

POLITEHNIKA NOVA GORICA  
VISOKA POSLOVNO-TEHNIŠKA ŠOLA

DIPLOMSKA NALOGA

**ANALIZA PRODAJE VZMETNIC IN POSTELJ PODJETJA  
MEBLO JOGI D.O.O. OD LETA 1995 DO LETA 2003**

Miha Martinuč

Mentor: prof. dr. Milan Bergant

Nova Gorica, 6.10.2005



## **ZAHVALA**

Najlepše se zahvaljujem g. dr. Milanu Bergantu za pomoč, izčrpne informacije in meni namenjeni čas. V Meblu Jogi dolgujem zahvalo direktorju g. Borisu Lozeju, g. Darku Šuligoju, g. Vandi Vidic in g. Meliti Jurca za prijaznost in izčrpne podatke o poslovanju družbe.



## **POVZETEK**

Podjetje Meblo Jogi je po razpadu bivše Jugoslavije skoraj v celoti izgubilo veliko južno tržišče z dvajset milijoni potencialnih relativno nezahtevnih kupcev. Izjema je bila Hrvaška, ker meji s Slovenijo in so zaradi tega transportni stroški najnižji. Ker jim domače že zasičeno tržišče ni omogočalo širitve in večjega dobička, je moralo podjetje prodajo širiti na druga (zahodna) tržišča. Ugotovili smo, da se je prelom zgodil leta 1998, ko je prodaja na (večinoma zahodnem) tujem trgu presegla prodajo na domačem. Realizacija na domačem trgu je znašala približno 760 mio SIT, na tujem trgu pa približno 850 mio SIT. V naslednjih letih se tako prodaja na domačem trgu ni večala, prodaja na tujem, pa je narasla približno za 2 krat. Glavni državni uvoznici sta Italija in Avstrija. Izvažajo pa tudi na Poljsko, Češko, Ukrajino, Rusijo, Džibuti ter druge države. Prodaja v republike bivše Jugoslavije se od razpada še danes ni v celoti opomogla.

Podjetje so razširili na novo lokacijo, izdelkom (vzmetnicam in posteljem) so povečali asortiman in dvignili kakovost ter zmanjšali stroške in čas izdelave. Pridobili so razne certifikate o kakovosti in ustreznosti. Tako smo posledično ugotovili, da je podjetju uspel velik podvig.

## **ABSTRACT**

After the collapse of the former Yugoslavia, company Meblo Jogi almost entirely lost the great south market with its twenty-million relatively undemanding potential costumers. Croatia was the exception, because it bordered with Slovenia, which minimised the costs of transport. The domestic market, already saturated, did not offer any possibilities for expansion and increment of profit, therefore the company had to expand its sales to other (western) markets. We established that the break-point was in 1998, when sales on (mostly western) foreign market topped domestic sales. Realisation on domestic market was around 760 mio SIT, and on the foreign market about 850 mio SIT. In the following years, domestic sales did not experience any increase, while foreign sales increased for approximately twice the initial value. The most significant countries of import are Italy and Austria. They also export to

Poland, the Czech Republic, Ukraine, Russia, and others countries. Sales to the republics of former Yugoslavia have not fully recovered yet.

The company has been expanded to a new location, some products (mattresses and beds) have been upgraded in assortment and quality, while production costs and time for these products have decreased. They have been given various certificates of quality and compliance. As a consequence, we have established that this company had succeeded in making a great achievement.

### **KLJUČNE BESEDE**

Preoblikovanje podjetja, vzmetnica, postelja, domači trg, tuji trg, prodaja, bazični indeks.

### **KEY WORDS**

Company reforming, mattress, bed, domestic market, foreign market, sales, base index.



## KAZALO

1. UVOD.....	1
1.1. Opredelitev problema .....	1
1.2. Namen diplomske naloge .....	2
1.3. Cilj diplomske naloge.....	2
1.4. Metodologija raziskovanja .....	2
1.5. Omejitve .....	2
1.6. Povzetek po poglavjih .....	3
2. PREDSTAVITEV IN ZGODOVINA MEBLA JOGI D.O.O. ....	4
2.1. Količina prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 .....	7
2.2. Količina prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	9
2.3. Vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 .....	11
2.4. Vrednost prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	13
2.4.1. Kalkulacija stroškov vzmetnice .....	14
2.5. Količina prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 .....	15
2.6. Količina prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	17
2.7. Vrednost prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 .....	19
2.8. Vrednost prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	21
2.8.1. Kalkulacija stroškov postelje .....	23
3. IZVOZ VZMETNIC IN POSTELJ PODJETJA MEBLO JOGI.....	24



3.1. Količina prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003 .....	24
3.2. Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003 .....	27
3.3. Količina prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 .....	30
3.4. Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 .....	32
4. PREUSMERITEV ZARADI TRGOV .....	35
4.1. Pogled preusmeritve glede prodaje na domačem in tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 .....	36
4.2. Pogled preusmeritve glede prodaje na trgih držav bivše Jugoslavije ter trgih drugih držav od leta 1995 do leta 2003 .....	37
4.3. Primerjava vrednostne realizacije med dvema obdobjema na domačem in tujem trgu skupaj .....	39
5. OPIS KONKURENCE .....	41
5.1. Primerjava količine prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije na domačem trgu od leta 1995 do leta 1999 .....	42
5.2. Primerjava vrednosti prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije na domačem trgu od leta 1995 do leta 1999 .....	43
6. PROIZVODNJA IZDELKOV V MEBLU JOGI TER OPIS STRUKTURE IZBRANIH IZDELKOV .....	46
6.1. Opis proizvodnje v Meblu Jogi v Novi Gorici .....	46
6.2. Opis posameznih procesov dela v Meblu Jogi PC Branik .....	48
6.3. Struktura Jogi vzmetnice Termal extra B .....	49

6.4. Struktura Jogi vzmetnice Hospital latex B 3H .....	50
6.5. Struktura Jogi postelje Gracia .....	52
6.6. Struktura Jogi postelje Termal latex.....	53
7. ZAKLJUČEK .....	55
8. LITERATURA .....	57
PRILOGA 1: Stroškovna kalkulacija opisanih izdelkov na dan 19.10.2004	
PRILOGA 2: Statistični podatki o vrednosti in količini prodanih vzmetnic v Republiki Sloveniji	



## KAZALO TABEL

Tabela 1:	Količina prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih).....	7
Tabela 2:	Izračun bazičnega indeksa za prodajo vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	8
Tabela 3:	Količina prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih).....	9
Tabela 4:	Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	10
Tabela 5:	Vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT).....	11
Tabela 6:	Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	12
Tabela 7:	Vrednost prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT).....	13
Tabela 8:	Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	14
Tabela 9:	Kalkulacija stroškov vzmetnice.....	15
Tabela 10:	Količina prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih).....	15
Tabela 11:	Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	16
Tabela 12:	Količina prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih).....	17
Tabela 13:	Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	18

Tabela 14: Vrednost prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT).....	19
Tabela 15: Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	20
Tabela 16: Vrednost prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT).....	21
Tabela 17: Izračun bazičnega indeksa za vrednostno prodajo postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	22
Tabela 18: Kalkulacija stroškov postelje.....	24
Tabela 19: Količina prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih).....	25
Tabela 20: Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	26
Tabela 21: Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT).....	28
Tabela 22: Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	29
Tabela 23: Količina prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih).....	30
Tabela 24: Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	32
Tabela 25: Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT).....	33

Tabela 26: Izračun bazičnega indeks za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100).....	34
Tabela 27: Obseg prodaje na domačem in tujem trgu med leti 1995 in 2003 vrednostno in v odstotkih.....	36
Tabela 28: Vrednostni izvoz v republike bivše Jugoslavije ter druge države od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT).....	38
Tabela 29: Prikazana vrednostna realizacija med dvema obdobjema (v 000 SIT) s pomočjo bazičnega indeksa.....	40
Tabela 30: Primerjava količine prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije na domačem trgu od leta 1995 do leta 1999 (v 000 kosih).....	43
Tabela 31: Primerjava vrednosti prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije na domačem trgu od leta 1995 do leta 1999 (v 000 SIT).....	44

## **KAZALO GRAFOV**

Graf 1: Prikaz količine prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	7
Graf 2: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	8
Graf 3: Prikaz količine prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	9
Graf 4: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 .....	10

Graf 5: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	11
Graf 6: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 od leta 2003 .....	12
Graf 7: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	13
Graf 8: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 od leta 2003 .....	14
Graf 9: Prikaz količine prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	16
Graf 10: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	17
Graf 11: Prikaz količine prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	18
Graf 12: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	19
Graf 13: Prikaz vrednosti prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	20
Graf 14: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	21
Graf 15: Prikaz vrednosti prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	22
Graf 16: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.....	23
Graf 17: Prikaz količine prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003.....	26

Graf 18: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003.....	27
Graf 19: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003.....	28
Graf 20: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003.....	29
Graf 21: Prikaz količine prodanih vzmetnic in postelj v ostale države od leta 1995 do leta 2003.....	31
Graf 22: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v ostale države od leta 1995 do leta 2003.....	32
Graf 23: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic in postelj v ostale države od leta 1995 do leta 2003.....	34
Graf 24: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v ostale države od leta 1995 do leta 2003.....	35
Graf 25: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic in postelj na domačem in tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 ( v 000 SIT ).....	37
Graf 26: Prikaz izvoza v republike bivše Jugoslavije, ter v ostale države od leta 1995 do leta 2003.....	38
Graf 27: Prikaz bazičnega indeksa za skupno vrednostno realizacijo v prvem obdobju.....	40
Graf 28: Prikaz bazičnega indeksa za skupno vrednostno realizacijo v drugem obdobju.....	41
Graf 29: Prikaz primerjave količine prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije od leta 1995 do leta 2003.....	43
Graf 30: Prikaz primerjave vrednosti prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije od leta 1995 do leta 2003.....	45



## KAZALO SLIK

Slika 1: Podjetje Meblo Jogi.....	6
Slika 2: Shema proizvodnje v Meblu Jogi v Novi Gorici.....	47
Slika 3: Shema proizvodnje v Meblu Jogi PC Branik.....	48
Slika 4: Vzmetnica Jogi Termal extra B.....	50
Slika 5: Vzmetnica Jogi Hospital latex B3 H.....	51
Slika 6: Postelja Gracia.....	53
Slika 7: Postelja Termal-latex.....	54



## **1. UVOD**

Leta 1994 je zaradi neugodnega finančnega položaja podjetje Meblo prenehalo obratovati. Vsa podjetja v okviru Mebla so bila pripojena k novemu podjetju - Meblu Holding. Vodstvo in delavci so ustanovili nova podjetja z novimi imeni, v katerih so postali tudi lastniki. Tako je nastalo tudi Meblo Jogi. Ustanovljeno je bilo leta 1994. Poleg Mebla Jogi so bila ustanovljena še Meblo Iverka, Meblo Top, Meblo Pohištvo in Meblo Vata.

Prof. dr. Bizjak ugotavlja, da ko zaposleni v določenem podjetju postanejo lastniki le-tega, se njihova motivacija za učinkovito gospodarjenje poveča, ker dobijo nadzor nad procesom odločanja in ker postanejo kapitalsko motivirani. Po drugi strani pa lastniki za odkup podjetja vzamejo posojila. Ta posojila so porok, da bo podjetje pozitivno poslovalo. Z večjim dobičkom bo podjetje posojilo prej odplačalo. (Bizjak, 1994)

Meblo Jogi se je od samega začetka usmerilo samo v izdelavo in prodajo vzmetnic in postelj (pod skupnim imenom Jogi) ter druge opreme za počitek. Po razpadu Mebla si je moralo Meblo Jogi ustvariti novo vizijo, program proizvodnje in prodaje.

Pred leti so tuji proizvajalci zaradi nižjih cen in uporabnosti zasedli slovenski trg. Tako so prodajo vzmetnic na slovenskem trgu narekovale vzmetnice tujih proizvajalcev.

Podjetje Meblo Jogi je vodilno podjetje v Sloveniji na področju izdelave vzmetnic. Poleg Mebla Jogi proizvaja v Sloveniji vzmetnice tudi Nova oprema Slovenj Gradec.

Večino izdelkov v Meblu Jogi proizvedejo za izvoz (v Italijo, Avstrijo in republike bivše Jugoslavije). Da bi zadovoljili povpraševanje, so v zadnjih letih proizvodnjo skoraj podvojili, kar jih je prisililo v selitev na novo lokacijo v Branik.

### **1.1. Opredelitev problema**

V Sloveniji predstavljajo podjetju Meblo Jogi veliko konkurenco uvožene cenejše vzmetnice iz drugih držav. V preteklih letih jim je to znižalo prodajo na domačem trgu. To jih je prisililo izvažati tudi v druge države, kar je za podjetje glavni vir

dohodka. Opredelili se bomo na prodajo vzmetnic od leta 1995 do leta 2003 na domačem in tujih trgih in to tudi kalkulirali. Osredotočili se bomo tudi na delež prodaje v inozemstvu zaradi propada našega južnega trga.

Ves ta čas je bila prisotna težnja k posodobitvi proizvodne linije (pridobitev certifikatov, razširitev proizvodnih prostorov in nove tehnologije), kar jih je finančno močno bremenilo.

## **1.2. Namen diplomske naloge**

Namen diplomske naloge je ovrednotiti prodajo Jogi vzmetnic od leta 1995 do leta 2003 na domačem in tujih trgih ter ugotoviti, kakšen je bil delež prodaje na domačem in kakšen na tujih trgih.

Na kratko bomo tudi opisali proizvodnjo Jogi vzmetnic in postelj ter kakšne materiale uporabljajo pri izdelavi v spremenjenih pogojih od leta 1995 do leta 2003.

## **1.3. Cilj diplomske naloge**

V diplomski nalogi bomo ugotovili, s kolikšno uspešnostjo se je podjetju uspelo količinsko in vrednostno dvigniti in se razvijati. Ugotovili bomo tudi njihove deleže prodaje na domačem in na tujem.

## **1.4. Metodologija raziskovanja**

Pri obravnavanju podatkov bomo uporabljali indekse, mere srednje vrednosti ter mere asimetrije in sploščenosti. Poslužili se bomo tudi metode deskripcije.

## **1.5. Omejitve**

Meblo Jogi proizvaja razen vzmetnic tudi postelje ter dopolnilni program s posteljnino in vzglavniki, kar poleg lesenih podov in nočnih omaric zaokrožuje ponudbo na področju izdelkov za počitek.

V diplomski nalogi bomo obravnavali prodajo vzmetnic in postelj doma in na tujem. Prodaja vzmetnic predstavlja od 80% do 90 % celotne prodaje. Osredotočili se bomo na tehnologije in materiale Jogi vzmetnic ter postelj.

## **1.6. Povzetek po poglavjih**

Na začetku opisujemo prodajno dejavnost podjetja Meblo Jogi. S pomočjo poslovnih poročil in marketinških analiz podjetja prikazujemo vrednostno in količinsko prodajo vzmetnic in postelj od leta 1995 do leta 2003 na domačem in tujem trgu. Zanima nas, kako se je skupna prodaja gibala med navedenimi leti. Med leti 1995 in 2003 smo si izbrali 5 let ker mislimo, da so ti podatki zadostni za realno analizo.

V naslednjih poglavjih podrobno opisujemo količinsko in vrednostno prodajo na tujem trgu. Prodajo na tujem trgu smo zaradi preglednejše interpretacije razdelili na izvoz v republike bivše Jugoslavije ter izvoz v druge države. Te so Italija, Avstrija, Češka in Poljska. Ostale manj pomembne države smo zbrali pod ostalo.

V poglavju preusmeritev zaradi trgov opisujemo gibanje prodaje na domačem in tujem trgu. Odgovarjamo na vprašanja, kako se je gibala prodaja na domačem trgu, v katere države in kdaj je podjetje Meblo Jogi preusmerilo prodajo, kako se je moralo podjetje razvijati, ter kateri ukrepi (zaradi zmanjšanja prodaje na določenih trgih) so pripomogli, da je podjetje lahko obstalo na celotnem trgu.

V zadnjem delu diplomske naloge pa povzemamo po diplomski nalogi g. Roka Lozeja proizvodnjo izdelkov v podjetju Meblo Jogi v Novi Gorici ter Meblo Jogi PC Branik. Zaradi razumljivejše interpretacije smo v diplomski opisali strukturo posameznih artiklov ter kalkulacijo izdelave povprečne vzmetnice in postelje. Izbrali smo si dve vzmetnici ter dve postelji, in sicer vzmetnice Termal extra in Hospital latex ter postelji Gracia in Termal latex.

## **2. PREDSTAVITEV IN ZGODOVINA MEBLA JOGI D.O.O.**

Meblo Jogi d.o.o. Nova Gorica je vodilno podjetje v Sloveniji na področju izdelkov za počitek in spanje. Proizvodni program sestavljajo vzmetnice in postelje Jogi ter dopolnilni program s posteljnino in vzglavniki. Ponudbo na področju izdelkov za počitek in spanje zaokrožuje dodatna izdelava lesenih podov in nočnih omaric.

S svojimi izdelki je v Sloveniji na prvem mestu po kakovosti, ponudbi in tržnem deležu. Prisotno je na večini evropskih trgov in tudi na trgih v drugih državah. Delež prodaje na tujih trgih je v naraščanju in znaša danes že 74 % celotne prodaje. V letu 1995 je 116 zaposlenih doseglo povprečno mesečno realizacijo 76 mio SIT. V prvi polovici leta 2003 pa je 153 zaposlenih doseglo povprečno mesečno realizacijo 216 mio SIT.

Meblo Jogi je bilo ustanovljeno 13. januarja leta 1994. V novembru leta 1997 pa so pričeli izgradnjo dodatnih proizvodnih in novih lastnih skladiščnih prostorov, kar so zaključili v aprilu leta 1998. V letu 1999 je podjetje postalo bogatejše za novo najsodobnejšo linijo za lepljenje, ki je ekološko neoporečna.

V zadnjih dveh letih so pridobili dva pomembna certifikata. S certifikatom sistema kakovosti ISO 9001 so se pridružili tistim, ki jim kvalitetno poslovanje na vseh področjih pomeni poslovno stalnico. V letu 2000 pa so kot prvo podjetje v Sloveniji in dvaintrideseti na svetu pridobili certifikat SA 8000. To je standard družbene odgovornosti, ki obravnava kot bistveni element zaposlene oziroma delavce in etični odnos delodajalca do njih. Poleg tega so sedaj v končnih pripravah za pridobitev certifikata ISO 14001.

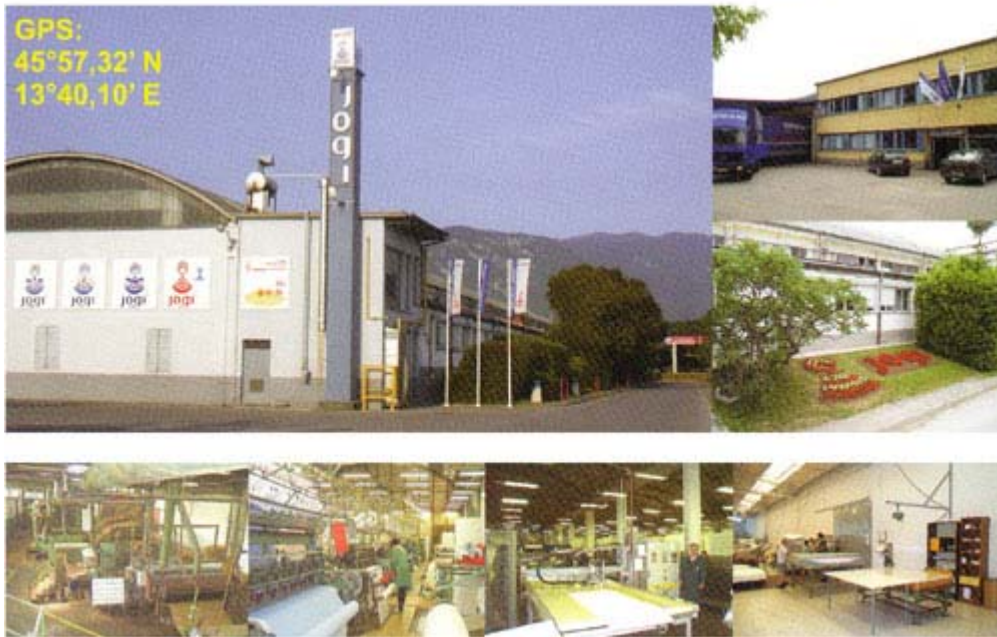
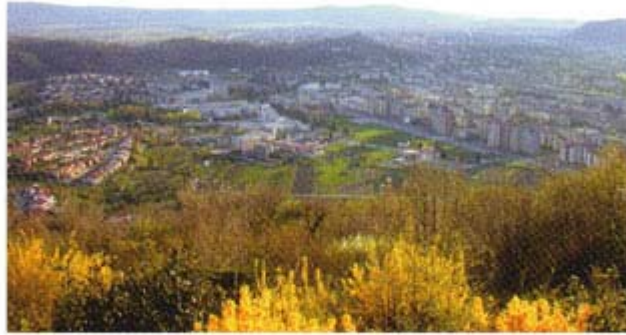
Po razpadu Mebla je Meblo Jogi obdržalo obstoječo proizvodno linijo. Proizvodnja obsega 70 različnih tipov izdelkov za počitek in spanje. Od tega je približno 28 vrst vzmetnic ter 8 vrst postelj. Jogi vzmetnice delijo na 4 programe, in sicer: Jogi standardni program, Jogi ortopedski program, Jogi program new life style, ter Jogi otroški ortopedski program. V zadnjih letih poslovanja je največ sprememb na področju proizvodnje Jogi postelj. Asortiman le-teh se je v zadnjih nekaj letih skoraj podvojil. Spremembe so povezane predvsem z novimi potrebami kupcev, ki se zaradi hitrega tempa življenja in pomanjkanja časa odločajo za kvalitetna ležišča. Da bi

zagotovili čim višjo kakovost vsem kupcem, so se v Meblu Jogi odločili za razširitev proizvodnih prostorov na novo lokacijo.

Opredelili se bomo samo na postelje in vzmetnice, kar predstavlja glavnino prodaje Mebla Jogi.

Leta 2001 so odprli nove proizvodne prostore v Braniku, kamor so selili proizvodno linijo Jogi postelj. Iz ene tovarne, ki je do tedaj združevala dva proizvodna programa, so svojo dejavnost locirali na dve tovarni. Svojo najsodobnejšo tehnologijo, postavljeno na 10.500 m<sup>2</sup> površine, so se odločili razširiti na dodatnih 6.600 m<sup>2</sup> z nakupom novih proizvodnih prostorov v Braniku.

Letna proizvodnja v Meblu Jogi je 280 000 izdelkov. Danes je v Meblu Jogi na obeh lokacijah 162 zaposlenih, na lokaciji Nova Gorica 133, na lokaciji Branik pa 29 zaposlenih.



Slika 1: Podjetje Meblo Jogi <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Vir: Katalog vzmetnic in postelj Mebla Jogi 2004



## 2.1. Količina prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003

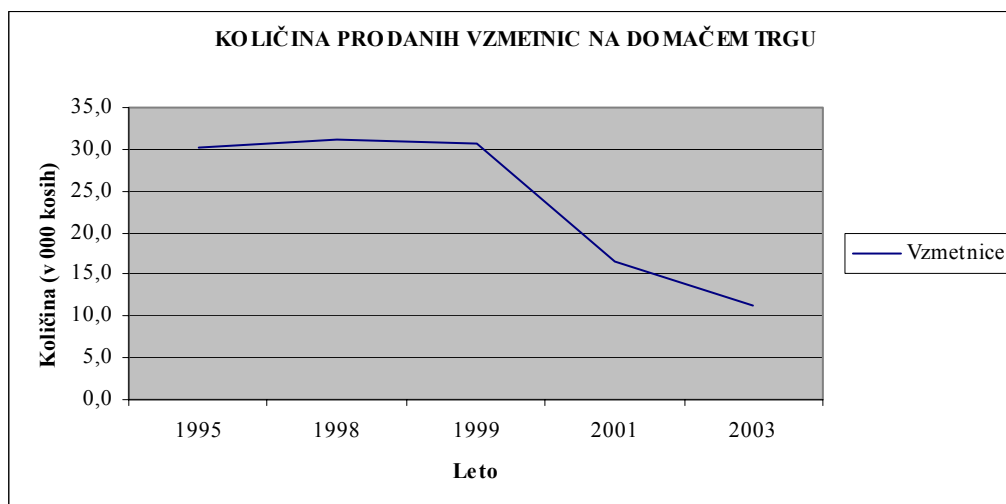
Zaradi lažje predstavitve podatkov in interpretacije smo se odločili, da ne bomo vzmetnic razčlenili po programih, ampak jih bomo obravnavali kot celoto.

Tabela 1 prikazuje, da je količina prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1999 naprej upada. Med leti 1995 in 1999 so prodali približno 30.000 vzmetnic na leto. Leta 2001 je prodaja padla približno za polovico – na 16.600 vzmetnic. V primerjavi z letom 2001 je leta 2003 padla še za 30% - leta 2003 so prodali 11.200 vzmetnic. To ponazarja tudi druga graf 1: Prikaz količine prodanih vzmetnic in postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 1: Količina prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih)

vrsta/leto	1995	1998	1999	2001	2003
Vzmetnice	30,2	31,1	30,8	16,6	11,2

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 1: Prikaz količine prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003<sup>2</sup>

V 2. tabeli izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic potrjuje že prej opisano. Med leti 1999 in 2003 je prodaja na domačem trgu padla za več kot 60%. Bazični indeks je s 102 padel na 37.

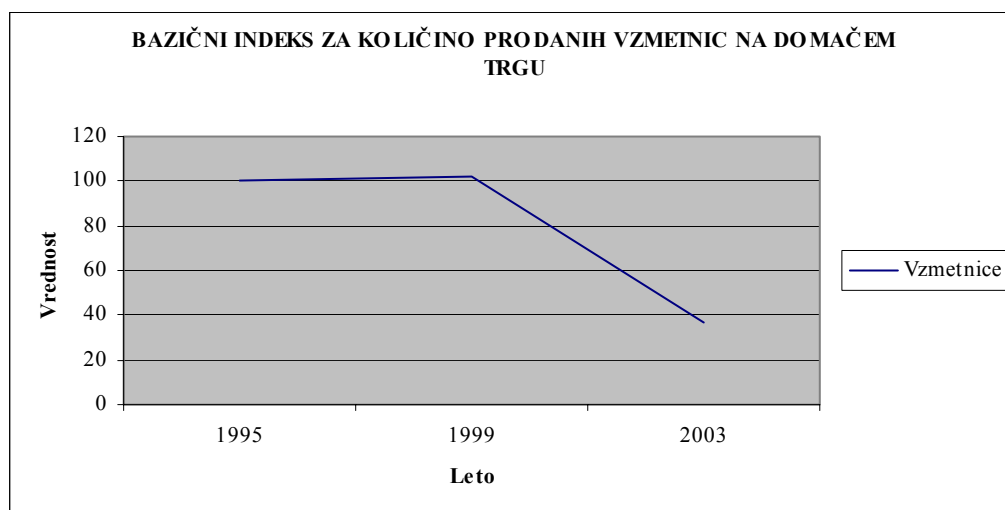
Vzroki v padu prodaje na domačem trgu so v:

- padu kupne moči in
- odsotnosti jugoslovanskih trgov.

Tabela 2: Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Količina	Bazični indeks 1.95=100
1995	30.226	100
1999	30.794	102
2003	11.233	37

Vir: Po internih podatkih Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003 iz tabele 1



<sup>2</sup> Vir: Podatki iz tabele 1

Graf 2: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>3</sup>

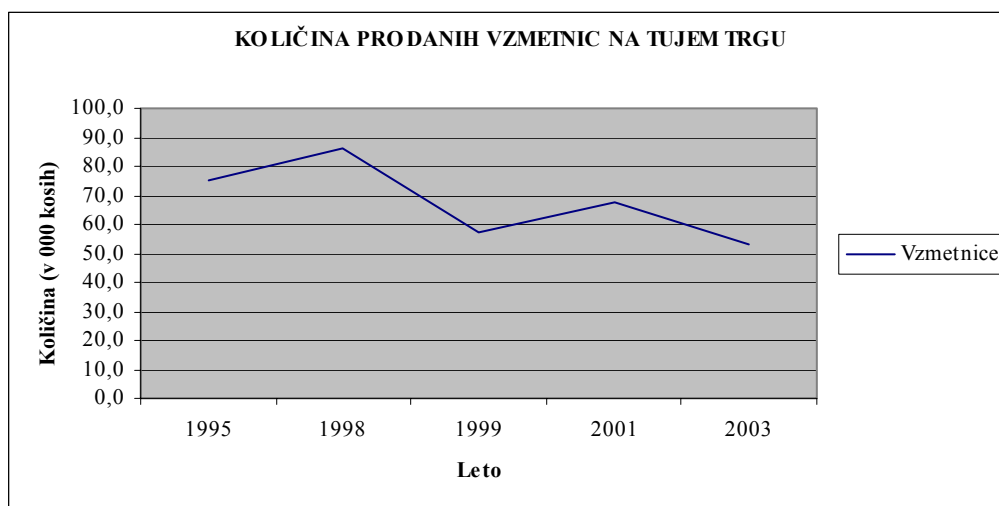
## 2.2. Količina prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003

Med leti 1995 in 1998 je količina prodanih vzmetnic na tujem trgu naraščala. V letu 1995 so izvozili približno 75.500 vzmetnic. Do leta 1998 je narasla na približno 86.000 izvoženih vzmetnic. Med letoma 1998 in 1999 je izvoz padel za približno 34% - na približno 57.400 vzmetnic. Med leti 1999 in 2001 je izvoz narasel za 15% - na približno 67.700 izvoženih vzmetnic. Med letoma 2001 in 2003 pa je izvoz spet padel na približno 53.000 vzmetnic. Opisano ponazarja graf 3: Prikaz količine prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 3: Količina prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih)

vrsta/leto	1995	1998	1999	2001	2003
Vzmetnice	75,5	86,1	57,4	67,7	53,0

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 3: Prikaz količine prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>4</sup>

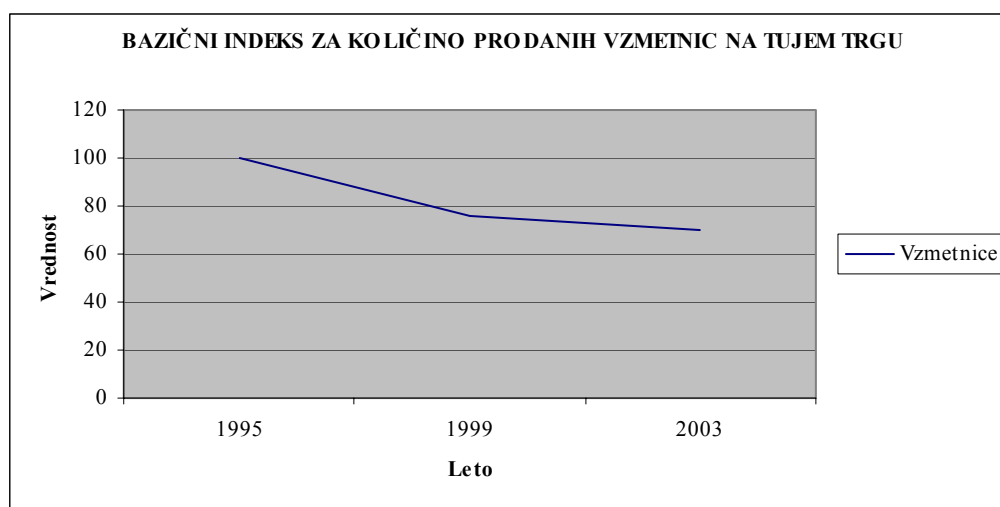
<sup>3</sup> Vir: podatki iz tabele 2

V 4. tabeli izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic na tujem trgu potrjuje že prej opisano. Prodaja je v zadnjih osmih letih upadla. Bazični indeks je med leti 1995 in 1999 padel za 24% (s 100 na 76). Med leti 1999 in 2003 pa še za 6% (s 76 na 70). Iz tega vidimo, da je med leti 1995 in 2003 količina prodanih vzmetnic na tujem trgu padla za 30%, kar ponazarja graf 4.

Tabela 4: Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Količina	Bazični indeks 1.95=100
1995	75.496	100
1999	57.350	76
2003	53.012	70

Vir: Po internih podatkih Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003 iz tabele 3



Graf 4: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>5</sup>

<sup>4</sup> Vir: Podatki iz tabele 3

<sup>5</sup> Vir: podatki iz tabele 4

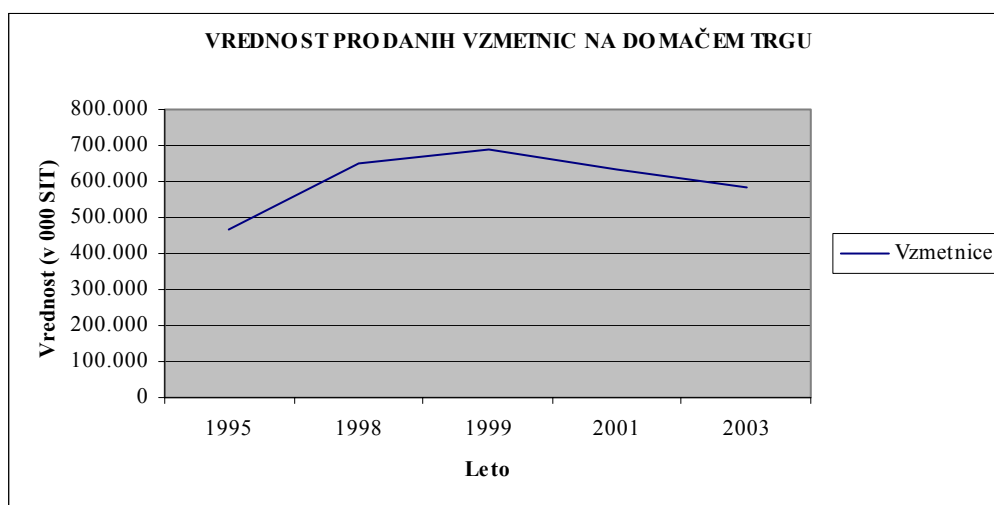
### 2.3. Vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003

Vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu je med leti 1995 in 1999 rasla. Leta 1995 je znašala približno 468 mio SIT. Do leta 1999 je narasla za 32% - na približno 687 mio SIT. Med leti 1999 in 2003 pa je začela padati. Do leta 2003 je padla za 16% - na približno 582 mio SIT, kar ponazarja tabela in graf 5.

Tabela 5: Vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT)

vrsta/leto	1995	1998	1999	2001	2003
Vzmetnice	468.476	650.327	687.614	633.563	582.680

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 5: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003<sup>6</sup>

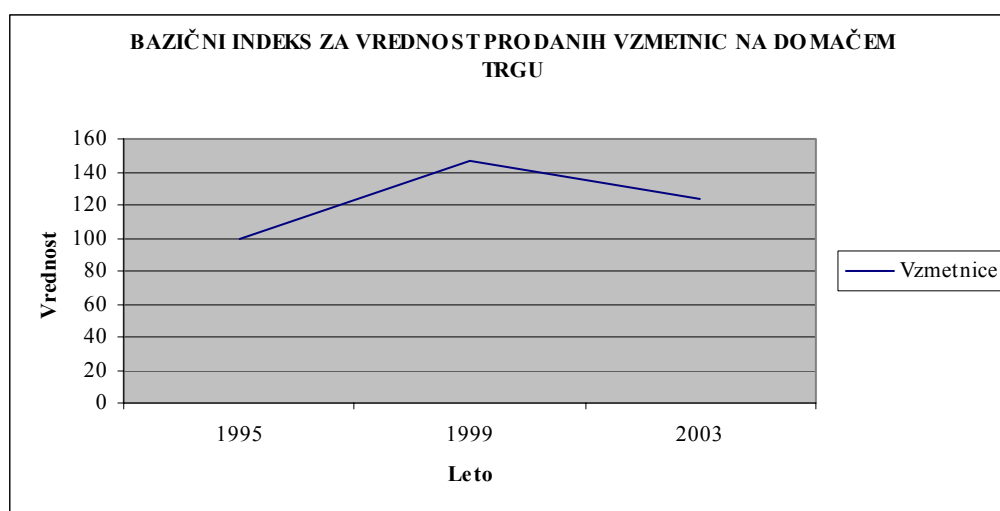
Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu v tabeli 6 prikazuje, da se je med leti 1995 in 2003 dobiček od prodaje povečal za 24%. Bazični indeks se je dvignil s 100 na 124.

<sup>6</sup> Vir: Podatki iz tabele 5

Tabela 6: Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100
1995	468.476	100
1999	687.614	147
2003	582.680	124

Vir: Po internih podatkih Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003 iz tabele 5



Graf 6: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic na domačem trgu od leta 1995 od leta 2003 <sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Vir: Podatki iz tabele 6

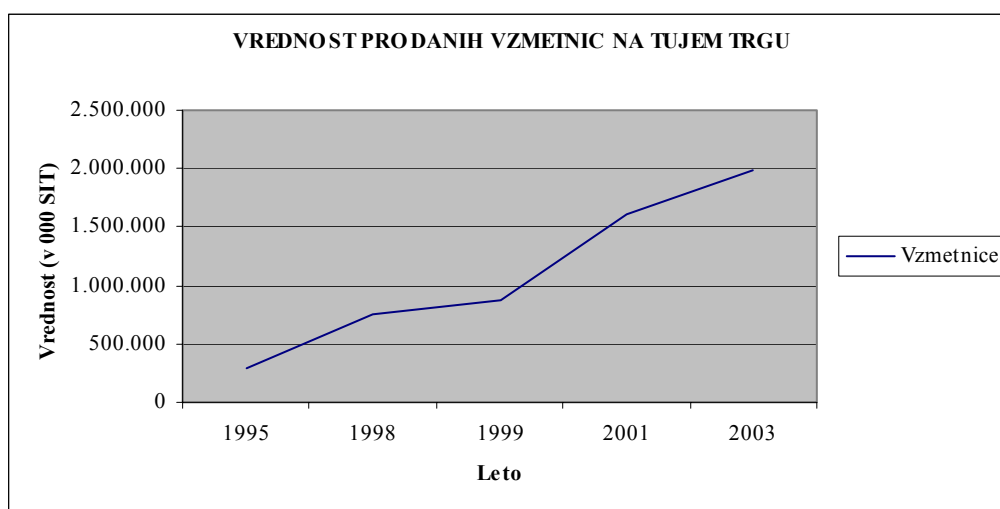
## 2.4. Vrednost prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003

Vrednost prodanih vzmetnic na tujem trgu prikazuje, da je dobiček med leti 1995 in 2003 neprestano naraščal. Leta 1995 je znašal približno 283 mio SIT, leta 1999 je znašal približno 874 mio SIT; leta 2003 pa skoraj 2 mlrd SIT. Največji razpon v prodaji je iz grafa 7 razviden med leti 1999 in 2001, ko je narasel za 100%.

Tabela 7: Vrednost prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT)

vrsta/leto	1995	1998	1999	2001	2003
Vzmetnice	283.165	755.744	873.801	1.609.623	1.988.269

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 7: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>8</sup>

V tabeli 8 smo s pomočjo bazičnega indeksa ugotovili, da je dobiček od prodaje vzmetnic na tujem trgu med leti 1995 in 2003 narasel za več kot 700%. Bazični indeks se je dvignil s 100 na 700.

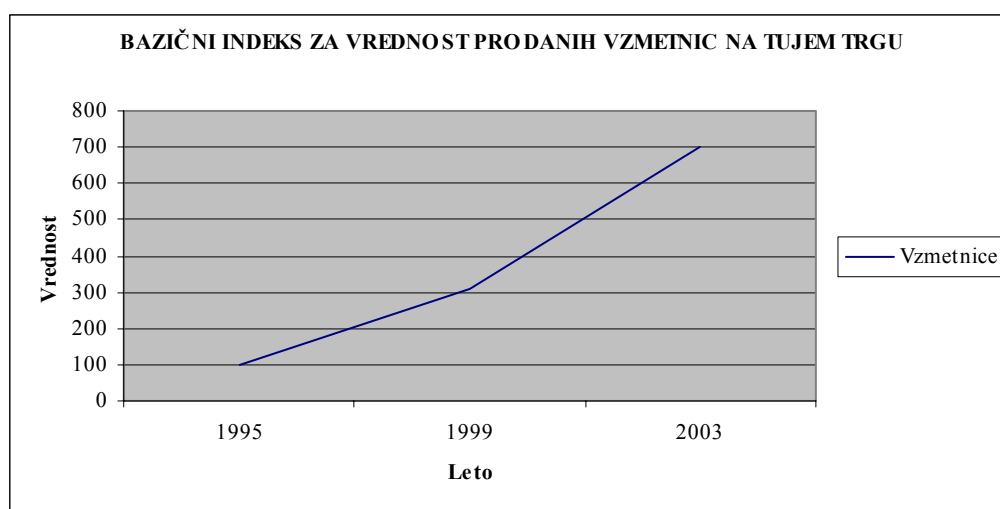
---

<sup>8</sup> Vir: Podatki iz tabele 7

Tabela 8: Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100
1995	283.165	100
1999	873.801	309
2003	1.988.269	702

Vir: Po internih podatkih Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003 iz tabele 7



Graf 8: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic na tujem trgu od leta 1995 od leta 2003<sup>9</sup>

#### 2.4.1. Kalkulacija stroškov vzmetnice

Za izračun kalkulacije stroškov vzmetnice smo si izbrali 3 različne vzmetnice katere se med seboj najbolj razlikujejo in gredo najbolj v prodajo. Te so Termal Extra – B, Hospital Latex – B 3H in Bio Latex 3M. Iz 9. tabele lahko vidimo, da za posamezno vzmetnico traja izdelava približno pol ure, stroški dela znašajo 2.200 SIT, stroški materiala pa 13.500 SIT. Tako lastna cena vzmetnice znaša 15.700 SIT. Prodajna cena pa znaša 44.000 SIT. Opisano je razvidno tudi v tabeli 9: Kalkulacija stroškov vzmetnice.

<sup>9</sup> Vir: Podatki iz tabele 8



Minute dela predstavljajo čas izdelave, ki bi ga porabil pri izdelavi vzmetnice en delavec. Skupni izdelavni čas pa je realni čas, ki ga določeno število delavcev porabi za izdelavo vzmetnice.

Tabela 9: Kalkulacija stroškov vzmetnice

Leto	Enota	Minute dela	Skupni izdelavni čas (v min)	Stroški brez izdelavnega materiala (v SIT)	Vrednost materiala (v SIT)	Lastna cena - LC (v SIT)	Prodajna cena - PC (v SIT)
2004	kos	42,79	30,64	2.234,40	13.463,56	15.697,96	43.934,00

Vir: Lasten izračun preko internih podatkov Mebla Jogi iz leta 2004

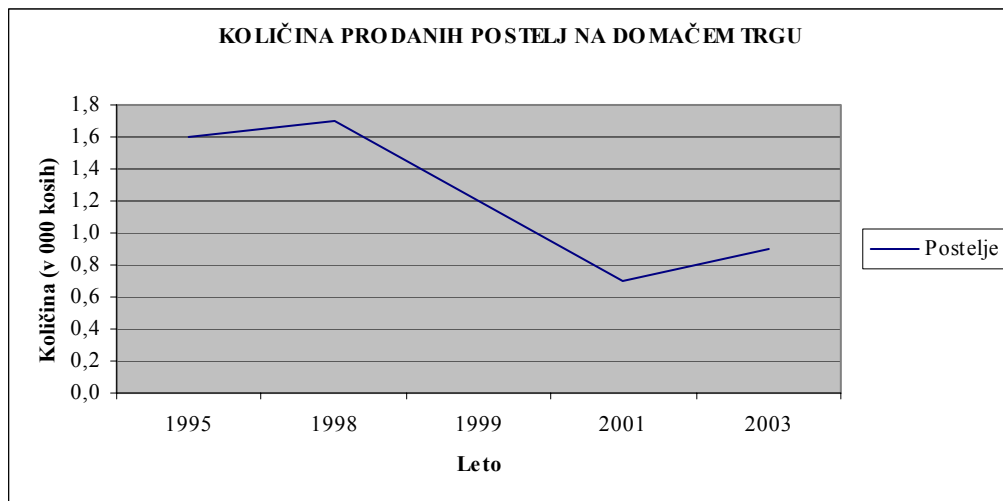
## 2.5. Količina prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003

Količina prodanih postelj na domačem trgu je glede na podatke iz tabele 10 od leta 1995 do leta 1999 predstavljala približno enako vrednost, t.j. povprečno 1510 prodanih postelj na leto. Leta 2001 je za polovico vpadla – na 692. Iz leta 2001 na leto 2003 je prodaja narasla za 26% - na 935 prodanih postelj. Opisano ponazarja tudi graf 9: Prikaz količine prodanih vzmetnic in postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 10: Količina prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih)

vrsta/leto	1995	1998	1999	2001	2003
Postelje	1,6	1,7	1,2	0,7	0,9

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 9: Prikaz količine prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003

10

V 11. tabeli smo z izračunom bazičnega indeksa ugotovili, da je prodaja postelj na domačem trgu v 8 letih padla za 40%. Opisano ponazarja tudi graf 10: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.

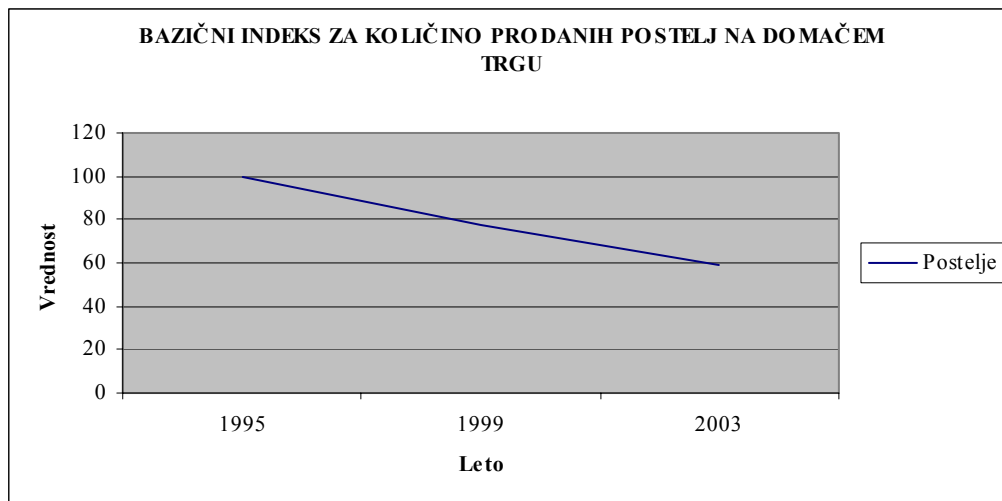
Tabela 11: Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Količina	Bazični indeks 1.95=100
<b>1995</b>	1.595	100
<b>1999</b>	1.235	78
<b>2003</b>	935	59

Vir: Po internih podatkih Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003 iz tabele 10

---

<sup>10</sup> Vir: Podatki iz tabele 10



Graf 10: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>11</sup>

## 2.6. Količina prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003

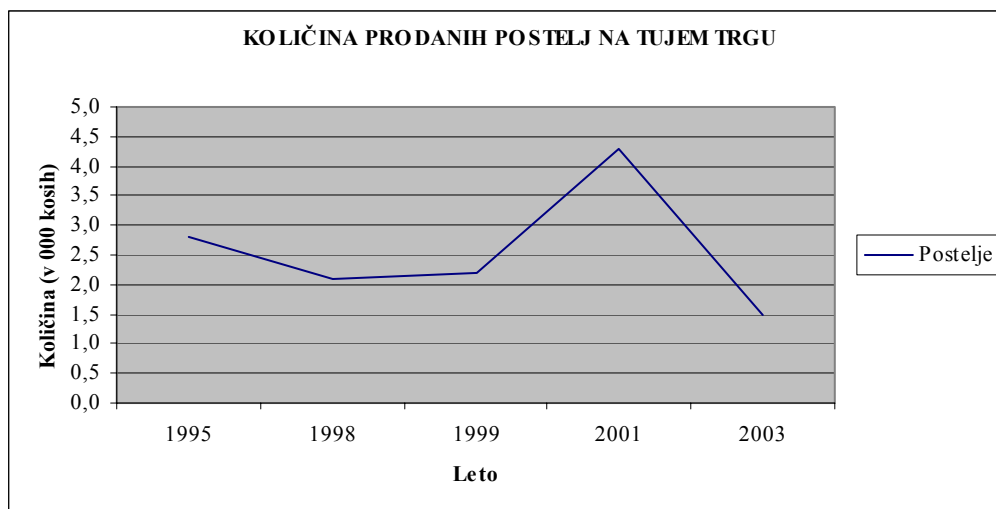
Količina prodanih postelj na tujem trgu je med leti 1995 in 1999 predstavljala približno enako vrednost. Izvozili so približno 2.300 postelj na leto. Med leti 1999 in 2001 pa je narasla za skoraj 100% - na približno 4.300 postelj. Od leta 2001 do leta 2003 pa je padla za približno 65%. Izvozili so samo približno 1500 postelj. Opisano je tudi razvidno na grafu 11: Prikaz količine prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 12: Količina prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih)

vrsta/leto	1995	1998	1999	2001	2003
Postelje	2,8	2,1	2,2	4,3	1,5

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003

<sup>11</sup> Vir: Podatki iz tabele 11



Graf 11: Prikaz količine prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>12</sup>

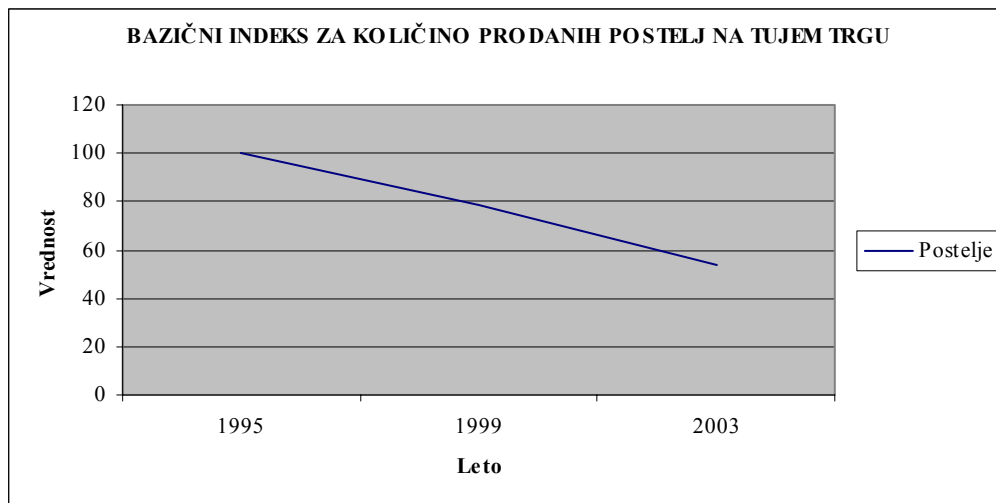
V tabeli 13 smo s pomočjo bazičnega indeksa ugotovili, da je količina prodanih postelj med leti 1995 in 2003 padla za polovico. Bazični indeks je padel s 100 na 54. Med leti 1995 in 1999 je padla za približno 20%, v naslednjih 4 letih pa še za 26%. Opisano je tudi razvidno na grafu 12: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 13: Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Količina	Bazični indeks 1.95=100
<b>1995</b>	2.821	100
<b>1999</b>	2.224	79
<b>2003</b>	1.525	54

Vir: Po internih podatkih Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003 iz tabele 12

<sup>12</sup> Vir: Podatki iz tabele 12



Graf 12: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>13</sup>

## 2.7. Vrednost prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003

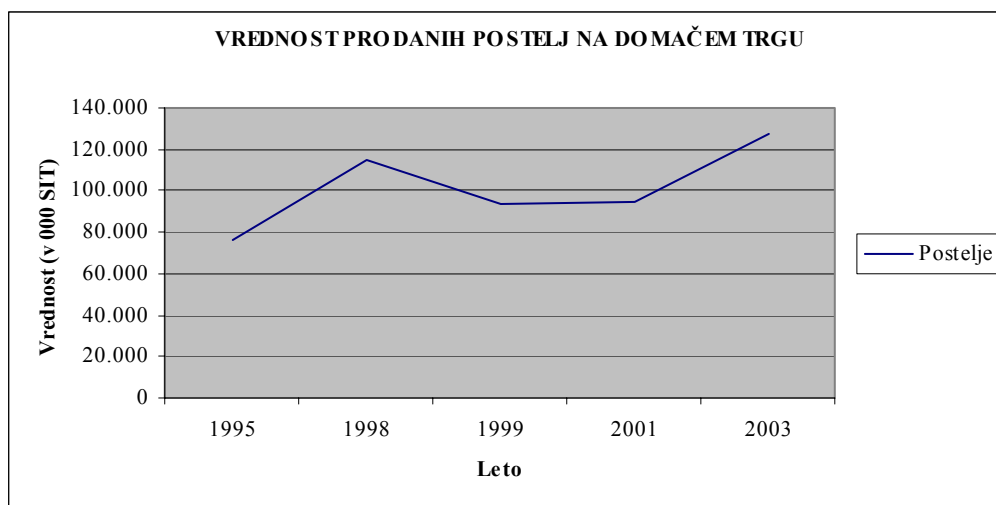
Vrednost prodanih postelj na domačem trgu med leti 1995 in 2003 prikazuje, da je dobiček med prikazanimi leti nihaj. Leta 1995 je znašal približno 76 mio SIT, do leta 1998 je narasel za približno 34% - na 115 mio SIT. Med letoma 1998 in 1999 je spet padel na približno 94 mio SIT. Leta 2001 je predstavljal enako vrednost. Od leta 2001 do leta 2003 pa je dobiček narasel za 26% - na približno 128 mio SIT. Opisano ponazarja graf 13: Prikaz vrednosti prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 14: Vrednost prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT)

vrsta/leto	1995	1998	1999	2001	2003
<b>Postelje</b>	76.264	114.763	93.765	94.670	127.905

<sup>13</sup> Vir: Podatki iz tabele 13

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 13: Prikaz vrednosti prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>14</sup>

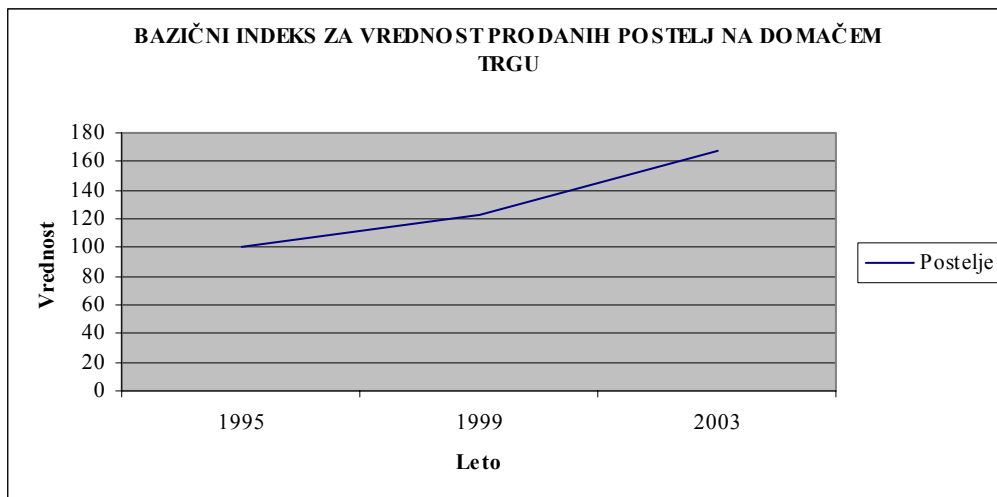
Z izračunom bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na domačem trgu smo v tabeli 15 ugotovili, da je dobiček med leti 1995 in 2003 neprestano naraščal. Med leti 1995 in 1999 je narasel za 23%, do leta 2003 pa še za 45%. Tako je dobiček med leti 1995 in 2003 skupno narasel za 68%. Bazični indeks se je dvignil s 100 na 168. Opisano ponazarja graf 14: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 15: Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100
<b>1995</b>	76.264	100
<b>1999</b>	93.765	123
<b>2003</b>	127.905	168

Vir: Po internih podatkih Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003 iz tabele 14

<sup>14</sup> Vir: Podatki iz tabele 14



Graf 14: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na domačem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>15</sup>

## 2.8. Vrednost prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003

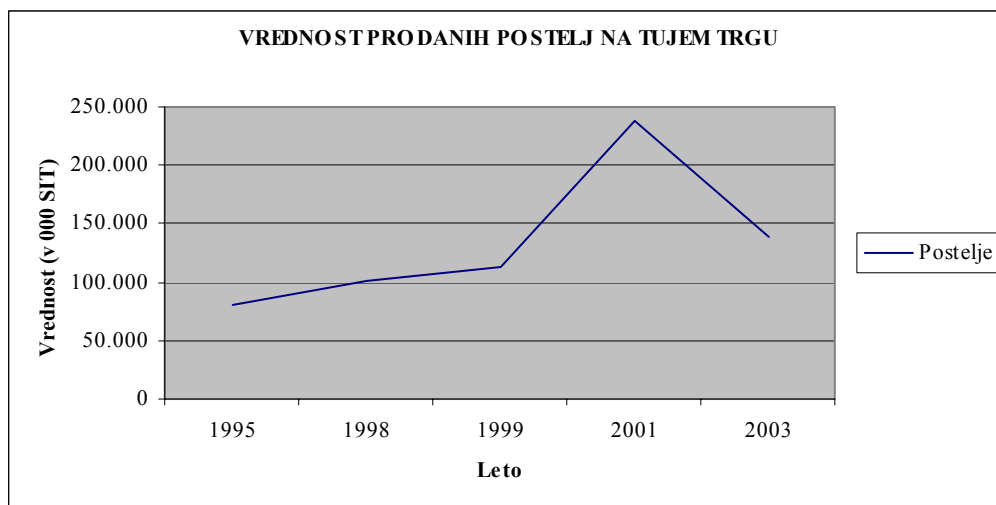
Vrednost prodanih postelj na tujem trgu je med leti 1995 in 1999 znašala povprečno približno 98 mio SIT. Med leti 1999 in 2001 je narasla s približno 113 mio SIT na približno 238 mio SIT, kar predstavlja več kot 100%. Med leti 2001 in 2003 pa je izvoz padel za 60% - s približno 248 mio SIT na približno 140 mio SIT. Opisano ponazarja graf 15: Prikaz vrednosti prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 16: Vrednost prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT)

vrsta/leto	1995	1998	1999	2001	2003
Postelje	80.432	100.849	112.455	237.684	139.198

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003

<sup>15</sup> Vir: Podatki iz tabele 15



Graf 15: Prikaz vrednosti prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>16</sup>

V tabeli 17 smo s pomočjo bazičnega indeksa ugotovili, da je vrednost prodanih postelj na tujem trgu med leti 1995 in 2003 narasla. Bazični indeks je med leti 1995 in 1999 narasel za 40%, med leti 1999 in 2003 pa še za 33%. Tako je vrednost prodanih postelj med leti 1995 in 2003 narasla za 73%, kar ponazarja graf 16: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003.

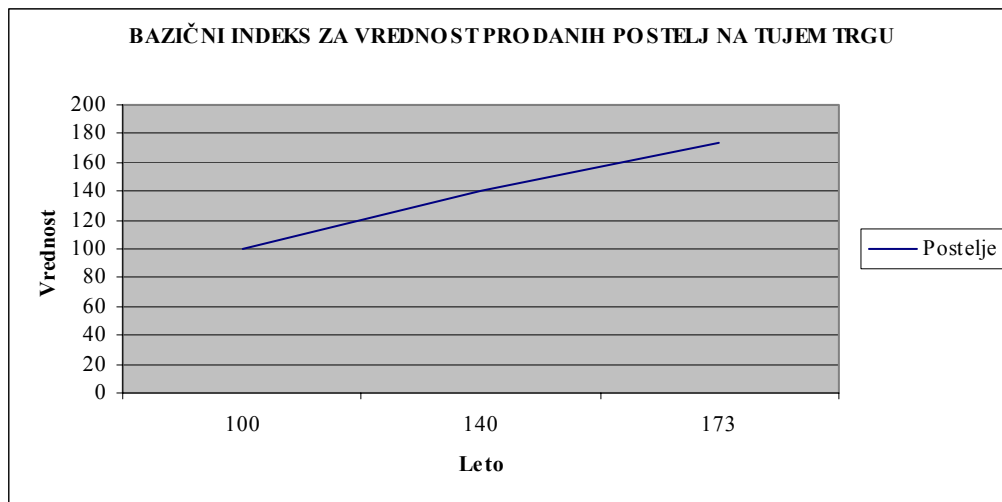
Tabela 17: Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100
<b>1995</b>	80.432	100
<b>1999</b>	112.455	140
<b>2003</b>	139.198	173

Vir: Po internih podatkih Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003 iz tabele 16

<sup>16</sup> Vir: Podatki iz tabele 16





Graf 16: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih postelj na tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 <sup>17</sup>

### 2.8.1. Kalkulacija stroškov postelje

Za izračun kalkulacije stroškov postelje smo si izbrali dve postelji, in sicer Gracia ter Termal Latex. Omenjeni postelji sta si zelo sorodni po izdelavi ter uporabljenih materialih. V 18. tabeli lahko vidimo, da za posamezno posteljo traja izdelava približno tri ure, stroški dela znašajo približno 13.100 SIT, stroški materiala pa 67.500 SIT. Tako lastna cena vzmetnice znaša 80.560 SIT. Prodajna cena pa znaša približno 176.600 SIT. Opisano je razvidno v tabeli 18: Kalkulacija stroškov postelje.

Minute dela predstavljajo čas izdelave, ki bi ga porabil pri izdelavi postelje en delavec. Skupni izdelavni čas pa je realni čas, ki ga določeno število delavcev porabi za izdelavo postelje.

---

<sup>17</sup> Vir: Podatki iz tabele 17

Tabela 18: Kalkulacija stroškov postelje

Leto	Enota	Minute dela	Skupni izdelavni čas	Stroški brez izdelavnega materiala (v SIT)	Vrednost materiala (v SIT)	Lastna cena - LC (v SIT)	Prodajna cena - PC (v SIT)
2004	kos	250,63	181,80	13.088,41	67.473,13	80.561,54	176.600,00

Vir: Lasten izračun preko internih podatkov Mebla Jogi iz leta 2004

### 3. IZVOZ VZMETNIC IN POSTELJ PODJETJA MEBLO JOGI

Podjetje Meblo Jogi izvaža na večino evropskih trgov in tudi na trge v drugih državah sveta. Delež prodaje na tujih trgih je v trendu naraščanja in znaša danes že približno 74% celotne realizacije.

Izvoz vzmetnic in postelj smo razdelili na izvoz v republike bivše Jugoslavije ter v druge države. Med slednjimi smo izbrali štiri z največjim obsegom izvoza. Te so: Italija, Avstrija, Češka in Poljska. Tiste z manjšim smo zbrali pod ostale. Te so: Nemčija, Belgija, Madžarska, Albanija, Ukrajina, Rusija, Latvija, Džibuti in Izrael.

V opredelitvi vrednostnega in količinskega izvoza v republike bivše Jugoslavije smo izbrali štiri države: Hrvaško, Makedonijo, Bosno in Srbijo. Menimo, da te zadostujejo za realno analizo izvoza.

Ker so v Marketinških analizah podatki o izvozu vzmetnic in postelj zbrani skupaj, bomo v nadaljevanju te podatke skupno interpretirali.

#### 3.1. Količina prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003

Skupna količina prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije v zadnjih 8 letih pada. Leta 1995 so prodali približno 7.700 izdelkov. Do leta 1999 je prodaja padla za 18% - na približno 6.200 izdelkov. Med leti 1999 in 2001 je prodaja v te

države narasla za 2%. Prodali so približno 6.300 izdelkov. Do leta 2003 pa je spet padla za 16% - na približno 5.300 prodanih izdelkov. Glede na to lahko ugotovimo, da prodaja v republike bivše Jugoslavije letno pade za približno 9%.

V primerjavi z drugimi državami bivše republike Jugoslavije prodajo največ izdelkov na Hrvaško. Med leti 1995 in 2001 so prodali približno 5000 izdelkov na leto. V zadnjih 3 letih pa je prodaja v to državo padla za četrtno. S približno 4.800 prodanih izdelkov leta 2001 je tako prodaja padla na približno 3.800 prodanih izdelkov leta 2003; to tudi ponazarja tabela 19.

V Makedonijo so do leta 1999 prodali približno 800 izdelkov na leto. Leta 1999 je prodaja padla za približno tretjino – na približno 500 izdelkov. Tako se do leta 2003 prodaja ni več spreminjala – prodali so približno 500 izdelkov na leto.

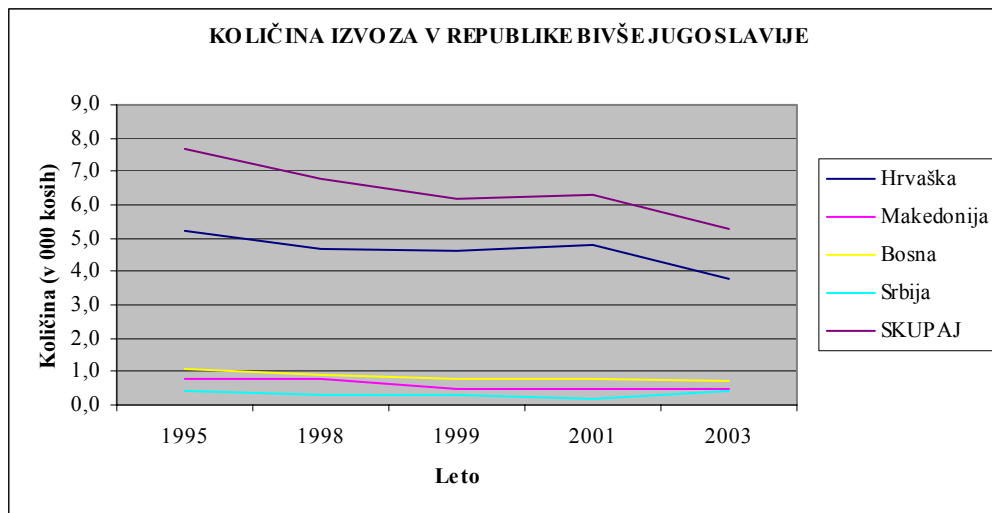
V drugih državah (Bosni in Srbiji) se količina prodanih vzmetnic in postelj skozi leta skoraj ni spreminjala. V Bosni prodajo približno 700 izdelkov na leto. Med leti 1995 in 1998 je prodaja v to državo padla s približno 1.100 izdelkov na 890 izdelkov. V Srbiji pa prodaja niha na približno 300 prodanih izdelkih na leto.

Vse opisano ponazarja tudi graf 17: Prikaz količine prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 19: Količina prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih)

leto/država	1995	1998	1999	2001	2003
<b>Hrvaška</b>	5,2	4,7	4,6	4,8	3,8
<b>Makedonija</b>	0,8	0,8	0,5	0,5	0,5
<b>Bosna</b>	1,1	0,9	0,8	0,8	0,7
<b>Srbija</b>	0,4	0,3	0,3	0,2	0,4
<b>SKUPAJ</b>	7,7	6,8	6,2	6,3	5,3

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 17: Prikaz količine prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003 <sup>18</sup>

Količina prodanih vzmetnic in postelj nam s pomočjo bazičnega indeksa kaže, da je količina prodanih vzmetnic in postelj v zadnjih 8 letih v države bivše Jugoslavije padla.

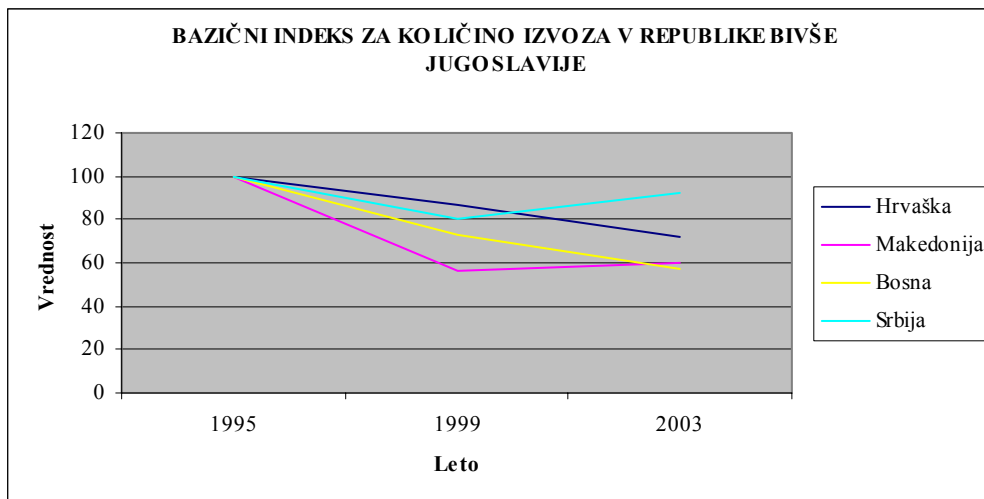
Med leti 1999 in 2003 je prodaja najbolj padla v Bosni, kar je tudi razvidno iz grafa 18: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 20: Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Hrvaška		Makedonija		Bosna		Srbija	
	Količina	Bazični indeks 1.95=100	Količina	Bazični indeks 1.95=100	Količina	Bazični indeks 1.95=100	Količina	Bazični indeks 1.95=100
<b>1995</b>	5.278	100	878	100	1.145	100	389	100
<b>1999</b>	4.615	87	491	56	837	73	312	80
<b>2003</b>	3.797	72	528	60	656	57	357	92

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003

<sup>18</sup> Vir: Podatki iz tabele 19



Graf 18: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003 <sup>19</sup>

### 3.2. Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003

Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije se je med leti 1995 in 2003 povečal za skoraj 400%. Leta 1995 je realizacija znašala 132 mio SIT; do leta 2003 pa je narasla na 505 mio SIT. Med leti 1995 in 2001 je neprestano rasla. Tako je leta 2001 dosegla najvišjo vrednost, t.j. 524,5 mio SIT. Med leti 2001 in 2003 pa je padla za 4% - na 505 mio SIT. Opisano ponazarja tabela 21: Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003.

Glede na druge države predstavlja Hrvaška glavno državo izvoza. Dobiček je približno 5-krat večji kot v drugih državah, čeprav je med leti 2001 in 2003 padel za približno 10%. Povprečno jim letni dobiček na Hrvaškem predstavlja približno 311 mio SIT.

Zadnja 3 leta je v porastu prodaja v Makedonijo in Srbijo. V Makedoniji je narasla za 25% - s 37 mio SIT na 49 mio SIT. V Srbiji pa za 33% - z 22 mio SIT na skoraj 34 mio SIT.

---

<sup>19</sup> Vir: Podatki iz tabele 20

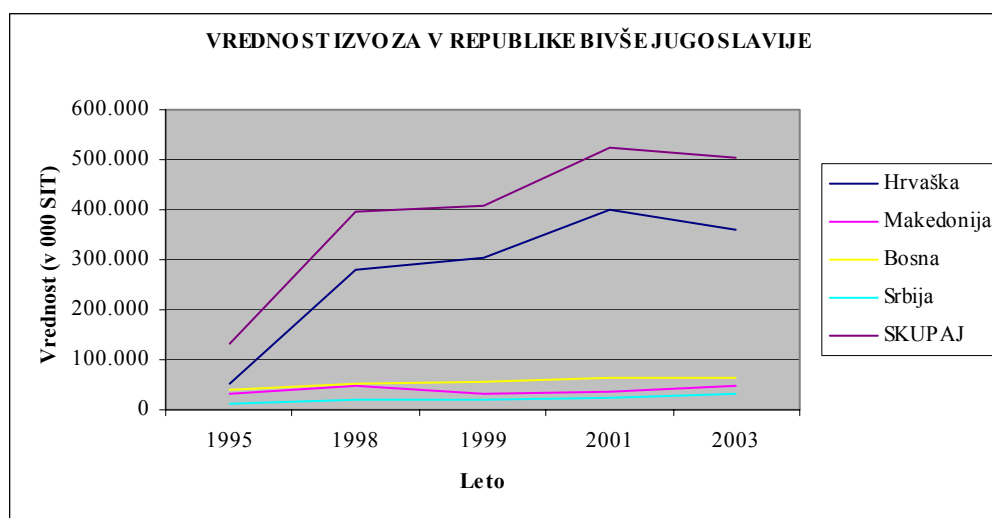
Prodaja v Bosni je vse do leta 2001 naraščala, med leti 2001 in 2003 pa malo padla – s 65 mio SIT na 62 mio SIT.

Opisano je razvidno na graf 19: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 21: Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT)

leto/država	1995	1998	1999	2001	2003
<b>Hrvaška</b>	50.337	278.073	302.433	399.065	359.434
<b>Makedonija</b>	30.543	47.538	32.151	37.418	49.941
<b>Bosna</b>	40.684	51.804	54.826	65.376	62.071
<b>Srbija</b>	10.873	18.186	20.422	22.684	33.827
<b>SKUPAJ</b>	132.437	395.601	409.832	524.543	505.273

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 19: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003 <sup>20</sup>

Če pogledamo tabelo 22, ki ponazarja izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije, lahko ugotovimo, da najbolj narašča prodaja na Hrvaško. Med leti 1995 in 2003 je bazični indeks narasel

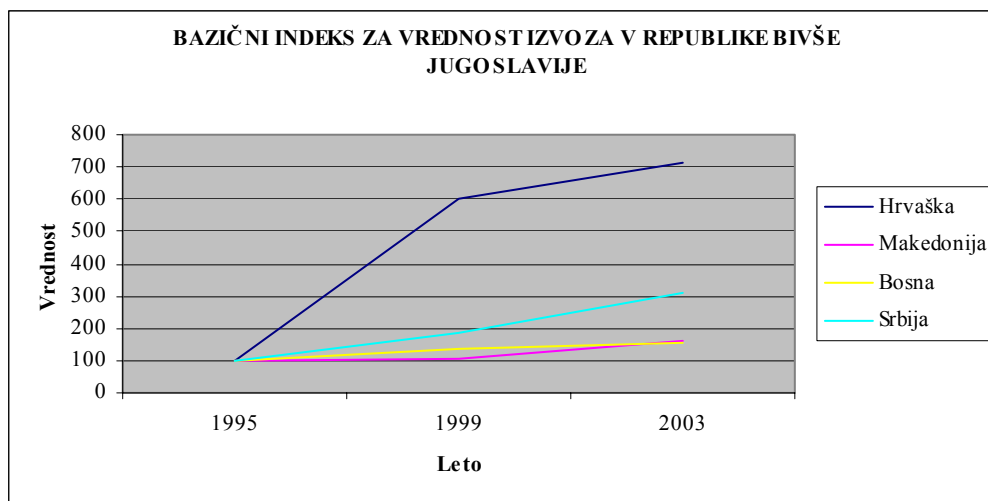
<sup>20</sup> Vir: Podatki iz tabele 21

za približno 700% (iz 100 na 714). Tudi prodaja v Makedonijo, Bosno in Srbijo je v zadnjih treh letih v porastu, vendar ne tako izrazito. Prodaja v Srbijo je v osmih letih narasla za približno 300% (s 100 na 311). Opisano ponazarja graf 20: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 22: Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Hrvaška		Makedonija		Bosna		Srbija	
	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100
1995	50.337	100	30.543	100	40.684	100	10.873	100
1999	302.433	601	32.151	105	54.826	135	20.422	188
2003	359.434	714	49.941	164	62.071	153	33.827	311

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 20: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v republike bivše Jugoslavije od leta 1995 do leta 2003<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Vir: Podatki iz tabele 22

### 3.3. Količina prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003

Količinsko največ izdelkov prodajo v Italijo in Avstrijo. Tabela 23 prikazuje, da v Italijo izvozijo v primerjavi z Avstrijo za približno polovico več izdelkov. V Italijo so leta 2003 prodali približno 10.800 izdelkov, v Avstrijo pa približno 6.000.

Prodaja na Češkem in Poljskem trgu polagoma pada. Leta 1995 so izvozili približno 1.000 izdelkov na vsak trg. Padanje je bilo najbolj očitno na Češkem trgu. Leta 2003 izvoza ni bilo več. Izvoz na Poljsko kaže bolje. Med leti 1998 in 1999 se je povečal za 9%: s približno 800 prodanih izdelkov na 900 prodanih izdelkov. Leta 2003 pa so na Poljsko izvozili približno 300 izdelkov, kar ponazarja graf 21.

V ostale države prodaja z leti narašča. Leta 1995 je predstavljala približno 2.400 prodanih izdelkov; do leta 2003 pa je narasla na približno 4.900 izdelkov.

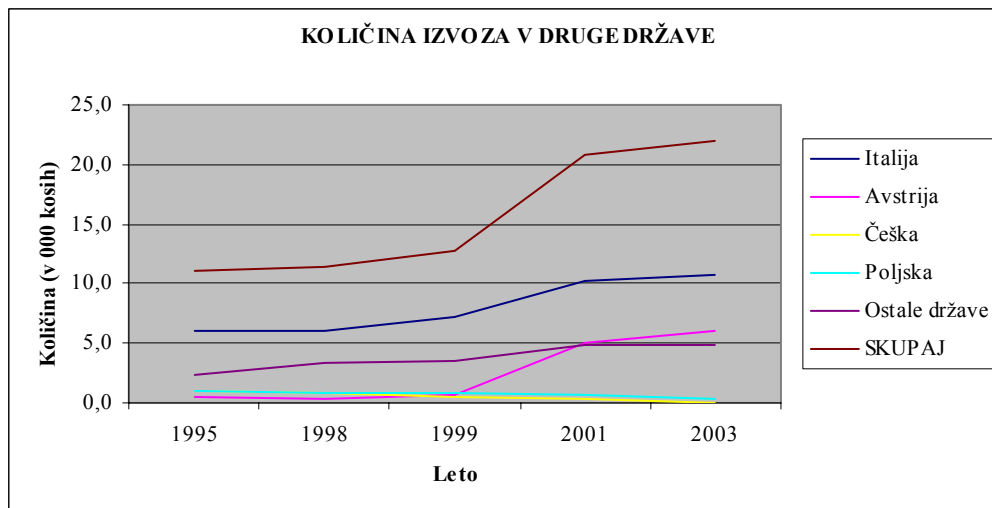
Skupno prodaja tako narašča. Med leti 1995 in 2003 se je povečala za 100% - iz približno 11.000 prodanih izdelkov na približno 22.000 prodanih izdelkov. Največji porast se je zgodil med leti 1999 in 2001. Prodaja je narasla iz približno 12.700 izdelkov na približno 20.800 izdelkov.

Tabela 23: Količina prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 (v 000 kosih)

leto/država	1995	1998	1999	2001	2003
<b>Italija</b>	6,1	6,0	7,2	10,2	10,8
<b>Avstrija</b>	0,5	0,4	0,6	5,0	6,0
<b>Češka</b>	1,0	0,8	0,5	0,3	0,0
<b>Poljska</b>	1,0	0,8	0,9	0,6	0,3
<b>Ostale države</b>	2,4	3,3	3,5	4,8	4,9
<b>SKUPAJ</b>	11,0	11,4	12,7	20,8	22,0

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003





Graf 21: Prikaz količine prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 <sup>22</sup>

V tabeli 24, ki prikazuje izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v druge države, vidimo, da se med leti 1995 in 1999 prodaja na Češko in Poljsko ni povečevala. Celo nižala se je. Prodaja v Italijo in Avstrijo pa je vseh osem let naraščala. Največji porast je viden med leti 1999 in 2003. Prodaja v Avstriji se je med omenjenima letoma dvignila za več kot 1000% (bazični indeks se je dvignil s 116 na 1226); prodaja v Italiji pa se je dvignila za 34% (bazični indeks se je dvignil s 117 na 177). Opisano ponazarja graf 22: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v ostale države od leta 1995 do leta 2003.

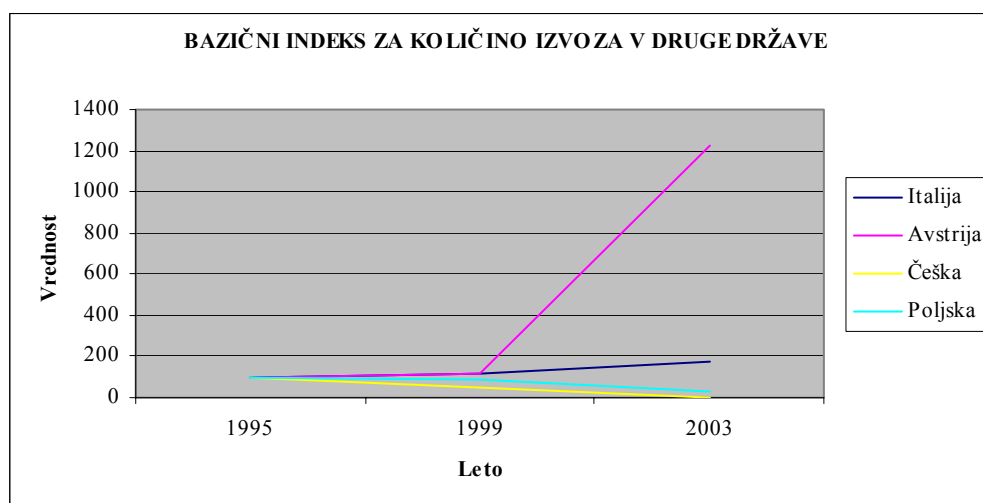
Češka in Poljska pa sta državi, ki glede na podatke, v bližnji prihodnosti ne prinašata velikega dobička.

<sup>22</sup> Vir: Podatki iz tabele 23

Tabela 24: Izračun bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Italija		Avstrija		Češka		Poljska	
	Količina	Bazični indeks 1.95=100	Količina	Bazični indeks 1.95=100	Količina	Bazični indeks 1.95=100	Količina	Bazični indeks 1.95=100
1995	6.138	100	486	100	1.047	100	1.020	100
1999	7.196	117	566	116	500	48	898	88
2003	10.862	177	5.959	1226	4	0	275	27

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 22: Prikaz bazičnega indeksa za količino prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 <sup>23</sup>

### 3.4. Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003

Italija in Avstrija sta državi, ki prinašata velik dobiček. Predvsem v Avstriji se je prodaja od leta 1999 do leta 2001 zelo povečala: s 37 mio SIT na leto na 411 mio SIT na leto. Med leti 2001 in 2003 je narasla že na 564 mio SIT na leto; to ponazarja tabela 25.

---

<sup>23</sup> Vir: Podatki iz tabele 24

Italija vse od leta 1995 prinaša vsako leto večji dobiček. Leta 1995 je dobiček znašal 250 mio SIT. Najbolj je narasel med leti 1999 in 2001. S 471 mio SIT je narasel na 842 mio SIT na leto. Leta 2003 je narasel na nekaj več kot 1 mlrd SIT na leto.

Na Češko so med leti 1995 in 1998 izvozili za približno 45 mio SIT na leto. Od takrat naprej je prodaja začela padati. Leta 2001 so izvozili še samo za 24 mio SIT. Leta 2003 pa je prišlo do odpovedi trga. Izvozili so samo za 421.000 SIT.

Na Poljskem je dobiček do leta 1999 rasel. Izvozili so za 58 mio SIT na leto. V naslednjih letih je začel padati. Leta 2001 so izvozili za 47 mio SIT. Leta 2003 pa je v primerjavi z letom 1999 vrednostni izvoz padel za približno polovico (46%). Znašal je samo 26 mio SIT.

V drugih državah je dobiček nihal. Do leta 2001 je naraščal. Največji porast se je zgodil med leti 1999 in 2001: z 80 mio SIT na 151 mio SIT. Med leti 2001 in 2003 pa je padel za 67% - na 50 mio SIT.

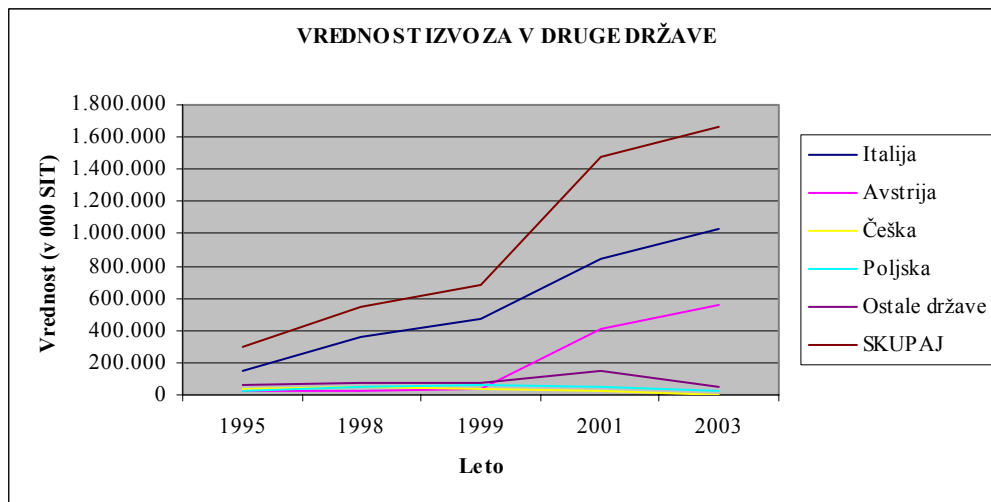
Prodaja v druge države skupaj je vseh osem let naraščala. Leta 1995 je znašala približno 294 mio SIT; leta 2003 pa približno 1,7 mlrd SIT. Med leti 1999 in 2001 je dobiček narasel za 100% (iz 680 mio SIT na 1,5 mlrd SIT).

Opisano prikazuje graf 23: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 25: Vrednost prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT)

leto/država	1995	1998	1999	2001	2003
<b>Italija</b>	150.483	354.477	471.589	842.813	1.028.316
<b>Avstrija</b>	18.868	23.430	37.072	411.530	564.095
<b>Češka</b>	33.679	45.912	32.759	24.568	421
<b>Poljska</b>	28.130	47.538	58.877	47.878	26.000
<b>Ostale države</b>	62.354	76.522	80.471	150.956	49.966
<b>SKUPAJ</b>	293.514	547.879	680.768	1.477.745	1.668.798

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003



Graf 23: Prikaz vrednosti prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 <sup>24</sup>

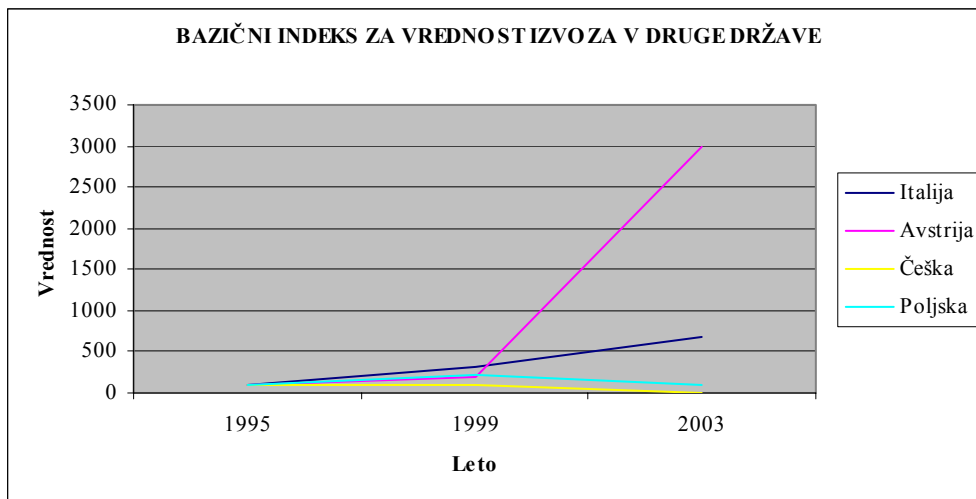
Kot prikazuje graf 24, se je izvoz v Avstrijo med leti 1999 in 2003 izrazito povečal – bazični indeks se je dvignil s 196 na 2990. Izvoz v Italijo tudi vsako leto raste, vendar v primerjavi z Avstrijo veliko počasneje. Izvoz na Češko in Poljsko pa z leti pada.

Tabela 26: Izračun bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003, (bazični indeks za leto 1995 = 100)

Leto	Italija		Avstrija		Češka		Poljska	
	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100	Vrednost (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100
<b>1995</b>	150.483	100	18.868	100	33.679	100	28.130	100
<b>1999</b>	471.589	313	37.072	196	32.759	97	58.877	209
<b>2003</b>	1.028.316	683	564.095	2990	421	1	26.000	92

Vir: Interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 2003

<sup>24</sup> Vir: Podatki iz tabele 25



Graf 24: Prikaz bazičnega indeksa za vrednost prodanih vzmetnic in postelj v druge države od leta 1995 do leta 2003 <sup>25</sup>

#### 4. PREUSMERITEV ZARADI TRGOV

Z izgubo bivšega jugoslovanskega trga, ki je obsegal veliko območje z dvajset milijoni potencialnih, relativno nezahtevnih kupcev, je podjetje Meblo Jogi svojo perspektivo usmerilo v nenehno in intenzivnejše naraščanje izvoza v druge države. Okrepila se je potreba po izvozu, saj bi jim ustalitev na majhnem in že zasičenem domačem trgu onemogočala nadaljnjo rast in razvoj. Podjetje je svoje poslovanje usmerilo na zahodna tržišča, hkrati pa niso zanemarili pomena propadlega vzhodnega trga. Potrošniki in prepoznavnost blagovne znamke so namreč na vzhodu ostali, politični razlogi so povzročili izgubo trga. Danes se poskušajo z ustreznimi organizacijskimi prijemi ponovno vrniti na izgubljeni Jugoslovanski trg.

---

<sup>25</sup> Vir: Podatki iz tabele 26

#### 4.1. Pogled preusmeritve glede prodaje na domačem in tujem trgu od leta 1995 do leta 2003

Ker je zasičeni domači trg v tistim času onemogočal nadaljnjo rast in razvoj, je od leta 1999 naprej prodaja na domačem trgu začela malo vpadati. Za obstoj na trgu so morali svoje izdelke izvažati.

Tabela 27 prikazuje, da je bil dobiček leta 1995 na domačem trgu 544,7 mio SIT, na tujem trgu pa 363,6 mio SIT. Z leti je dobiček na obeh trgih rasel. Leta 1999 je bila vrednostna realizacija večja na tujem, kot pa na domačem trgu. Na domačem trgu je predstavljala 781,4 mio SIT, na tujem trgu pa 986,2 mio SIT. Ob skoraj nespremenjeni vrednostni realizaciji na domačem trgu je podjetju med leti 1999 in 2003 uspelo močno dvigniti prodajo na tujem trgu. Leta 2001 je bila vrednostna realizacija 1,8 mlrd SIT; leta 2003 pa 2,1 mlrd SIT. Na domačem trgu pa je leta 2003 predstavljala 710 mio SIT; kar predstavlja majhen upad. Opisano ponazarja graf 25.

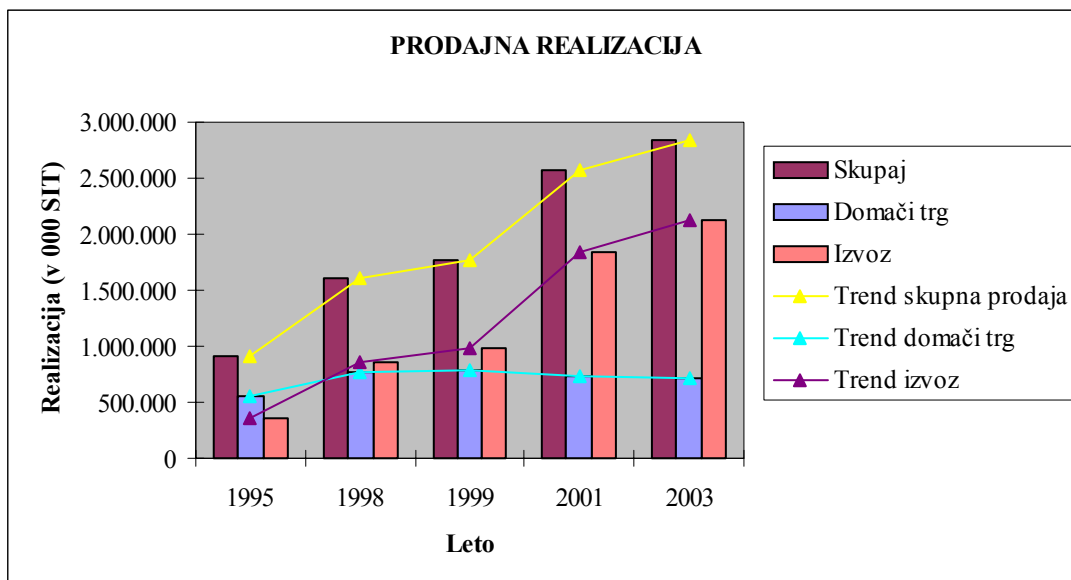
Tabela 27 prikazuje tudi deleže prodaje (v odstotkih) na domačem in tujem trgu. Iz njih je razvidno, da so do leta 1995 60% izdelkov prodali na domačem trgu; preostalo v izvozu. Leta 1998 so na domačem trgu prodali še samo za 47% izdelkov. Tako je prodaja na domačem trgu začela iz leta v leto padati. Leta 2001 so na domačem trgu prodali 28%; leta 2003 pa samo 25% celotne prodaje.

Glede na te podatke lahko sklepam, da se prodaja na domačem trgu v prihodnosti ne bo bistveno razlikovala od prodaje v zadnjih dveh letih. Podjetje se usmerja v večini na prodajo na tuji trg, zato je pričakovati povečanje le-te.

Tabela 27: Obseg prodaje na domačem in tujem trgu med leti 1995 in 2003 vrednostno in v odstotkih

	1995	1998	1999	2001	2003
	<b>Vrednosti realizacije v tisočih SIT</b>				
<b>Domači trg</b>	544.740	765.090	781.379	728.233	710.585
<b>Izvoz</b>	363.597	856.593	986.256	1.847.307	2.127.467
<b>Skupaj</b>	908.337	1.609.048	1.760.000	2.575.540	2.838.452
	<b>Deleži v %</b>				
<b>Domači trg</b>	60,0	47,1	44,2	28,0	25,0
<b>Izvoz</b>	40,0	52,9	55,8	72,0	75,0
<b>Skupaj</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: Marketinške analize in poslovna poročila podjetja med leti 1995 in 2003 (interni podatki Mebla Jogi)



Graf 25: Prikaz vrednosti prodaje vzmetnic in postelj na domačem in tujem trgu od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT) <sup>26</sup>

#### 4.2. Pogled preusmeritve glede prodaje na trgih držav bivše Jugoslavije ter trgih drugih držav od leta 1995 do leta 2003

Ker so izvoz od leta 1995 naprej preusmerili na druge (zahodne) države, je izvoz v te države (Italijo, Avstrijo, Češko in Poljsko) v primerjavi z državami bivše Jugoslavije, izrazito narasel. To je nazorno prikazano na grafu 26. Od leta 1999 naprej je izvoz na zahodne trge začel naraščati. Največji porast izvoza je viden med letoma 1999 in 2001. Realizacija izvoza je narasla za 55%. Tudi skupni izvoz je najbolj narasel med letoma 1999 in 2001. Porasel je za 53%.

Tabela 28 prikazuje realizacijo izvoza na trge bivše Jugoslavije, ter na druge zahodne trge. Leta 1995 je izvoz v republike bivše Jugoslavije znašal 132 mio SIT, v druge

<sup>26</sup> Vir: Podatki iz tabele 27

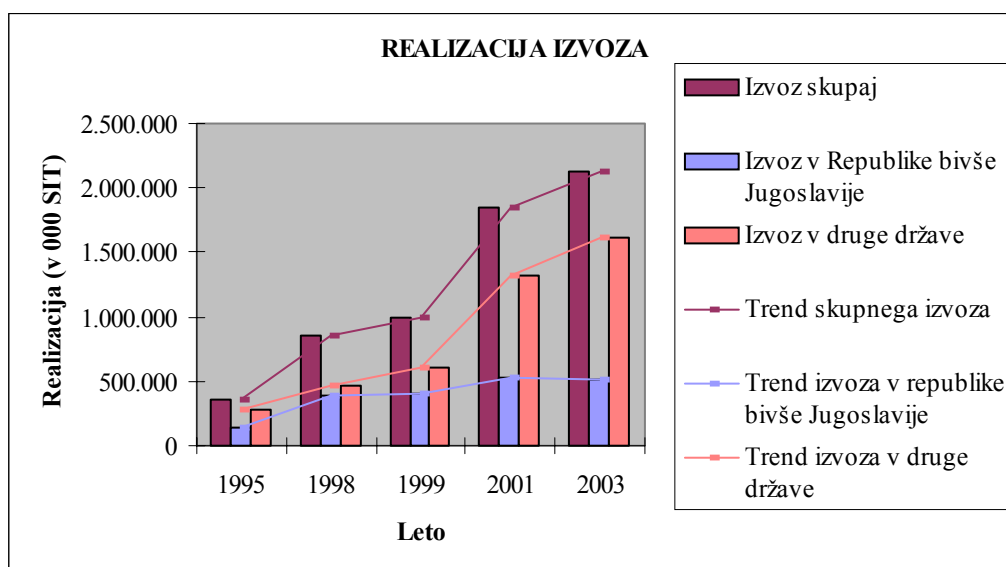
države pa 231 mio SIT. Tako je skupni izvoz znašal približno 364 mio SIT. Med letoma 1995 in 1998 je izvoz v Republike bivše Jugoslavije še najbolj naraščal. Povečal se je za 263 mio SIT. Naslednja leta pa (zaradi prej omenjenih razlogov) je bil porast v primerjavi z drugimi državami skoraj zanemarljiv. Med letoma 2001 in 2003 pa je izvoz celo padel s 524 mio SIT na 505 mio SIT.

Skupni izvoz je vsako leto naraščal. Tako velik porast lahko pripišemo samo prodaji na drugih zahodnih trgih. Med leti 1995 in 2003 je naraščal približno 33% na leto; to je razvidno tudi iz grafa 26, ki prikazuje izvoz v republike bivše Jugoslavije, ter v druge države od leta 1995 do leta 2003.

Tabela 28: Vrednostni izvoz v republike bivše Jugoslavije ter druge države od leta 1995 do leta 2003 (v 000 SIT)

	1995	1998	1999	2001	2003
<b>Izvoz v republike bivše Jugoslavije v tisočih SIT</b>					
<b>Države skupaj</b>	132.437	395.601	409.832	524.543	505.273
<b>Izvoz v druge države v tisočih SIT</b>					
<b>Države skupaj</b>	231.160	471.357	600.297	1.326.789	1.618.832
<b>Izvoz skupaj</b>	363.597	856.593	986.256	1.847.307	2.127.467

Vir: Marketinške analize in poslovna poročila podjetja med leti 1995 in 2003 (interni podatki Mebla Jogi)





Graf 26: Prikaz izvoza v republike bivše Jugoslavije ter v druge države od leta 1995 do leta 2003 <sup>27</sup>

#### **4.3. Primerjava vrednostne realizacije med dvema obdobjema na domačem in tujem trgu skupaj**

V prejšnjih poglavjih smo ugotovili, da se je prelom zgodil leta 1998, ko je prodaja na tujem trgu presegla prodajo na domačem trgu. Zato smo zdaj v nadaljevanju skupno vrednostno realizacijo razdelili na dve obdobji, da bi ugotovili, v katerem obdobju se je podjetje hitreje finančno dvigalo. Prvo obdobje je med leti 1995 in 1998, drugo obdobje pa med leti 1999 in 2003. Kot lahko razberemo iz tabele 29, je podjetju prinašalo večjo finančno rast prvo obdobje. Bazični indeks se je dvignil za približno 77%. V drugem obdobju pa se je dvignil za približno 60 %, kar je približno za šestino manj. Opisano ponazarjata grafa 27 in 28. Vzroke tako majhnega pada skupne vrednostne realizacije lahko iščemo v upadu kupne moči.

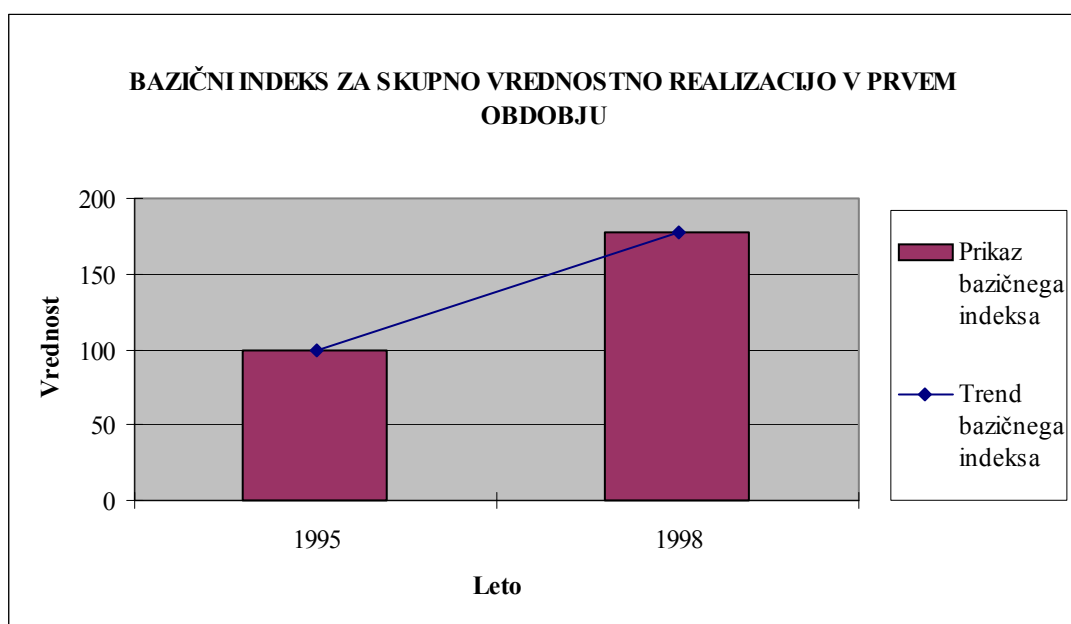
---

<sup>27</sup> Vir: Podatki iz tabele 28

Tabela 29: Vrednostna realizacija med dvema obdobjema (v 000 SIT) prikazana s pomočjo bazičnega indeksa

Leto	Vrednostna realizacija na domačem in tujem trgu (v 000 SIT)	Bazični indeks 1.95=100 1.99=100
<b>1. obdobje</b>		
<b>1995</b>	908.337	100
<b>1998</b>	1.609.048	177
<b>2. obdobje</b>		
<b>1999</b>	1.760.000	100
<b>2003</b>	2.838.452	161

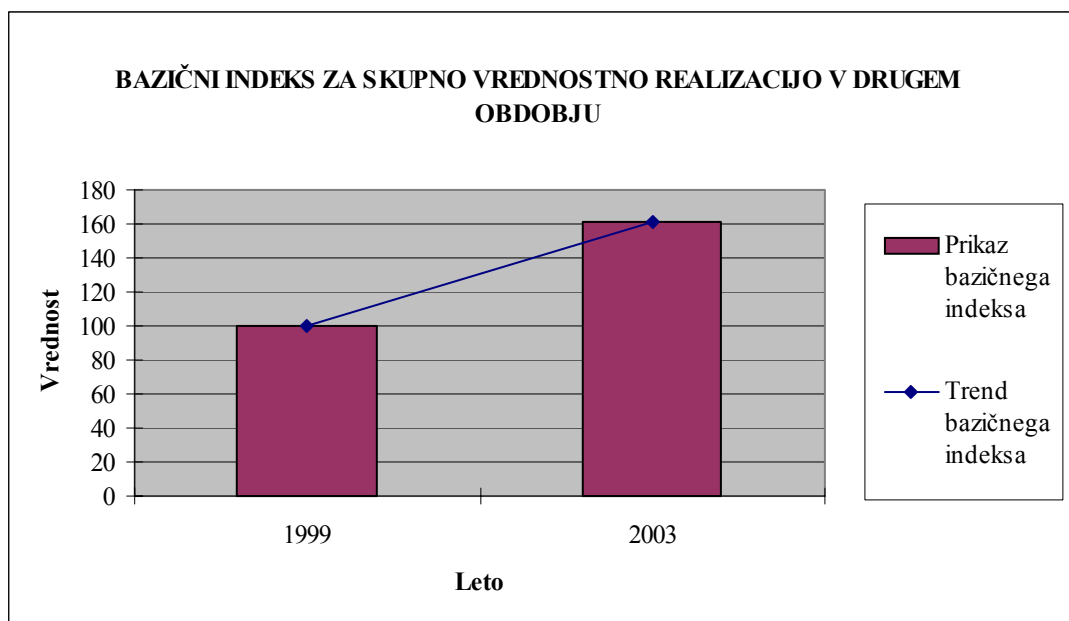
Vir: Marketinške analize in poslovna poročila podjetja med leti 1995 in 2003 (interni podatki Mebla Jogi)



Graf 27: Prikaz bazičnega indeksa za skupno vrednostno realizacijo v prvem obdobju

28

<sup>28</sup> Vir: Podatki iz tabele 29



Graf 28: Prikaz bazičnega indeksa za skupno vrednostno realizacijo v drugem obdobju <sup>29</sup>

## 5. OPIS KONKURENCE

V Republiki Sloveniji je podjetje Meblo Jogi d.o.o. edino take velikosti, ki proizvaja vzmetnice in postelje. Pred leti je to dejavnost opravljalo tudi podjetje Nova oprema Slovenj Gradec, vendar glede na skope informacije, ki smo jih od slednjih dobili, so ta program opustili in celo podjetju spremenili ime ter se preselili na novo lokacijo.

Zato pa obstaja velika konkurenca v Republiki Sloveniji v uvoženih vzmetnicah predvsem iz Italije in Švice. Švicarske vzmetnice ter postelje znamke Dormeo so velik konkurent podjetju Meblo Jogi. Kot zagotavlja Dormeo, je to ležišče vrhunske kakovosti, izdelano iz najsodobnejših materialov, ki omogoča zdrav in kakovosten spanec. Vendar, če pogledamo s tehnološkega vidika, so vzmetnice enako zaščitene kot vzmetnice Mebla Jogi. Te so izdelane iz latexa, hydrolatexa, prekrite z bombažem, impregnirane z zaščito pred pršicami, glivicami, bakterijami in

<sup>29</sup> Vir: Podatki iz tabele 30

alergijami (imenovano ACTIGARD), z zgornje strani so prevleki dodana karbonska vlakna, ki ščitijo pred statično elektriko in elektromagnetnim valovanjem (imenovana RESISTAT).

Glede na vse opisano lahko sklepamo, da so vzmetnice in postelje podjetja Meblo Jogi enako kvalitetne, oziroma še kvalitetnejše kot izdelki podjetja Dormeo. Gledano nasplošno, katerekoli druge vzmetnice tujih proizvajalcev sicer zagotavljajo kvaliteto, vendar za nižjo ceno, z vprašljivo izdelavo pa lahko ta kvaliteta zelo niha.

Zaradi tajnosti podatkov nisem uspel od Dormea dobiti podatke o količini in vrednosti prodaje vzmetnic in postelj.

### **5.1. Primerjava količine prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije na domačem trgu od leta 1995 do leta 1999**

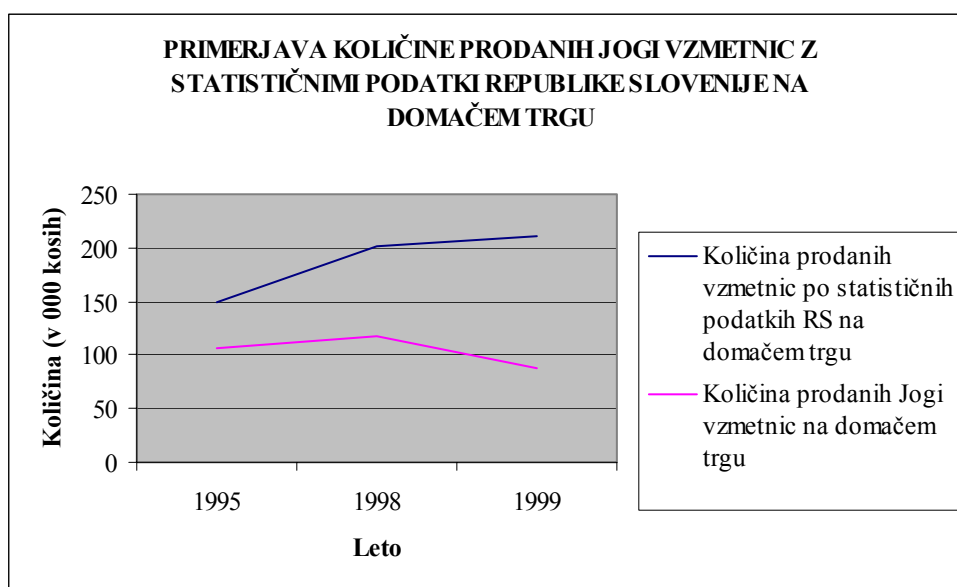
Zaradi zaupnosti podatkov mi je na Statističnem uradu Republike Slovenije uspelo dobiti samo podatke med leti 1995 in 1999.

Kot lahko vidimo iz tabele 30, je količina prodanih Jogi vzmetnic leta 1995 predstavljala več kot 2/3 prodaje vseh vzmetnic na domačem trgu. Leta 1998 je prodaja vseh vzmetnic glede na statistične podatke narasla iz 148.000 kosov na 201.400 kosov; prodaja Jogi vzmetnic pa je narasla iz 105.700 kosov na 117.200 kosov. Leta 1999 je prodaja vseh vzmetnic na domačem trgu še narasla. Predstavljala je približno 210.200 prodanih kosov. Prodaja Jogi vzmetnic pa je padla na približno 88.200 prodanih kosov, kar tudi opisuje graf 29. Vse to opisano predstavlja že prej opisano dejstvo, da se je Meblo Jogi usmerilo na prodajo na tuja tržišča. Domači trg pa so z nižjo ceno in vprašljivo kvaliteto zasedli tuji proizvajalci vzmetnic.

Tabela 30: Primerjava količine prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije na domačem trgu od leta 1995 do leta 1999 (v 000 kosih)

Leto	Količina prodanih vzmetnic vseh proizvajalcev (v 000 kosih)	Količina prodanih Jogi vzmetnic (v 000 kosih)
1995	148,6	105,7
1998	201,4	117,2
1999	210,2	88,2

Vir: Statistični podatki Republike Slovenije ter interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 1999



Graf 29: Prikaz primerjave količine prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije od leta 1995 do leta 2003<sup>30</sup>

## 5.2. Primerjava vrednosti prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije na domačem trgu od leta 1995 do leta 1999

Leta 1995 je skoraj ves dobiček od prodaje vseh vzmetnic na domačem trgu pripadal Meblu Jogi. Dobitek od prodaje vseh vzmetnic na Slovenskem trgu je leta 1995 znašal 912,5 mio SIT; vrednost prodanih Jogi vzmetnic pa 908 mio SIT. Leta 1998 je

vrednost prodaje vseh vzmetnic narasla na 1,7 mlrd SIT; vrednost prodanih Jogi vzmetnic pa 1,6 mlrd SIT. Leta 1999 je vrednost prodaje vseh vzmetnic na domačem trgu narasla na 2 mlrd SIT; vrednost prodanih Jogi vzmetnic pa na 1,7 mlrd SIT, kar tudi opisuje graf 30. Opisano prikazuje, da so v Meblu Jogi predvsem leta 1999 občutno zvišali cene vzmetnic, ker čene bi bil dobiček glede na količino prodanih vzmetnic bistveno nižji. To dokazuje, da je Meblo Jogi vodilni domači proizvajalec vzmetnic.

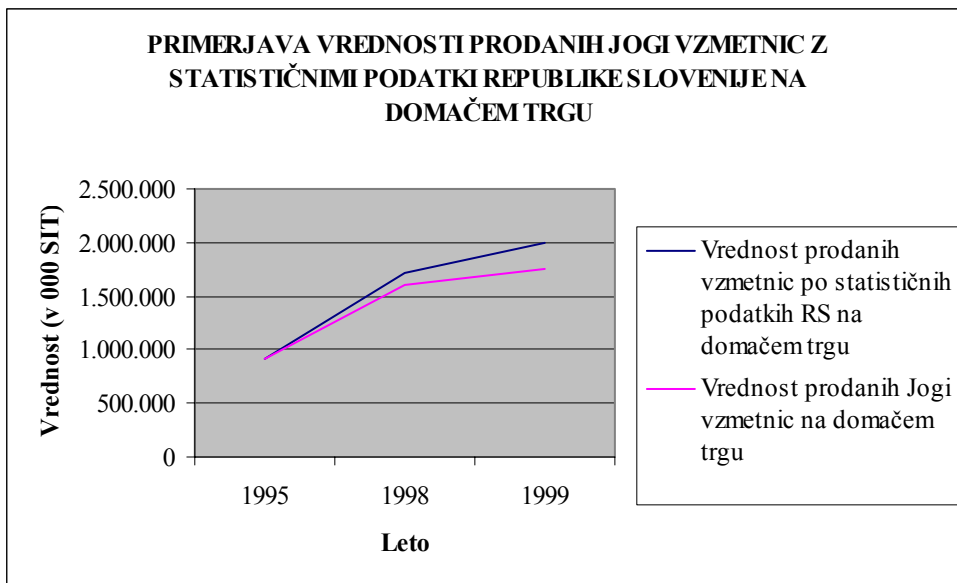
Tabela 31: Primerjava vrednosti prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije na domačem trgu od leta 1995 do leta 1999 (v 000 SIT)

<b>Leto</b>	<b>Vrednost prodanih vzmetnic vseh proizvajalcev (v 000 SIT)</b>	<b>Vrednost prodanih Jogi vzmetnic (v 000 SIT)</b>
<b>1995</b>	912.503	908.337
<b>1998</b>	1.709.051	1.609.048
<b>1999</b>	1.990.545	1.760.000

Vir: Statistični podatki Republike Slovenije ter interni podatki Mebla Jogi od leta 1995 do leta 1999

---

<sup>30</sup> Vir: Podatki iz tabele 30



Graf 30: Prikaz primerjave vrednosti prodanih Jogi vzmetnic z statističnimi podatki Republike Slovenije od leta 1995 do leta 2003 <sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Podatki iz tabele 31

## **6. PROIZVODNJA IZDELKOV V MEBLU JOGI TER OPIS STRUKTURE IZBRANIH IZDELKOV**

Poglavji 6.1 in 6.2. (Opis proizvodnje v Meblu Jogi) sta povzeti po diplomskem delu g. Roka Lozeja: Analiza proizvodnih procesov v podjetju Meblo Jogi, 2002, str.: 9 do 26.

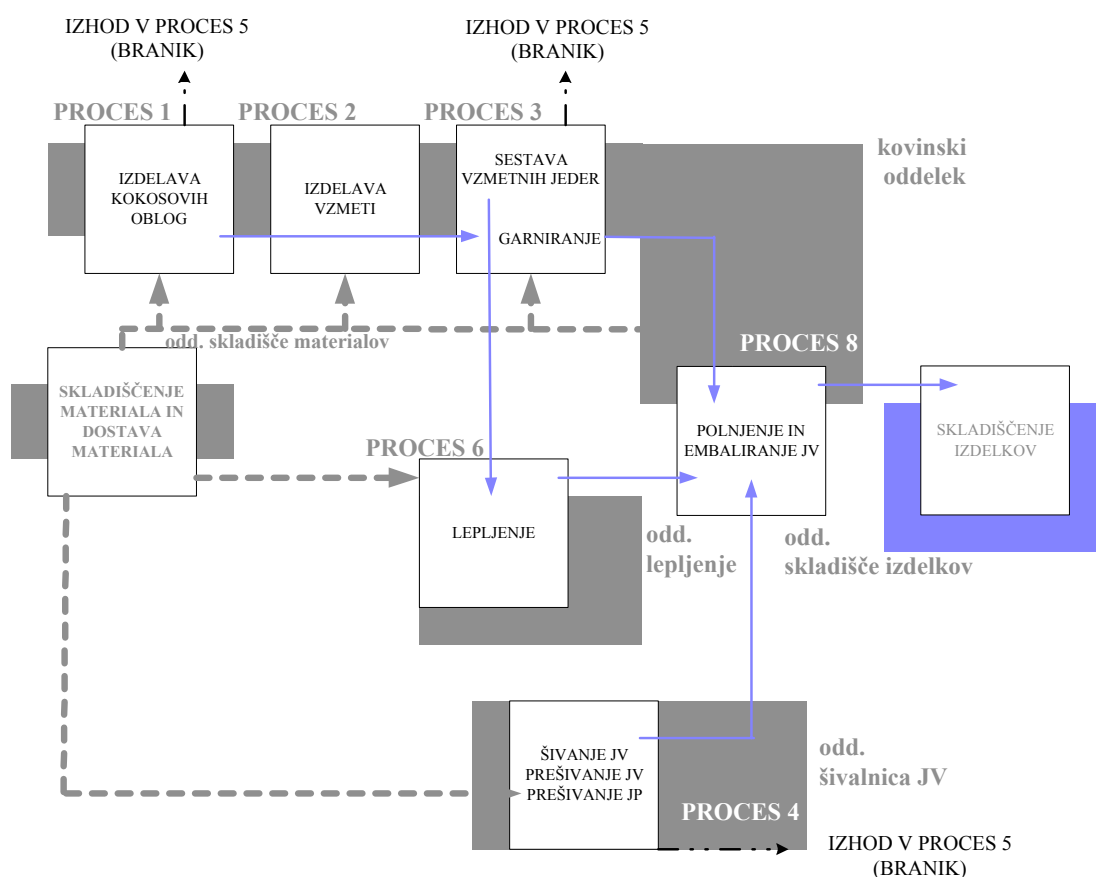
### **6.1. Opis proizvodnje v Meblu Jogi v Novi Gorici**

Proizvodnja v Meblo Jogi v Novi Gorici je predstavljena na sliki 2 ter sestavljena iz naslednjih procesov:

- Prvega: IZDELOVANJE KOKOSOVIH OBLOG; Izdelava kokosovih oblog poteka na stroju DILO. Le-ta sestoji iz naslednjih delovnih enot: odpiralec bal, shramba, mikalnik, polagalec, igelni stroj, stroj za obrez robov, naprava za nanos lepila, kalander, stroj za odrez in modularni filter
- Drugega: IZDELAVA VZMETI; Proces vključuje 12 avtomatov za izdelavo vzmeti. Avtomati se med seboj razlikujejo po nastavitvah, tj. kakšne vzmeti lahko izdelujejo. Vzmeti se razlikujejo po premeru žice, iz katere so narejene, po višini, ter po premeru glave same vzmeti.
- Tretjega: IZDELAVA VZMETNIH JEDER IN GARNIRANJE; V tem procesu se na strojih, imenovanih sestavljalka, izdelujejo vzmetna jedra. Na sestavljalkah se vzmeti, ki so narejene v prejšnjem procesu, povezujejo prečno s spiralo v vzmetna jedra. Garniranje pomeni pritrdjevanje kokosovih oblog na vzmetna jedra.
- Šestega: LEPLJENJE VZMETNIC; Pri procesu lepljenja gre za postopek, pri katerem vzmetno jedro zalepimo v oblogo iz puhina (puhin je poliestrska pena) ali kakšnega drugega materiala (lateks, kokos); lahko pa lepimo skupaj samo polnila brez vzmetnih jeder.



- Četrtega: ŠIVANJE PREOBLEK VZMETNIC; Šivalnica preoblek vzmetnic sestoji iz: prešivanja plošč na večigelnih prešivalnih strojih, postopka izdelave obodnih trakov in šivanja preoblek vzmetnic.
- Osmega: POLNJENJE IN EMBALIRANJE VZMETNIC; Oddelek strojnega polnjenja se glede na faze procesa polnjenja in embaliranja deli na: polnjenje vzmetnic na dveh polnilnih strojih s polaganjem, polnjenje vzmetnic na polnilnem stroju s pasovi, buckanje, šivanje gornjega roba s šivalnim strojem, pritrdjevanje gumbov na vzmetnice, embaliranje vzmetnic na embalniki liniji, embaliranje vzmetnic v rokav iz folije, rolanje vzmetnic brez žičnega jedra in ovijanje vzmetnic na palete.



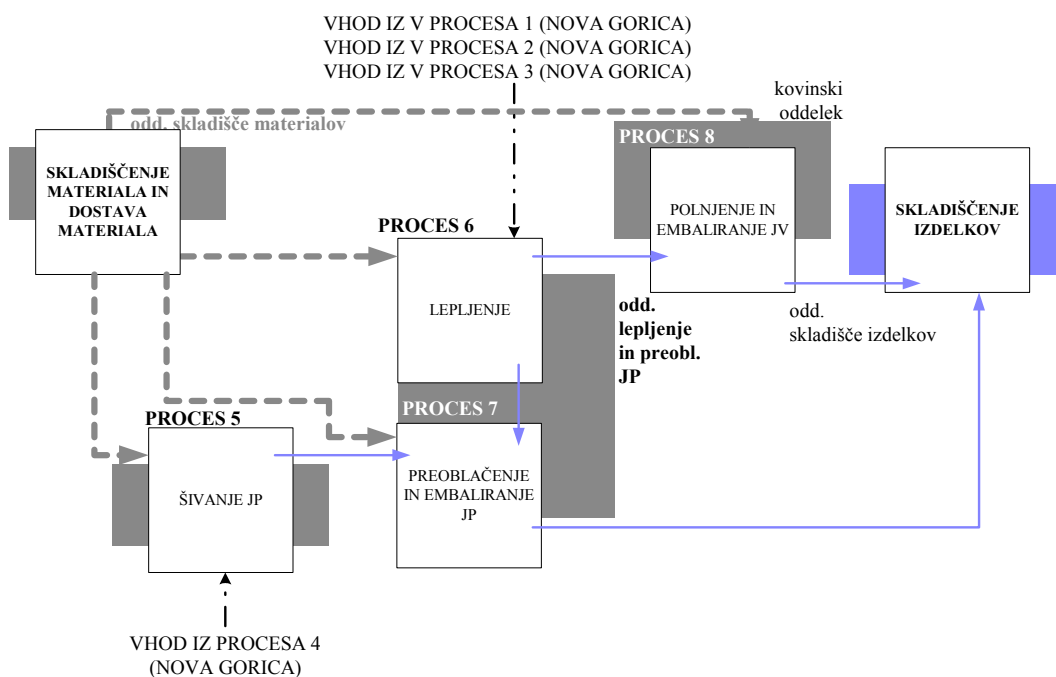
Slika 2: Shema proizvodnje v Meblu Jogi v Novi Gorici <sup>32</sup>

<sup>32</sup> Vir: Lozej R.: Analiza proizvodnih procesov v podjetju Meblo Jogi

## 6.2. Opis posameznih procesov dela v Meblu Jogi PC Branik

Proizvodnja v Meblu Jogi PC Branik je predstavljena na sliki 3; sestavljena je iz naslednjih procesov:

- Šestega: LEPLENJE; Pri procesu lepljenja gre za postopek, pri katerem vzmetno jedro zalepimo v oblogo iz puhina ali kakšnega drugega materiala (lateks, kokos). Lahko lepimo tudi skupaj samo polnila brez vzmetnih jeder. Lepljenje lahko poteka na lepilni liniji ali pa je ročno.
- Petega: ŠIVANJE JOGI POSTELJ; Šivalnica jogi postelj je razdeljena na krojenje in šivanje preoblek za postelje.
- Sedmega: PREOBLAČENJE IN EMBALIRANJE JOGI POSTELJ; Proces preoblačenja sestoji iz naslednjih faz: lepljenje spodnjih delov postelj, preoblačenje spodnjih delov, preoblačenje končnic in predalov in preoblačenje nočnih omaric.



Slika 3: Shema proizvodnje v Meblu Jogi PC Branik <sup>33</sup>

<sup>33</sup> Vir: Lozej R.: Analiza proizvodnih procesov v podjetju Meblo Jogi

### **6.3. Struktura Jogi vzmetnice Termal extra B**

Jogi Termal extra B ima zimska in poletna naravna in sintetična polnila s primerno toplotno in higroskopično prevodnostjo. Preobleka je protibakterijsko zaščitena, tako da onemogoča razvoj človeku škodljivih mikroorganizmov na površini vzmetnice in v njeni notranjosti.

Vzmetnica je sestavljena iz jeklenega žičnega jedra, naravnih kokosovih vlaken, mehke poliuretanske pene, mešanih tekstilnih vlaken in volnenih vlaken. Predstavljena je na sliki 4.

Lastnosti vzmetnice:

- Ortopedska izvedba: omogoča lažji počitek težjim ljudem, ter ljudem s težavami v hrbtenici, vzmetenje se dobro prilagaja telesu;
- Protibakterijska zaščita (Actigard): Je zaščita pred pršicami, glivicami, bakterijami in alergijami;
- Poletna in zimska polnila: Vzmetnica se obrača glede na letni čas, polnila pripomorejo k boljšemu spancu;
- Srednje trdo vzmetenje: ohranja hrbtenico v ravnem položaju.



Slika 4: Vzmetnica Jogi Termal extra B<sup>34</sup>

#### 6.4. Struktura Jogi vzmetnice Hospital latex B 3H

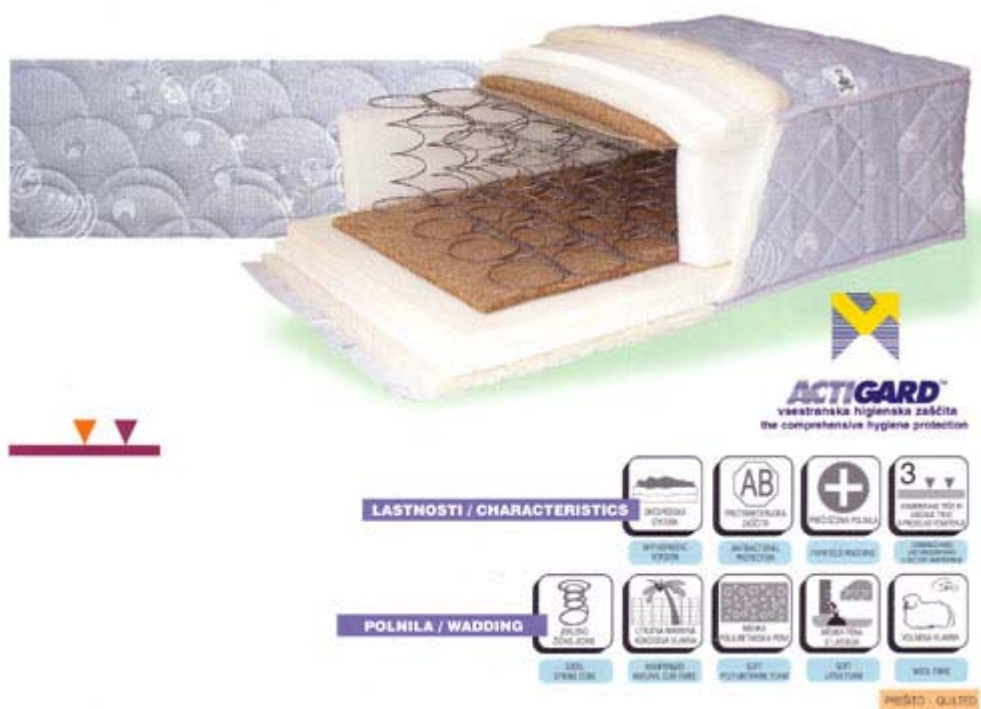
Jogi Hospital latex B 3H sodi v sam vrh evropske kakovosti. V srednjem delu ima trše vzmeti, v vzglavnem in vzhodnem pa nekoliko mehkejše, kar omogoča njegovo popolno prilagajanje vašemu telesu. Najbolj ga bodo veseli tisti ljudje, ki imajo težave s hrbtenico, težji ljudje in tisti, ki radi spijo na trši podlagi.

Vzmetnica je sestavljena iz jeklenega žičnega jedra, utrjenih naravnih kokosovih vlaken, mehke poliuretanske pene, mehke pene iz lateksa in volnenih vlaken. Predstavljena je na sliki 5.

<sup>34</sup> Vir: Katalog vzmetnic in postelj podjetja Meblo Jogi d.o.o., l. 2003

Lastnosti vzmetnice:

- Ortopedska izvedba: omogoča lažji počitek težjim ljudem, ter ljudem s težavami v hrbtenici, vzmetenje se dobro prilagaja telesu;
- Protibakterijska zaščita (Actigard): je zaščita pred pršicami, glivicami, bakterijami in alergijami;
- Prečiščena polnila: polnila so strojno prečiščena;
- Kombinirano trše in srednje trdo vzmetenje (3–predelno vzmetenje): omogoča popolno prilagajanje telesu.



Slika 5: Vzmetnica Jogi Hospital latex B3 H <sup>35</sup>

<sup>35</sup> Vir: Katalog vzmetnic in postelj podjetja Meblo Jogi d.o.o., l. 2003

## 6.5. Struktura Jogi postelje Gracia

Jogi postelja Gracia ima visoko ležišče z dvojnimi vzmetenjem in predali za shrambo posteljnine ali perila. Ker je visoka, legamo in vstajamo z lahkoto. Jogi postelja Gracia je v celoti izdelana iz lepih, prešitih in trpežnih dekorativnih tkanin ter prešite ležalne površine s protibakterijsko zaščito.

Vzmetnica postelje Gracia je sestavljena iz utrjenega žično jeklenega jedra, utrjenih naravnih kokosovih vlaken, mehke poliuretanske pene, mehke pene iz lateksa in bombažnih vlaken. Predstavljena je na sliki 6.

Lastnosti postelje:

- Ortopedska izvedba: omogoča lažji počitek težjim ljudem, ter ljudem s težavami v hrbtenici, vzmetenje se dobro prilagaja telesu;
- Protibakterijska zaščita (Actigard): je zaščita pred pršicami, glivicami, bakterijami in alergijami;
- Prečiščena polnila: polnila so strojno prečiščena;
- Dvojno jekleno vzmetenje: postelja ima v vzmetnicah dvojno vzmetenje;
- Dnevna shramba posteljnine: predali pod vzmetnicami omogočajo hrambo posteljnine;
- Posebej utrjeno srednje trdo vzmetenje: omogoča popolno prilagajanje telesu.

gracia



Slika 6: Postelja Gracia <sup>36</sup>

## 6.6. Struktura Jogi postelje Termal latex

Jogi postelja Termal latex ima v visoko kakovostni vzmetnici Jogi, ki je sestavni del postelje Termal, dodatno obojestransko vgrajeno mehko peno iz lateksa in večjo količino naravne in čiste volne v prešiti preobleki. Posteljo odlikuje dvojno vzmetenje in protibakterijska zaščita. Priporoča se večkratno obračanje vzmetnice.

Vzmetnica postelje Termal-latex je sestavljena iz utrjenega jekleno žičnega jedra, utrjenih naravnih kokosovih vlaken, mehke poliuretanske pene, mehke pene iz lateksa in volnenih vlaken. Predstavljena je na sliki 7.

---

<sup>36</sup> Vir: Katalog vzmetnic in postelj podjetja Meblo Jogi d.o.o., l. 2003

Lastnosti postelje:

- Ortopedska izvedba: omogoča lažji počitek težjim ljudem ter ljudem s težavami v hrbtenici, vzmetenje se dobro prilagaja telesu;
- Protibakterijska zaščita (Actigard): je zaščita pred pršicami, glivicami, bakterijami in alergijami;
- Teflon zaščita: zaščitno sredstvo, ki ščiti tkanino pred umazanijo in madeži;
- Prečiščena polnila: polnila so strojno prečiščena;
- Dvojno jekleno vzmetenje: postelja ima v vzmetnicah dvojno vzmetenje;
- Posebej utrjeno srednje trdo vzmetenje: omogoča popolno prilagajanje telesu.



Slika 7: Postelja Termal-latex <sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Vir: Katalog vzmetnic in postelj podjetja Meblo Jogi d.o.o., l. 2003



## 7. ZAKLJUČEK

Pričujoča analiza kaže, da je podjetju Meblo Jogi med leti 1995 in 2003 uspel velik podvig. Ugotovili smo, da so uspešno prodrli na tuji trg (prodaja je prinesla velik dobiček), ne da bi pri tem občutno zmanjšali prodajo na domačem trgu. V primeru, da se podjetje ne bi toliko usmerjalo na tuja tržišča, bi bil danes njegov obstoj vprašljiv. Sigurno ne bi bilo tako veliko in ne bi pridobilo toliko certifikatov in priznanj o ustreznosti in kakovosti.

Količina prodanih vzmetnic in postelj na domačem in tujem trgu je sicer med leti 1995 in 2003 padala. Izjemoma med leti 1999 in 2001 je količina prodanih vzmetnic in postelj na tuji trg narasla. Vzroke temu lahko pripišemo zasičenosti ter upadu kupne moči.

Prodaja na trgih republik bivše Jugoslavije ne predstavlja podjetju glavnega dobička. Od razpada Jugoslavije si južni trg še zmeraj ni prav opomogel. Izjema je Hrvaška, v kateri je veliko relativno nezahtevnih kupcev, in je vrednostna realizacija glede na druge države na jugu približno 5 krat večja. V letu 2003 je predstavljala 360 mio SIT.

Glavni vir dobička lahko pripišemo prodaji na drugih zahodnih trgih. Italija in Avstrija sta državi, v katerih je dobiček največji. V Italiji je bila vrednostna realizacija leta 2003 1,03 mlrd SIT, v Avstriji pa 564 mio SIT. V ostalih državah je prodaja izrazito manjša, kar lahko pripišemo oddaljenosti in posledično visokim stroškom prevoza. Omenjene tri države mejijo s Slovenijo in tako so stroški prevoza najnižji.

Pri opisu konkurence smo primerjali Jogi vzmetnice z Dormeo vzmetnicami. Ugotovili smo, da vzmetnice Jogi ne zaostajajo po kvaliteti v primerjavi z Dormeo vzmetnicami. Dormeo veliko več investira v predvsem televizijske reklame, kar pripomore k ozaveščanju ljudi, ter jih prepriča o idealnem nakupu. Glede na tradicijo in pridobljene certifikate podjetja Meblo Jogi so njihovi izdelki vrhunske kakovosti. Na žalost nam zaradi tajnosti ni uspelo dobiti podatkov o prodaji Dormeinih vzmetnic in postelj, da bi lahko te primerjali z prodajo Jogi vzmetnic in postelj.

Z opisom vzmetnic in postelj smo hoteli prikazati katere materiale in tehnologije uporabljajo pri izdelavi le-teh, koliko znašajo stroški izdelave in kolikšen je dobiček pri prodaji povprečne vzmetnice in postelje. Razen povečanja asortimana se tehnologija izdelave v zadnjih petnajstih letih ni bistveno spremenila. Ugotovili smo, da je prodajna cena vzmetnice približno 2-krat večja kot lastna cena; prodajna cena postelj pa približno 1-krat večja kot lastna cena.

Meblo Jogi je v Sloveniji glavni proizvajalec vzmetnic in postelj, kar potrjujejo podatki iz Statističnega urada Republike Slovenije. Leta 1995 je količina in vrednost prodaje presegla 2/3 prodanih izdelkov vseh znamk. Med leti 1995 in 1999 pa se je domači trg nasičil z tujimi proizvajalci kateri so imeli nižjo ceno. Slednji so bili tudi vzrok, da je Meblo Jogi moral prodajo preusmeriti na tuja tržišča. Proizvodnja se Meblu Jogi nenehno povečuje ne glede na to, da prodaja na domačem trgu predstavlja zadnja leta približno enako vrednost. Med leti 1995 in 2003 je trg razširil v Italijo, Avstrijo, Češko, Poljsko, Nemčijo, Belgijo, Albanijo, Rusijo, Madžarsko in Džibuti. Glavni vir dobička, kot sem že prej napisal prinašajo druge zahodne države – Avstrija in Italija. Zadnja leta se počasi dviguje tudi izvoz v republike bivše Jugoslavije.

Glede na opisano menimo, da je podjetje Meblo Jogi lahko za zgled drugim podjetjem, saj je kljub izgubi glavnih trgov ter postopne zasičenosti domačega trga njegovemu vodstvu uspelo podjetje finančno dvigniti in se razvijati. Izdelkom, ki jih proizvajajo, je uspelo povečati asortiman in dvigniti kakovost.

## **8. LITERATURA**

**Bizjak, F.** (1994). Inovativno vodenje in gospodarjenje podjetja. Ljubljana: Univerza v Ljubljani – Biotehniška fakulteta – Lesarstvo.

**Bizjak, F., Papež M.** (1995). Osnove gospodarjenja in razvoja podjetja. Ljubljana: Univerza v Ljubljani – Biotehniška fakulteta – Oddelek za Lesarstvo.

**Interna** ter eksterna gradiva podjetja Meblo Jogi od leta 1995 do leta 2003.

**Lozej, R.,** (2002). Analiza proizvodnih procesov v Meblu Jogi. Ljubljana: Univerza v Ljubljani – Naravoslovnotehniška fakulteta – Oddelek za tekstilstvo. Diplomski naloga. Str.: 9 – 26.

**Propagandni** material podjetja Dormeo: Zbudite se naspani.

**Rozman, R.** (1993). Planiranje poslovanja podjetja. Ljubljana: Gospodarski vestnik (zbirka manager).

**Statistični** podatki Statističnega urada Republike Slovenije pridobljeni preko dopisa z dne 8.4.2005.



## **PRILOGA 1**

**Stroškovna kalkulacija opisanih izdelkov na dan 19.10.2004**



## **PRILOGA 2**

### **Statistični podatki o vrednosti in količini prodanih vzmetnic v Republiki Sloveniji**