin.

Ustanavljanje novih podjetij, in s tem doseganje pogojev za ustvarjanje in zasedanje novih delovnih mest, je ključen dejavnik gospodarske rasti. Ker z ustanovitvijo podjetja ustanovimo najprej majhno podjetje, kar je tudi logično, saj ne moremo takoj na začetku poslovanja ustanoviti veliko podjetje, so potemtakem generatorji oz. ustvarjalci gospodarske rasti predvsem mala podjetja. Torej je podjetništvo glavno gonilo gospodarske rasti, povečanja produktivnosti in dohodka v regiji, doseganja pravne države, socialne blaginje ter gospodarske stabilnosti.

Uspešnejše so tiste države, ki hitro in učinkovito odpravljajo ovire, izboljšujejo ter ustvarjajo ugodne razmere in pogoje za nastajanje in ustvarjanje novih podjetij.

2.1 Poslovni subjekti Republike Slovenije

Tabela 2.1: Poslovni subjekti v Republiki Sloveniji

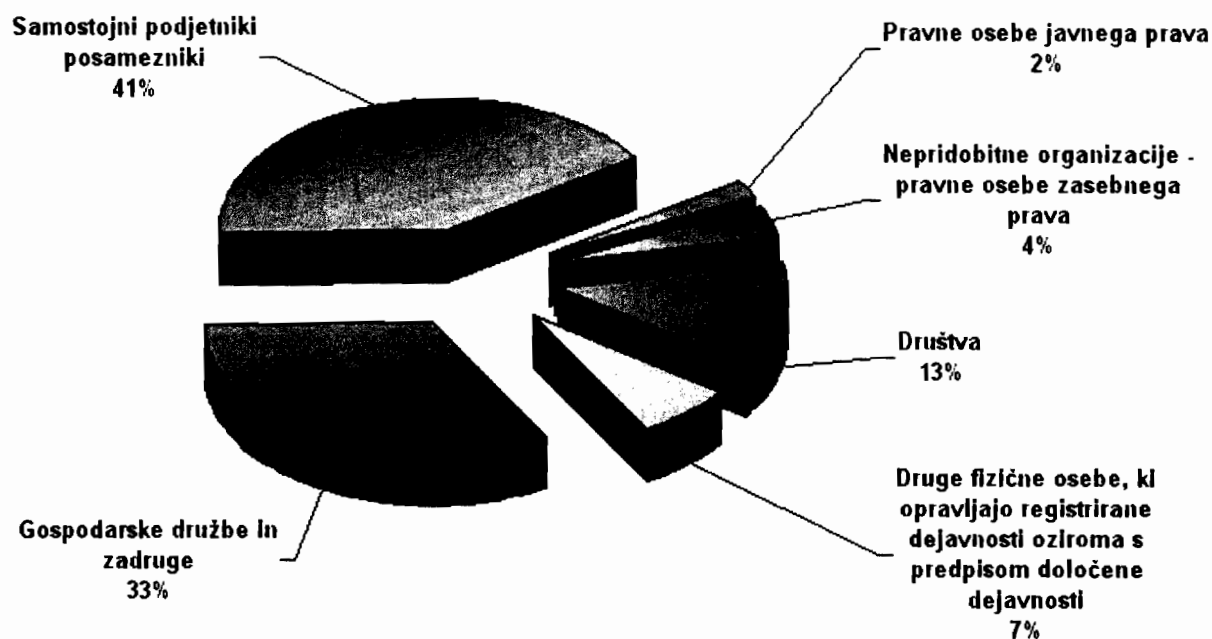
Stanje na dan	31.03.2008
Gospodarske družbe in zadruga	54.262
Samostojni podjetniki in posamezniki	68.720
Pravne osebe javnega prava	2.753
Nepridobitne organizacije - pravne osebe zasebnega prava	7.304
Društva	21.322
Druge fizične osebe, ki opravljajo registrirane oz. s predpisom določene dejavnosti	11.369

Opomba: Metodologija zbiranja podatkov je povzeta po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (AJ PES 2008).

Vir: AJ PES 2008

Slika 2.1: Poslovni subjekti v Republiki Sloveniji

Poslovni subjekti v Republiki Sloveniji, stanje na dan 31. 3. 2008



Opomba: Metodologija zbiranja podatkov je povzeta po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (AJPES 2008).

Vir: AJPES 2008

Iz tabele in grafa je razvidno, da je izmed vseh poslovnih subjektov v Republiki Sloveniji največ samostojnih podjetnikov, in sicer 68.720 podjetij, kar znaša 41 % vseh poslovnih subjektov v Republiki Sloveniji. Sledijo jim gospodarske družbe in zadrage s 54.262 podjetij, kar znaša 33 %. Sledeča so društva z 21.322 podjetij, kar znaša 13 %, sledijo jim druge fizične osebe, ki opravljajo registrirane dejavnosti oziroma s predpisom določene dejavnosti z 11.369 podjetij, kar znaša 7 %. Nato so še nepridobitne organizacije – pravne osebe zasebnega prava s 7.304 podjetji, kar znaša 4 % in nazadnje pravne osebe javnega prava z 2.753 podjetji, kar znaša 2 % vseh poslovnih subjektov v Republiki Sloveniji.

Podjetništvo obsega torej vse aktivnosti, dejavnosti in procese, ki se pričnejo s prepoznavanjem tržne niše posameznika, nato sledijo organiziranje, pridobivanje, razvrščanje in kombiniranje vseh potrebnih virov, ki so potrebni za izdelavo oz. uvajanje želenega proizvoda ali storitve na trg in uresničitve poslovne priložnosti.

V primeru da se hoče posameznik dotakniti podjetništva oz postati podjetnik, mora ustanoviti podjetje. Dejavnike, ki vplivajo na njegovo odločitev ter metode za porajanje novih zamisli, bom opisal v naslednjem poglavju.

3 USTANOVITEV PODJETJA

Ali se bo posameznik odločil za vstop v podjetniške vode oz. za ustanovitev podjetja, je odvisno od veliko dejavnikov, ki vplivajo na njegovo odločitev oz. željo po ustanovitvi. Nanj lahko vpliva kultura, subkultura, družina, učitelji, njegovi vrstniki ...

Nekatere kulture so bolj nagnjene k ustanavljanju novih podjetij, druge manj. Glede na to, kako je kultura posameznika nagnjena k ustanavljanju novih podjetij, je odvisno število novo nastalih podjetij. V kulturah, kjer so bolj nagnjeni k ustanavljanju novih podjetij, bo večje število novo nastalih podjetij, v drugih pa manj. V določenih kulturah je ponižujoče, da podjetje propade, kar je lahko dodatna zavora pri njegovem ustanavljanju.

Subkulture so promotor podjetništva, saj so mnenja, da je eden izmed najboljših poklicev ustanovitev novega podjetja (Antončič 2002, 33).

Otroci v družinah, kjer sta oče in/ali mati cenila neodvisnost, so bolj nagnjeni k ustanavljanju novih podjetij, saj ta neodvisnost njihovih staršev prežema njihovo zasebno življenje (Antončič 2002, 33).

Dejavnik, ki pozitivno vpliva na ustanavljanje novih podjetij, so lahko tudi učitelji oz. šole. Šole, ki imajo programe podjetništva in inovacij, so močan podporni dejavnik pri ustanavljanju podjetij in podjetniških aktivnostih.

Nenazadnje pa na ustanovitev podjetja vplivajo vrstniki oz. prijatelji, saj je splošno znano, da ima družba močan vpliv na posameznika. V družbah, kjer se veliko pogovarja o podjetjih, njihovem ustanavljanju, problemih in rešitvah, je večja možnost, da bo posameznik v družbi ustanovil podjetje.

Obstajajo pa tudi drugi dejavniki, ki vplivajo na to, ali bo posameznik ustanovil podjetje ali ne. Ti dejavniki so: vlada, osebna izobrazba in izkušnje posameznika, njegova finančna zmožnost, trženje oz. trženjsko znanje ter nenazadnje vzorniki, po katerih se le-ta zgleduje (Antončič 2002, 33).

Vlada lahko z zagotavljanjem ustrezne infrastrukture ključno in podporno vpliva na ustanavljanje novih podjetij. Nenazadnje je tukaj tudi davčna stopnja, ki ni zanemarljiva. V državah, kjer imajo visoko davčno stopnjo, lahko z njo usodno vplivajo na ustanavljanje novih podjetij, saj se ob previsokem davku ne bodo sposobna razvijati in rasti.

Izkušnje posameznika in osebna izobrazba sta nujno potrebna za ustanovitev podjetja, brez njih enostavno ne gre, saj je splošno znano, da se podjetniki ne rodijo, temveč se razvijajo skozi čas – »vaja dela mojstra« (Antončič 2002, 34).

Podjetniki ustanovitev podjetja pogosto oz. največkrat financirajo iz lastnih prihrankov, s sposojenim denarjem od sorodnikov in prijateljev, z najetimi krediti itd. Pogosto zbrani denar ni dovolj za ustanovitev podjetja, potreben je dodaten ustanovitveni kapital, kot so razna nepovratna sredstva za razvoj občine, ustanovitev in razvoj novega podjetja ipd. Več kot je teh sredstev na razpolago, več bo na novo ustanovljenih podjetij.

Za ustanovitev novega podjetja je zelo pomembno, če ne ključnega pomena, trženje oz. trženjsko znanje, saj ni dovolj le zadostna oz. dovolj velika mera doseženega trga. Ni dovolj, da imamo proizvedeni izdelek, potrebno ga je znati promovirati in prodati, kar lahko

dosežemo s trženjskim znanjem, s katerim dosežemo primerno kombinacijo izdelka, cene, distribucije ter promocije.

Nenazadnje je potrebno omeniti tudi vzornike, ki lahko predstavljajo neko spodbudo za ustanovitev novega podjetja. Kadar vidimo drugega, kako je uspel, nam to daje nekakšno vrsto motivacije, saj se sami lažje predstavljamo v vlogi podjetnika, ker vidimo, da se da uspeti, kadar sta navzoča močna volja in znanje.

3.1 Zakonska določila za ustanovitev podjetja

Ustanovitelj družbe ali gospodarskega interesnega združenja je lahko vsaka fizična ali pravna oseba, če zakon ne določa drugače.

Družbe pridobijo lastnost pravne osebe z vpisom v register.

Pred vpisom v register se za razmerja med družbeniki in družbenicami uporabljajo pravila o civilnopravni družbeni pogodbi.

Če kdo pred vpisom družbe v register nastopa v njenem imenu, je odgovoren osebno z vsem svojim premoženjem, če je teh oseb več, so te odgovorne solidarno.

Prijava za prvi vpis družbe v register mora vsebovati firmo, dejavnost, sedeže in druge podatke določene z zakonom.

Prijavi je potrebno priložiti akt o ustanovitvi v izvorniku ali overjenem prepisu in akt o imenovanju posloводства, če to ni določeno že z aktom o ustanovitvi.

Prijavo je treba vložiti v 15-ih dneh po izpolnitvi pogojev za vpis v register.

Družba lahko začne opravljati dejavnost, ko je vpisana v register (ZGD-1).

3.2 Ustvarjalnost oz. kreativnost

Pojem kreativnost izhaja predhodno iz latinske besede »creare«, kar v slovenščini pomeni »ustvariti, poroditi«. Kadar govorimo o kreativnosti, imamo v mislih »ustvariti ideje, biti ustvarjalen«.

Kreativnost delimo po vseh pravilih na dva dela: praktični in umetnostni del. Umetnostno kreativnost najdemo v slikah, glasbi. Praktična kreativnost pa se nanaša na iskanje nenavadnih rešitvenih poti za probleme v službi ali privatnem življenju. Znano je, da kreativni ljudje oziroma ljudje, ki svojo kreativnost popolno izrabljajo, bistveno uspešneje in učinkoviteje delajo ter so srečni tudi na drugih življenjskih področjih.

To je dober razlog, da je zaželeno biti kreativen in kreativno razmišljati, zato se že od druge svetovne vojne kreativne raziskave intenzivno ukvarjajo z razvojem kreativnih tehnik, ki bi jih lahko uporabil vsak in bi omogočile drugačne načine razmišljanja na vseh življenjskih področjih (Leitz 2004).

3.2.1 Vir novih poslovnih zamisli

Načinov in tudi virov, s pomočjo katerih pridemo do novih zamisli oziroma idej, je veliko. Ideja se nam lahko rodi na delovnem mestu, kadar se vozimo z avtomobilom,

čakamo na vlak, avtobus, kadar samo poležavamo ali pa sanjarimo ne glede na čas. Med najpogostejšimi viri, s pomočjo katerih je prišlo do novih zamisli, so potrošniki, podjetja, distribucijske poti, vlada in država ter nenazadnje raziskave in razvoj.

Ideja je zamisel, ki se rodi inventorju sama od sebe ali ob nekem dogodku. Običajno se pojavi hitro, lahko pa hitro tudi izgine, zato ni najpomembnejši trenutek, ko nas nekaj navdahne, temveč poznejši trenutek, ko se te ideje zavemo in postanemo nanjo pozorni (Likar b. l.).

Potrošniki se lahko kot vir novih zamisli pojavijo na dva načina: lahko se jim ponudi možnost, da sami izrazijo svoje mnenje ter želje, ali vplivajo neformalno kot spremljanje potencialnih idej oz. potreb. Pri tem je potrebno paziti, da potencialno uspešna ideja, ki bi bila primerna za nov poslovni podvig, pokriva zadosten obseg trga, da imamo dovolj velik segment potencialnih odjemalcev, saj se nam v nov poslovni podvig ne splača vlagati, kadar bomo ta proizvod lahko prodajali samo lokalno majhnemu spektru odjemalcev.

Vir novih zamisli so lahko tudi podjetja kot taka, saj le-ta med sabo konkurirajo ter poskušajo čim bolj nadzorovati ter ocenjevati konkurenčne proizvode in storitve. Ocenjevanje in nadziranje konkurenčnih proizvodov pa vodita v to, da svoje proizvode in storitve, ki jih ponujamo na trgu, izboljšujemo, kar lahko privede do čisto novega proizvoda.

Distribucijske poti same po sebi niso vir novih zamisli, ampak so njen vir udeleženci torej distributerji oziroma posredniki, ki so zelo dobro seznanjeni s potrebami ter z zahtevami trga. Lahko predstavijo predloge kako izboljšati obstoječe proizvode ali dajo inspiracijo za povsem nove proizvode (Antončič 2002, 149).

Vlada in država lahko kot vir novih zamisli nastopata na dva načina. Ena možnost so registri patentnega urada, ki ponujajo številne možnosti za dostop do zbirk tehnoloških informacij ter predlogov za nove proizvode. Drug vir novih zamisli pa so določeni vladni predpisi, saj lahko nove zamisli nastanejo kot odgovor na te predpise. Primer: ko je vlada sprejela zakon o prepovedi kajenja v javnih prostorih, se je pojavilo veliko proizvajalcev, ki so ta predpis izkoristili kot tržno nišo in začeli proizvajati razne komore za kadilce, elektronske cigarete, ki jih je možno kaditi v prostorih, kjer je kajenje prepovedano itd.

Nenazadnje pa so tukaj podjetnikove raziskave in razvoj, za katere lahko rečemo, da so najboljše vir idej. Nanašajo se lahko na posameznikovo trenutno zaposlitev, kjer raziskuje v okviru njegove zaposlitve, ali pa so raziskave v sklopu malega »znanstvenika«, ki ustvarja v domačem laboratoriju.

3.2.2 Metode za porajanje novih zamisli

Do idej oz. novih zamisli lahko pridemo tudi načrtno z različnimi metodami za porajanje misli. Te se delijo na (Leitz 2004):

- tehnike asociacije,
- slikovne in analogne tehnike ter

- sistematično iskanje ideje.

Bistvo tehnike asociacije je asocialno iskanje rešitev. S to tehniko je mogoče razmišljati na različne načine in v različne smeri tako, da pridemo do različnih in novih kombinacij idej in rešitev. Najbolj značilna metoda asociacije je »viharjenje možganov«, ki je metoda za porajanje novih idej. Zanja je značilno, da je naloga natanko opredeljena, vsi člani pa morajo na glas podajati svoje predloge oz. ideje, ki jih vodja sproti zapisuje. Večino podanih predlogov je neuporabnih, vendar se pogosto pojavi tudi kakšen uporaben. Pri tej metodi je treba slediti naslednjim štirim pravilom:

1. prepovedana je vsakršna kritika kogarkoli v skupini – nobenih negativnih pripomb;
2. odprta je prosta pot – čim bolj divje so ideje, tem bolje;
3. zaželeno je kvantiteta idej – več idej je, večja je možnost, da se bo pojavila tudi kakšna uporabna;
4. odprta je možnost kombinacij in izboljšav idej – ideja enega se lahko uporabi za nastanek nove ideje drugega sodelujočega (Antončič 2002, 151).

Slikovne in analogne tehnike zahtevajo vizualizacijo problema vse do želene rešitve, kar dosežemo z analogijo besed, slik in idej, ki morajo biti do neke mere podobne problemu, na koncu pa morajo pripeljati do želene rešitve. Za to tehniko je značilna metoda »analiza popisanih problemov«, ki vključuje posameznike na način, ki je analogen žariščnim skupinam, njen namen pa je porajanje novih proizvodnih idej. Toda namesto da bi se metode porajale v njih samih, se potrošnikom priskrbi seznam problemov iz splošne proizvodne kategorije. Nato se jih prosi, naj prepoznajo in razpravljajo o proizvodih iz kategorije, pri kateri se pojavlja določen problem. Ta metoda je velikokrat učinkovita, kajti lažje je povezati znane proizvode z danimi problemi in po tej poti priti do nove proizvodne ideje, kot pa iz nič ustvariti povsem novo proizvodno idejo (Antončič 2002, 152).

Sistematično iskanje ideje se osredotoči na sistematičen način razmišljanja. Pri tej metodi poskuša vodja usmerjati razpravo tako, da se dani predlogi raziščejo, neuporabni pa zavržejo. Sodelujoče spodbuja, da poskušajo razmišljati v določeni smeri, s tem se začetni problem oži, dokler ne pridemo do končne oziroma uporabne rešitve.

Zavedati se moramo, da je dolga pot od ideje do uspešne tržne realizacije. Le majhen del idej gre uspešno skozi vsa sita, ki jih predstavljajo interni filtri v podjetju in na koncu še tisti bistveni – tržišče. Znano je, da le vsaka četrta tehnološka novost najde svoje mesto na tržišču, ostale propadejo, ali pa jih je potrebno spremeniti v taki meri, da jih tržišče sprejme. Pri mnogih proizvodih, ki so v osnovi preveč oddaljeni od dejanskih potreb tržišča, to ni možno. Ideje so sicer brezplačna dragocenost, vendar moramo biti do njih skrajno kritični. Pred odločitvijo o resničnem začetku inovacijskega projekta, ko začnejo stroški strmo naraščati, je potrebno skrbno preveriti vse dejavnike uspešnosti (Likar b. l.).

4 POSLOVNI NAČRT

Pri procesu ustvarjanja novega podjetja oziroma realizacije določene poslovne zamisli je ključnega pomena *poslovni načrt*. Na podlagi le-tega lažje ugotovimo in se odločimo, ali se v določeno poslovno zamisel splača investirati in razvijati posel obstoječega podjetja ali zapluti v podjetniške vode.

Poslovni načrt ima več funkcij. Osnovne so (Mrežni podjetniški inkubator v Pomurju b. l.):

- načrtovanje in usposabljanje podjetnika,
- stimuliranje investitorjev,
- informativna funkcija za uspešen proces,
- dokumentiranje za prane potrebe in
- kontroling kot način spremljave novih projektov.

4.1 Kaj je poslovni načrt?

Poslovni načrt je dokument, ki ga pripravi in zapiše podjetnik oziroma podjetniška skupina in vsebuje vse notranje in zunanje dejavnike, ki se nanašajo na začetek oziroma realizacijo poslovne zamisli, ki mora biti načrtovana za prvih tri do pet let poslovanja. Zajema podatke od finančnega, kadrovskega, proizvodnega in trženjskega vidika, do prodajnega vidika ter določene druge vidike. Predstavlja na nek način vodilo, lahko bi rekli tudi neke vrste »navigacijo«, na podlagi katere podjetnik ter ostali, ki so vključeni v poslovanje, v vsakem trenutku vedo, kje so in ali njihovo delovanje ustreza zastavljenemu načrtu.

Poslovni načrt mora odgovoriti na štiri ključna vprašanja:

- Kje sem v trenutku?
- Kaj je moj cilj?
- Katere aktivnosti moram storiti, da bi ta cilj dosegel?
- Koliko sredstev potrebujem za moje aktivnosti? (Vidic in drugi 2008, 8).

4.2 Kdo pripravi poslovni načrt?

Poslovni načrt pripravi podjetnik oziroma podjetniška skupina, ki sodelujejo pri poslu. Pogosto se posvetujejo s strokovnjaki različnih področij, kot so pravniki, računovodje, inženirji, tržni analitiki ter ostali. Pravniki lahko podjetniku pomagajo z odgovori na vprašanja, ki se nanašajo na zakonodajo, računovodje svetujejo in pomagajo pri pripravi bilance, tržni analitiki pomagajo pri pripravi tržne analize, inženirji se dotikajo vprašanj razvoja izdelka itd.

4.3 Kdo ga bere?

Poslovni načrt je namenjen vsem zunanjim ter notranjim udeležencem, skratka vsem, ki sodelujejo pri poslovnem procesu. Berejo ga lastniki, zaposleni, poslovni partnerji, stranke, nenazadnje tudi potencialni vlagatelji, bankirji ter lastniki tveganega kapitala, saj le-ti na podlagi poslovnega načrta odločijo, ali se splača investirati v določen posel. Ker je namenjen različnim skupinam, je zelo pomembno, da v njem zajamemo oz. opredelimo različne vidike, s katerimi zadovoljimo potrebe vseh bralcev.

4.4 Struktura poslovnega načrta

Poslovni načrt je sestavljen iz tem, ki predstavljajo vse vidike bodočega posla. Teme smo združili v naslednja poglavja:

1. povzetek za management,
2. opis podjetja,
3. izdelek ali storitev,
4. tržna analiza,
5. strategija in izvedba,
6. management,
7. finančni načrt (Vidic in drugi 2008, 9).

4.4.1 Povzetek za management

Četudi je povzetek poslovnega načrta na začetku, ga sestavimo oziroma napišemo na koncu, ko so vsi ostali deli že napisani. Potencialni vlagatelji, partnerji itd. najprej preberejo povzetek in se na osnovi le-tega odločijo, ali bodo poslovni načrt prebrali v celoti, zato je zelo pomembno, da so v njem napisani vsi ključni elementi, kot so vrsta posla, potrebne finance, predviden razvoj ter tržne možnosti, cilji podjetja, ključni dejavniki za uspeh itd., da bo za bralca razvidno, v kaj se sploh spušča. Pomembno pa je tudi, da so omenjeni elementi napisani tako, da bodo pritegnili pozornost bralca.

4.4.2 Opis podjetja

V poglavju opis podjetja je potrebno navesti vse bistvene elemente, ki opredeljujejo želeno podjetje.

Ti elementi so:

- pravno-organizacijska oblika,
- lastniki – družbeniki,
- deleži družbenikov oz. lastnikov,

- pristojnosti družbenikov glede vodenja in zastopanja,
- dejavnost podjetja,
- sedež podjetja, ipd. (Vidic in drugi 2008, 16).

4.4.3 Izdelek ali storitev

V tem poglavju moramo natanko in dodobra opisati izdelek, ki ga bomo proizvajali oziroma storitev, ki jo bomo izvajali. Opisati moramo najpomembnejše značilnosti izdelka, njegovo obliko, material, ceno, embalažo, proizvodne stroške, potrebno tehnologijo, distribucijo ipd. Pomembno je tudi navesti, katere koristi oziroma kakšno dodano vrednost ima izdelek oziroma storitev za kupca, katere potrebe zadovoljuje izdelek ali storitev, kako se izdelek razlikuje od ostalih izdelkov ali storitev, kakšne so možnosti razvoja izdelka ter na kratko opisati razloge, na podlagi katerih bi se kupec odločil za nakup tega izdelka.

4.4.4 Tržna analiza

Bistvo tega poglavja je, da v njem opišemo predhodno analizo trga, v katerem bomo nastopali s svojimi proizvodi oziroma storitvami. Opredeliti je potrebno segmente trga, na katere smo se osredotočili. Določiti moramo značilnosti naših potencialnih kupcev, kot so starost, izobrazba, njihova kupna moč, število ter nenazadnje opisati razloge, zakaj smo se osredotočili za tako segmentacijo trga. Potreben je tudi opis tržnih potreb, na podlagi katerih temelji naše segmentiranje trga, tržnih trendov ter ocene tržne rasti. Tukaj ne smemo pozabiti na opis panoge, kjer je potrebno analizirati značilnosti konkurence in ostalih ključnih udeležencev, kupne navade, delovanje distribucije ipd.

4.4.5 Strategija in izvedba

Opredeliti je potrebno vse strategije in taktike, na podlagi katerih bomo prišli do zelenih ter zastavljenih ciljev.

Trženjska strategija nam bo pomagala, da bomo proizvod ali storitev pravilno pozicionirali, kar pomeni, da bomo svoj izdelek ali storitev uskladili s potrebami ter cilji trga. Pomagala nam bo tudi tako, da bomo izdelku ali storitvi določili pravo ceno v sklopu cenovne strategije. Distribucijska strategija nam bo pomagala izbrati pravo distribucijsko pot. V sklopu promocijske strategije bomo znali delovati na način, da bodo informacije o podjetju prihajale do kupca, znali bomo uporabili ustrezna promocijska orodja, določiti stroške teh dejavnosti ipd.

V prodajni strategiji moramo opredeliti prodajne pristope, s katerimi bomo sklepali posle. Vse od aktivnosti, ki se nanašajo na pogajanja glede cen, dobav ipd., do aktivnosti, ki se nanašajo na vodenje prodajnih baz podatkov itn. Tu moramo opredeliti tudi ocenjeno ter načrtovano mesečno prodajo za vsak izdelek ali storitev za prvih nekaj let. Navesti moramo

tudi programe prodaje, v katerih opredelimo seznam določenih prodajnih aktivnosti, s katerimi bomo dosegli zastavljene cilje.

4.4.6 Management

Bistvo tega poglavja je, da opredelimo člane managerske ekipe, predstavimo in opišemo njihove funkcije ter naloge, znanja in izkušnje. Smiselno je, da opišemo tudi slabosti oz. šibke točke managementa ter določimo in definiramo dejavnosti, s katerimi bomo odpravljali le-te. V tem poglavju opredelimo tudi organizacijsko strukturo podjetja, iz katere je razvidno, katere naloge so ključnega pomena in kdo jih opravlja. Izbiramo lahko med funkcijsko, produktno, matrično, mešano in geografsko organizacijsko strukturo. Pomembna je tudi opredelitev seznama ostalega osebja zaposlenega v podjetju, plač zaposlenih, njihovih koristi ipd.

4.4.7 Finančni načrt

Finančni načrt je najpomembnejši del poslovnega načrta. Preko njega potencialni investitorji ugotavljajo donosnost posla, podjetnik pa predvideva delovanje podjetja z različnih finančnih vidikov, kot so: prihodki, stroški in izkaz uspeha, ki iz njih izhajajo, zagotavljanje sredstev torej bilance stanja za posamezna obdobja, likvidnost podjetja, možna finančna tveganja ipd. (Vidic in drugi 2008, 87).

Podjetnik oz. podjetniška skupina lahko finančni načrt uporabljajo za kontrolo poslovanja tako, da ugotovijo, kakšno je trenutno stanje in ga primerjajo s stanjem, ki bi moralo biti oziroma je bilo zeleno.

Ključni pomen tega poglavja je opredelitev finančnih in poslovnih kazalnikov, na podlagi katerih lahko podjetnik ugotovi možnosti za izboljšavo poslovanja ter opredelitev izkaza uspeha v katerem opredelimo vse prihodke in odhodke ter ugotovimo njihovo razliko, ki pa je lahko dobiček ali izguba. Določitev analize tveganj v tem poglavju je smiselna, saj nam pokaže tveganja, ki bi jim lahko bilo podjetje izpostavljeno. Smiselno je tudi opredeliti točko preloma, ki nam pokaže, kdaj oziroma v kateri točki postane poslovanje podjetja dobičkonosno. Nenazadnje je pomembna tudi opredelitev bilance stanja, ki jo pripravimo na začetku poslovanja, naslednjo pa šele ob koncu poslovnega leta.

Do sedaj je bilo govora o podjetništvu nasploh, v nadaljevanju naloge pa se bom ukvarjal z določenimi deli poslovnega načrta za podjetje, ki se bo ukvarjalo s proizvodnjo biodiesla. Z njimi bi rad pokazal upravičenost investicije v projekt, ki ga bo podjetje uporabilo za svoj razvoj, saj je ključnega pomena, če hoče biti konkurenčno ter preživeti na trgu.

5 RAZVOJNI PROCES

Podjetja, ki v času svojega poslovanja ne vlagajo oziroma ne investirajo dobička v podjetja, se pravi v tehnološko posodobitev, inovacije, raziskavo trga ipd., izgubljajo konkurenčni boj, saj jih konkurenca prekaša v vseh teh vidikih, kar vodi v upad poslovanja, v najhujšem primeru celo v likvidacijo ter propad podjetja. Razvoj je nujno potreben na področju vseh elementov podjetja ter je v celoti povezan z investicijami v vse materialne in nematerialne dejavnike.

Kvalitativno in kvantitativno spreminjanje podjetja, imenovano razvoj in rast podjetja, je torej njegova objektivna nujnost in prisila izhajajoča iz želje in odločitve po obstajanju takega ali drugačnega podjetja. Iskanje strateških možnosti podjetja je zato iskanje možnosti za njegov razvoj in/ali rast. (Belak 1993, 162).

5.1 Razvojna politika organizacije

Razvojna politika organizacije obsega izkoriščanje temeljnih zmožnosti podjetja ter snovanje novih zmožnosti. Obsega predvsem razvojne cilje, ki izhajajo iz smotrov ter vse preostale elemente, ki skrbijo za učinkovito ter uspešno doseganje le-teh. Uresničevanje razvojnih ciljev je skoraj nujen vsakdan, da bi podjetje lahko dosegalo in ohranjalo konkurenčno prednost.

Primerni razvojni cilji za učinkovito uresničevanje naj bi bili:

- *merljivi*: le doseganje merljivih ciljev daje zadovoljstvo nad dosežkom; merljivost je prvi pogoj za obvladovanje organizacije – česar ne moremo meriti, tega ne moremo obvladati;
- *dosegljivi*: ljudje se zavzemamo le za realne, dosegljive cilje, nedosegljivi niso privlačni;
- *spodbudni*: ljudje se zavzemamo za cilje, ki nam obetajo tudi izpolnjevanje naših interesov;
- *usklajeni*: smotri in cilji tvorijo hierarhijo; podrejeni cilji morajo biti v skladu z nadrejenimi (Biloslavo 2006, 172).

Da bi lahko razvojne cilje učinkovito in uspešno dosegali, moramo poskrbeti, da ima vsak ustrezno razvojno strategijo, ki pa mora biti v skladu z razvojno politiko podjetja.

Podjetje potrebuje za uspešen razvoj usklajen proces, kar pomeni, da mora uskladiti vse trde dejavnike, kamor spadajo strukture podjetja, pa tudi vse mehke dejavnike, med katere spadajo njegove strategije.

Poudariti je potrebno, da razvoj podjetja ni merljiv le z opazovanjem kvantitativnih veličin (prodaje, števila zaposlenih itd.) ter njihovega časovnega spreminjanja, temveč je

Razvojni proces

merljiv predvsem z analizo količine koristi, ki jih je podjetje ustvarilo za udeležence ter pozicijo, ki jo ima podjetje nasproti drugim, konkurenčnim podjetjem.

Razvoj podjetja je torej njegova življenjska nuja, brez razvoja ni obstoja in ni življenja. Obstojanje podjetja, njegova uspešnost, razvoj in rast pa služijo večanju blagostanj vseh njegovih (notranjih in zunanjih) udeležencev (Duh 2002, 34).

6 ALTERNATIVNI VIRI ENERGIJE

V nadaljevanju se bom ukvarjal s podjetjem, ki bo proizvajalo biodiesel, zato bom v poglavju opredelil alternativna goriva, med katere spada tudi biodiesel.

Sodobna civilizacija v kateri živimo, je v veliki meri odvisna od najrazličnejših virov energije. Energijo potrebujemo za ogrevanje stanovanja, kuhanje, prevoz na delovno mesto ipd. Če razmislimo, brez najrazličnejših virov energije dandanes ne moramo niti proizvesti surovin za proizvodnjo hrane, kaj šele da bi jih pripeljali v predelovalno tovarno, jih tam predelali in proizvedli končni produkt, ki ga je potrebno pripeljati v trgovine in ga prodajati. Nenazadnje so tudi trgovine velik porabnik energije. Če upoštevamo vse naštetu, lahko ugotovimo, da brez najrazličnejših virov energije dandanes nismo sposobni več niti preživeti.

Zaloge tradicionalnih virov energije, kot so nafta, premog, zemeljski plin, postopoma upadajo. Problem teh surovin je tudi v tem, da ne bo mogoče zadovoljiti naraščajočega povpraševanja po njih, saj ne bo mogoče tako hitro proizvajati tolikšne količine, kolikšno bo povpraševanje. Predvsem pa je problem v njihovih emisijah oz. njihovem onesnaževanju okolja ter višanju cen, kar pa slabo vpliva na plačilno bilanco.

Rešitev teh problemov predstavljajo alternativni viri energije. Med najpomembnejše spadajo predvsem biogoriva (biodiesel, bioetanol ...), vetrne turbine, sončne celice, geotermična energija, vodna energija, vodik ipd.

V svoji nalogi se bom osredotočil na alternativna goriva oz. biogoriva ter opredelil predvsem biodiesel.

6.1 Kaj so alternativna goriva?

Alternativna goriva so predelane in sortirane odpadne snovi, ki so zaradi svoje energijske vrednosti primerne za delno zamenjavo klasičnih tj. fosilnih goriv (nafte, zemeljskega plina, premoga). Odpadki, ki se uporabljajo kot alternativna goriva, niso mešani komunalni odpadki ali podobno; kot alternativno gorivo se lahko uporabljajo le določene vrste predelanih in sortiranih odpadkov (Alternativna goriva v cementarni Lafarge b. 1.).

6.2 Zakaj jih potrebujemo?

Z namenom, da bi zmanjšali količine toplogrednih plinov ter emisij tradicionalnih virov energije, kar tudi določa in spodbuja EU, je primerna uporaba alternativnih goriv. Z njimi se zmanjšuje tudi odvisnost od tradicionalnih virov energije, katerih zaloga počasi zmanjkuje, cena pa vedno bolj narašča.

Okoljevarstvene prednosti biogoriv (VDB b. 1.):

- pri izgorevanju se izloči približno toliko CO₂, kolikor se ga pri rasti veže;
- emisije ogljikovodika in ogljikomonoksida so očitno nižje kot pri fosilnih gorivih;
- v primeru nesreče se biodiesel in bioetanol biološko razgrajata.

Za zmanjšanje količine odpadkov lahko kot alternativno gorivo uporabimo tudi odpadke, ki bi se v naravi razgrajali več let, če ne celo desetletij. S tem zmanjšamo količine odpadkov v naravi ter toplogrednih plinov. Lahko rečemo, da s tem ubijemo dve muhi na en mah, saj z recikliranjem odpadkov dobimo energijo in ne porabljamo dodatnih virov energije ter s tem zmanjšamo količino toplogrednih plinov, posledično pa se zmanjšuje tudi količina odpadkov.

6.3 Biodiesel in njegove značilnosti

Biodiesel je v bistvo gorivo, ki je nadomestek za dizelsko fosilno gorivo. Pridobivamo ga iz bioloških virov. Čeprav je pridobljen iz bioloških virov in ga lahko uporabimo direktno za pogon dizelskih motorjev, se bistveno razlikuje od svežega rastlinskega olja (Straight Vegetable Oil – SVO) ali odpadnih rastlinskih olj (Waste Vegetable Oil – WVO), ki se uporablja tudi v nekaterih modificiranih dizelskih motorjih (Seminar Alternativna goriva v Sloveniji 2006, 15).

Pridobivamo ga iz bioloških virov iz rastlinskih olj, najpogosteje iz oljčne repice ali drugih rastlin. Možno ga je pridobivati tudi iz sekundarnih virov torej iz odpadnih in recikliranih olj ter masti. Četudi je pridelan iz rastlinskih olj, ima zelo dobre lastnosti in ga lahko brez kakršnih koli pomislekov primerjamo s fosilnimi olji.

Spodnja slika prikazuje, da nastane v primeru setve tri do štiri kilogramov semen oljčne repice na hektar, iz 3.600 kg pridelka oljčne repice pridobijo torej 1.600 litrov repičnega olja oziroma biodiesla.

Slika 6.1: Proizvodnja oljčne repice



Vir: Bockey 2007, 5.

6.4 Zakaj uporabljati biodiesel?

Deset priporočil za uporabo biodizla (VDB, *Zehn Botschaften zum Thema Biodiesel*):

- Pomeni aktivno klimatsko zaščito: točiti biodiesel pomeni varovati okolje z dobrimi izpušnimi vrednostmi. Ima nizko vrednost proizvodnje ogljikovega monoksida in ne vsebuje žvepla. Z njegovo uporabo se zmanjša tudi količina saj.
- Viša kvaliteto okolja in življenja: V nasprotju s fosilnim dieslom je biološko razgradljiv.
- Varuje resurse: fosilni resursi so omejeni. Eksperti so mnenja, da bodo fosilna goriva že v letu 2050 zadovoljila le 50 % povpraševanja po njih. Takrat pride v igro biodiesel, ki varuje zaloge fosilnih goriv, saj ga pridelujejo iz obnovljivih ter sekundarnih virov.
- Varuje denarnico: veliko razlogov govori v dobro biodieslu, med drugim tudi ekonomski razlogi.
- Z biodieslom pride kvaliteta v tank: biogoriva imajo možnost preživeti na trgu le v primeru enake kvalitete, kot jo imajo tradicionalna goriva. Biodiesel varuje motor s svojimi naravnimi značilnostmi, ima zelo dobro mazilno sposobnost ter ostale odlične sposobnosti.
- Uporabljamo ga enostavno in praktično: v vsak dizelski avtomobil lahko točimo biodiesel. Vendar mora uporabnik pred točenjem čistega biodiesla v navodilih proizvajalca preveriti, če ima njegov tip avtomobila to možnost. V primeru da ima, lahko lastnik avtomobila toči čisti biodiesel ali pa kakršno koli kombinacijo biodiesla s fosilnim dieslom.
- Biodiesel pomeni High-Tech: je visoko tehnološko gorivo, ki zadovoljuje vse zahteve modernega goriva. Med te zahteve spadata moč in kvaliteta. Brez vsakršnih problemov se lahko uporablja v motorjih nove generacije. Da pa je lahko konkurenčen ostalim tehnološkim novostim, se neprestano in sprotno izvajajo raziskave.
- Biodiesel nosi odgovornost za bodoče generacije na področju varovanja resursov, okolje varstva in socialne pravičnosti. Vpliva na zagotavljanje dobave energije v bodočnosti ter s svojimi lastnosti deluje nasproti klimatskim spremembam.
- Tudi v prihodnosti bo zanesljiv vir energije: proizvodnja ter zaloge biodiesla neprestano ter nadpovprečno naraščajo. Današnja letna proizvodnja obsega daleč preko 1. mio. ton.
- Biodiesel nudi gospodarske prednosti: njegova uporaba ima prednosti na vseh gospodarskih področjih. Tla in vode so zaradi manjših emisij manj umazana, posledično temu pa so tudi nižji stroški vzdrževanja le-teh. Proizvodnja biodizla nudi tudi prosta delovna mesta, nenazadnje pomeni tudi prihodke v obliki davkov v državni proračun, ki se nato namenijo za socialne pomoči, pokojnine, torej za socialno blaginjo ljudi.

Alternativni viri energije

Kako je z biodieslom v praksi, pa bom več zapisal v naslednjem poglavju, kjer bom opredelil podjetje, ki se bo ukvarjalo z njegovo proizvodnjo.

7 TOVARNA ZA PROIZVODNJO BIODIESLA

7.1 Uvodna obrazložitev

EKO – Nafta, d. o. o. mora kot samostojna družba v skladu z razvojno strategijo krovne družbe Nafta Lendava, d. o. o. in v okviru svojih razvojnih načrtov skrbeti za strateški razvoj v okviru kapitalskih naložb, če želi povečati produktivnost, konkurenčnost, učinkovitost ipd. Ena izmed prvih naložb nove družbe naj bi bila naložba v investicijo tovarne za proizvodnjo biodizelskega goriva.

Lastnik podpira vsako strateško odločitev družbe Nafta Lendava, d. o. o., v tem primeru tudi odločitev njene hčerinske družbe, če bo ta prispevala k razvoju in s tem izboljšanju poslovanja omenjene hčerinske firme.

Proizvodnja biodizelskega goriva je po zadnji spremembi zakona o trošarinah in po vzgledu evropskih držav, ki ta proizvod že dajejo na trg, oproščena trošarine, tako da rentabilnost proizvodnje s tega zornega kota ne bo vprašljiva.

S predinvesticijsko zasnovano, ki je že bila izdelana, je bila preverjena tržna, tehnološka in ekonomska upravičenost omenjene naložbe pod pogoji oprostitve dajatev, vezanih na maržo in DDV.

Na podlagi analize razvoja projekta biodiesel sem ugotovil, da je njegova realizacija na dobri poti, saj sta, kot že rečeno, podjetji skupno ustanovili podjetje Nafta Biodiesel d. o. o. Projekti za izgradnjo tovarne za proizvodnjo biodiesla zaradi določenih težav vse do sedaj niso bili dokončani. Med tem časom je na trgu biodiesla prišlo do velikih sprememb, kar zahteva revizijo oz. posodobitev določenih postavk poslovnega načrta, kar bom uporabil v opredelitvi v nadaljevanju.

7.2 Analiza razvojnih možnosti in sposobnosti

Ker podjetje EKO – Nafta, d. o. o. samo ni sposobno izvesti investicije v proizvodnjo tovarne za proizvodnjo biodiesla, si je posledično našlo strateškega partnerja CMB Maschinenbau & Handels GmbH.

Za potrebe investicije v novo tovarno za proizvodnjo biodizelskega goriva zmogljivosti 60.000 t/a biodizelskega goriva sta družbi EKO – Nafta, d. o. o. in CMB Maschinenbau & Handels GmbH (hčerinska družba JCH GmbH iz Gradca - Avstrija) ustanovili mešano družbo Nafta Biodizel, d. o. o.

Vsaka je v ustanovitveni kapital vložila svoj delež, in sicer EKO – Nafta, d. o. o. 75 % in CMB Maschinenbau & Handels GmbH 25 %.

Za ustanovitev mešane družbe Nafta Biodizel, d. o. o. je EKO – Nafta, d. o. o. vložila stvarni vložek v obliki zemljišča in ostalih infrastrukturnih objektov (rezervoarji, polnišča, cevovodi ...), na katerem se bo nova tovarna za proizvodnjo biodizelskega goriva skupaj z vsemi infrastrukturnimi objekti tudi zgradila.

Prav tako pa je tudi družba CMB Maschinenbau & Handels GmbH do višine 25 % vrednosti stvarnega vložka dokapitalizirala novoustanovljeno družbo.

7.2.1 EKO – Nafta, d. o. o.

Analiza poslovanja družbe EKO – Nafta, d. o. o.

Družba je prevzela okrnjeno poslovno dejavnost bivšega sektorja Rafinerija. Zaradi nedelujoče Rafinerije in odprodaje donosnega rezervoarskega prostora je bila družba primorana ekonomično izkoristiti preostali razpoložljivi tehnični in kadrovski potencial družbe, izvesti potrebne prilagoditve za usposobitev tehnologije, najti tržne niše, razviti nove izdelke in storitve ter pričeti z novimi dejavnostmi.

Družba posluje v vseh letih delovanja pozitivno kljub temu, da ob ustanovitvi ni imela utečenega poslovnega programa. Prihodki se iz leta v leto povečujejo. Rast je počasna, saj je družba v letu 2004 pričela z novima dejavnostma (prodaja naftnih derivatov in informacijske storitve) in vstopila na trg z močno konkurenco. Poslovanje družbe je stabilno, prav tako izpolnjuje vse zahteve v skladu z Zakonom o finančnem poslovanju družbe.

7.2.2 J. Christof GmbH

J. Christof GmbH je družinsko podjetje, ki je nastalo pred 30-imi leti. Skozi leta je J. Christof GmbH ustanovil pet hčerinskih podjetij, ki tvorijo skupaj z JCH skupino Christof (Christof Group). Ustanovitve posameznih podjetij so bile naslednje:

- leta 1995 ustanovitev CMB Maschinenbau / Handels GmbH,
- leta 1996 ustanovitev RIA Rohr und Industriebau GmbH,
- leta 1998 ustanovitev PMS Elektrotechnik GmbH,
- leta 1999 pripojitev podjetja Rohrbau Graz Rohr und Anlagenbau GmbH,
- leta 1999 pripojitev podjetja ACE Apparatebau Construction & Engineering GmbH.

V prilogi se nahaja izkaz poslovnega izida podjetja, ki je povzet po (Žerjav in drugi 2006, 18).

8 TRŽNA ANALIZA

8.1 Evropska direktiva za biogoriva

Zaradi prometa nastane v EU okrog 21 % vseh emisij toplogrednih plinov, ki prispevajo h globalnemu segrevanju, odstotek pa še vedno narašča. Za doseganje trajnostnih ciljev, zlasti za zmanjševanje emisij toplogrednih plinov, kakor je bilo dogovorjeno s kjotskim protokolom, je bistveno, da se najdejo načini za zmanjšanje emisij od prometa. To pa ni edina naloga. Skoraj vsa energija, ki se uporabi v prometnem sektorju EU, je proizvedena iz nafte. Trenutne naftne rezerve so količinsko omejene in se nahajajo le v nekaterih delih sveta. Nove rezerve obstajajo, vendar jih bo večinoma težje izkoriščati. Zavarovanje oskrbe z energijo za prihodnost zato ni samo vprašanje zmanjšanja odvisnosti od uvoza, ampak poziv k širšemu obsegu političnih pobud, vključno z razvejanostjo virov in tehnologij. V EU je bilo na tem področju sprejetih že več ukrepov. Proizvajalci vozil razvijajo nove, čistejše in bolj energetske modele ter nove zamisli. Prizadevajo si tudi za izboljšanje javnega prevoza in spodbujanje uporabe okolju prijaznih načinov prevoza. Potrebna pa so še nadaljnja prizadevanja, da se zmanjša količina energije, ki se uporablja za promet (Žerjav in drugi 2006, 20).

Države v razvoju se v zvezi z energijo za promet soočajo s podobnimi in celo večjimi izzivi: višanje cen nafte slabo vpliva na bilanco plačil, zanašanje na uvožena fosilna goriva pomeni ranljivost, soočajo se z izzivom zmanjševanja emisij toplogrednih plinov. Osrednjo vlogo, ki jo ima energetska politika pri reševanju izzivov, s katerimi se srečuje EU zaradi globalizacije, so potrdili vodje držav in vlad Unije na neformalnem vrhu v Hampton Courtu oktobra 2005, kjer je bila komisija pozvana, da pripravi predloge za razvoj okrepljene evropske energetske politike. Eden izmed pomembnih elementov takega pristopa bi bili načini za obravnavo prevelike evropske odvisnosti od uvožene nafte in plina ter načini za razvoj usklajenega pristopa, ki temelji na čvrsti ekonomski, okoljski in socialni presoji vpliva, kako postopoma zmanjšati to odvisnost (Žerjav in drugi 2006, 20).

Da bi se količina nastajanja toplogrednih plinov zmanjšala, je EU leta 2003 sprejela Evropsko direktivo o biogorivih (2003/30/EC). Cilj le-te je bistveno povečanje uporabe biogoriv v transportu predvsem pa v cestnem prometu. Države članice morajo zagotoviti referenčne vrednosti do leta 2010, ki obsegajo 5,75 odstotka biogoriv v skupni porabi fosilnih goriv, ki se porabijo v transportnem sektorju.

Tabela 8.1: Minimalne količine prodanih biogoriv kot odstotek prodanih bencinov in dizelskega goriva

Leto	(%)
2005	2
2006	2,75
2007	3,5
2008	4,25
2009	5
2010	5,75

Vir: Žerjav in drugi 2006, 20.

8.2 Proizvodnja

V Sloveniji so trenutno tri obratujoče naprave za proizvodnjo biodiesla, in sicer:

- Gančani – 3.000 ton,
- Rače – 8.000 ton,
- Kranj – 5.000 ton.

Ocenjena skupna zmogljivost vseh treh naprav znaša 16.000 biodiesla na leto. V vseh treh primerih gre za neke vrste pilotno proizvodnjo. Resne proizvodnje biodiesla v Sloveniji še ni.

Poleg omenjenih obstoječih naprav je po Sloveniji še kar nekaj idej o vzpostavitvi proizvodnje biodiesla, in sicer v:

- Kopru,
- Brežicah,
- Lendavi.

8.3 Surovine

Za proizvodnjo biodizelskega goriva se kot osnovne surovine uporabljajo olja rastlinskega in maščobe organskega izvora. Kot osnovno surovino lahko uporabljamo olje oljne ogrščice, sojo, ostale vrste olj (sončnično, arašidovo, oljčno, palmno ...), odpadna jedilna olja in odpadne živalske maščobe. V največji meri izdelujejo biodizelsko gorivo iz olja oljne ogrščice, soje in ostalih oljnic, sledijo odpadna jedilna olja in živalske maščobe (uporaba odpadnih jedilnih olj in maščob je v zelo majhni meri).

8.4 Nabavni trg

Za proizvodnjo biodizelskega goriva v Lendavi se predvideva uporaba različnih vrst rastlinskih olj v različnih razmerjih. Za potrebe izračuna ekonomike projekta je predvideno naslednje razmerje surovin:

Tabela 8.2: Sestava surovinske baze

SUROVINA	KOLIČINA (T)	ODSTOTEK
OLJE OLJNE OGRŠČICE	40.000	67
SONČNIČNO OLJE	10.000	16
ODPADNO JEDILNO OLJE	3.000	5
DRUGE VRSTE OLJ (SOJINO IN PALMOVO OLJE)	7.000	12

Vir: Žerjav in drugi 2006, 38.

Seveda zgoraj definiran delež posameznih vrst rastlinskih olj ne pomeni, da predvidena tovarna ne bi bila sposobna proizvajati biodizelskega goriva tudi iz drugačne surovinske sestave.

8.4.1 Nabavni trg olja oljne ogrščice

Tovarna biodiesla v Lendavi bo olje oljne ogrščice nabavljala iz dveh virov:

- iz Slovenije in
- uvoza (Madžarska, Romunija, Ukrajina in tudi iz »tretjih dežel«)

Slovenija

Pogoji za pridelovanje oljne ogrščice pri nas so dobri, s tem pa tudi možnosti za doseganje dobrih pridelkov (klima, tla, kolobar).

Iz analize prostih kmetijskih zemljišč, ki bi bile primerne za proizvodnjo oljne ogrščice v severovzhodnem delu Slovenije, iz leta 2000 izhaja, da bi bilo realno mogoče zagotoviti cca. 9.000 ha zemlje. Zagotovljene količine omogočajo proizvodnjo oljne ogrščice v višini 25.200 ton semena oz. 10.332 t olja oljne ogrščice, kar pa znaša 25 odstotkov potreb po olju oljne ogrščice. Pri tem je upoštevana predpostavka, da bo celotna proizvodnja olja oljne ogrščice odkupljena za potrebe proizvodnje biodiesla v Lendavi in ne bo izgrajenih dodatnih kapacitet

za njegovo proizvodnjo. Obstoječe kapacitete, ki imajo nizko proizvodnjo (Mioza Gančani, Oljarica ...), pa bodo dolgoročno prisiljene zapirati svojo proizvodnjo zaradi nedoseganja kvalitete v skladu s standardi in neekonomičnosti majhne proizvodnje (Žerjav in drugi 2006, 38).

Zagotovitev predvidenih količin bo potekala preko pogodbenega odnosa s kmetijskimi gospodarstvi, zadrugi in neposrednimi pridelovalci.

Uvoz

V prvem letu delovanja tovarne biodiesla v Lendavi je predviden uvoz cca. 37.000 t olja oljne ogrščice, v drugem cca. 34.000 t, v nadaljnjih letih pa bi se potreben uvoz ustalil pri cca. 30.000 tonah olja oljne ogrščice.

Pri uvozu olja oljne ogrščice bo tovarna biodiesla v Lendavi uporabljala nabavne in logistične poti, ki jih ima podjetje Cristof Group že vzpostavljene. Ob tem se bo nabavljalo izključno samo olje, saj Slovenija nima zadostnih kapacitet za predelavo (stiskanje) semen, prav tako ni zadostnega odjema t.i. pogač, ki nastanejo pri njegovem stiskanju.

Kot dobavna pariteta se predvideva uporaba sredozemskih in severnomorskih luk ter transport po železnici do Lendave. V primeru dobave iz vzhodnoevropskih držav pa se predvideva nabava po železnici (Žerjav in drugi 2006, 39).

8.4.2 Nabavni trg sončničnega olja

V skupni surovinski osnovi predstavlja sončnično olje 16,6 odstotkov in je pomembno iz vidika zagotavljanja dobrih nizko temperaturnih lastnosti biodiesla.

Klimatski pogoji za pridelovanje sončnic v Sloveniji so ugodni, vendar bi povečana pridelava sončnic (predvsem v kolobarju) z upoštevanjem razpoložljivih obdelovalnih površin pomenila zmanjšano pridelavo oljne ogrščice. Ob upoštevanju dejstva, da je hektarski donos oljne ogrščice večji kot pa sončnic, se predvideva, da se bodo pridelovalci rajši odločali za oljno ogrščico oz. bodo pripravljene pridelovati sončnice ob zagotovljeni višji odkupni ceni.

Glede na trenutno in predvideno bodočo domačo proizvodnjo se predvideva uvoz celotne količine sončničnega olja predvsem iz madžarskega trga. Pri uvozu se bodo uporabile nabavne in logistične poti kot pri olju oljne ogrščice.

8.4.3 Ostale vrste olj

Ostale vrste olj zavzemajo v skupni surovinski bazi 12 odstotkov. Njihova nabava se bo vršila v skladu z razpoložljivostjo in ceno. Potekala bo preko pristanišč, saj se večji del ostalih vrst olj pridelava v prekomorskih državah.

Nabavni trg odpadnega jedilnega olja

V prehrani uporabljamo jedilna olja, ki so rastlinskega izvora in so najpogosteje proizvedena iz sončničnih semen, koruznih kalčkov, oliv, bučnih semen, soje, palmovega olja.

V Sloveniji se največ uporablja belo olje iz sončničnih semen in koruznih kalčkov ter v manjši meri oljčno olje in olje iz bučnih semen. Porabnike jedilnega olja je mogoče, glede na njihovo porabo, razdeliti v tri skupine:

- veliki porabniki, v katere spadajo predvsem hoteli, velike restavracije in veliki pripravljavci hrane (menze, Mc Donald's ...),
- srednje veliki porabniki, v katere spadajo manjše restavracije, gostilne, penzionari, šolske menze, kioski za pripravo hitre hrane ... in
- majhni porabniki, v katere spadajo individualni porabniki (povzeto po Žerjav in drugi 2006, 40).

Potencialne količine za proizvodnjo biodizelskega goriva

S telefonsko tržno raziskavo, ki jo je opravilo podjetje in je zajela 85 anketirancev po celotni Sloveniji, ki imajo pri svoji dejavnosti večje količine odpadnega jedilnega olja, so ugotovili, kako rešujejo problem odpadnega jedilnega olja.

Individualni porabniki v večini primerov odpadno jedilno olje zlijejo v kanalizacijo, tisti, ki redijo živino in perutnino, pa ga uporabijo kot hrano za živali.

Večina velikih in srednje velikih porabnikov (96 %) zbira odpadno jedilno olje. Povprečna letna količina odpadnega olja pri velikih porabnikih se giblje med štirimi in sedmimi tonami (nekateri imajo tudi večje količine, npr. posamezna restavracija Mc Donald's ima letno 13 ton), pri srednje velikih porabnikih pa med 400 in 700 kilogrami.

Opadno olje zbirajo v različne posode – plastenke, sode, večji porabniki pa imajo tudi večje rezervoarje (od 500 do 1.500 litrov).

V primeru da bi bilo organizirano zbiranje odpadnega jedilnega olja, so vsi anketiranci izjavili, da bi pristopili k organiziranemu zbiranju, ki pa jim ne bi smelo povzročati dodatnih stroškov (zbiranje olja bi moralo biti zastonj oz. bi bilo potrebno za odpadno olje plačati).

Možnih načinov zbiranja odpadnih olj je seveda več. Vsekakor bo potrebno pri njihovem izvoru (v restavracijah, gostilnah in drugih večjih ter manjših porabnikih olj) postaviti ustrezne embalaže, kamor se bodo zbirala. Prav tako bo potrebno poskrbeti za njihov sprotni odvoz v posamezne lokalne centre, od koder se bodo večje količine transportirale v Lendavo, kjer se bo vršila predpriprava za predelavo.

Sistem oz. koncept zbiranja odpadnih jedilnih olj bo vzpostavljen regionalno tako, da jih bo v posameznih lokalnih centrih posamezno komunalno podjetje ali kakšno drugo podjetje, s katerim bo Nafta Lendava, d. o. o. podpisala ustrezno pogodbo o sodelovanju in bo imelo ustrezno dovoljenje za zbiranje odpadnih jedilnih olj, zbiralo v svojem centru, od koder se bodo tedensko ali mesečno, odvisno seveda od količin, z avtociisternami transportirala v Lendavo.

V prvi fazi bosta takšna centra samo dva (Ljubljana, Murska Sobota), s svojim zbiranjem olj pa bosta pokrivala večji del Slovenije. V naslednjih fazah bo verjetno smiselno vzpostaviti

še vsaj dva takšna centra: enega na Primorskem in drugega na Štajerskem (v Celju ali Mariboru).

Viri surovih rastlinskih olj

Za namen realizacije projekta so z nekaterimi družbami v tujini že potekali dogovori z namenom oskrbe nove tovarne za proizvodnjo biodizelskega goriva v Lendavi.

Tabela 8.3: Viri surovih rastlinskih olj

POSLOVNI PARTNER	VRSTA SUROVINE	KOLIČINA (T)
ENVIROCHEM KFT. MADŽARSKA	OLJE OLJNE OGRŠČICE	15.000
ENVIROCHEM KFT. MADŽARSKA	SOJINO OLJE	5.000
ENVIROCHEM KFT. MADŽARSKA	SONČNIČNO OLJE	5.000
SLOROM S.R.L. ROMUNIJA	OLJE OLJNE OGRŠČICE	10.000
RESOLUTION LTD. V. BRITANIJA	OLJE OLJNE OGRŠČICE	MIN 30.000
YUGRUSI RUSIJA	SONČNIČNO OLJE	10.000
SKUPAJ		75.000

Vir: Žerjav in drugi 2006, 43.

8.5 Prodajni trg biodizelskega goriva

8.5.1 Potencialni prodajni trg

Biodizelsko gorivo je zaradi njegovega značaja možno prodajati na različne načine. Najpogostejše načine prodaje lahko razdelimo v naslednje skupine:

- mešanje k mineralnemu dizelskemu gorivu – prodaja podjetjem, ki se ukvarjajo z maloprodajo naftnih derivatov,
- prodaja uporabnikom v kmetijstvu in
- prodaja ciljnim porabnikom.

Mešanje k mineralnemu dizelskemu gorivu

Gre za koncept uporabe biodizelskega goriva, ki ga je ubrala Evropska unija. V največjih evropskih proizvajalkah biodiesla namreč največji del biodizelskega goriva primešajo k mineralnemu dizelskemu gorivu, in sicer v višini 5 % v/v.

Biodieselsko gorivo v Sloveniji od 1. 5. 2004 (z vstopom v EU) ni več obremenjeno s trošarino, kar seveda bistveno izboljšuje konkurenčnost tega goriva.

Prodaja uporabnikom v kmetijstvu

Biodieselsko gorivo se lahko uporablja v kmetijstvu kot gorivo za pogon različnih delovnih strojev, ki jih kmetje uporabljajo pri vsakodnevnih opravilih.

Tabela 8.4: Poraba energentov v kmetijstvu, povzeto po Brumec 1993:

	Merska enota	1990	1995	1997	1998	1999	2000	2001
Dieselsko gorivo	t	10.053	6.391	6.101	4.112	3.977	3.876	3.645
Motorni bencin	t	1.088	647	436	439	346	273	335
Kurilno olje srednje	t	2.542	1.958	2.254	2.518	891	496	328
Olje, mazivno	t	358	163	107	116	193	88	52
Električna energija	1000 kWh	58.463	54.577	53.479	43.407	42.172	39.827	35.448

Vir: Žerjav in drugi 2006, 44.

Kot je razvidno iz tabele, se je poraba dizelskega goriva v kmetijstvu glede na leta 1990, 1995 in 1997 močno zmanjšala. Glavni razlog za več kot prepolovljeno porabo dizelskega goriva je vsekakor v zmanjšanem obsegu kmetovanja v Sloveniji.

Prodaja ciljnim porabnikom

Gre za pomemben delež porabnikov, ki bodo zaradi takšnih ali drugačnih razlogov (moralnih, osveščenosti za čistejšo okolje, zakonskih) prisiljeni uporabljati omenjeno gorivo. Takšni porabniki so lahko mestni avtobusni promet, transportna podjetja in taksisti.

K ciljnim porabnikom uvrščamo tudi omejena področja, kjer je uporaba biodizelskega goriva zaradi varovanja okolja zaželeno. Takšna področja so:

- vodovarstvena in varstvena področja,
- nacionalni parki,
- področja izkopavanja gramoza,
- smučarska območja in
- številna druga področja, kjer se uveljavlja oz. zahteva posebno varstvo okolja.

Poleg omenjenih območij je EU sprejela dogovor, da bo za ukvarjanje z biokmetijstvom eden od pogojev uporaba izključno biodizelskega goriva za vse mehanizacijske posege na področju pridelave biokmetijskih pridelkov.

Potrebe po biodizelskem gorivu v Sloveniji

Za oceno vrednosti deleža biogoriv v dizelskih gorivih do 31. 12. 2010 je Republika Slovenija prevzela referenčne vrednosti biogoriv iz direktive EU 2003/30/EC.

Tabela 8.5: Predvidene vrednosti rabe biodizla v dizelskih gorivih

BIODIZEL	2006	2007	2008	2009	2010
DELEŽ (%)	1,2	2	3	4	5
KOLIČINA (T)	18.340	14.480	21.720	28.960	36.200

Vir: Žerjav in drugi 2006, 45.

Za izračun letnih količin biodiesla v dizelskih gorivih je upoštevana predvidena letna poraba 630.000 t dizelskega goriva v prometu na območju Republike Slovenije in 13 % manjša energijska vrednost biodiesla od dizelskega goriva.

8.5.2 Prodajni trg

Za namen realizacije projekta so z nekaterimi družbami v tujini že potekali dogovori z namenom prodaje biodiesla iz nove tovarne za proizvodnjo biodizelskega goriva v Lendavi.

Tabela 8.6: Prodajni trg za prodajo biodiesla

POSLOVNI PARTNER	VRSTA IZDELKA	KOLIČINA (T)
ENVIROCHEM KFT. MADŽARSKA	BIODIESEL	MIN. 15.000
HUNGARONAFTA KFT. MADŽARSKA	BIODIESEL	CCA. 15.000
RESOLUTION LTD. V. BRITANIJA	BIODIESEL	MIN 30.000
PETROL D.D. LJUBLJANA	BIODIESEL	10.000
SKUPAJ		70.000

Vir: Žerjav in drugi 2006, 45.

Kot je razvidno iz zgornje tabele, je trenutno brez večjih problemov možno prodati celo večjo količino biodiesla, kot je skupna zmogljivost predvidene tovarne v Lendavi. Ob navedenih količinah v zgornji tabeli pa niso upoštevane količine, ki bi se prodajale ciljnim porabnikom.

8.5.3 Prodajni trg glicerina in kalijevega gnojila

Glicerin je eden od produktov kemijske reakcije pri proizvodnji biodizelskega goriva iz odpadnih jedilnih olj. V primeru proizvodnje v Lendavi gre za cca. 85 % raztopino glicerina v vodi, milu in metanolu, ki je primeren za industrijske namene in za nadaljnje čiščenje oz. koncentriranje do cca. 98 % glicerina.

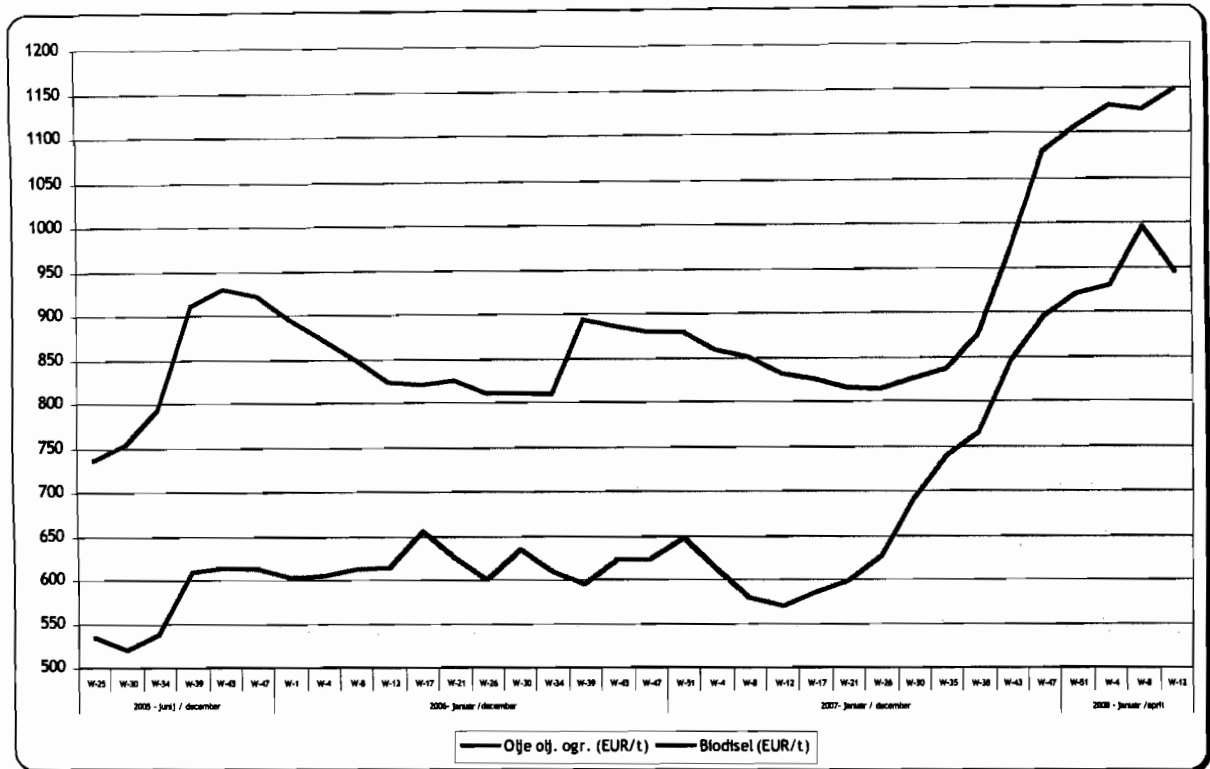
Omenjeno raztopino glicerina bi bilo možno prodati podjetjem, ki se ukvarjajo s proizvodnjo tehničnega glicerina namenjenega za uporabo v kozmetični oz. farmacevtski industriji. Taka podjetja se nahajajo tudi v naši bližini, in sicer v Italiji, Nemčiji (kjer je locirana tudi firma AT Agrar Technik) ter na Češkem.

8.5.4 Cene proizvodov, surovin in energetskih medijev

Cene surovin so se v obdobju od leta 2005 povečevale ter nihale glede na povpraševanje in ponudbo. V nasprotnem primeru pa biodiesel ni (bil) vezan na cene surovin, temveč se cena giblje glede na gibanje cen naftnih derivatov oziroma D-2. Graf prikazuje analizo cen od leta 2005 do 2008. V analizi cen surovin je analizirana samo cena oljne ogrščice, ki dosega na trgu višjo ceno. Ostale vrste surovin dosegajo nižje vrednosti. V nadaljevanju je tako uporabljena

cena oljne ogrščice ravno zaradi nižje diference do cen biodiesla in s tem najslabših pogojev doseganja ekonomičnosti proizvodnje.

Slika 8.1: Gibanje cen oljne ogrščice in biodiesla



Vir: Pivar 2008, 4.

Analiza cen oljne ogrščice in biodiesla kaže, da je bilo za proizvodnjo biodiesla najbolj ugodno obdobje od leta 2005 pa do sredine 2007. V 26. tednu leta 2007 se je pričelo dviganje cen surovin in doseglo najslabše razmerje v 35. in 38. tednu leta 2007 oziroma meseca oktobra in novembra 2007.

Iz analize je mogoče razbrati, da so se cene oljne ogrščice v drugi polovici leta 2007, predvsem zaradi visokega povpraševanja, približale točki gospodarnosti proizvodnje biodiesla in sledijo višanju cen biodiesla, ki se povečuje na podlagi višanja cen D-2. Skozi celotno obdobje obstaja določena cenovna diferenca med ceno surovine in biodiesla, kar kaže na elastičnost ponudbe surovin in nakazuje na ekonomsko odvisnost proizvajalcev surovin na dejavnost proizvodnje biodiesla.

Na podlagi gibanja cen lahko ugotovimo, da se bo dolgoročno ohranjala cenovna diferenca med ceno oljne ogrščice in rastjo cen biodiesla.

Tabela 8.7: Cene proizvodov, surovin in energetskih medijev

IZDELKI	ENOTA	CENA NA ENOTO		
		POVPREČJE V LETU 2008	POVPREČJE 2005-2008	TEHNOLOGIJA CMB
BIODIESEL	T	1198	903	1160
GLICERIN	T	150	150	1160
GNOJILO	T	150	150	150
SUROVINE				
OLJE OLJNE OGRŠČ.	T	987	710	910
REPROMATERIALI				
METANOL	T	350	350	350
KOH	T	1000	1000	1000
SOLNA KISLINA	T	1170	1170	1170
H2SO4	T	300	300	300
DUŠIK	T	1700	1700	1700
ENERGET. MEDIJI				
EL. ENERGIJA	KWH	0,14100	0,14100	0,14100
INSTRUMEN. ZRAK	NM3	0,01461	0,01461	0,01461
HLADILNA VODA	M3	0,00334	0,00334	0,00334
PLIN ZA PARO	1000 NM3	290	290	290
PARA	T			
VODA	M3	0,06915	0,06915	0,06915

Vir: Pivar 2008, 5.

Tabela s cenami prikazuje uporabljene cene, na podlagi katerih je v nadaljevanju izdelana finančna analiza. Cene v koloni "Povprečje 2008" so povprečne cene izračunane na podlagi kotacij cen v obdobju od januarja do aprila, cene v koloni "Povprečje 2005 – 2008" so povprečne cene izračunane v obdobju od junija 2005 do aprila 2008, cene v koloni "Tehnologija CMB" so cene, ko je bilo najmanj ugodno razmerje, t.j. v osmem tednu 2008, vendar so upoštevane prednosti tehnologije uporabe slabše kakovosti olja oljne ogrščice in predelava glicerina, posledično pa je cena surovin nižja za 100 €/t in je cena glicerina izenačena s ceno biodiesla.

V cenah in samih izračunih so uporabljene samo cene oljne ogrščice, ki dosegajo najvišje cene med surovinami za proizvodnjo biodiesla. Tovarna za proizvodnjo biodiesla v Lendavi pa lahko uporablja različne vrste surovin, ki so cenovno ugodnejše, kar pomeni, da so v izračunu uporabljene najmanj ugodni pogoji proizvodnje biodiesla.

8.5.5 Analiza konkurence

V Republiki Sloveniji se je že pred leti 1990 in 1995 razmišljalo o proizvodnji biodizelskega goriva predvsem v Pinusu Rače in tudi v firmi GEA Slovenska Bistrica. Ker klima v tistih letih za proizvodnjo biodizelskega goriva ni bila ugodna (predvsem relativno nizke cene mineralnega dizelskega goriva), so omenjene firme ubrale druge smeri razvoja. V Sloveniji trenutno delujejo manjše »butične« proizvodnje biodiesla v Oljarici Kranj, zasebnem podjetju Mioza iz Gančan in v Pinusu Rače. Vse tri tovarne imajo probleme z doseganjem kvalitete biodizelskega goriva. Celotna proizvodnja še poteka v okviru preizkušanja.

Kot neposredno konkurenco se lahko upoštevajo tovarne, ki so že zgrajene v srednji Evropi, ali pa tiste, ki so načrtovane in se bodo izgradile na tem področju. V tabeli 10, ki se nahaja v prilogi, so prikazane tovarne v srednji Evropi z navedeno oddaljenostjo od Lendave.

8.5.6 SWOT analiza

Prednosti, priložnosti, slabosti in nevarnosti za postavitve tovarne v Lendavi so prikazane v tabeli.

Tabela 8.8: SWOT analiza

<ul style="list-style-type: none"> • Razpoložljiv prostor v industrijski coni • Primernost proizvodnje na podlagi tehnološke primerljivosti s sedanjo proizvodnjo • Lastna proizvodnja metanola • Združljivost nabave pomožnih surovin s sedanjimi nabavami • Znanje in izkušnje s področja proizvodnje pogonskih goriv in njihovega kvalitativnega spremljanja • Ugodna geografska in prometna lega za oskrbo ciljnih tržišč • Bližina surovinske baze v vzhodni Evropi • Kapitalska povezanost z lastnikom tehnologije • Zavezanost R. Slovenije za uresničevanje evropske direktive • Zainteresiranost bank (domačih in predvsem tujih) za financiranje 	<ul style="list-style-type: none"> • Neizgrajena neposredna železniška povezava s Slovenijo • Še neizgrajena avtocesta • Že delujoče tovarne biodiesla v Sloveniji • Oddaljenost od severnomorskih pristanišč
<ul style="list-style-type: none"> • Sprejetje evropske direktive o uporabi obnovljivih virov • Rast cen surove nafte • Ustvarjanje sinergijskih učinkov z obstoječo proizvodnjo v Lendavi • Ekonomičnost tovarne biodiesla v Lendavi • Neustrezno zagotavljanje kvalitete biodiesla pri ostalih proizvajalcih • Možnost izkoriščanja sredstev iz evropskega sklada na podlagi skupnih projektov z državami, ki so pristopile k pristopnim pogajanjem za vstop v EU 	<ul style="list-style-type: none"> • Preusmeritev tovarne sladkorja Ormož v proizvodnjo biodiesla – sklenitev pogodb z obstoječimi pridelovalci sladkorne pese za proizvodnjo oljne ogrščice • Nedostopnost oz. nezadostnost domače surovinske baze in rast svetovnih cen surovin • Trenutna usmerjenost prodajalcev goriv v uvoz biodizelskega goriva • »neuspešna pretekla kapitalska povezava s Petrolom – največjim prodajalcem goriv v Sloveniji«

Vir: Žerjav in drugi 2006, 52.



9 ANALIZA LOKACIJE

9.1 Makro lokacija

Mesto Lendava leži v kotu, ki ga tvorita slovensko-madžarska ter slovensko-hrvaška meja in reka Mura. Občina Lendava spada med gospodarsko manj razvita območja R Slovenije in dosega nižji odstotek zaposlenosti. V gospodarstvu občine prevladujejo delovno intenzivni programi, ki so občutljivi za spremembe na tržišču.

Objekti in naprave družbe Nafta Lendava, d. o. o. so na zemljišču južno od mesta Lendava v sklopu industrijske cone, ki je določena z urbanističnim načrtom mesta.

Prometno je celotno območje dobro povezano z asfaltiranimi cestami Lendava–Ljubljana, Lendava–državna meja s Hrvaško proti Zagrebu, Lendava–državna meja z Avstrijo proti Gradcu, Lendava–državna meja z Madžarsko proti Budimpešti. V gradnji so že odseki avtoceste Ljubljana–Maribor–Lendava–Pince (madžarska meja) –Nagykanizsa.

Območje je povezano tudi z železniško progo Lendava–Čakovec. Predvidena je povezava s slovenskim železniškim sistemom z izgradnjo odseka proge Beltinci (Bratonci)–Lendava ter povezava Slovenije z Madžarsko z izgradnjo odseka proge Lendava–Redics.

9.2 Mikro lokacija

Tovarna je locirana na mestu, kjer trenutno stojijo proizvodni procesi obstoječe rafinerije. Le- te bo potrebno pred izgradnjo nove tovarne za proizvodnjo biodizelskega goriva odstraniti.

Zahodno od lokacije se nahaja plinska postaja, ki je bila v preteklosti namenjena za sprejem zemeljskega plina in plinskega polja Zebanec in Vučkovec na Hrvaškem. Postaja trenutno ni v obratovanju. V ozadju se zahodno od lokacije tovarne nahaja Energetika Nafta Petrochem, od koder se bo tovarna napajala s paro, hladilno ter demi vodo in zrakom.

Severno od lokacije za novo tovarno biodizelskega goriva se nahaja obstoječi rezervoarski prostor naftnih derivatov, ki je namenjen izključno skladiščenju dizelskega goriva in kurilnega olja. V neposredni bližini tega rezervoarskega prostora, prav tako severno od tovarne, se nahaja pripadajoče avtopolnišče.

Vzhodno od lokacije se nahaja rezervoarski prostor naftnih derivatov, ki je v lasti Ljubljanske družbe Petrol d. d. in je namenjen skladiščenju izključno srednjih destilatov (dizelskega goriva in kurilnega olja).

Južno od lokacije se nahaja poslovna zgradba EKO – Nafta, d. o. o. in transformatorska postaja (TP Rafinerija) na katero bo priključena tovarna.



10 FINANČNA ANALIZA

Poglavje vsebuje primerjavo podjetniško-finančne ocene stroškov in prihodkov naložbe na podlagi dveh izhodišč. Izračunana in prikazana je ekonomičnost projekta na podlagi povprečja cen v letu 2008 ter na podlagi predvidenih cen, ki izhajajo iz uporabe novo razvite tehnologije s strani podjetja CMB.

10.1 Investicijska vlaganja z obratnimi sredstvi

Tabela 10.1: Investicijska vlaganja z obratnimi sredstvi

VLAGANJA	2008	2008 - dodatna tehn. CMB
I. NEOPREDMETENA DOLG. SREDSTVA	1.842.100,00	2.242.100,00
Know - How + projekti	1.842.100,00	2.242.100,00
II. OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	20.710.425,55	22.710.425,55
Zemljišče	469.714,55	469.714,55
Gradbeni objekti	8.123.491,00	8.123.491,00
Oprema	12.117.220,00	14.117.220,00
Domača	12.117.221,00	12.117.220,00
Dodatno razvita tehnologija - CMB	0,00	2.000.000,00
Nepredvideno	0,00	0,00
SKUPAJ OSNOVNA SREDSTVA (I. + II.)	22.552.525,00	24.952.525,55
III. NETO OBRATNA SREDSTVA	7.915.120,98	8.223.303,00
VLAGANJA SKUPAJ	30.467.645,98	33.175.828,55

Vir: Pivar 2008, 3.

Tabela v tretjem stolpcu prikazuje dodatno razvito tehnologijo, ki omogoča predpranje in predpriprave nerafiniranih olj za proizvodnjo biodiesla ter proces za dodelavo in predelavo glicerina v višji derivat biodiesla. Proces predpriprave nerafiniranih olj omogoča uporabo kvalitetno slabših vrst olj z višjimi stopnjami nečistoč, ki pa so v povprečju cenejši za 150 €/t od klasičnih olj. Proces dodelave oz. predelave glicerina v višji produkt biodiesla omogoča izdelavo biodiesla iz glicerina, kar v praksi pomeni dodano vrednost cca. 900 €/t glicerina oz. nadomestitev prodaje glicerina, ki se prodaja po 100 €/t z višjim derivatom biodiesla, ki se prodaja po ceni biodiesla čez 1000 €/t.

10.2 Prihodki in stroški

10.2.1 Prihodki poslovanja in stroški surovin

Prihodki poslovanja in materialni stroški (stroški surovin) so vrednoteni po cenah, ki so podane v tržni analizi, zato se v finančni analizi ne bom spuščal v podrobnejšo analizo cen in njihovih medsebojnih razmerij.

10.2.2 Spremenljivi stroški

Spremenljivi stroški vključujejo stroške energetskih medijev in pomožnega materiala. Stroški energetskih medijev so obračunani v skladu z normativi porabe in po predvidenih cenah, prikazanih v tržni analizi.

Tabela 10.2: Normativi porabe energetskih medijev

Energetski medij	Normativ
Električna energija	43,68 kWh/t
Hladilna voda 28 °C	1,10 m ³ /t
Vodna para	0,288 kg/t
Demi voda	0,01 kg/t
Instrumentni zrak	0,23 Nm ³ /t

Vir: Žerjav in drugi 2006, 67.

10.2.3 Stalni stroški

V stalnih stroških so zajeti stroški vzdrževanja, storitev, zavarovanja, finančnih storitev, dela, financiranja, drugi materialni stroški in poraba stalnega kapitala.

10.3 Podjetniška ocena poslovnega izida in likvidnostnega toka

Vračunani prihodki ter poslovni in finančni stroški temeljijo na fizičnem obsegu proizvodnje, normativih porabe vhodnih elementov in stalnih cenah. V projekciji poslovnega izida je upoštevan tudi odstotni davek na dobiček.

Likvidnostni tok je izdelan na podlagi predvidenih prilivov in odlivov z upoštevanimi odlivi za kredit. V nadaljevanju so prikazani poslovni izidi in likvidnostni tokovi za variante povprečje 2008 ter tehnologija CMB.

Tabela 10.3: Poslovni izid – Varianta » Povprečje 2008« v EUR

E l e m e n t i	L E T O																
	Leto 2008	Leto 2009	Leto 2010	Leto 2011	Leto 2012	Leto 2013	Leto 2014	Leto 2015	Leto 2016	Leto 2017	Leto 2018	Leto 2019	Leto 2020	Leto 2021	Leto 2022	Leto 2023	Leto 2024
PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prihodki od prodaje - doma in izvoz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POSLOVNI ODHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stroški surovin	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stroški energije	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reprimat. material	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ SPREMENLJIVI STROŠKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stroški vzdrževanja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Storitve	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zavarovanje	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stroški uprave	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stroški dela	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortizacija	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Drugo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ STALNI STROŠKI	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000
DRUGI ODHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Odhodki financiranja - dolgoročni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Odhodki financiranja - kratkoročni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ODHODKI	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000
DOBICEK	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000
Prispevki, davki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOBICEK	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000	-16.000

Vir: Pivar 2008, 11.

Tabela 10.4: Likvidnostni tok – Varianta »Povprečje 2008« v EUR

Likvidnostni tok	Leto 2008	Leto 2009	Leto 2010	Leto 2011	Leto 2012	Leto 2013	Leto 2014	Leto 2015	Leto 2016	Leto 2017	Leto 2018	Leto 2019	Leto 2020	Leto 2021	Leto 2022	Leto 2023	Leto 2024
I. PRILIVI	2.991.030	19.718.860	58.401.591	77.570.211	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700
1. Prihodki od prodaje	0	0	52.529.190	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700	75.041.700
2. Ostanek vred. projekta	2.191.030	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.1. Vnit. sredstev - domači	800.000	19.718.860	5.872.391	2.528.511	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2. Vnit. sredstev - tuji	2.991.030	19.718.860	53.689.200	70.173.675	57.525.925	57.399.084	57.264.155	57.241.796	57.069.113	56.926.694	56.753.919	56.656.248	56.656.248	56.777.421	56.777.421	56.777.421	56.777.421
II. ODLIVI	1.651.671	19.716.119	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Investicija v dolgor. opr. sred.	1.026.696	11.247.999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.1. Gradbeni objekti	869.221	11.247.999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.2. Oprema	167.475	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.2.1. Oprema - domača	167.475	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.2.2. Negredvideno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.3. Investicija v neopred. sred.	1.339.359	502.741	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.4. Invest. v trajna gibiliva sred.	0	0	5.872.391	2.528.511	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Ostanek vred. inv.	0	0	45.740.651	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787	65.343.787
5. Stroški prodanih količin	0	0	340.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000
6. Bruto plače	0	0	20.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
7. Stroški prodaje in uprave	0	0	1.716.157	1.836.376	1.717.139	1.590.297	1.455.368	1.433.009	1.280.326	1.117.907	945.132	847.461	847.461	847.461	847.461	847.461	847.461
8. Drugi odhodki	0	0	1.003.321	1.499.584	1.529.394	1.561.104	1.594.836	1.600.426	1.638.697	1.679.202	1.722.395	1.746.813	1.781.491	1.782.573	1.782.573	1.782.573	1.782.573
Davek na dobiček	-16.000	0	3.709.061	5.896.952	5.996.381	6.081.512	6.182.708	6.199.478	6.313.990	6.435.804	6.565.385	6.638.639	6.603.961	6.501.707	6.501.707	6.501.707	6.501.707
NETO PRILIV	1.339.359	0	1.757.998	3.205.001	3.409.354	3.626.737	4.508.396	3.066.515	2.547.312	2.709.731	3.726.073	3.726.073	3.726.073	3.726.073	3.726.073	3.726.073	3.726.073
Obveznosti iz financiranja	-16.000	0	1.951.063	2.691.951	2.577.027	2.454.774	1.674.312	3.112.963	3.766.678	3.726.073	6.565.385	6.638.639	6.603.961	6.501.707	6.501.707	6.501.707	6.501.707
LIKVIDNOSTNI TOK	-16.000	0	1.951.063	2.691.951	2.577.027	2.454.774	1.674.312	3.112.963	3.766.678	3.726.073	6.565.385	6.638.639	6.603.961	6.501.707	6.501.707	6.501.707	6.501.707

Vir: Pivar 2008, 11.

Tabela 10.5: Poslovni izid – Varianta »Tehnologija CMB« v EUR

Poslovni izid - Tehnologija CMB	LETO																	
	Leto 2008	Leto 2009	Leto 2010	Leto 2011	Leto 2012	Leto 2013	Leto 2014	Leto 2015	Leto 2016	Leto 2017	Leto 2018	Leto 2019	Leto 2020	Leto 2021	Leto 2022	Leto 2023	Leto 2024	
Prilohodi	0	0	56.318.472	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	83.895.813
Prilohodi od prodaje - doma in izvoz	0	0	56.318.472	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	83.895.813
POSLOVNI ODHODKI	0	0	42.868.706	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151
Stroški surovin	0	0	39.351.312	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160	56.216.160
Stroški energije	0	0	1.141.282	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402	1.630.402
Repromaterial	0	0	2.374.112	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589	3.391.589
SKUPAJ SPREMENLJIVI STROŠKI	0	0	42.868.706	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151
Stroški vzdrževanja	0	0	211.758	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517	423.517
Storitve	0	0	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Zavarovanje	0	0	30.720	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773	87.773
Stroški finančnih storitev	0	0	20.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Stroški dela	0	0	340.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000
Drugo	18.000	0	785.766	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533	1.571.533
SKUPAJ STALNI STROŠKI	16.000	0	1.673.245	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822	2.632.822
DRUGI ODHODKI	0	0	1.365.132	1.239.929	1.106.744	985.087	814.357	654.037	483.494	302.078	108.095	0	0	0	0	0	0	0
Odhodki financiranja - dolgoročni	0	0	1.365.132	1.239.929	1.106.744	985.087	814.357	654.037	483.494	302.078	108.095	0	0	0	0	0	0	0
Odhodki financiranja - kratkoročni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ODHODKI	16.000	0	45.905.082	65.310.902	65.177.717	65.036.040	64.885.329	64.866.182	64.695.639	64.514.223	64.321.240	64.212.145	64.033.436	64.129.107	64.129.107	64.129.107	64.129.107	64.129.107
DOBICEK	-16.000	0	10.413.390	15.144.058	15.277.243	15.418.920	15.569.631	15.586.778	15.759.321	15.940.737	16.133.720	16.242.815	16.421.525	16.325.853	16.325.853	16.325.853	16.325.853	19.566.706
Prispevki,davki	0	0	2.603.347	3.786.014	3.819.311	3.854.730	3.892.408	3.897.195	3.939.830	3.985.164	4.033.430	4.060.704	4.105.381	4.081.463	4.081.463	4.081.463	4.081.463	4.891.676
DOBICEK	-16.000	0	7.810.042	11.358.043	11.457.932	11.564.190	11.677.223	11.691.584	11.819.490	11.965.582	12.100.290	12.182.111	12.316.144	12.244.390	12.244.390	12.244.390	12.244.390	14.676.029

Vir: Pivar 2008, 13.

Tabela 10.6: Likvidnostni tok – Varianta »Tehnologija CMB« v EUR

Likvidnostni tok	Leto 2008	Leto 2009	Leto 2010	Leto 2011	Leto 2012	Leto 2013	Leto 2014	Leto 2015	Leto 2016	Leto 2017	Leto 2018	Leto 2019	Leto 2020	Leto 2021	Leto 2022	Leto 2023	Leto 2024	
I. PRILIVI	2.981.030	22.118.660	62.801.852	83.246.324	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	83.695.613
1. Prihodki od prodaje	0	0	66.318.472	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	80.454.960	83.695.613
2. Ostanek vred. projekta	2.191.030	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.1. Vrn sredstev - domači	800.000	22.118.660	6.463.360	2.790.364	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2. Vrn sredstev - tuji	3.007.030	22.118.660	51.602.696	66.529.733	63.606.184	63.464.507	63.313.797	63.294.649	63.124.107	62.942.681	62.749.708	62.640.612	62.640.612	62.781.785	62.781.785	62.781.785	62.781.785	62.781.785
II. ODLIVI	1.651.671	21.216.119	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Investicija v dolgor. opr. sred.	625.066	7.968.120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.1. Gradbeni objekti	1.026.566	13.247.999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.2. Oprema	889.221	11.247.999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.2.1. Oprema - domača	0	2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.2.2. Neprevideno	1.339.359	902.741	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.3. Investicija v neopred. sred	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.4. Invest. v trajna giblija sred.	0	0	6.463.360	2.790.364	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Ostanek vred. inv.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Stroški prodanih količin	0	0	42.866.706	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151	61.238.151
6. Bruto plače	0	0	340.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000
7. Stroški prodaje in uprave	0	0	20.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
8. Drugi odhodki	16.000	0	1.692.610	2.036.218	1.903.033	1.761.366	1.610.646	1.591.498	1.420.956	1.239.540	1.046.556	937.461	937.461	1.078.633	1.078.633	1.078.633	1.078.633	1.078.633
Davek na dobiček	0	0	2.603.347	3.766.014	3.819.311	3.854.730	3.892.408	3.897.195	3.939.830	3.985.184	4.033.430	4.060.704	4.105.381	4.081.463	4.081.463	4.081.463	4.081.463	4.081.463
NETO PRILIVI	0	0	8.995.809	12.929.576	13.029.465	13.135.723	13.248.756	13.263.116	13.391.023	13.527.085	13.671.822	13.753.644	13.708.966	13.591.712	13.591.712	13.591.712	13.591.712	16.022.352
Obveznosti iz financiranja	0	0	1.963.623	3.562.627	3.769.763	4.031.422	5.006.240	3.439.255	2.845.260	3.026.676	0	0	0	0	0	0	0	0
LIKVIDNOSTNI TOK	-16.000	0	6.632.186	9.366.949	9.239.682	9.104.300	8.242.515	9.824.861	10.545.763	10.500.409	13.671.822	13.753.644	13.708.966	13.591.712	13.591.712	13.591.712	13.591.712	16.022.352

Vir: Pivar 2008, 13.

V podjetniški oceni poslovnega izida in likvidnostnega toka so izdelane štiri tabele, in sicer tabela številka 10.3 prikazuje *Poslovni izid – Varianta »Povprečje 2008«*, tabela številka 10.4 prikazuje *Likvidnostni tok – Varianta »Povprečje 2008«*, tabela številka 10.5 prikazuje *Poslovni izid – Varianta »Tehnologija CMB«* ter tabela številka 10.6, ki prikazuje *Likvidnostni tok – Varianta »Tehnologija CMB«*.

Iz tabele številka 10.3, ki prikazuje *Poslovni izid – Varianta »Povprečje 2008«* brez dodatno razvite tehnologije CMB, je razvidno, da je imelo podjetje v letu 2008 le 16.000 EUR stalnih stroškov, ki predstavljajo vse skupne odhodke. Posledično tega podjetje posluje z izgubo, ki znaša 16.000 EUR. Ker podjetje z letošnjim letom še ne posluje, nima nobenih prihodkov in odhodkov iz poslovanja, kar velja tudi za naslednje leto. Predvideno je, da bo podjetje začelo poslovati z letom 2010, kjer so predvideni prihodki od prodaje v višini 52.529.190 EUR ter skupni odhodki v višini 48.515.908 EUR, ki obsegajo vse odhodke iz poslovanja, spremenljive in stalne stroške ter odhodke iz dolgoročnega financiranja. Dobiček podjetja v tem letu znaša 4.013.282 EUR brez davka. Z odbitim davkom pa 3.009.962 EUR. Prihodki od prodaje se bodo v letu 2011 povečali za 42,86 %, kar pomeni da se bodo povečali na 75.041.700 EUR. Do tolikšnega nenadnega povečanja prihodkov je prišlo zaradi tega, ker podjetje v letu 2010 ni delalo s polno paro. Poleg prihodkov od prodaje se bodo povečali tudi skupni odhodki, in sicer za 42,31 %, kar pomeni, da se bodo povečali na 69.043.363 EUR. Dobiček podjetja bo v tem letu znašal 5.998.337 EUR brez davka, z odbitim davkom pa 4.498.753 EUR. V naslednjih letih se vse do leta 2023 redvideva, da bodo prihodki od prodaje konstantni, le v letu 2024 se bodo nekoliko povečali. Skupni odhodki pa se bodo konstantno zmanjševali. To zmanjševanje se bo ustalilo v letu 2021, ko se bodo skupni odhodki ustalili na 67.991.410 EUR, kakršni bodo še nadaljna tri leta. Odhodki iz dolgoročnega financiranja, ki spadajo med skupne odhodke, se bodo izničili leta 2018. Dobiček podjetja se bo od leta 2010 do leta 2011 povečal za 1.488.791 EUR, ker bo podjetje začelo delati z vso zmogljivostjo. Od leta 2011 pa do leta 2020 bo dobiček konstantno naraščal, in sicer v povprečju za 93.969,44 EUR. V letu 2021 bo dobiček nekoliko padel, in sicer za 1,062 %, zaradi povečanja stalnih stroškov. Leta 2024 bo začel dobiček nenadoma rasti.

Iz tabele številka 10.4, ki prikazuje *Likvidnostni tok – Varianta »Povprečje 2008«*, je razvidno, da podjetje v letu 2008 vse prilive, ki so domači in tuji viri sredstev v višini 2.991.030 EUR nameni za investicije v vsa opredmetena in neopredmetena sredstva. V tem letu je likvidnostni tok enak – 16.000 EUR, saj ima podjetje še dodatne stalne stroške. V naslednjem letu je likvidnostni tok enak nič. Na novo pridobljeni tuji viri sredstev se ponovno porabijo za investicije v dodatna opredmetena in neopredmetena sredstva. V letu 2010 je likvidnostni tok enak 1.951.063 EUR in se do leta 2023 povzpne vse do 6.501.707 EUR. Iz tabele je še razvidno, da se tuji viri sredstev prejemajo vse do leta 2011. V letošnjem letu in v naslednjem letu se tuji viri sredstev v celoti porabijo za investicijo v opredmetena in neopredmetena sredstva, medtem, ko se leta 2010 in 2011 porabijo za investicijo v trajna gibliva sredstva.

Tabela številke 10.5 prikazuje *Poslovni izid – Varianta »Tehnologija CMB«*, torej poslovni izid kakor tabela številka 10.3 vendar z dodatno razvito tehnologijo, ki omogoča predpranje in predpriprave nerafiniranih olj za proizvodnjo biodiesla ter proces za dodelavo in predelavo glicerina v višji derivat biodiesla. Iz te tabele je razvidno, da je imelo podjetje v letu 2008 le 16.000 EUR stalnih stroškov, ki predstavljajo vse skupne odhodke. Posledično temu podjetje posluje z izgubo, ki znaša 16.000 EUR (enako je razvidno iz tabele številka 10.3). Tudi pri varianti »Tehnologija CMB« podjetje z letošnjim letom še ne bo poslovalo, zato nima prihodkov in odhodkov iz poslovanja, kar velja tudi za naslednje leto. Predvideno je, da bo podjetje začelo poslovati z letom 2010, kjer so predvideni prihodki od prodaje v višini 56.318.472 EUR ter skupni odhodki v višini 45.905.082 EUR, ki obsegajo vse odhodke iz poslovanja, spremenljive in stalne stroške ter odhodke iz dolgoročnega financiranja. Dobiček podjetja v tem letu znaša 10.413.390 EUR brez davka, z odbitim davkom pa 7.810.042 EUR. Kakor pri varianti »Povprečje 2008« se bodo prihodki od prodaje v letu 2011 povečali za 42,86 %, kar pomeni, da se bodo povečali na 80.454.960 EUR. Poleg prihodkov od prodaje se bodo povečali tudi skupni odhodki, in sicer za 42,27 %, kar pomeni, da se bodo povečali na 65.310.902 EUR. Dobiček podjetja bo v tem letu znašal 15.144.058,00 EUR brez davka, z odbitim davkom pa 11.358.043,00 EUR. Podobno kot pri prejšnji varianti se tudi tu predvideva, da bodo v naslednjih letih vse do leta 2023, prihodki od prodaje konstantni, le v letu 2024 se bodo nekoliko povečali. Skupni odhodki se bodo konstantno zmanjševali in se bodo v letu 2021 ustalili za tri leta na 64.129.107 EUR. Odhodki iz dolgoročnega financiranja, ki spadajo med skupne odhodke, se bodo izničili leta 2018. Dobiček podjetja se bo od leta 2010 do 2011 povečal za 3.548.001 EUR, ker bo podjetje začelo delati s polno paro. Od leta 2011 pa do leta 2020 bo dobiček konstantno naraščal, in sicer v povprečju za 106.455,68 EUR. V letu 2021 bo dobiček nekoliko padel, in sicer za 0,582 %, kar se bo zgodilo predvsem zaradi povečanja stalnih stroškov. Leta 2024 bo začel dobiček nenadoma rasti.

Iz tabele številka 10.6, ki prikazuje *Likvidnostni tok – Varianta »Tehnologija CMB«* je razvidno, da podjetje v letu 2008 vse prilive, ki so domači in tuji viri sredstev v višini 2.991.030 EUR, nameni za investicije v vsa opredmetena in neopredmetena sredstva. V tem letu je likvidnostni tok enak – 16.000 EUR, saj ima podjetje še dodatne stalne stroške. V naslednjem letu, torej v letu 2009, je likvidnostni tok enak nič. Na novo pridobljeni tuji viri sredstev pa se ponovno porabijo za investicije v dodatna opredmetena in neopredmetena sredstva. V letu 2010 je likvidnostni tok enak 6.632.186 EUR in se do leta 2023 povzpne vse do 13.591.712 EUR. Iz te tabele, kakor tudi iz tabele »Povprečje 2008« je razvidno, da se tuji viri sredstev prejemajo vse do leta 2011. V letošnjem in naslednjem letu se tuji viri sredstev v celoti porabijo za investicijo v opredmetena in neopredmetena sredstva, medtem ko se leta 2010 in 2011 porabijo za investicijo v trajna gibljava sredstva.

V primerjavi poslovnega izida »Tehnologija CMB« in »Povprečje 2008« sem ugotovil da so pri prvi varianti prihodki od prodaje, kadar podjetje deluje s polno paro, večji za kar 7,2 %, kar v evrih pomeni 5.413.260 EUR. Skupni odhodki pa so manjši za kar 5,7 %, kar pa v evrih

pomeni 3.732.461 EUR. V letu 2011, ko bo podjetje delovalo z vso zmogljivostjo, bo dobiček podjetja za kar 6.859.290 EUR večji kot pri prvi varianti. Povprečni čisti dobiček pa je večji za kar 13,3 %, kar pa nenazadnje pomeni 12.486,24 EUR več na leto kot pri varianti »Povprečje 2008«.



11 ZAKLJUČEK

Dejavnost proizvodnje biodiesla prehaja iz začetne ekspanzijske faze v zrelo fazo, kjer postaja pomembno dejstvo ustrezno izbrana tehnologija, ki omogoča najoptimalnejše delovanje, ustrezno izbiro surovin in optimalno izdelane logistične modele. Obstaja pa dejstvo, da so goriva tukaj in bodo obstajala, se razvijala naprej ipd., posledica tega pa je tudi upravičena investicija v proizvodnjo biodiesla. Pri tem se je potrebno zavedati, da bodo zmagovali oziroma se na trgu obdržali le tisti, ki bodo znali zgoraj navedena dejstva najbolj optimalno združiti, saj je konkurenca na področju proizvodnje biodiesla postala zrela in je po nekaj odstotkov rasti trga začela s selekcijo.

Cilj diplomskega dela je bil ugotoviti upravičenost investicije v razvoj projekta biodiesel. Glavni namen investiranja podjetja v projekt je povečanje dobička oz. doseganje konkurenčne prednosti. Pri tem je potrebno upoštevati tudi druge vidike, kot so npr. ekološka osveščenost, nov projekt nudi nova delovna mesta ipd.

Upravičenost investiranja podjetja v razvoj projekta biodiesel sem ugotovil predvsem na podlagi tržne ter finančne analize.

S tržno analizo sem ugotovil nabavni in prodajni trg omenjenega projekta. Z njeno pomočjo se planirajo nabavne cene vhodnih surovin, prodajne cene biodiesla kot končnega produkta ter analizirajo dobavitelji in končni odjemalci.

Na podlagi finančne analize, kjer so bili izračunani kazalniki za najbolj tipične situacije, ki so se pojavljale na trgu leta 2008, obenem pa je prikazana tudi rentabilnost v primeru uporabe dodatno razvite tehnologije, ki optimira proizvodnjo in omogoča proizvodnjo višje vrednosti produktov, je razvidno, da se še vedno kljub občutnim spremembam splača oziroma je upravičeno investiranje v proizvodnjo biodiesla. Ob upoštevanju vseh teh izračunov ugotovimo, da projekt še vedno izkazuje zadovoljivo stopnjo rentabilnosti, kar pomeni, da je s projektom smiselno nadaljevati. V kolikor bi družba sedaj odstopila od projekta »proizvodnje biodiesla«, bi to pomenilo neuvedbo sodobne tehnologije v skupino Nafta Lendava, d. o. o., ki pa ima zagotovljeno prihodnost. Pomenilo bi tudi, da bi podjetje Nafta Biodiesel, d. o. o. oziroma celotna skupina Nafta Lendava, d. o. o. morala zastonj nositi stroške, ki so nastali do sedaj ter povrniti sredstva, ki jih je pridobila z dokapitalizacijo s strani podjetja CMB Maschinenbau & Handels GmbH.

Investicijo upravičuje predvsem dodatno razvita tehnologija, ki omogoča predpranje in predpripravo nerafiniranih olj za proizvodnjo biodiesla ter proces za dodelavo in predelavo glicerina v višji derivat biodiesla. Proces predpriprave nerafiniranih olj omogoča uporabo kvalitetno slabših vrst olj z višjimi stopnjami nečistoč, ki pa so v povprečju od klasičnih olj cenejši za 150 €/t. Proces dodelave oz. predelave glicerina v višji produkt biodiesla omogoča izdelavo biodiesla iz glicerina, kar v praksi pomeni dodano vrednost cca. 900 €/t glicerina oz. nadomestitev prodaje glicerina, ki se prodaja po 100 €/t z višjim derivatom biodiesla, ki se prodaja po ceni biodiesla čez 1000 €/t. Investicija sicer zahteva občutno večje kapitalske vložke, hkrati pa prinaša toliko boljše rezultate oz. večje donose.

Zaključek

Pri vsem pa moramo upoštevati morebitna tveganja, ki spremljajo vsako investicijo in lahko s kakršno koli negativno spremembo usodno vplivajo na vprašanje obstoja podjetja.

LITERATURA

- Antončič, Boštjan, Robert D. Hisrich, Tea Petrin in Aleš Vahčič. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.
- Belak, Janko. 1993. *Podjetništvo, politika podjetja in management*. Maribor: Obzorja.
- Biloslavo, Roberto. 2006. *Strateški management in management spreminjanja*. Koper: Fakulteta za management.
- Bockey, Dieter. 2007. *Biodiesel – Alternative zum Erdöl?* Berlin: UFOP.
- Duh, Mojca in Štefan Kajzer. 2002. *Razvojni modeli podjetja in managementa*. Maribor; Gubno: MER Evrocenter
- Gomezelj Omerzel, Doris. 2008. *Merjenje in vpliv znanja podjetnika v majhnih in srednje velikih podjetjih*. Koper : Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
- Kegl, Breda, Stanislav Pehan in Marko Kegl. 2006. *Alternativna goriva v Sloveniji*. Maribor : Fakulteta za strojništvo.
- Pivar, Slavko. 2008. *Revizija investicijskega načrta*. Interno gradivo Nafta Lendava.
- Pučko, Danijel. 1993. *Planiranje v podjetjih*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Špilak, Štefan. 1999. *Podjetniški priročnik*. Murska Sobota: Pomurska založba.
- Vidic, Lina, Elizabeta Zirnstein, Mitja Ruzzier in Boštjan Antončič. 2008. *Priročnik za pripravo poslovnega načrta*. Piran: Paprnica in tisk Nemarnik
- Žerjav, Radovan, Slavko Pivar, Helmut Winterleitner in Gerald Kuntscher . 2006. *Tovarna za proizvodnjo biodiesla*. Interno gradivo Nafta Lendava.

VIRI

Alternativna goriva v cementarni Lafarge. B.l.

miha.ef.uni-lj.si/_dokumenti3plus2/191032/7clanek.doc (7.7.2008).

GIS. 2005. Ali je rešitev kmetijstva na Goričkem biodiesel?

<http://www.goricko.net/article.php?story=20030904074130228> (8.7.2008).

Leitz. 2004. *Kreativitätstechniken*.

[http://www.leitz.com/deDE/KnowHow/Kreativitäts techniken.html](http://www.leitz.com/deDE/KnowHow/Kreativitäts%20techniken.html) (29.6.2008).

Likar, Borut. B.l. *Ustvarjalno razmišljanje*.

<http://www.inovativnost.net/sola/3.asp> (29.6.2008).

Mrežni podjetniški inkubator v Pomurju. B.l. *Poslovni načrt*.

<http://www.mp-pi.si/Lists/Pridrui%20se/Attachments/3/Poslovni%20nacrt%20-prirocnik.pdf> (4.7.2008).

Poslovni register Slovenije. 2008. *Poslovni subjekti v Republiki sloveniji, stanje na dan 31.3.2008*.

<http://www.ajpes.si/dokumenti/dokument.asp?id=928> (25.6.2008).

Poslovni register Slovenije. 2008. *Poslovni subjekti v Poslovnem registru Slovenije po skupinah, po četrletjih*.

http://www.ajpes.si/docDir/Statisticno_raziskovanje/PRS/Posl_subj_skup_cetrletja-1Cetrletje.pdf (25.6.2008).

VDB. B.l. *Biokraftstoffe in der Diskussion – Nachhaltige Mobilität durch den Kraftstoffmix der Zukunft*.

<http://www.biokraftstoffverband.de/downloads/437/Biokraftstoffdiskussion> (7.7.2008).

VDB. 2008. *Woraus wird Biodiesel gewonnen?*

<http://www.biokraftstoffverband.de/vdb/biodiesel/herstellung.html> (12.7.2008).

VDB. 2008. *Zehn Botschaften zum Thema Biodiesel*.

<http://www.biokraftstoffverband.de/vdb/biodiesel/botschaften.html> (12.7.2008).

Wikipedia. 2008. *Unternehmertum*.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Unternehmertum> (23.6.2008).

ZGD- Zakon o gospodarskih družbah (27.6.2008).

PRILOGE

Priloga 1: Oddaljenost srednjeevropskih tovarn biodiesla od Lendave

Priloga 2: Izkaz poslovnega izida podjetja J. Christof GmbH



Priloga 1: Oddaljenost srednjeevropskih tovarn biodiesla od Lendave

Tovarna	Država	Zmogljivost (t/leto)	Lendava
Asperhofen	Avstrija	1.500	281
Mureck	Avstrija	8.000	70,0
Lendava	Slovenija	60.000	0,0
Mioza Gančani	Slovenija	8.000	27
Pinus Rače	Slovenija	4.000	80
Oljarica Kranj	Slovenija	4.000	203
Ozalj	Hrvaška	10.000	181
Güssing	Avstrija	2.500	74,0
Csurka	Madžarska	8.000	61,6
Zistersdorf	Avstrija	8.000	293
Arnoldstein	Avstrija	25.000	298
Margarethen	Avstrija	3.000	186,3
Bruck /L	Avstrija	18.000	185,2
Bábolna	Madžarska	18.000	197,4
Wieselburg	Avstrija	200	265,7
Starrein	Avstrija	3.000	287,3
Aschach	Avstrija	10.000	336,3
Jihlava	Češka	6.000	363,0
Csóngrad	Madžarska	8.000	328,3
Olomouc	Češka	30.000	377,8
Künhegyes	Madžarska	6.000	381,9
Milano	Italija	50.000	655,0
Nagyecsed	Madžarska	4.000	542,5
Solbiate	Italija	30.000	682,1
Plauen	Nemčija	2.000	644,0
Ochsenfurth	Nemčija	75.000	687,6
Schwarzheide	Nemčija	100.000	658,5
Etoy	Švica	2.000	949,6

Priloga 2: Izkaz poslovnega izida podjetja J. Christof GmbH

Christof Holding AG

Entwurf

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom
1. März 2004 bis 28. Februar 2005 in EUR

2

	2004/2005
1. Umsatzerlöse	105.511.293,80
2. Veränderung des Bestandes an fertigen Erzeugnissen sowie an noch nicht abrechenbaren Leistungen	-5.690.412,88
3. sonstige betriebliche Erträge	
a. Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen mit Ausnahme der Finanzanlagen	14.379,36
b. Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	252.000,00
c. übrige	<u>374.231,54</u>
	640.610,90
4. Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen	
a. Materialaufwand	-18.102.862,50
b. Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>-17.633.323,99</u>
	-35.736.186,49
5. Personalaufwand	
a. Löhne	-26.769.588,75
b. Gehälter	-5.582.707,36
c. Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeiter-vorsorgekassen	-988.687,81
d. Aufwendungen für Altersversorgung	-21.704,80
e. Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	-9.235.331,55
f. Sonstige Sozialaufwendungen	<u>-214.725,26</u>
	-42.812.725,53
8. Abschreibungen	
a. auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-1.159.283,60
7. sonstige betriebliche Aufwendungen	
a. Steuern, soweit nicht vom Einkommen und Ertrag	-119.287,00
b. übrige	<u>-19.020.822,86</u>
	-19.140.109,86
8. Betriebserfolg	1.613.186,44
9. Erträge aus Beteiligungen	34.569,47
10. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	76.638,16
11. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	95.917,31
12. Erträge aus dem Abgang von und der Zuschreibung zu Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	24.706,95
13. Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	
a. Abschreibungen	-102.046,28
b. Verluste aus dem Abgang von Finanzanlagen	<u>-8.008,18</u>
	-110.053,46
14. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-363.818,36
16. Finanzerfolg	-243.040,93
16. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	1.370.145,51
17. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-480.441,81
18. Jahresüberschuss	889.703,70
19. Zuweisung zu Gewinnrücklagen	-80.070,90
20. Jahresgewinn	809.632,80
21. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	1.279.742,04
22. Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	-1.413,62
23. Bilanzgewinn	2.087.961,22

