

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

NIKA ČAMPA

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**ANALIZA USTANOVITVE PODJETJA ZA PRODAJO VADBENE OPREME ZA
ZUNANJO UPORABO**

Ljubljana, avgust 2008

NIKA ČAMPA

IZJAVA

Študentka Nika Čampa izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Maksa Tajnikarja, in dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 22. 8. 2008 Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 OUTDOOR FITNES	1
1.1 Aerobna vadba in trening za moč na napravah outdoor fitnes	1
1.2 Razlogi za trening moči	3
1.3 Varnost vadbe za moč	3
1.4 Stranski učinki in osnovni napotki	3
1.5 Program vadbe	3
2 PANOGA	4
2.1 Podjetje in posel	5
2.2 Izdelki podjetja Natura fit, d.o.o.	5
3 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA	6
3.1 Odjemalci (kupci)	6
3.1.1 Tržna raziskava	6
3.2 Obseg trga in trženje	8
3.3 Konkurenca	9
3.4 Ocenjevanje trga	9
4 TRŽENJSKI NAČRT	10
4.1 Marketinška strategija vstopa in rasti	10
4.1.1 Vizija	10
4.1.2 Poslanstvo podjetja	10
4.2 Določanje prodajnih cen	11
4.3 Prodajne poti	11
4.4 Tržno komuniciranje	12
5 ČLOVEŠKI VIRI IN ORGANIZACIJA	13
5.1 Organizacija	13
5.2 Ključno vodstveno osebje	13
5.3 Nagrajevanje vodstvene ekipe	14
5.4 Drugi zaposleni in zunanji sodelavci	14
6 RAZVOJ IZDELKA ALI STORITVE	15
7 POSLOVNI PROCES IN NAČRT PROIZVODNJE	15
7.1 Geografska lokacija	16
7.2 Načrt angažiranja poslovnih sredstev	17
7.3 Načrt porabe predmetov dela	17
7.4 Načrt porabe storitev	17
7.5 Pravne zahteve, dovoljenja in vprašanja okolja	17
8 TERMINSKI NAČRT	17
9 KLJUČNA TVEGANJA IN PROBLEMI (SWOT ANALIZA)	18
10 FINANČNE PROJEKCIJE ZA NASLEDNJIH 5 LET	19
10.1 Ekonomika posla	19
10.1.1 Točka preloma	19
10.1.2 Metoda neto sedanje vrednosti	20
10.1.3 Interna stopnja donosa	20
10.1.4 Produktivnost dela	21
10.1.5 Rentabilnost poslovanja	21
10.1.6 Ekonomičnost poslovanja	22
10.1.7 Povezava rentabilnosti in ekonomičnosti	22
10.2 Otvoritvena bilanca stanja in denarni tok	23
11 PRIDOBITEV FINANČNIH SREDSTEV	23
SKLEP	24
LITERATURA IN VIRI	25

PRILOGE.....	1
--------------	---

Kazalo slik

Slika 1: Povzetek učinkov vadbe moči na človekovo telo.....	4
Slika 2: Hierarhična razporeditev zaposlenih v podjetju Natura fit, d.o.o.....	13
Slika 3: Diagram poteka v podjetju Natura fit, d.o.o.	16
Slika 4: Oris poslovnega procesa v podjetju Natura fit, d.o.o.	18
Slika 5: Terminski načrt podjetja Natura fit, d.o.o.....	18
Slika 6: Stopnje donosov, ROA, ROE v prvih petih letih poslovanja	22
Slika 7: DuPontov obrazec.....	23

Kazalo tabel

Tabela 1: Primerjava pozitivnih učinkov aerobne vadbe in vadbe za moč.....	2
Tabela 2: Smernice za vadbo za moč.....	3
Tabela 3: Analiza anketirancev Natura fit, d.o.o, na dan 20. 6. 2008.....	7
Tabela 4: Prebivalstvo po starostnih skupinah, statistične regije, Slovenija, letno; 2001-2006	8
Tabela 5: Ocena prodaje v prvih 5 letih poslovanja.....	11
Tabela 6: Stroški oglaševanja v € v podjetju Natura fit, d.o.o. v prvem letu poslovanja po mesecih.....	12
Tabela 7: Stroški dela v 1000 € v prvem letu poslovanja po mesecih v podjetju Natura fit, d.o.o.	14
Tabela 8: Stroški dela v 1000 € od 2. leta do 5. leta poslovanja v podjetju Natura fit, d.o.o.	15
tabela 9: Točka preloma po vseh treh variantah	20
Tabela 10: Izračun produktivnosti dela za leto 2010 glede na leto 2009.....	21
Tabela 11: Izračun stopnje donosov za prvih 5 let poslovanja podjetja	21
Tabela 12: Izračun ekonomičnosti poslovanja za leto 2009	22

Kazalo prilog

Priloga 1: Registracija podjetja.....	2
Priloga 2: Proizvodi podjetja.....	4
Priloga 3: Terminološki slovar tujk, uporabljenih v diplomskem delu.....	9
Priloga 4: Certifikatih kakovosti TÜV.....	10
Priloga 5: Zakon o tehničnih zahtevah za proizvode in o ugotavljanju skladnosti.....	22
Priloga 6: Anketa in analiza tržne raziskave.....	26
Priloga 7: Finančna analiza	32
Priloga 8: SWOT analiza podjetja Natura fit, d.o.o	38

UVOD

„Dokazano je, da je življenje ljudi, ki se ukvarjajo s športom, bolj kakovostno in polnejše, da jih občutno manj pestijo različne zdravstvene težave in da so jim lažje kos kot pasivni ljudje.” Učinki vadbe so posredni in neposredni, s telesno vadbo krepimo mišice in kosti, prekrvavljenost ter upočasnjujemo staranje. Prednosti rednega gibanja s starostjo postajajo izrazitejše (Rotovnik, 2004, str. 65). V Sloveniji se je v zlasti zadnjem desetletju uveljavilo spoznanje, da je rekreacija pomembna za zdravo življenje. Zaradi vse hitrejšega tempa življenja je še vedno dosti takšnih ljudi, ki živijo nezdravo in si ne vzamejo časa zase, za rekreacijo in se ne zavedajo pomembnosti telovadbe. Kadar govorimo o zdravju, se večina ljudi začne zavedati pojma zdravje šele takrat, ko ga začne izgubljati. “Zdravje ni vse, vendar brez zdravja ni nič,” kot pravi znana ljudska modrost (Mišigoj, 2003, str. 363-395). Prosti čas, namenjen športu zunaj zaprtih telovadnic na fitnes napravah, je enkratna priložnost, ki ne ponuja samo gibanja in rekreacije v naravi, temveč tudi vadbo, ki bo pripomogla k boljši prekrvavitvi, večji koncentraciji kisika, energije ter konstantni telesni kondiciji. V prid temu govori dejstvo, da se prebivalstvo stara, kar pomeni, da je vse več starejših ljudi, ki z vadbo v naravi ne bodo le zapolnili viška časa, temveč tudi izboljšali kakovost življenja. Prav zaradi teh dejstev sem se odločila analizirati ustanovitev podjetja za prodajo vadbene opreme za zunanjo uporabo, v nadaljevanju omenjeno kot *outdoor fitnes*, ali je ideja dobra ter, ali bi bilo mogoče uspešno poslovati s podjetjem, ki bi se ukvarjalo s trgovino teh naprav. Sam cilj naloge je prikazati možnost uresničitve podjetniške ideje v stvarnem življenju.

Diplomsko delo je sestavljeno iz dveh delov. V prvem delu bom napisala nekaj o fitnesu, same prednosti in slabosti, ki jih le-ta prinaša, razlogih za telovadbo ter, kako naj bi sploh potekal program vadbe. Drugi del diplomskega dela je analiza uspešnosti same zamisli in je sestavljen iz finančne analize, analize trga, organizacije podjetja, trženjskega načrta, samega poslovnega procesa ter analize tveganj in možnih problemov. Poudarek same analize uspešnosti je seveda finančna analiza same podjetniške ideje z vsemi pripadajočimi kazalci in bilancami za prikaz stvarne realizacije in njenih morebitnih rezultatov. Sama metodologija oziroma način pridobivanja podatkov so izračuni na podlagi načrtovanih dejanskih podatkov glede ustanovitve podjetja. Podjetje se namreč dejansko ustanavlja, in sicer s pomočjo strokovnih zunanjih sodelavcev na področju trženja, financ in medicine športa.

1 OUTDOOR FITNES

1.1 Aerobna vadba in trening za moč na napravah outdoor fitnes

Čeprav je večina vadbenih programov skorajda tradicionalno priporočala dinamične vaje spodnjih udov, so novejšje raziskave pokazale, da ima dodajanje treninga za moč, ob upoštevanju nekaterih temeljnih pravil o načinu vadbe, pozitivne učinke na mišično moč in vzdržljivost, kardiovaskularni sistem, presnovo ter zmanjšuje dejavnike tveganja za bolezni srca in ožilja in povzroča pozitivne psihosocialne učinke. Čeprav smo pozitivne učinke treninga za moč na mišično jakost, vzdržljivost, moč in mišično maso (hipertrofijo) poznali že od nekdaj, smo šele

pred kratkim odkrili tudi pozitivne učinke te oblike treninga na zdravje in nekatere kronične bolezni. Pred letom 1990 trening za moč ni bil del klasičnih smernic American Heart Association in American College of Sports Medicine. Tako klasični aerobni trening kot tudi trening za moč imata pozitivne učinke na splošno kondicijo posameznika in njegovo zdravje. Primerjava teh učinkov je prikazana v Tabeli 1.

Tabela 1: Primerjava pozitivnih učinkov aerobne vadbe in vadbe za moč

	Aerobna vadba	Vadba za moč
Gostota kosti	↑↑	↑↑
Telesna sestava		
odstotek maščevja	↓↓	↓
pusta mišična masa	↔	↑↑
Jakost	↔	↑↑↑
Presnova glukoze		
bazalne količine inzulina	↓	↓
občutljivost inzulina	↑↑	↑↑
Serumske maščobe		
HDL	↑↔	↑↔
LDL	↓↔	↓↔
Frekvenca srca v mirovanju	↓↓	↔
Udarni volumen (v mirovanju in maksimalni)	↑↑	↔
Krvni pritisk v mirovanju		
sistolični	↓↔	↔
diastolični	↓↔	↓↔
$\dot{V}O_2$ max.	↑↑↑	↑↔
Čas submaksimalne in maksimalne vzdržljivosti	↑↑↑	↑↑
Bazalni metabolizem	↑	↑↑

Vir: K. Čampa & E. Dervišević, Fun on sun, 2008, str. 3

Trening za moč na *outdoor fitnessu* omogoča razvoj mišične jakosti, vzdržljivosti in mišične mase. Pomaga pri vzdrževanju bazalnega metabolizma in tako izboljšuje pozitivne učinke aerobne vadbe pri kontroli telesne teže, omogoča neodvisnost in pomaga pri preprečevanju padcev pri starejših osebah. Trening za moč je zelo blagodejen za izboljšanje stanja srčnih, oslabelih in starejših pacientov, ki jim pomagajo vaje za moč tako za spodnje kot tudi za zgornje ude. Trening za moč na *outdoor fitnessu* pomaga telesu pri porabi kalorij preko povečanja puste mišične mase in bazalnega metabolizma, zato ga danes vključujejo v vse program primarne in sekundarne preventive srčno-žilnih težav. Poleg zelo obsežne skupine pacientov s srčnimi težavami, je trening za moč koristen tudi za druga kronična stanja, kot so kronične bolečine v križu (nespecifične), osteoporoza, debelost in kontrola telesne teže, sarkopenija (izguba mišične mase s staranjem), sladkorna bolezen, nagnjenost k padcem, gibalne omejenosti starostnikov in kot pomemben del preprečevanja in rehabilitacije številnih ortopedskih stanj. Prav zaradi tega

vse vodilne svetovne zdravstvene inštitucije svetujejo vključitev treninga za moč v praktično vse preventivne programe.

Tabela 2: Smernice za vadbo za moč

1995 AHA smernice	1 niz; 10–15 ponovitev	8–10 vaj	2–3-krat/teden
1998 ACSM uradno stališče	1 niz; 8–12 ponovitev za pod 50–60 let, ter 10–15 ponovitev za nad 50–60 let	8–10 vaj	2–3-krat/teden
2000 ACSM smernice	1 niz; 8–15 ponovitev	8–10 vaj	2-krat/teden

Vir: K. Čampa & E. Dervišević, Fun on sun, 2008, str. 4.

1.2 Razlogi za trening moči

Zmerna do močna vadba za moč, ki se izvaja 2- do 3-krat tedensko v obdobju od 3 do 6 mesecev, izboljša mišično jakost in vzdržljivost pri moških in ženskah vseh starostnih skupin za 25 do 100 %, odvisno od trenažnega stimulusa in začetne kondicije posameznike. Številne vsakodnevne in poklicne aktivnosti zahtevajo statične in dinamične napore, ki običajno vključujejo mišice rok, kar pa vadba na *fitness outdoor* opremi izboljša. Vse prednosti vadbe so prikazane na Sliki 1, na strani 4.

1.3 Varnost vadbe za moč

Osebe z zmernim ali velikim tveganjem za srčno-žilne bolezni (oceno tveganja naredi osebni zdravnik in ga o tem lahko povprašajo) se morajo pred začetkom vadbe za moč posvetovati z zdravnikom specialistom. Študije na zdravih osebah in osebah z majhnim tveganjem za srčno-žilne bolezni so pokazale zelo malo ortopedskih komplikacij in praktično nobenih kardiovaskularnih težav.

1.4 Stranski učinki in osnovni napotki

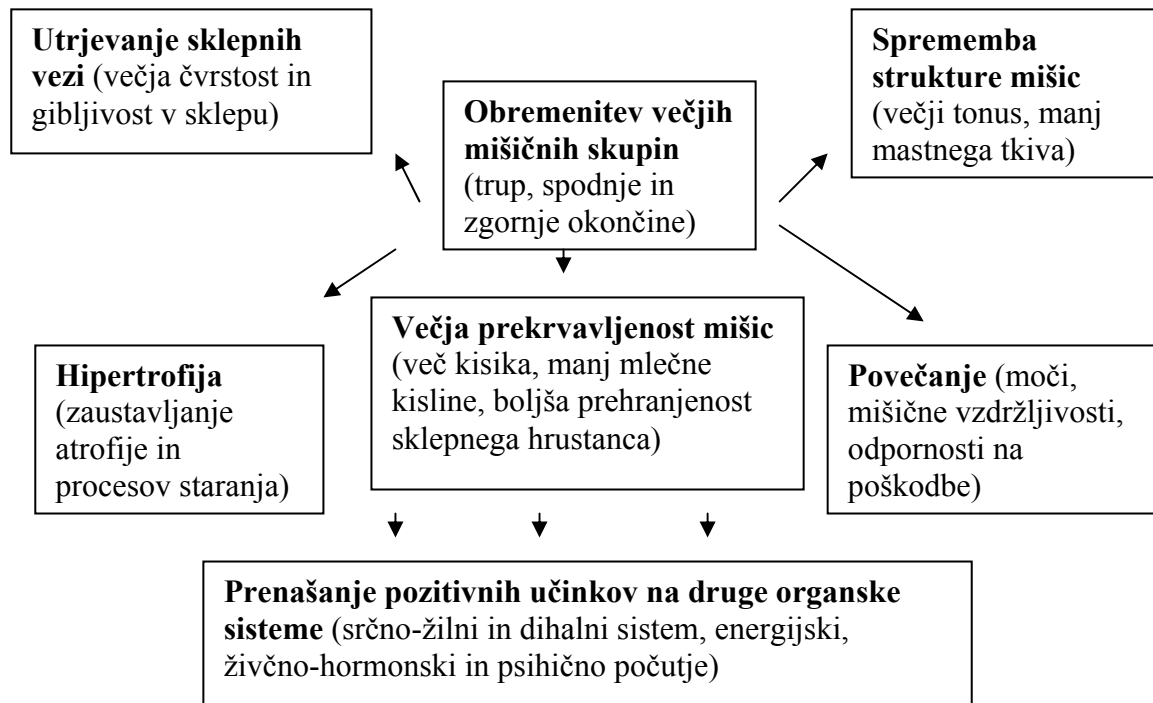
Med stranske učinke sodijo nestabilna angina, nekontroliran visok krvni pritisk (sistolični pritisk, večji kot ≥ 160 mm Hg in/ali diastolični pritisk, večji kot ≥ 100 mm Hg), nekontrolirane aritmije, nezdravljena kongestivna srčna odpoved (novoodkrita), huda stenoza ali regurgitacija srčnih zaklopk in hipertrofične kardiomiopatije (tujke so razložene v terminološkem slovarju v Prilogi 3). Osebe z nizkim ali zmernim tveganjem za srčne bolezni bi morale najprej začeti z aerobno vadbo v obdobju od 2 do 4 tednov pred začetkom vadbe za moč. V začetku je cilj vadbe ugotoviti ustrezne obremenitve in osvojiti ustrezno tehniko izvedbe vaj, kot tudi amplitudo giba in pravilne vzorce dihanja med vadbo, z namenom izogibanja nepotrebnemu zadrževanju sape.

1.5 Program vadbe

V program mora biti vključeno 10 različnih vaj (na primer dvig s prsi, dvig rok, izteg komolcev, upogib komolca, potezanje na prsa, izteg hrbta, izteg kolena, trebušnjaki, upogib kolena in dvig na prstih), ki okrepijo glavne mišične skupine. Vaje se izvajajo najmanj 2- do 3-krat na teden za doseganje želenih pozitivnih učinkov. Za uravnoteženo krepitev mišične jakosti in vzdržljivosti

prof. Edvin Dervišević svetuje izvajanje enega niza od 8 do 15 ponovitev. Prednost *outdoor fitness* naprav pred prostimi utežmi je predvsem v tem, da je možnost izgube ravnotežja ali padca uteži bistveno manj (Čampa & Dervišević, Fun on sun, 2008).

Slika 1: Povzetek učinkov vadbe moči na človekovo telo



Vir: S. Petrovič, *Pot do uspeha*, 2005, str. 36, prikaz 24.

2 PANOGA

Panoga, v kateri podjetje deluje, je posredovanje pri prodaji zunanjih fitnes naprav, ki v Sloveniji še nima direktnega konkurenčnega podjetja. Najbližje pojmovanje panoge po standardni klasifikaciji dejavnosti sodi pod zaporedno številko 852, področje G in šifro 46 - posredništvo in trgovina na debelo, razen z motornimi vozili. Dejavnosti, s katero se podjetje ukvarja, ni mogoče natančno določiti s SKD klasifikacijo, ker tovrstna dejavnost pri nas še ne obstaja. Pravilno pojmovana dejavnost je posredovanje pri prodaji opreme za *outdoor fitness*. Temeljna dejavnost podjetja je posredovanje izdelkov med proizvajalci in kupci oziroma ponudniki opreme za *outdoor fitness*. Poleg te dejavnosti bo podjetje Natura fit, d.o.o. imelo tudi dve pod dejavnosti, in sicer urejanje okolice in servisiranje ter vzdrževanje same fitnes opreme. Natančna registracija dejavnosti podjetja je v Prilogi 1. Podjetje bo registriralo več dejavnosti zaradi nepredvidljive situacije na trgu, kjer se nikoli ne ve, kaj bo podjetju prišlo prav. Direktnih konkurentov podjetja za sedaj še ni, obstajajo pa že podjetja v Evropi, ki se ukvarjajo z istovrstnim poslom, in sicer v Španiji in Izraelu, pa tudi v ZDA.

2.1 Podjetje in posel

Podjetje Natura fit, d.o.o. bo poslovalo kot družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.). Družba z omejeno odgovornostjo je družba, katere osnovni kapital sestavljajo osnovni vložki družbenikov. Vrednost njihovih osnovnih vložkov je lahko različna, družbo lahko ustanovi ena ali več fizičnih oziroma pravnih oseb, ki postanejo z ustanovitvijo njihovi družbeniki (Puharič, 2004, str. 100). Podjetje Natura fit, d.o.o. se bo ukvarjalo z dejavnostjo *outdoor fitness*, s sedežem na Slamninarski cesti 1 v Domžalah. Podjetje se bo registriralo v sodni register 1. 6. 2009. Glavni ustanovitelji podjetja so natančno opisani pod 11. točko o financiranju podjetja. Za podjetje Natura fit, d.o.o. obstajajo različne ovire na trgu, kot so na primer zelo visoka investicija, še nerazvito povpraševanje in hkrati nerazvit trg za to dejavnost, nepoznavanje tovrstnih izdelkov ter seveda možnost hitrega posnemanja drugih podjetij. Glavna dejavnost podjetja Natura fit, d.o.o. bo seveda prodaja fitnes naprav, stranske dejavnosti podjetja pa bodo še servisiranje naprav in urejanje okolice za postavitev samih naprav. Podjetje bo ustanovljeno zaradi ideje, ki se je porodila ustanoviteljem in jim to predstavlja izziv. Potek posla bo sledeč: treba bo poskrbeti za prepoznavnost med potencialnimi kupci, kot so šole, vrtci, občine, upokojski domovi in vrsta drugih ustanov, ki pa so predvsem javne. To bo podjetje skušalo doseči z dobro razvitimi prodajnimi kanali in trženjem ter seveda z zavestjo o zdravem življenju. Trg še ni popolnoma razvit, ker takšne ponudbe še niso v popolnosti razvite, so pa podjetja, ki to prodajajo preko interneta in so obenem proizvajalci, Natura fit, d.o.o. bi poskrbela za celoten paket prodaje (nakup, trženje, oglaševanje, svetovanje, postavitve itd.). Prav zato v naslednjih petih letih pričakujem spremembe na trgu, ker bo trg zaznal novo podjetniško priložnost. Podjetje bo veliko dela in kapitala vložilo v blagovno znamko, da zaslovi kot kakovosten prvi ponudnik. Podjetje bo po ustanovitvi poskušalo pridobiti na stran nekaj županov večjih mest in jim svetovati kakšen promocijski paket naprav, in prav tako večjim podjetjem, da bi darovali takšne komplete fitnes naprav občinam, saj tako oboji pridobijo na ugledu in dajejo zgled zdrave zavestne osebe ali podjetja. Nato bi poskušali čim bolj delati na prepoznavnosti med ljudmi, sami zainteresiranosti za telovadbo med ljudmi in navsezadnje za pridobitev novih naročnikov. Podjetje bo imelo še strokovnjake, ki bodo delali na področju urejanja okolice, da bo vse v skladu z okoljem, kjer bo sama postavitve, ter poskrbelo za pravi ambient telovadbe v naravi in seveda servisni center, ki bo poskrbel za brezhibnost naprav v vseh letnih časih. V naslednjih petih letih delovanja bi bilo možno tudi poslovanje v tujini. Podjetje se bo za začetek usmerilo na slovenski trg, v naslednjih treh letih pa na trge sosednjih držav in nekdanje Jugoslavije.

2.2 Izdelki podjetja Natura fit, d.o.o.

Podjetje bo razpolagalo z desetimi različnimi napravami, vsemi v enem sklopu. Naprave bo prodajalo v kompletih, saj so le-te izbrane tako, da bo ob postavitvi celotnega kompleta naprav poskrbljeno za vse pomembnejše mišice telesa. Ob vsakem kompletu bo možno imeti še tablo z napisom po lastni izbiri, namenjena pa bo informiranju občanov, kaj sploh naprave so in čemu služijo. Poleg tega bo vsaka naprava imela deklaracijo, kjer bodo navedeni njen celotni naziv in funkcije uporabe. Po vseh zahtevajočih standardih bodo na aparatih tudi nalepke s prepovedanimi dejanji na sami napravi, torej, kaj se ne sme delati, da ne pride do poškodb. Aparati so skrbno izbrani s pomočjo profesorja medicine športa, ki je vse možne aparate preučil,

in na podlagi izkušenj in znanja izbral sklop desetih naprav. Barva naprav bo modro rumena, po želji naročnika tudi rdeče rumena, ali po lastni izbiri, kar bo pa možno za doplačilo. Vsi izdelki, njihove karakteristike in navodila za uporabo so v Prilogi 2.

3 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA

3.1 Odjemalci (kupci)

Osnovni kupci podjetja so kupci na medorganizacijskih trgih, to niso posamezniki, ampak že uveljavljena podjetja ali ustanove, zato je podjetje svoje kupce segmentiralo glede na geografsko osnovo, saj se kupci sami razlikujejo le po tem, v kakšnem podjetju oziroma ustanovi so. Odjemalci oziroma potrošniki fitnes naprav so zopet drugi ljudje, preprosti vsakdanji ljudje, ki jim lahko rečemo širše tudi fizične osebe in gospodinjstva. Segmentacija le-teh je pa smiselna po psihografski osnovi, kjer se kupci ločujejo zaradi njihovega različnega življenjskega sloga, osebnosti ali vrednot (Kotler, 2004, str. 279-299). Tržni segmenti kupcev glede na geografsko osnovo in hkrati značilnosti organizacije, ker gre za medorganizacijski trg in sicer tržni segment bolnic, tržni segment parkov, tržni segment hotelov, tržni segment toplic, tržni segment šol, tržni segment javnih površin in tržni segment tržnih centrov. Večji kupci proizvodov so seveda občine, ki sodijo v tržni segment parkov, ker jih imajo bolj pod nadzorom, hkrati pa občina lahko omogoči nakupe naprav tudi za vrtce, šole in univerze. Osnove za njihove odločitve glede tega, ali izdelek sprejeti oziroma ga kupiti ali ne, imajo več postavk. Prva je seveda cena, nato kakovost in zadnja, a tudi pomembna, kakšen vtis bodo naredili na meščane. Vsak župan si želi pridobiti meščane na svojo stran z različnimi načini. Da pa bi jim omogočil brezplačen fitnes in vadbo ter hkrati fizioterapijo kar na prostem, bi zelo pomagalo k splošnemu vtisu samega župana med njegovimi občani. Tako lahko rečem, da je v ozadju tudi politični motiv, kar gre podjetju v prid. V narejeni raziskavi trga oziroma potencialnih kupcev, ki so izrazili zanimanje za izdelke za *outdoor fitnes*, so bili predvsem upokoјenci, ki bi si radi popestrili čas, študentje, ki si želijo brezplačne vadbe, in vsi ljudje, željni zdravega življenja. Kupci, ki niso izrazili zanimanja, so bili predvsem moški srednjih let, ki naj ne bi imeli časa za takšno telovadbo zunaj (bolj natančno opisano v točki 3.1.1). Negativno reakcijo kupcev bo podjetje preprečilo z uspešno tržno strategijo oziroma s kampanjo na začetku poslovanja, saj bodo ljudi izobraževali o zdravem načinu življenja in predvsem o vadbi na prostem z vsemi njenimi pozitivnimi lastnostmi in učinki na poznejše počutje. Podjetje bo izdalo tudi zgibanko, ki bo predstavila *outdoor fitnes* širši javnosti, kjer bo uporaba vseh aparatov podrobno opisana ter, zakaj je takšna vadba učinkovita. Z reklamo in oglaševanjem bo ljudem skušalo približati fitnes na odprtem. Torej kupci v večini primerov niso tudi hkrati direktno odjemalci, ampak to posredno naredijo za druge ljudi, svoje stranke. Odjemalci oziroma uporabniki naših proizvodov bodo predvsem starejši ljudje, saj nam v prid govori tudi trend staranja prebivalstva, ki je prisoten ne samo v Sloveniji, ampak po vsej Evropi in na sploh po vsem svetu.

3.1.1 Tržna raziskava

Odločila sem se narediti manjšo tržno raziskavo, kjer sem želela ugotoviti, ali sploh obstaja zanimanje za takšne izdelke, ali jih kdo že pozna in na splošno, koliko se ljudje ukvarjajo s športom, ter koliko denarja za to porabijo. Anketa je bila sestavljena iz petih vprašanj, s

ponujenimi odgovori, s tem, da je bilo zaželeno, da so anketiranci povedali svojo starost in naslov, da sem jih znala sestaviti v starostne razrede in s tem ugotovila, kateri starostni razred se najbolj zanima za tovrstne izdelke in kateri najmanj. Na anketo, izvedeno 20. 6. 2008, je odgovorilo 120 ljudi v Ljubljani, Domžalah in Grosuplju. Izmed vseh vprašanih je bilo 56 moških in 64 žensk. Njihova starostna razporeditev je razvidna iz Tabele 3:

Tabela 3: Analiza anketirancev Natura fit, d.o.o, na dan 20. 6. 2008

	število	odstotki
Od 20 do 30 let	24	20
Od 30 do 40 let	36	30
Od 40 do 50 let	42	35
Od 50 do 60 let	12	10
Nad 60 let	6	5
	120	100

Vir: Lastna izdelava.

Največ je bilo tistih med 30. in 50. letom starosti. Po analizi vprašanj sem ugotovila, da je največ tistih, ki bi se zanimali za *outdoor fitness*, v prvem starostnem razredu (20 do 30 let) ter od 50 do 60 let. Natančnejša analiza ankete po vprašanih je v Prilogi 6. Jasno je, da se proces staranja stopnjuje in da bo vse več takšnih, ki bodo v pokoju zdolgočaseni in potrebni dobre rekreacije ali pa vsaj preživljanja aktivnega prostega časa. Staranje prebivalstva je tudi v Sloveniji proces, ki se mu ne bo mogoče izogniti. Z upadanjem števila rojenih in upočasnjevanjem umrljivosti se spreminja tudi starostna sestava prebivalstva, kar je razvidno iz Tabele 4 na strani 8. Konec leta 2004 je bil prebivalec Slovenije povprečno star že 40,3 let, v zadnjih treh letih pa se je postaral za eno leto. Zmanjšuje se delež otrok (0-14 let), povečujeta pa se deleža delovno sposobnega prebivalstva (15-64 let) in starejših (65 let in več). Delež starejših (65 let in več), ki je v osemdesetih letih stagniral na ravni 10 %, se od leta 1987 naprej stalno povečuje in je leta 2004 že presegel 15 %. Tega leta je bil delež starih (80 let in več) pri nas dobre 3 %. Po osnovni različici projekcij prebivalstva Slovenije se bo do leta 2050 delež starejših (65 let in več) in starih (80 let in več) povečal na 31,3 % oziroma 10,3 %. Pričakujem, da bodo kazalci starostne sestave in demografske odvisnosti starega prebivalstva začeli kazati bistveno slabšanje razmerij navedenih starostnih skupin pri nas v drugi polovici naslednjega desetletja (vir: Statistični urad Republike Slovenije, Ministrstvo za notranje zadeve, 2006.). Po napovedih Evropskega statističnega urada (Eurostat) se bo do leta 2025 število prebivalcev držav Evropske unije povečalo za več kot 13 milijonov – s 456,8 milijonov leta 2004 na 470,1 milijonov leta 2025. Takrat bo začelo število njenega prebivalstva postopno upadati in bo leta 2050 doseglo 449,8 milijonov. Delež delovno sposobnega prebivalstva (15-64 let) bo močno upadel (vir: Statistični urad Republike Slovenije, Ministrstvo za notranje zadeve, 2006.). Staranje prebivalstva običajno pomeni povečevanje števila in deleža prebivalstva starejših (65 let in več), zlasti starih (80 let in več), ob hkratnem upadanju števila otrok (0-14 let) ter slabšanju razmerja med delovno sposobnim in starostno odvisnim (0-14 let ter 65 let in več) prebivalstvom. Po napovedih OZN se bo takšen razvoj še nadaljeval. Prebivalstvo razvitih držav je večinoma že staro in tudi v precej državah v razvoju se razmerja med številom mladih, številom delovno sposobnih (15-64

let) ter številom starejših hitro spreminjajo v "korist" starejših. Zato namenjajo danes posledicam splošnega staranja prebivalstva posebno pozornost tako v razvitih državah kot tudi v državah v razvoju. Poplava babic in dedkov - predvsem poplava babic, ker ženske živijo v povprečju dlje od moških, postaja namreč svetovni pojav, saj se bo po pričakovanjih po svetu od 1955-2025 število ljudi, starejših od 65 let, štirikrat povečalo oziroma se bo njihov delež v celotnem prebivalstvu podvojil (vir: Statistični urad Republike Slovenije, Ministrstvo za notranje zadeve, 2006.).

Tabela 4: Prebivalstvo po starostnih skupinah, statistične regije, Slovenija, letno; 2001-2006

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Starost skupaj	1.994.026	1.995.033	1.996.433	1.997.590	2.003.358	2.010.377
0-4 let	90.167	89.623	88.967	89.462	89.467	91.011
5-9 let	98.181	96.447	94.685	92.826	92.375	91.226
10-14 let	118.373	113.049	107.858	104.390	101.379	98.842
15-19 let	132.727	130.166	128.647	125.713	122.479	119.569
20-24 let	150.938	149.233	146.481	142.413	139.164	135.712
25-29 let	148.818	149.799	151.240	152.357	153.401	153.171
30-34 let	144.405	143.203	143.557	144.376	147.392	150.054
35-39 let	156.470	155.721	154.034	151.765	148.245	145.826
40-44 let	154.844	154.338	154.638	154.864	156.245	156.963
45-49 let	161.030	160.289	158.252	156.702	155.061	154.131
50-54 let	140.002	145.458	150.642	154.043	155.696	157.864
55-59 let	105.860	107.643	110.247	116.497	129.274	135.402
60-64 let	103.663	105.410	107.030	105.698	100.306	100.975
65-69 let	96.022	95.299	95.024	95.415	96.351	96.660
70-74 let	83.163	84.648	85.292	86.000	85.258	85.833
75-79 let	59.283	61.280	62.833	64.610	67.201	69.113
80-84 let	28.182	32.791	37.386	39.836	42.055	43.781
85-89 let	14.961	13.126	11.670	12.257	14.091	16.868
90 + let	6.937	7.510	7.950	8.366	7.918	7.376

Vir: Prebivalstvo, Slovenija, 2001 – 2006, (2008). Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije, Ministrstvo za notranje zadeve - Centralni register prebivalstva, Ministrstvo za notranje zadeve - Direktorat za upravne notranje zadeve

3.2 Obseg trga in trženje

»Tržno gospodarstvo je dovršen in zapleten mehanizem za usklajevanje ljudi, dejavnosti in podjetij na osnovi sistema cen in trgov. Je komunikacijsko sredstvo za povezovanje znanja in dejavnosti milijard različnih posameznikov« (Samuelson, 2002, str. 26). Panoga *outdoor fitnessa* je nova in še dokaj neznana današnjem trgu. Počasi se kaže v Španiji, Izraelu in tudi že na Hrvaškem. Panoga se je razvila iz vedno bolj zavedajočih se ljudi za zdravo življenje in gibanje zunaj. Ne več samo telovadba v zaprtih studiih, ampak zunaj na prostem, v naravi. Tudi v

Sloveniji postaja zdravje ena izmed najvišjih vrednot v družbi. Državni zbor Republike Slovenije je že leta 1996 sprejel dokument »Vlaganje v zdravje v Sloveniji«, ampak je zdravstvena politika ostala neuresničena. Izjemno popularnost so pridobili *welnes* programi v 80-ih letih prejšnjega stoletja v ZDA, kjer so se vztrajno povečevali stroški za zdravstveno varstvo. Zelo pozitivni stranski učinki *welnes* programov so se pokazali v zmanjšanju izostankov z dela, povečanju javnega ugleda podjetij, dvigu produktivnosti dela in občutka pripadnosti delavcev. Seveda vsi ti poleg osebne zdravstvene koristi za osebo samo. V Evropi je *welnes* predvsem prisoten v turizmu. Fitnes je proces treninga s psihičnimi in motoričnimi lastnostmi, kot so hitrost, moč, vzdržljivost, gibanje in koordinacija. Telesni fitnes je manj intenziven od vrhunškega športa, izvaja se v prostem času, skozi različne športe in tudi pri bolnikih, ki potrebujejo rehabilitacijo. Takšna telesna aktivnost je edina dejavnost, ki daje več energije, kot pa je porabi. Telesu prija že sprehod, ki telo po obremenitvi okrepi, postane bolj odporno, kar pa spet vpliva na boljše duševno počutje (razvojni center Lendava, str. 4, 2006). Vse več ljudi hrepeni in se trudi vzdržati, ohraniti ali pa vzpostaviti zdrav način življenja skozi telovadbo in rekreacijo. Vse več ljudi poskuša čim več prostega časa posvetiti športu, če se le da zunaj zaprtih telovadnic in prav tu podjetje Natura fit, d.o.o. vidi priložnost. V prid govori dejstvo, da se prebivalstvo stara, kar pomeni, da je vse več starejših ljudi, ki imajo ogromno časa in se vse več ukvarjajo s takšno ali drugačno rekreacijo. Šport na prostem ima veliko več prednosti kot šport v zaprtih prostorih, že zaradi svežega zraka, boljše prekrvavitve, večje koncentracije kisika, večjega pridobivanja energije in seveda samega ambientsa narave.

3.3 Konkurenca

Na slovenskem trgu, ki je hkrati naš ciljni trg, takšne ponudbe izdelkov še ni. Se pa že pojavljajo na evropskem trgu, v Španiji, Izraelu, Angliji, začetki pa se kažejo tudi na Hrvaškem. Ponudba izdelkov je zelo podobna, vendar se v podjetju Natura fit, d.o.o. razlikuje v tem, da bodo imeli aparate s posebnimi navodili, za katero mišico posebej le-ta učinkuje in vsi bodo imeli standarde kakovosti in varnosti. Konkurenčne prednosti, ki jih bo podjetje imelo, bodo: storitev servisa, vodenje z nizkimi stroški, visoka kakovost in spretnost kadrov, osebno obravnavanje kupca, poleg tega bodo stremeli k temu, da bodo imeli uveljavljeno blagovno znamko. Konkurenčna prednost podjetja se bo kazala v tem, da bo znalo svoj posel opraviti bolje kot morebitni konkurenti, ki se lahko pojavijo, da bo poskušalo razpolagati z nečim, česar drugi ne bodo imeli ali, da bodo sposobni napraviti nekaj, kar konkurenti ne bodo znali (Dimovski, 2003, str. 113). Ko pa bo na domačem trgu nastopila konkurenca, se bo podjetje poskušalo ravnati po vodilu Bogomira Kovača, citiram: »Konkurenca je najboljše vodilo učinkovitega gospodarjenja. Konkurent ni sovražnik, temveč najkoristnejši pomočnik pri poslovnih odločitvah (Kovač, 1990, poglavje 6-8).

3.4 Ocenjevanje trga

Potrebe kupcev se bodo ocenjevale na podlagi trendov zdravja in zdravega življenja, ki ga bo vedno več. Podjetje bo ocenjevalo potrebe po občinah, glede na število občanov in možnosti postavitve naprav. Glede na to, ali bo treba ponudbo dodelati ali dopolniti, se bo podjetje pozanimalo pri dobavitelju, kdaj in v kakšnih količinah je možno pridobiti želene izdelke in jih bodo na željo kupcev tudi postavili.

4 TRŽENJSKI NAČRT

4.1 Marketinška strategija vstopa in rasti

4.1.1 Vizija

Podjetje Natura fit, d.o.o. v Domžalah bo viden član skupine najkakovostnejših evropskih proizvajalcev oziroma posredovalcev opreme za *outdoor fitness*, z jasno prepoznavnim pomenom za domače in evropsko gospodarstvo in zdravo življenje z najvišjimi mednarodnimi standardi, zaradi katerih bo podjetje prepoznavno in privlačno tako za slovensko kot tudi evropsko gospodarstvo, ki bo nudilo vsakemu posamezniku učinkovito telovadbo na svežem zraku. Poslanstvo je na vrhu hierarhije ciljev in predstavlja razlog, zakaj organizacija sploh obstaja. Iz opredelitve poslanstva izhajajo strateški cilji, usmerjeni na trg in stranke ter pogosto identificirajo želeno področja delovanja (Dimovski, 2003, str. 92). Vsako dobro poslanstvo vsebuje devet pomembnih komponent; kupci – kdo so, izdelki – kateri so glavni prodajni izdelki podjetja, trg – geografsko določen trg, tehnologija, rast in dobiček, filozofija – prepričanja podjetja, konkurenčna prednost, skrb za javno podobo in za zaposlene. Vsi ti elementi morajo biti, če ne točno dorečeni, vsaj razvidni iz poslanstva, če ne iz vizije za dobro postavljeno poslanstvo podjetja (Fred, 2006, str. 63).

4.1.2 Poslanstvo podjetja

Podjetje Natura fit, d.o.o. v Domžalah bo ustvarjalo in širilo vedno bolj pomembno zavedanje za zdravo življenje in gibanje vsakega posameznika, ki bo za vse najboljša rešitev za daljše in kakovostnejše življenje s ponudbo kakovostnih fitness naprav, sicer tehnološko neoporečnih in naravi prijaznim.

Dejavnost podjetja Natura fit, d.o.o. vključuje veliko razvojnega dela z visokimi stroški. Podjetje si bo prizadevalo uveljaviti priznano blagovno znamko samih proizvodov, si s tem zagotoviti konkurenčno prednost ter postati in seveda tudi ostati vodilni v panogi. Prednosti, ki jih bo podjetje sprva imelo, bodo sprva te, da bo prvo podjetje na domačem trgu s takšno ponudbo. Podjetje bo s priznanim proizvajalcem poizkušalo dobiti ime, ki bo slovelo predvsem po kakovostnih in prvovrstnih napravah, ki bodo uporabne za ljudi vseh starosti in hkrati ne samo uporabne, pač pa tudi zdravju prijazne in neškodljive, ter tudi terapevtsko naravnane. Na vsakem področju postavitve *outdoor fitnessa* bodo dostopne tudi knjižice, kjer bodo posamezne naprave opisane, čemu sodijo, kakšne vaje se na njih delajo in zakaj so učinkovite. Prav zato naprave ne bodo povsod iste, ampak se bodo razlikovale, glede na to, kje bodo postavljene. Če bodo naprave v parkih, bodo preproste in primerne za vse starosti, če bodo v termalnih zdraviliščih ali toplicah, bodo bolj specializirane za posamezen del telesa, ki bo omogočal tudi terapevtski učinek. Načeloma se bo prodajal celoten komplet desetih naprav, za vsako mišico po eden aparat. Možno bo pa tudi svetovanje glede na lokacijo postavitve s strokovnjakom za medicino športa prof. Edvinom Derviševićem. Konkurenčna prednost bo tudi strokovno določena postavitev in izbira samih naprav glede na lokacijo, kar pomeni, da bo podjetje imelo visoko izobraženo delovno silo, z različnimi strokovnjaki na področjih, ki se tičejo fitnessa in zdravega ter terapevtskega gibanja.

Podjetje bo na trg vstopilo z razmeroma novim proizvodom in temu primerno cenovno strategijo, torej strategijo visokih cen, saj bo proizvod nekaj novega na trgu z visoko ceno in visoko kakovostjo (Kotler, 2004, str. 472). Za zagotavljanje prodaje bo podjetje poudarilo seveda kakovost, garancijo (5 let) in standarde kakovosti (TÜV, v Prilogi 5). Trg bo sprva nacionalni, znotraj republike Slovenije, pozneje pa globalni (v naslednjih treh letih). Največji kupci bodo predvsem občine in večji trgovski centri. Podjetje jih bo razdelilo glede na segmente trgov, omenjene že na str. 6. Torej bo šlo za medorganizacijski trg, kjer so pogoji in strategije malo drugačne kot sicer na potrošniškem trgu. Do poslovne ideje je podjetje prišlo skupaj s strokovnjakom na področju športa in zaradi potreb po telovadbi zunaj. Spodbudila jo je kupčeva potreba po zdravem življenju in gibanju na prostem. Podjetje se bo širilo s prodorom na tuje trge, in sicer najprej na trge nekdanje Jugoslavije, ter sosednje države, kot so na primer Avstrija, Italija, Hrvaška in Madžarska. Največji izziv in največjo priložnost podjetja za nadaljnje širjenje poslovanja podjetja predstavlja tržni segment parkov in domov za ostarele.

4.2 Določanje prodajnih cen

Podjetje bo sledilo strategiji visokih cen, posnemanja smetane, ki je strategija visokih začetnih cen, ki dajejo vtis o ekskluzivnosti in enkratnosti izdelkov. Temelji na domnevi, da je izdelek nov in ekskluziven, da bo pritegnil kupce, ki niso cenovno občutljivi. Ker obstaja dovolj velik tržni segment, v katerem so kupci pripravljeni izdelek kupiti takoj, ko se pojavi, četudi po razmeroma visoki ceni, konkurenčnih podjetij pa sploh ni. Vsi proizvodi bodo visoke kakovosti, imeli bodo dolgo garancijsko dobo in kar je najpomembnejše, bodo novost na trgu. Konkurenti podjetja, ki za sedaj delujejo na španskem in izraelskem trgu, prav tako uporabljajo strategijo visokih cen. Izdelki se bodo prodajali v kompletih, zasnovana bo cena osnovnega kompleta, ki bo vseboval 10 naprav. Po želji si bo kupec seveda lahko izbral naprave po svoji izbiri, ampak bo cena potem odvisna od želene količine in izbranih aparatov. Predvidena prodaja kompletov po mesecih v prvih 5 letih poslovanja je razvidna iz Tabele 5, na strani.

Tabela 5: Ocena prodaje v prvih 5 letih poslovanja

	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
Cena/komplet	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €
količina	63 kom	85 kom	94 kom	100 kom	110 kom

Vir: Lastna izdelava.

4.3 Prodajne poti

Tipičen proces prodaje storitev se bo začel pri predstavitvi ideje oziroma izdelkov potencialnim kupcem, torej predvsem občinam in javnim ustanovam ter večjim trgovskim centrom. Ob odobritvi njihovega naročila sledi naročilo dobavitelju, ki po 30 dneh od naročila dostavi izdelke v Slovenijo. Nato bodo izdelki preneseni v skladišče v Domžalah na Slamnikarski cesti 1, od tam pa jih bodo podizvajalci oziroma serviserji nameščali na želeno mesto, seveda s posvetom z

oddelkom pokrajinskih arhitektov, ki bodo naredili načrt skupaj z naročnikom. Izdelek bo postavljen. Prodajna pot v tem primeru je neposredna pot. Podjetje ima več ciljnih kupcev, ki so omenjeni v segmentaciji trga. Za vse segmente kupcev se bodo večinoma uporabljale iste prodajne poti, torej neposredne. Prodajni pogoji, ki jih bo podjetje nudilo vsem kupcem, ne glede na to, v kateri tržni segment sodijo, bodo enaki. Standardno plačilo bo 30 % predplačila pred dobavo in nato preostali znesek. Če bodo plačali vse v enkratnem znesku, jim bo podjetje nudilo 5- do 8-odstotni popust. V enem poslovnem letu načrtuje podjetje vsaj 1.000.000 € prometa, kar je 100 kompletov. To pa je obenem tudi omejitev, ki jo mora doseči, če bo želelo obdržati ekskluzivne pravice, ki jih bo imelo pri dobavitelju za Slovenijo, sosednje države in države nekdanje Jugoslavije. Vendar bodo dobavitelji prva 3 leta tolerirali, če načrt ne bo dosežen. Ker na našem trgu še ni takšne panoge, za sedaj podjetja še ne morem uvrstiti niti v lokalni niti v nacionalni in globalni okvir.

4.4 Tržno komuniciranje

Oglaševanje je pojmovano kot zakup medijskega časa in prostora, da končnim kupcem povedo kar koli hočejo (znotraj meja zakona, ki pozna določene omejitve glede alkohola, tobaka, zdravil, varstva otrok, konkurence itd.) (Verčič, 2002). V drugem poslovnem letu poslovanja pa podjetje načrtuje tudi internetno prodajo, kjer bodo želeni kupci lahko sami izbrali komplet izdelkov in podlago za le-te. Kakovost izdelkov bo podjetje garantiralo s TÜV certifikatom, ki jamči kakovost izdelka ter prijaznost potrošniku, ter seveda nenevarnost (Priloga 4). Podjetje Natura fit, d.o.o. bo z dobavitelji poslovalo elektronsko. Elektronsko poslovanje pomeni poslovanje z uporabo informacijske in komunikacijske tehnologije (Kovačič, 2004 str. 55). Elektronsko poslovanje bo podjetje uporabljalo v več različnih oblikah, in sicer kot elektronsko bančništvo, elektronsko trgovanje, elektronsko naročanje blaga, elektronsko oddajanje naročil, elektronska nakazila in elektronske ponudbe kupcem. Za oglaševanje bo podjetje predvsem uporabljalo članki v strokovnih in poljudnoznansvenih revijah, z gostovanji slavnih osebnosti na samih otvoritvah oziroma prvih postavitvah *outdoor fitness* opreme z plakati in promocijo na samem mestu postavitve, stroški le teh ne bodo v vsakem mesecu isti, njihova razporeditev in višina je razvidna v Tabeli 6.

Tabela 6: Stroški oglaševanja v € v podjetju Natura fit, d.o.o. v prvem letu poslovanja po mesecih

Sredstvo/mesec	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	skupaj
Članki			100			100					100		300
Gostovanja slavnih	200			200			200			200			800
Plakati	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Promocija	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000

Vir: Lastna izdelava.

5 ČLOVEŠKI VIRI IN ORGANIZACIJA

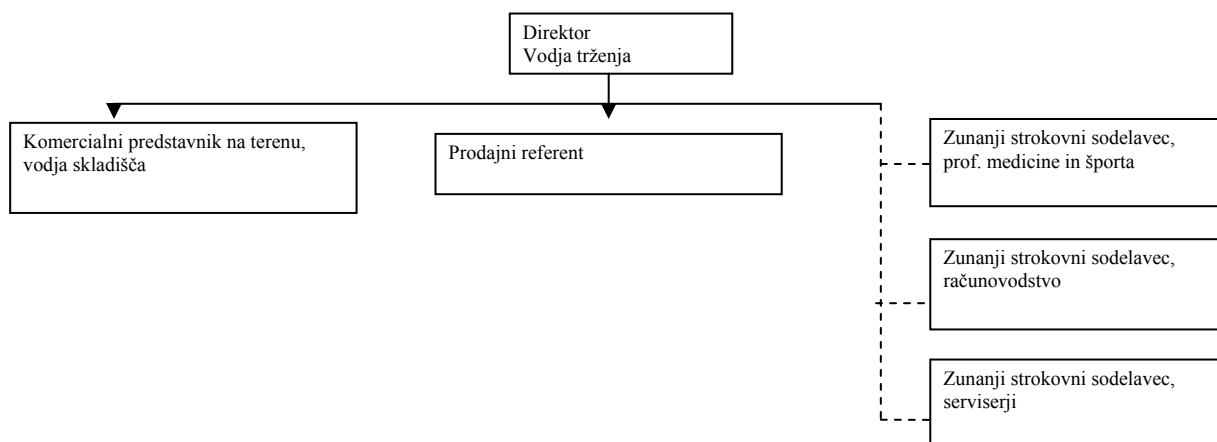
5.1 Organizacija

Ključne vodstvene vloge v podjetju Natura fit, d.o.o. bodo na začetku poslovanja zelo poenostavljene, in sicer bo vodilni direktor imel hkrati še funkcijo nabave, medtem ko bo računovodstvo oddano podizvajalcem. Torej v prvem letu bodo v podjetju največ trije zaposleni in svetovalci na področju medicine in športa. Med zaposlenimi ne bo večje hierarhije, ampak se bodo izoblikovali timi z različnimi sposobnostmi, da bi opravili celoten proces storitve. Ukvarjali se bodo neposredno s strankami in sproti uvajali spremembe in izboljšave v samem poslovanju. Izoblikovala se bo timska organizacijska struktura (Dimovski, 2003 str. 144). Podjetje bo delalo na tem, da bodo ljudje oziroma zaposleni ustvarjali konkurenčne prednosti podjetja. Ljudje so namreč dejanski izvor konkurenčnosti takrat, ko s svojim znanjem, ustvarjalnostjo in motiviranostjo združijo skupna prizadevanja za uresničevanje vizije in poslanstva podjetja. Podjetje bo stremelo k temu, da bodo imeli uspešne time, ki bodo inovativni in nagnjeni k ustvarjanju dodane vrednosti podjetja z vsemi možnimi načini (Bešter & Prašnikar, 2000, str. 368).

5.2 Ključno vodstveno osebje

Kot že omenjeno, bo na začetku poslovanja glavni direktor podjetja skrbel za prodajo, marketinške aktivnosti in nabavo (razvoj, kontakt z dobaviteljem). Direktorica podjetja bo Nika Čampa, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, ki je do sedaj opravljala promocijska dela preko študentskega servisa. Za izvedbo posla v začetku ne bo treba imeti dodatnih ljudi. Ko pa se bo podjetje širilo, bo v podjetju zaposlenih nekaj novih ljudi in naloge se bodo bolj specifično razdelile vsakemu posamezniku, po funkcijah. Sprva to niti ne bo možno že zaradi same velike investicije v posel, kot je ta. Trije zaposleni v prvem letu bodo opravljali funkcije, kot so trženje, komercialno predstavništvo, vodenje skladišča, prodajni referent. Direktorica bo vodja trženja, komercialni predstavnik na terenu bo hkrati še vodja skladišča ter prodajni referent. Njihova hierarhična razporeditev je pa vidna na Sliki 2.

Slika 2: Hierarhična razporeditev zaposlenih v podjetju Natura fit, d.o.o.



Vir: Lastna izdelava.

Podjetje Natura fit, d.o.o. ima glede na načrtovano organizacijo vse lastnosti malega podjetja, in sicer nizko stopnjo formalizacije (organizacija ni natančno predpisana), visoko stopnjo centralizacije (vse odločitve so v rokah podjetnika), relativna nizko stopnjo konfliktnosti, navidezno majhno kompleksnost (ni veliko ravni oziroma razslojenosti organizacije) in delitev dela ni razvita. Podjetnik oziroma lastnik podjetja v začetku sam opravlja vse pomembnejše naloge in sam sprejema odločilne odločitve in postavlja cilje tako na strateški kot taktični in operativni ravni (Pšeničny, 2000, str. 96).

5.3 Nagrajevanje vodstvene ekipe

Lastniška struktura bo razdeljena med 3 glavne investitorje, kjer se en del deli še na dva dela, torej je skupaj 5 lastnikov podjetja. Ena izmed njih je direktorica podjetja. Plače, bonusi in druge oblike nagrajevanja v prvem letu poslovanja seveda ne bodo izrazite, pozneje, ko podjetje začne poslovati s pozitivnimi rezultati, pa bo v podjetje vpeljeno novo število ljudi in takrat bodo plačani predvsem po učinku, nekaj dela bo fiksnega, večji del pa variabilnega.

5.4 Drugi zaposleni in zunanji sodelavci

Na začetku poslovanja podjetja bo zaposlena samo direktorica, ki bo prvo leto izvajala vse pomembnejše naloge, tekom prvega leta oziroma z začetkom drugega se bosta v podjetju zaposlila dva nova člana, in v poznejših letih, odvisno od potreb in razširjenosti posla. Kvalificirani delavci so že znani, in sicer na podlagi poznanstev in izobrazbe. Storitve, ki jih bo podjetje potrebovalo za popolno izvedbo osnovne dejavnosti, bodo opravljali pokrajinski arhitekti, ki bodo uredili samo postavitev naprav, okolico in podlago, na katero se bodo naprave postavile. Sprva bo vse to delal direktor, v drugem letu pa bodo zaposleni strokovnjaki na tem področju; po želji strank jih bodo tudi najeli, če jim naše zamisli ne bodo všeč. Drugi sodelavci, ki bodo že v prvem letu poslovanja vključeni v posel, so serviserji oziroma montažerji, ki bodo poskrbeli za pravilno in varno postavitev, ter v poznejših obdobjih za samo vzdrževanje naprav. Izbrali bodo podjetje MIX, d.o.o., ki ima že večletne izkušnje z gradbeništvom in napeljavami. Podjetje posluje od leta 1991 in v vseh letih poslovanja poslujejo s pozitivnim stanjem. Sami stroški dela, ki jih ima podjetje z plačili tako zaposlenim kot zunanjim sodelavcem v prvem letu, so razvidni v Tabeli 7, v naslednjih štirih letih poslovanja pa v Tabeli 8, na strani 15.

Tabela 7: Stroški dela v 1000 € v prvem letu poslovanja po mesecih v podjetju Natura fit, d.o.o.

Zaposleni/leta	1. leto poslovanja											
Mesec	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Direktor	1,885	1,885	1,885	1,885	1,885	1,885	1,885	1,885	1,885	1,885	1,885	1,885
Serviserji	0,845	0,845	0,845	0,845	0,845	0,845	0,845	0,845	0,845	0,845	0,845	0,845
Računovodstvo	0,600	0,600	0,600	0,600	0,600	0,600	0,600	0,600	0,600	0,600	0,600	0,600
Komercialni predstavnik	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
Prodajni referent	1,105	1,105	1,105	1,105	1,105	1,105	1,105	1,105	1,105	1,105	1,105	1,105

Vir: Lastna izdelava.

Tabela 8: Stroški dela v 1000 € od 2. leta do 5. leta poslovanja v podjetju Natura fit, d.o.o.

	2. leto poslovanja	3. leto poslovanja	4. leto poslovanja	5. leto poslovanja
Direktor	2,0	2,2	2,4	2,7
Serviserji	1,0	1,1	1,3	1,3
Računovodstvo	1,0	1,1	1,1	1,3
Komercialni predstavnik	1,4	1,5	1,6	1,7
Prodajni referent	1,2	1,2	1,4	1,5

Vir: Lastna izdelava.

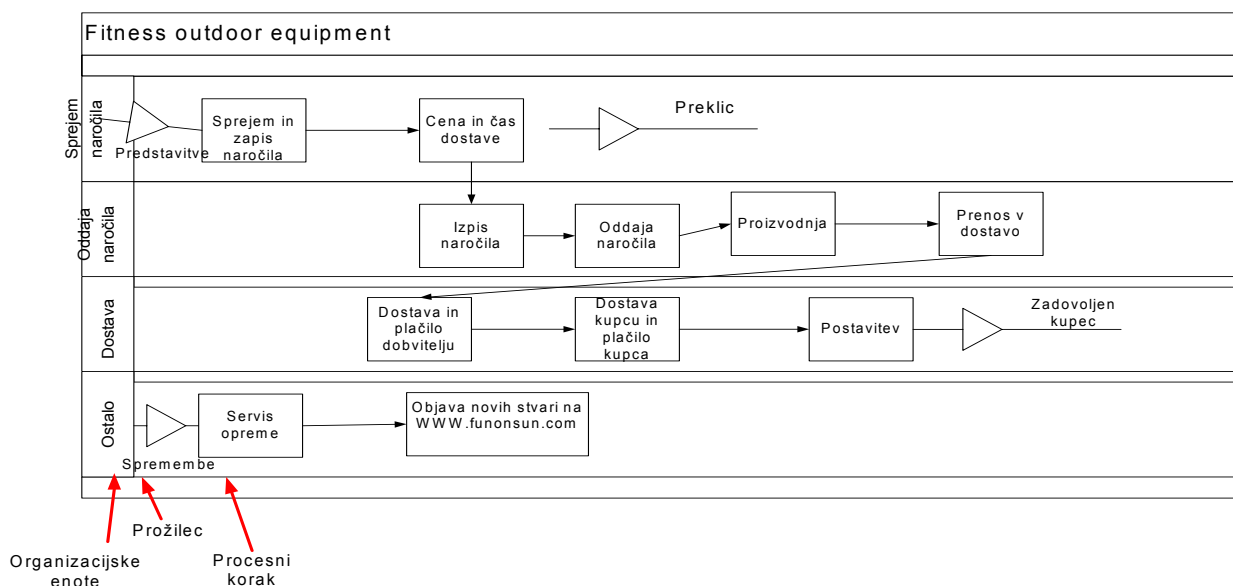
6 RAZVOJ IZDELKA ALI STORITVE

Podjetje že ima dogovor z dobaviteljem, da bo imelo ekskluzivne pravice za prodajo le-teh v Sloveniji, sosednjih državah in državah nekdanje Jugoslavije. Vendar ima pogoj, da proda 100 kompletov opreme v enem poslovnem letu. Da proizvod pride do kupca traja do 30 delovnih dni od njihovega naročila. Podjetje samo ne načrtuje izboljšave izdelkov, načrtuje pa razširitev ponudbe, in sicer s prodajo otroških igral. Podjetje samo ne bo vlagalo v raziskave in razvoj novih izdelkov.

7 POSLOVNI PROCES IN NAČRT PROIZVODNJE

Podjetje Natura fit, d.o.o. ne bo imelo lastne proizvodnje, pa bo pri kitajskem dobavitelju kupovalo že končane izdelke in jih nato posredovalo oziroma postavilo naročniku. Torej, ko podjetje sprejme naročilo, to naročilo pošlje kitajskemu dobavitelju, ta pošlje blago v Slovenijo, nakar ga podjetje Natura fit, d.o.o. prevzame in postavi kupcu. Sama postavitve je odvisna od želja samega kupca in svetovalne službe podjetja Natura fit, d.o.o., ki kupcu svetuje, predlaga in načrtuje ter udejanji samo postavitev fitnes naprav. Podjetje samo ne bo opravljalo proizvodnih aktivnosti, ampak bo imelo podizvajalce oziroma dobavitelja, ki je zanesljiv in znan na celotnem proizvodnem območju *outdoor fitnes* opreme. Podjetje samo ne bo proizvajalo, ker je preveč stroškov s samim zagonom proizvodnje, velikim potrebnim prostorom, kapitalom, časom, dovoljenji in znanjem na področju izdelovanja fitnes opreme. Stroški, povezani s tem dobaviteljem, so poleg njihove nabavne cene še carina, špedicija in seveda sam najem zabojnika za sam prevoz iz Kitajske. Naročila bodo pobrana vnaprej in ko bo le-to sprejeto, bo oddano k dobavitelju, ki pa jamči proizvodnjo in dobavo v 30 dneh od sprejema naročila. Podjetje bo imelo skladišče na Slamnikarski cesti 1 v Domžalah do nadaljnjega, ko si bo lahko kupilo svojega. Tega ima namreč v kratkoročni lasti, in sicer brezplačno do konca oktobra 2009. Natančno opisan poslovni proces z vsemi dejanji in možnimi scenariji samega posla je opisan na Sliki 3, na strani 16.

Slika 3: Diagram poteka v podjetju Natura fit, d.o.o.



Vir: lastna izdelava

Podjetje Natura fit, se je odločilo imeti sklop 10 naprav in iste naročevati pri enakem dobavitelju, ker ima več kot 5 naprav v enem kompletu ima dobavitelj srednje serijsko proizvodnjo. Prednosti takšne proizvodnje je seveda utečenost posla, hitrejša dobava, ker bo delo potekalo na vedno enakih strojih po enakih postopkih, kjer je posledično možna določena mera specializacije, možnost delitve dela, oblikovanje proizvodnje v višjih organizacijskih oblikah, možnost ureditve servisne dejavnosti in skrajšanje proizvodnega procesa. Materialno poslovanje vključuje nabavo surovin, energetskih virov, pomožnih materialov in polizdelkov za potrebe proizvodnega procesa. Vključuje tudi transport in njegovo skladiščenje v podjetju. V primeru podjetja Natura fit, d.o.o. gre le za potek dogajanja od naročila pa vse do prejetja pošiljke. Podjetje bo dobilo že sestavljene naprave, poskrbelo bo za transport in možno skladiščenje, če bo le to potrebno. Načeloma bo takoj po prevzetju prišlo do same postavitve. Ujemanje lastnosti z zahtevami kupca in izpopolnjevanje zunanjih in notranjih predpisov podjetja glede zagotavljanja kakovosti bo v največji meri odvisno od samega dobavitelja, če bo upošteval vse zahteve kakovosti izdelkov. Glede na to, da bodo proizvodi imeli dolgo garancijsko dobo, in sicer od 5 do 20 let, je kakovost izdelave bistvenega pomena, tudi s stroškovnega vidika, saj mora ob morebitni poškodbi oziroma neustreznosti izdelka podjetje Natura fit, d.o.o. kriti stroške samega popravila. Tukaj seveda ne prihaja, samo do stroškov popravil, ampak tudi stroškov odkrivanja napak, preventive in navsezadnje izgube ugleda, ki bi jih podjetje utrpelo ob večji količini reklamiranih izdelkov. Transport, ki ga bo podjetje uporabljalo, je multimodalni transport. Multimodalni oziroma integrirani transport je prevoz tovora z najmanj dvema različnima prevoznima sredstvom, kjer pa je za celoten proces odgovoren en sam transportni organizator (Brenčič, 2006, str. 154).

7.1 Geografska lokacija

Lokacija podjetja je za večino podjetij najpomembnejša. V mojem primeru le-ta nima velikega pomena, vsaj na začetku poslovanja še ne, ker podjetje ne bo imelo lastnih prodajnih prostorov, le prostor za administrativne zadeve in upravljanje poslov. Lokacija našega podjetja bo v okolici

Ljubljane, in sicer v Domžalah na Slamnikarski cesti 1. Lokacija sama po sebi ne omogoča velikega širjenja podjetja glede prodajnih prostorov, kot že omenjeno. Tako podjetje potrebuje večinoma administrativne prostore, za katere pa širjenje ne bo problem. Za izdelke ima podjetje najeto skladišče, prav tako na Slamnikarski cesti 1 v Domžalah. Za sedaj so prostori v rabi podjetja brezplačno.

7.2 Načrt angažiranja poslovnih sredstev

Ob začetku poslovanja podjetje potrebuje osnovna opredmetena sredstva, kot so pisarniška oprema, računalniki, pohištvo, poslovni prostor ima podjetje v začasni lasti, po končanem obdobju bo pa plačevalo 10 €/m², oziroma 1.000€ za 100m² skladiščnih površin in 600€ mesečno za prostore za zaposlene. V naslednjih petih letih, ko se bo poslovanje širilo, predvsem pa število zaposlenih, bo sorazmerno naraščalo tudi potrebno število računalnikov in pisarniške opreme. Amortizacijska stopnja za računalnike je 50 %, za pisarniški material pa 20 %. Ker podjetje ne bo imelo svoje lastne proizvodnje, nima potrebe po delovnih sredstvih.

7.3 Načrt porabe predmetov dela

Podjetje nima svoje proizvodnje, ampak je le posrednik med dobaviteljem in kupcem, torej tudi predmetov dela in z njimi povezanih stroškov nima.

7.4 Načrt porabe storitev

Podjetje glede na svojo velikost ob ustanovitvi ne bo imelo svojega računovodstva, zato bo le to oddano podizvajalcem. Kot že omenjeno, bo imelo podjetje še servisni oddelek, ki ne bo v podjetju, ampak bo prav tako oddan podizvajalcem. Za računovodsko delo bo poskrbela za to usposobljena računovodkinja, medtem ko bo storitveni servis zaupan podjetju Mix, d.o.o., ki uspešno deluje na tem področju že 17 let.

7.5 Pravne zahteve, dovoljenja in vprašanja okolja

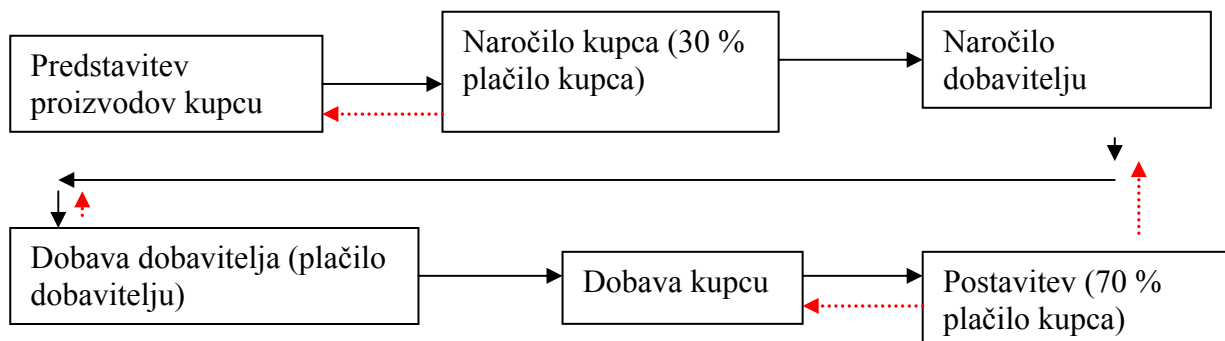
Republika Slovenija nima striktnih zahtev kar se tiče samih naprav za telovadbo. Izdelki morajo biti tehnično neoporečni in ustrezati standardom, ki določajo, da niso nevarni za ljudi in okolico, vsak aparat mora imeti ustrezno deklaracijo z navodili za uporabo v slovenskem jeziku. Kar se pa okolja tiče, so izdelki okolju popolnoma neškodljivi (natančnejši opis zakona v Prilogi 5).

8 TERMINSKI NAČRT

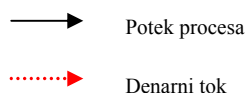
Vsak poslovni načrt mora imeti svoj terminski načrt, kjer ima opredeljene vse postavke, potrebne za začetek uspešnega posla, z ustanovitvijo vred. Vse te postavke, datumsko določene, torej z časovnim zaporedjem prikazane so na Sliki 5. Poslovni proces je pa potrebno opisati zaradi samega poteka posla samega. Sam poslovni proces se bo pričel z predstavitvijo ideje in naprav možnemu kupcu, z vsemi pogoji in možnimi dodatnimi deli, kot so urejanje okolice in možnost prevoza same opreme do želene lokacije, nato potencialni kupec lahko naroči komplet izdelkov, plača 30% predplačila, podjetje Natura fit naroči dobavitelju zeleni komplet, če ga nima na zalogi, in v roku 30 delovnih dni kupcu dostavi opremo. Zadnja faza je končno plačilo in

postavitev samih naprav. Sam poslovni proces je natančneje narisan na Sliki 4 skupaj z denarnimi tokovi.

Slika 4: Oris poslovnega procesa v podjetju Natura fit, d.o.o.



Legenda:



Vir: Lastna izdelava.

Slika 5: Terminski načrt podjetja Natura fit, d.o.o.

Number	Task	Start	End	Duration	2009											
					January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December
1	registracija podjetja	5/29/2009	5/30/2009	1												
2	končanje načrtov in razvoja	3/4/2009	3/12/2009	6												
3	dokončanje prototipov	4/28/2009	5/1/2009	3												
4	predstavitev na medorganizacijskem trgu	5/22/2009	5/29/2009	5												
5	prikaz proizvoda na sejmi	12/8/2009	12/31/2009	17												
6	prejem prvih naročil	6/2/2009	6/26/2009	18												
7	kontrola proizvodov	6/19/2009	6/20/2009	1												
8	prva prodaja in dobava	7/21/2009	7/27/2009	4												
9	postavitev naprav	6/22/2009	6/27/2009	5												
10	plačilo prvih računov	6/20/2009	7/20/2009	20												

Vir: Lastna izdelava.

9 KLJUČNA TVEGANJA IN PROBLEMI (SWOT ANALIZA)

SWOT analiza z vsemi prednostmi in slabostmi je opisana v Prilog 8.

10 FINANČNE PROJEKCIJE ZA NASLEDNJIH 5 LET

10.1 Ekonomika posla

Tradicionalno pojmovanje uspešnosti pojmovanja je skrito v osnovah ekonomije. Zadovoljevanje potreb potrošnika pri omejenih ekonomskih dobrinah in gospodarjenju, ki je usmerjeno v reševanje enakosti med tema dvema pojmomoma. Ker so tudi poslovne dobrine omejene, je treba tudi z njimi gospodariti, torej mora odgovoriti na temeljno vprašanje gospodarjenja - »minimaxi« načelo - ki je pojmovano na dva načina, in sicer doseči dani rezultat z minimalnimi sredstvi ali z danimi sredstvi doseči maksimalni možni rezultat. Poleg tega je obstoječi ali želeni posel vedno treba še ovrednotiti s pomočjo treh najpomembnejših kazalcev uspešnosti poslovanja: produktivnost dela, ekonomičnosti in rentabilnosti (Možina, 2002 str. 667). Za pravo sliko o uspešnosti prihodnjega poslovanja sem vse te tri kazalce analizirala in dodala še izračun neto sedanje vrednosti, interno stopnjo donosa in točko preloma, s tem, da moram poudariti, da kazalci ne temeljijo na preteklih rezultatih oziroma podatkih, ampak na ocenjenih.

10.1.1 Točka preloma

»Točka preloma je količina in vrednost prodaje, pri kateri se celotni stroški izenačijo s celotnimi prihodki, torej, ko je dobiček enak nič. Zato se tej točki lahko reče tudi ničelna točka« (Antončič, 2002, str. 268). Analiza točke preloma je grafična ali računska metoda, s katero poskušamo ugotoviti točke, ki izenačujejo obseg proizvodnje z prihodki in stroški. Če se prodaja poveča preko prelomne točke, nastaja profit, kar pomeni, da temeljni cilj podjetniškega odločanja pripeljal posel na tako raven, da po obsegu preseže točko preloma, kar pomeni, da prihodki presegajo stroške. (Tajnikar, 2004 str. 135). Vsako podjetje mora poznati svojo točko preloma, saj le ta pove, katera je tista prava količina proizvedenega oziroma prodanega blaga, pri katerem začne ustvarjati profit. Za podjetje Natura fit je to vidno v naslednjih treh izračunih:

Izračun točke preloma za podjetje Natura fit, d.o.o. :

Prva varianta izračuna temelji na opredelitvi variabilnih in fiksnih stroškov, z poznavanjem neposrednih in posrednih stroškov dela. Administrativni stroški podjetja so sestavljeni iz stroškov najemnine, stroškov porabe elektrike in ogrevanja, ki je so že všteti v najemnini, ter drugi del administrativnih stroškov, stroškov računovodskega servisa. Del administrativnih stroškov je fiksni in sicer najemnina, variabilni pa stroški računovodskega servisa. Cena enega kompleta *outdoor fitnes* opreme je 10.000€, fiksni stroški so pa sestavljeni iz stroškov dela (stroški prodaje in vodenja) in delna administracija. Variabilni stroški pa so sestavljeni iz stroškov materiala in delnih administrativnih stroškov. Vse variante izračuna točke preloma se ravna po isti formuli in sicer; $Q = FC / (P - AVC)$. P rva varianta nam pove, da podjetje začne ustvarjati profit ko proda 7,44 kompletov opreme (Izračun v Tabeli 9, na strani 20). Druga varianta temelji na implicitnih in oportunitetnih stroških. Popravljeni fiksni stroški so sestavljeni iz stroškov dela, delnih stroškov administracije in stroška amortizacije. Zaradi povečanja fiksnih stroškov z dodano amortizacijo se prag rentabilnosti ne poveča za veliko, ker podjetje nima svoje proizvodnje in amortizacijo predstavljajo le potrošne dobrine v pisarnah zaposlenih. Še vedno mora podjetje prodati 7, 53 kompletov, kar pomeni tako kot v zgornji varianti 8 kompletov, da

bo doseglo dobiček. 3. varianta temelji na domnevi da mora podjetje poleg fiksnih stroškov pokrivati še ciljni profit, kar pomeni, da pri obsegu proizvodnje, ki ustreza točki preloma, ustvari normalen profit, pri katerem so celotni prihodki enaki celotnim stroškom (Tajnikar, 2004, str. 141). Izračun kaže, da bi podjetje normalni profit doseglo pri približno 41 prodanih kompletih, kar pomeni, da če bi jih prodalo več kot 41, bi začelo ustvarjati tudi čisti ekonomski dobiček oziroma ekonomski profit. Ker so načrtovali proizvodnjo 63 kompletov je ekonomski profit podjetja pozitiven.

tabela 9: Točka preloma po vseh treh variantah

	1. varianta	2. varianta	3. varianta
Cena	10.000€	10.000€	10.000€
Variabilni stroški /enoto	495,24€	495,24	495,24€
Fiksni stroški	70.704€	71.539€	71.539€
Pričakovan dobiček			311.048€
Točka preloma	7,44	7,53	40,25

Vir: Lastna izdelava.

10.1.2 Metoda neto sedanje vrednosti

Metodo neto sedanje vrednosti izračunamo kot razliko med sedanjo vrednostjo donosov in sedanjo vrednostjo vlaganj. Čim višja je vrednost neto sedanje vrednosti, boljša je (Rejc, 1998, str. 109). Če je neto sedanja vrednost pozitivna, pomeni, da je bolj smotno iti v računano investicijo, ker je bolj donosna kot uporabljena obrestna mera, po navadi je le-ta bančna obrestna mera, kar pomeni, da se bolj izplača denar vložiti v projekt, kot pa ga naložiti v banko (Bojonec, 2007, str. 266). V primeru podjetja Natura fit, d.o.o. bo začetna investicija znašala 9.934 €, donosi v prvih 5 letih pa: v prvem letu 311.048 €, v drugem letu 435.004 €, v tretjem letu 486.245 €, v četrtem letu 524.723 € in v petem letu poslovanja 582.065 €. Ob predpostavki, da letna obrestna mera znaša 10%, neto sedanja vrednost znaša 32.277€. Načrtovani profiti v prvih petih letih poslovanja ne nastajajo v istem času in niso enaki z današnjega vidika bodočim vrednostim teh profitov, zato sem profite diskontirala z 10% obrestno stopnjo, kar je približno toliko kot bi jo podjetje dobilo, če bi vložen denar naložilo v banko (Tajnikar 2004, str. 13). Sedanja vrednost investicije je po izračunih občutno večja od investicije. Začetna investicija bo bila 9.934€, končna vrednost te investicije pa 32.277€, kar je za 3,25krat več kot bi bilo vloženo.

10.1.3 Interna stopnja donosa

Interna notranja stopnja donosnosti je diskontna stopnja, ki izenači sedanjo vrednost vlaganj in sedanjo vrednost donosov. Čim večja je interna stopnja donosov, tem uspešnejša je investicija. V primeru, da metodi neto sedanje vrednosti in notranje stopnje donosa pri enakih projektih dajeta različna rezultata, upoštevamo kot kriterij izbire metodo neto sedanje vrednosti, ki ima realnejšo predpostavko reinvestiranja denarnih pritokov in uporablja primernejšo diskontno stopnjo (Rejc, 1998, str. 109-110). V izračunu v Prilogi 7 znaša interna stopnja donosa 198,4 %, kar pomeni, da je projekt donosen in se vanj izplača vlagati, gledajoč neto sedanjo vrednost ali pa IRR.

10.1.4 Produktivnost dela

Produktivnost dela predstavlja kvocient med proizvedeno količino proizvodov ali storitev in potrebnim časom za proizvodnjo le-teh (povzeto po Rejc, Priročnik za ekonomiko podjetja, str. 91, 1998). Izračun produktivnosti in na podlagi tega indeks produktivnosti je izračunan v Tabeli 10.

Tabela 10: Izračun produktivnosti dela za leto 2010 glede na leto 2009

Proizvodi	Prodana količina v letu 2009	Prodana količina v letu 2010	Prodajna cene v letu 2009 in 2010	Potrošek dela v letu 2009	Potrošek dela v letu 2010
Komplet naprav	63 kom	85 kom	10.000 €	6.720 h	8.960 h
Vrednost proizvodnje	=63 kom*10.000 €	=85 kom*10.000 €			
Izračun indeksa produktivnosti	=630.000 €/6.720 h	=850.000 €/8.960 h			
Rezultat	93,75 €/h	94,86 €/h			

Vir: Lastna izdelava.

Indeks produktivnosti za leto 2010 glede na leto 2009 bi ob predpostavkah, da podjetje realizira načrtovane količine prodanih proizvodov in zato potrebnih ur, znašal 101,905, kar pomeni, da bi se produktivnost dela leta 2010 glede na predhodno leto povečala za 1,905 %. Glede na izračune v Tabeli 11, kjer so opredeljene prodane količine kompletov fitnes opreme, se cene le teh ne bodo spreminjale, ter potroški dela, ob predpostavki 8 urnega delavnika, 5 dni na teden, če ima leto povprečno 56 delovnih tednov v enem letu. V prvem letu bi podjetje imelo 3 zaposlene v drugem poslovnem letu, torej v letu 2010 pa 4 zaposlene osebe.

10.1.5 Rentabilnost poslovanja

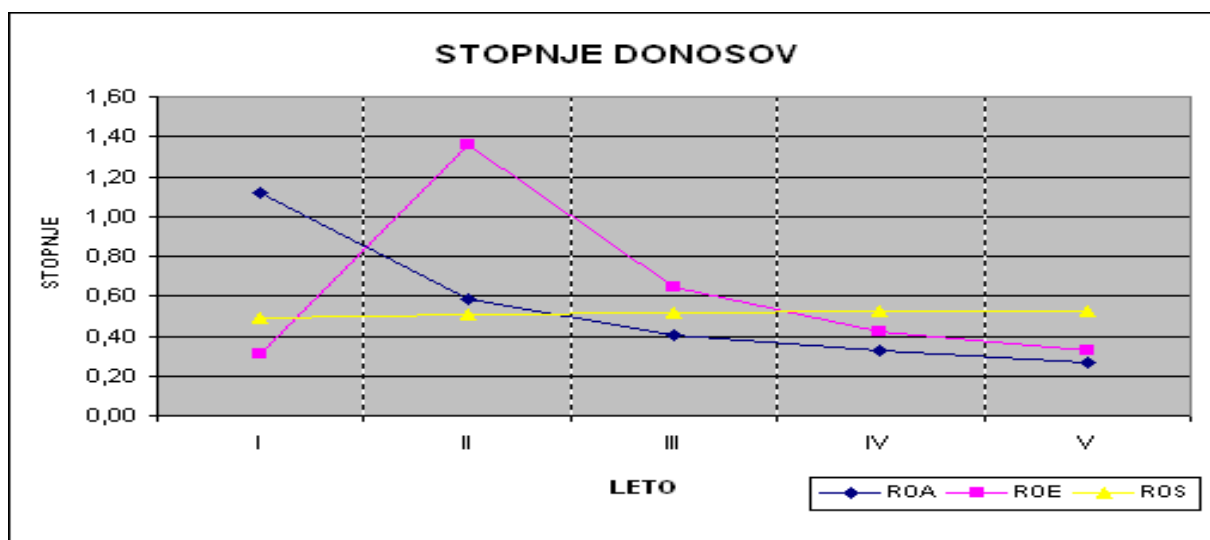
»Rentabilnost lahko opredelimo z vidika podjetja kot razmerje med čistim dobičkom in povprečnimi sredstvi ali pa z vidika kapitala kot razmerje med čistim dobičkom in povprečnim kapitalom« (Rejc, 1998, str. 102). Rentabilnost z vidika podjetja oz. ROA se izračuna kot razmerje med dobičkom in povprečnimi sredstvi, rentabilnost z vidika lastnika oz. ROE se pa izračuna kot razmerje med dobičkom in povprečnim kapitalom. V Tabeli 11 so prikazani dobiček, sredstva in kapital v prvih petih letih poslovanja ter ROA in ROE, na Sliki 6, na strani 22 je pa prikazano gibanje ROA in ROE v prvih petih letih poslovanja.

Tabela 11: Izračun stopnje donosov za prvih 5 let poslovanja podjetja

	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
Dobiček v €	311.048	435.004	486.245	524.723	582.065
Sredstva	544.555	951.750	1.431.856	1.809.142	2.552.666
Kapital	320.982	755.986	1.242.231	1.766.955	2.349.019
ROA	1,13	0,58	0,41	0,32	0,27
ROE	1,31	1,36	0,64	0,42	0,33

Vir: Lastna izdelava.

Slika 6: Stopnje donosov, ROA, ROE v prvih petih letih poslovanja



Vir: Lastna izdelava.

10.1.6 Ekonomičnost poslovanja

Ekonomičnost lahko opredelimo kot razliko med količino proizvedenih proizvodov in stroški, ali kot razmerje med prihodki in odhodki (Rejc, 1998, str. 98). V Tabeli 13 je prikazan izračun ekonomičnosti poslovanja z razmerjem med prihodki in odhodki v prvih petih letih poslovanja. Prihodki so izračunani na podlagi načrtovanih količin in prodajnih cen odhodki pa kot seštevek proizvodjalnih stroškov, amortizacije, stroški vodenja, stroški najemnine in prodaje ter odhodki iz financiranja. Ekonomičnost je pa izračunana kot razmerje med prihodki ter odhodki, kot narekuje formula.

Tabela 12: Izračun ekonomičnosti poslovanja za leto 2009

	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
Prihodki v €	630.000	850.000	940.000	1.000.000	1.100.000
Odhodki v €	219.322	274.458	275.002	306.502	330.660
Ekonomičnost	2,87	3,10	3,41	3,26	3,33

Vir: Lastna izdelava

10.1.7 Povezava rentabilnosti in ekonomičnosti

Povezava rentabilnosti in ekonomičnosti je mogoča z DuPontovo formulo, katera kaže, da na rentabilnost dejansko vplivajo vsi dejavniki ekonomičnosti in hitrosti obračanja sredstev (Rejc, 1998, str. 103). Slika 7 prikazuje natančno povezavo med ekonomičnostjo in rentabilnostjo z enostavnim izračunom, na strani 23.

Slika 7: DuPontov obrazec

$\frac{\text{Dobiček}}{\text{Povprečna sredstva}} = \frac{\text{prihodki}}{\text{povprečna sredstva}} * \frac{\text{dobiček}}{\text{prihodki}}$

$\frac{\text{Dobiček}}{\text{Prihodek}} = \frac{\text{prihodek} - \text{odhodek}}{\text{prihodek}} = \frac{1 - \frac{\text{odhodki}}{\text{prihodki}}}{1} = \frac{1 - \frac{1}{E}}{1}$
--

Vir: Kosi, Uvod v poslovanje, str. 74, 2002.

Rentabilnost se poveča, če se poveča hitrost obračanja celotnih stroškov pri dani ekonomičnosti oziroma, če se poveča ekonomičnost pri dani hitrosti obračanja osnovnih sredstev (Kosi, Uvod v poslovanje, str. 74, 2002).

10.2 Otvoritvena bilanca stanja in denarni tok

Finančni načrt, in sicer bilanca stanja in denarni tok sta v Prilogi 7.

11 PRIDOBITEV FINANČNIH SREDSTEV

Oblika lastništva v podjetju se deli med 4 osebe, in sicer direktorico podjetja Nika Čampa in še dva zunanja investitorja, ki pa ne bosta zaposlena v podjetju. Torej ima vsak od njih lastništvo 33,33 % v obliki lastniškega kapitala, s tem, da se 1 del deli na dva dela, in sicer:

- 1 33,33 % ima Helena Žnidarič, 8. 5. 1965, Ljubljana, Celovška 144, EMŠO: 0805965505200, DŠ: 65027701
- 2 16,665 %, Nika Čampa, 18. 7. 1986, Domžale, Obrtniška 18, DŠ: 87804328, EMŠO: 1807986505169
- 3 16,665 %, Miro Čampa, 15. 9. 1987; Domžale, Obrtniška 18, DŠ: 98672835, EMŠO: 1509987500119
- 4 33,33 %, GBD d.o.o., Cesta Staneta Žagarja 3, 4000 Kranj, MŠ 1262866, ID št. DŠ: SI12457124, ki ga zastopa direktorica Ani Klemenčič.

SKLEP

Pri pripravi poslovnega načrta za rastoče podjetje je treba upoštevati več različnih vidikov, in sicer opredelitev okolja, v katerem bo podjetje poslovalo, načrtovanje marketinga in prodaje. Potrebno je izbrati marketinško strategijo in vse, kar sodi zraven (tržno segmentacijo, izbiro cene, izbiro promocijskih metod, kdaj vstopiti na trg in kateri tržni segment zadovoljiti), proizvodnjo, ki je pa v tem primeru ni, ker gre samo za posredovanje pri prodaji, so pa zato bolj pomembni nabava, kadrovske načrtovanje, organizacija podjetja, poslovanje in seveda analiza financ. Moj namen je bil ugotoviti, ali je ideja, ki se je porodila, uresničljiva in, ali je donosna, če bi bila prenesena v realizirani svet. Podatke za analizo sem črpala predvsem iz raziskav, ki sem jih opravila sama, s pomočjo strokovne literature s področja financ, poslovanja, ekonomike in podjetništva, pri računanju bilanc in kazalcev uspešnosti sem uporabila program prof. Vahčiča, ki mi je bil zelo v pomoč. Pri strokovni analizi fitnesa in gibanja ter samih prednosti *outdoor fitnesa* mi je pomagal prof. medicine in športa Edvin Dervišević. Pri sami analizi prihodnjega poslovanja podjetja sem ugotovila, da bi podjetje Natura fit, d.o.o. že ob samem začetku imelo pozitivne rezultate. Tudi neto sedanja vrednost in interna stopnja donosnosti sta bili pozitivni in visoki številki, kar že samo po sebi pove, da je sama ideja dobra, izvedljiva in predvsem poslovno učinkovita, kar pomeni, da bi s časom imela dobiček. Pri sami finančni analizi sem prišla do zaključka, da bo treba tedensko spremljati denarno bilanco, prodajo in naročila, vsaj mesečno pa izdelati izkaze uspeha, prikazati dobičke za vsak mesec posebej, paziti in previdno spremljati zalogo in s tem zadolževanje podjetja. Podjetje se mora tudi zavedati svojih slabosti in nevarnosti, prav zato sem poskušala kar se da natančno opredeliti SWOT analizo že zaradi samih kritičnih tveganj in problemov, ki lahko nastopijo in lahko pride do kriznih razmer, česar se vsi poskušajo izogibati, a ne uspe vsem prav zaradi neprave analize ne samo notranjih, ampak tudi zunanjih dejavnikov: finančna ekonomika, menedžerska ekonomika, tržna konkurenca in predvsem se morajo zavedati tržnih sprememb. Podjetje je v situaciji, ko je odkrilo tržno nišo oziroma vrzel ter ima povsem novo idejo, ki na slovenskem trgu še ni prisotna. To je pravi razlog za pazljivost pri izbiri strategije prodaje, cene in vstopa na trg, ker nima konkurence in si poskuša pridobiti na imenu in uveljaviti blagovno znamko, da ob prihodu cenejših ponudnikov ne bo nastala prevelika škoda za podjetje, posel in na koncu za lastnike podjetja. Podjetje Natura fit, d.o.o. je po moji oceni izbralo pravega dobavitelja, ki ima kakovostne proizvode, podkrepjene z vsemi potrebnimi certifikati, dobro zastavljeno strategijo vstopa na trg, saj, kot že omenjeno, bo podjetje prvo na slovenskem trgu. Po analizi ekonomike poslovanja, ki je najpomembnejša analiza za podjetje v nastajanju, sem ugotovila, da bo podjetju uspelo priti iz faze razvoja v fazo rasti. Uvedba opreme za fitnes za zunanjo uporabo je ideja, ki želi zadovoljiti ljudi vseh starostnih razredov. Načeloma so lahko za ljudi vseh starosti, za mlade za rekreacijo, za preživljanje aktivnega časa ter tudi za rehabilitacijo, ki je drugače mogoča samo v toplicah. Podjetje Natura fit, d.o.o. bo poskrbelo za informiranje ljudi o samem *outdoor fitnesu* in njegovih pozitivnih učinkih, ter seveda pravilni uporabi z informativnimi tablami ob vsakem postavljenem »*outdoor fitnes* parku«. Mislim da vse pove njihov moto, ki se pa glasi:

»Vadba za vse generacije, naš ne staranju.«

LITERATURA IN VIRI

1. Antončič, B. & Hisrich, R. & Petrin, T. & Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.
2. Bojonec, Št., & Čepar, Ž., & Kosi, T., & Nastav, B. (2007). *Ekonomika podjetja*. Koper: Fakulteta za management.
3. Čampa, K. & Dervišević, E. (2008). *Fun on sun katalog podjetja*. Ljubljana: Natura fit, d.o.o.
4. Dimovski, V., Penger, S. & Žnidaršič, J., (2003). *Sodobni management*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
5. Fred R. D., (2006). *Strategic management, concepts and cases*. (tenth edition), Florence, (South Carolina) : Francis Marion University.
6. Kotler, P. (2004). *Management trženja*. (11. izdaja) Ljubljana: GV Založba.
7. Kovačič, A., Groznik, A. & Ribič M. (2004). *Temelji elektronskega poslovanja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
8. Makovec Brenčič, M., Lisjak, M., Pfajfar, G. & Ekar, A. (2006). *Mednarodno poslovanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
9. Mišigoj Durakovič M., (2003). *Telesna vadba in zdravje: znanstveni dokazi, stališča, priporočila*. Ljubljana : Zveza društev športnih pedagogov Slovenije: Fakulteta za šport: Zavod za šport Slovenije; Zagreb: Kineziološka fakulteta.
10. Možina, S. et al (2002). *Management: nova znanja za uspeh*. Radovljica: Didakta.
11. Petrovič, S. et al. (2005). *Pot do uspeha: multimedijški fitnes priročnik*. Ljubljana: Palestra.
12. Prašnikar, J. & Bešter, P. (2003). *Internacionalizacija slovenskega podjetja*. (1. natis) Ljubljana: Časnik Finance.
13. *Prebivalstvo, Slovenija, 2001 – 2006*, (2008), Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije, Ministrstvo za notranje zadeve - Centralni register prebivalstva, Ministrstvo za notranje zadeve - Direktorat za upravne notranje zadeve.
14. Pšeničny, V. (2000). *Od podjema do rasti*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
15. Puharič, K. (2004). *Gospodarsko pravo z osnovami prava*. (8. spremenjena in dopolnjena izdaja) Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.
16. *Analiza obstoječe ponudbe welnes programov in razvoj celovitega turističnega proizvoda »Murania – welnes*. Razvojni center Lendava (2006), RS, Služba vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politike. najdeno na spletni strani http://www.murania.si/dokuments/Turist_proizvod_Welnes.pdf?&L=0, 31. julij. 2008.
17. Rejc A., & Lahovnik, M. (1998). *Priročnik za ekonomiko podjetja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
18. Rotovnik Kozjek, N., (2004). *Gibanje je življenje*. Ljubljana: Domus.
19. Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2002). *Ekonomija*. Posušje: MATE.
20. Tajnikar M., Brščič, B., Bukvič, V. & Ponikvar, N. (2004). *Upravljalvska ekonomika z vajami*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
21. Tavčar, M., (2006). *Management in organizacija: sinteza konceptov organizacije kot inštrumenta in kot skupnosti interesov*. Koper: Fakulteta za management.
22. Verčič, D., Zavrl, F. & Rijavec, P. (2002). *Odnosi z mediji*, Ljubljana: GV Založba.

23. Zakon o tehničnih zahtevah za proizvode in o ugotavljanju skladnosti (2004). *Uradni list RS*. Št. 99/2004, 16. april. 2004.

PRILOGE

Kazalo slik v prilogah

slika_ 1: Sholder joint healing implement.....	4
slika_ 2: Pull down trainer	4
slika_ 3: Seated push machine	5
slika_ 4: Waist movement machine	5
slika_ 5: Seated pedal machine	6
slika_ 6: Surfboard	6
slika_ 7: Air walker	7
slika_ 8: Rider	7
slika_ 9: Ellipitical cross-trainer	8
slika_ 10: Massager.....	8
slika_ 11: Struktura anketirancev po starosti	27
slika_ 12: Poznavanje outdoor fitnes opreme	28
slika_ 13: Zanimanje za možno ponudbo outdoor fitnesa.....	28
slika_ 14: Mesečno ukvarjanje s športom	29
slika_ 15: Mesečni stroški rekreacije	30
slika_ 16: Zadovoljivost ponudbe sedanjih fitnes centrov	31

Kazalo tabel v prilogah

Tabela_ 1: Slovar kratic, uporabljenih v diplomskem delu	9
Tabela_ 2: Slovar tujk, uporabljenih v diplomskem delu	9
Tabela_ 3: Starostna razporeditev anketirancev.....	27
Tabela_ 4: Poznavanje outdoor fitnesa	27
Tabela_ 5: Zanimanje za outdoor fitnes.....	28
Tabela_ 6: Mesečno ukvarjanje z športom.....	29
Tabela_ 7: Mesečni stroški rekreacije.....	30
Tabela_ 8: Zadovoljivost ponudbe sedanjih fitnes centrov.....	30
Tabela_ 9: Swot analiza podjetja Natura fit, d.o.o.	38

Priloga 1: Registracija podjetja

Osnovna dejavnost:

852G	46	Wholesale trade, except of motor vehicles and motorcycles	Posredništvo in trgovina na debelo, razen z motornimi vozili
------	----	---	--

Zraven ima podjetje še doregistracijo:

832F	43.99	Other specialized construction activities n.e.c.	Druga specializirana gradbena dela
833F	43.990	Other specialized construction activities n.e.c.	Druga specializirana gradbena dela
802F	43	Specialized construction activities	Specializirana gradbena dela
803F	43.1	Demolition and site preparation	Pripravljalna dela na gradbišču
804F	43.11	Demolition	Rušenje objektov
805F	43.110	Demolition	Rušenje objektov
806F	43.12	Site preparation	Zemeljska pripravljalna dela
807F	43.120	Site preparation	Zemeljska pripravljalna dela

858G	46.13	Agents involved in the sale of timber and building materials	Posredništvo pri prodaji lesa in gradbenega materiala
859G	46.130	Agents involved in the sale of timber and building materials	Posredništvo pri prodaji lesa in gradbenega materiala

852G	46	Wholesale trade, except of motor vehicles and motorcycles	Posredništvo in trgovina na debelo, razen z motornimi vozili
853G	46.1	Whole sale on a fee or contract basis	Posredništvo

917G	46.49	Wholesale of other household goods	Trgovina na debelo z drugimi izdelki široke porabe
918G	46.490	Wholesale of other household goods	Trgovina na debelo z drugimi izdelki široke porabe

900G	46.4	Wholesale of household goods	Trgovina na debelo z izdelki za široko rabo
901G	46.41	Wholesale of textiles	Trgovina na debelo s tekstilom
902G	46.410	Wholesale of textiles	Trgovina na debelo s tekstilom
903G	46.42	Wholesale of clothing and footwear	Trgovina na debelo z oblačili in obutvijo
904G	46.420	Wholesale of clothing and footwear	Trgovina na debelo z oblačili in

				obutvijo
905	G	46.43	Wholesale of electrical household appliances and radio and television goods	Trgovina na debelo z električnimi gospodinjskimi napravami
906	G	46.430	Wholesale of electrical household appliances and radio and television goods	Trgovina na debelo z električnimi gospodinjskimi napravami
907	G	46.44	Wholesale of china and glassware and cleaning materials	Trgovina na debelo s porcelanom, steklenino, čistili
908	G	46.440	Wholesale of china and glassware and cleaning materials	Trgovina na debelo s porcelanom, steklenino, čistili

1008	G	47.64	Retail sale of sporting equipment in specialized stores	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s športno opremo
1009	G	47.640	Retail sale of sporting equipment in specialized stores	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s športno opremo
1010	G	47.65	Retail sale of games and toys in specialized stores	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z igračami in rekviziti za igre in zabavo
1011	G	47.650	Retail sale of games and toys in specialized stores	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z igračami in rekviziti za igre in zabavo
1012	G	47.7	Retail sale of other goods in specialized stores	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z drugimi izdelki

1355	N	77.2	Renting and leasing of personal and household goods	Dajanje športne opreme in izdelkov za široko rabo v najem in zakup
1356	N	77.21	Renting and leasing of recreational and sports goods	Dajanje športne opreme v najem in zakup
1357	N	77.210	Renting and leasing of recreational and sports goods	Dajanje športne opreme v najem in zakup

1561	R	93	Sports activities and amusement and recreation activities	Športne in druge dejavnosti za prosti čas
1562	R	93.1	Sports activities	Športne dejavnosti
1563	R	93.11	Operation of sports facilities	Obratovanje športnih objektov
1564	R	93.110	Operation of sports facilities	Obratovanje športnih objektov
1565	R	93.12	Activities of sport clubs	Dejavnost športnih klubov

Priloga 2: Proizvodi podjetja

1 ST-J01X: SHOLDER JOINT HEALING IMPLEMENT ST-J01X

slika_1: Sholder joint healing implement



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o. str. 5, 2008

DIMENZIJE: 660 x 950 x 1790 mm

Navodila za uporabo:

Za doseg povečanja volumna in fleksibilnosti mišic uporabljajte napravo na sledeči način: z rokama primite ročaja na vrtljivem kolesu naprave in ga obračajte v eno in drugo smer. Primerno za mlade ljudi. Delovanje: okrepi mišice zgornjih ekstremitet in izboljša funkcijo in gibljivost ramenskega sklepa.

2 ST-Z04X PULL DOWN TRAINER (DOUBLE-UNIT)

slika_2: Pull down trainer



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o., str. 6, 2008

DIMENZIJE: 2100 x 750 x 1690 mm

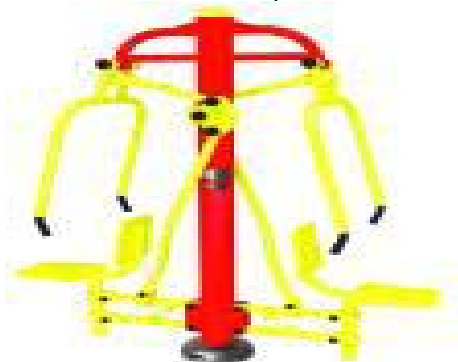
Navodila za uporabo:

Na napravo sedemo tako, da prislonimo hrbet na naslonjalo, iztegnemo roki in se primemo za ročaja nad nami in ju s polno močjo potegnemo navzdol. Počasi se vračamo v izhodiščni položaj.

Priporoča se odraslim osebam, za otroke različnih starosti ni primerno. Na napravi lahko istočasno delata dve osebi. Delovanje: okrepi moč mišic zgornjih ekstremitet, prsi in hrbta ter izboljša delovanje srca in pljuč.

2.2.3 ST-ZO3X SEATED PUSH MACHINE (DOUBLE-UNIT)

slika 3: Seated push machine



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o., str. 7, 2008

DIMENZIJE: 1630 x 690 x 2170

Navodila za uporabo:

Sedemo na napravo, naslonimo hrbet na naslonjalo, z rokama primemo ročici in ju z vso močjo potisnemo naprej do popolnega iztega roke. Nazaj ju vračamo kolikor se da počasi. Na napravi lahko istočasno delata dve osebi. Delovanje: okrepi moč mišic zgornjih ekstremitet, prsi in hrbta ter izboljša delovanje srca in pljuč.

2.2.4 ST-ZO5X WAIST MOVEMENT MACHINE (THREE-UNIT)

slika 4: Waist movement machine



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o., str. 8, 2008

DIMENZIJE: 1600 x 1270 mm

Navodila za uporabo:

Z rokama se primite za ročaja, z obema nogama stopite na podstavek in premikajte telo z ene strani na drugo. Opozorilo: Med vadbo se ves čas trdno držite z obema rokama! Delovanje: ugodno vpliva na gibljivost medeničnega obroča, pomaga pri relaksaciji mišic medenice in hrbta ter poveča gibljivost medenice. Primerno za osebe različnih starosti, razen za otroke.

2.5 ST-ZO1X SEATED PEDAL MACHINE (DOUBLE-UNIT)

slika _ 5: Seated pedal machine



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o., str. 9, , 2008

DIMENZIJE: 1990 x 420 x 1550 mm

Navodila za uporabo:

Sedite na napravo in dajte stopala na pedala pred vami. Roke dajte na kolena in potiskajte pedala naprej z vso močjo do konca. Delovanje: poveča moč mišic nadkolenice in medeničnega obroča.

2.2.6 ST-CO1X SURFBOARD (DOUBLE-UNIT)

slika _ 6: Surfboard



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o.,str. 10, 2008

DIMENZIJE: 1130 x 760 x 1560

Navodila za uporabo:

Z obema nogama stopite na ploščo, se z rokama primite za ročaja in se gugajte levo in desno. POZOR! Med vadbo ne sme biti nihče v bližini naprave v radiju enega metra. Otroci morajo izvajati vajo pod nadzorom odraslih. Delovanje: poveča moč vseh mišic medeničnega obroča ter koordinacijo in gibljivost celega telesa. Primeren je za različne starostne skupine.

2.7 STMO4X AIR WALKER

slika_7: Air walker



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o., str. 11. 2008

DIMENZIJE: 1075 x 535 x 1390 mm

Navodila za uporabo:

Stopala položite na pedala, z rokama se primite za držalo, vzpostavite ravnotežje, nato pa z nogami potiskajte pedala naprej in nazaj. Delovanje: poveča gibljivost spodnjih ekstremitet, koordinacijo celega telesa, ravnotežje in aerobno kapaciteto telesa.

2.8 ST-J02X RIDER

slika_8: Rider



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o.str. 12, 2008

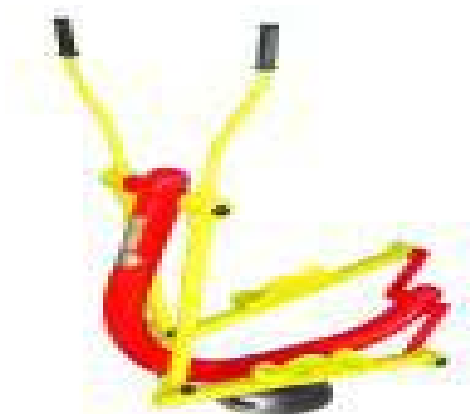
DIMENZIJE: 1060 x 600 x 1160 mm

Navodila za uporabo:

Sedite na jahač napravo, se z rokami primite za ročaja in potisnite z nogo naprej. Delovanje: krepi mišice nog in prsi, omogoča polno gibljivost ekstremitet in izboljšuje delovanje srca in pljuč. Primeren je za osebe vseh starosti, razen za otroke.

2.2.9 ST-TO8X ELLIPITICAL CROSS-TRAINER (ONE-UNIT)

slika_9: Ellipitical cross-trainer



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o., str. 13, 2008

DIMENZIJE: 1270 x 530 x 1480 mm

Navodila za uporabo:

Z obema nogama stopite na pedala, se z rokama primite za ročaje in izmenično potiskajte roke in noge naprej in nazaj. Delovanje: poveča gibljivost zgornjih in spodnjih udov ter sklepov. Primeren je za vse starostne skupine, razen za otroke.

2.2.10 ST-AO3X MASSAGER (waist and back)

slika_10: Massager



Vir: Katalog podjetja Natura fit, d.o.o., str. 14, 2008

Navodila za uporabo:

Naslonite telo na gumijasti masažni valj in se počasi pomikajte navzgor in navzdol, levo in desno. Delovanje: poveča mišično moč in izboljša cirkulacijo krvi medeničnega obroča in hrbta.

Priloga 3: Terminološki slovar tujk, uporabljenih v diplomskem delu

Tabela _ 1: Slovar kratic, uporabljenih v diplomskem delu

Kratica	Razlaga	Prevod
ACSM	American College of Sports Medicine	
AHA	American Heart Association	
HDL	Lipoproteini visoke gostote	
IRR	International rate of return	Interna stopnja donosa
LDL	Lipoproteini visoke gostote	
NPV	Neto present value	Neto sedanja vrednost

Tabela _ 2: Slovar tujk, uporabljenih v diplomskem delu

Tujka	Razlaga
Amplituda	amplituda je pri nihanju največji odmik nihajoče količine od ravnovesne lege
Presnova	Metabolizem; vse reakcije izgradnje, razgradnje in spreminjanja snovi v živih organizmih. Pri tem se sprošča za življenje potrebna energija; bazalna ~ bazalni metabolizem, poraba energije, ki jo telo v mirovanju potrebuje za ohranitev življenjskih dejavnosti; ~ maščob, razgradnja in sinteza maščob v organizmu
Kardiomiopatija	splošen izraz za bolezen srčne mišice
Komplianca	voljnost
Kontradikcija	znamenja (stanje ali okoliščine), ki kažejo neprimernost (sicer običajnega) zdravljenja
Prevenција	preprečitve
Regurgitacija	vzvratno polnjenje, tekočina teče nazaj
Stenoza	zoženost, zožitev; aortna ~ zoženost aortnega ostija ali aortne zaklopke, zaradi katere je ovirano iztiskanje krvi iz levega ventrikla v aorto; infundibularna ~ stenoza v arterioznem konusu desnega srčnega prekata pod pulmonalno zaklopko; koronarna ~ organska zoženost koronarne arterije; mitralna ~ stanje, pri katerem okvarjena mitralna zaklopka zoži ustje tako, da med diastolo zastaja kri v levem preddvoru.

Priloga 4: Certifikati kakovosti TÜV

Zertifikat		Certificate			
Zertifikat Nr. Certificate No. S 50102284		Blatt Page 0001			
Ihr Zeichen Client Reference G. Y. H	Unser Zeichen Our Reference 02-LSX- 15020160 001		Längstens gültig bis Latest expiration date (day/mo/yr) 19.04.2012		
Genehmigungsinhaber License Holder Beijing Okstar Sports Goods Co., Ltd. Yard of China Railway No.16 Group, Jinshan Township, Chaoyang Dist. Beijing 100018 P.R. China			Fertigungsstätte Manufacturing Plant Beijing Okstar Sports Goods Co., Ltd. Yard of China Railway No.16 Group, Jinshan Township, Chaoyang Dist. Beijing 100018 P.R. China		
Prüfzeichen Test Mark  		Geprüft nach Tested acc. to EN 957-1:2005			
Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation) Certified Product (Product Identification)			Lizenzentgelte - Einheit License Fee - Unit		
Stationäres Trainingsgerät (Seated Pedal Machine (Double-units))					
Bezeichnung : ST-201X (Type Designation)			5		
Klasse : S. Studio (Class) (Studio use)					
Max. Benutzergewicht: 100Kg pro Einheit (Max. User's Weight) (100Kg per unit)			5		
ANLAGE (Appendix): 1 Dem Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde. Produkt und Fertigungsstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und Produktsicherheitsgesetzes. This certificate is based on our Testing and Certification Regulation. Product and production fulfil par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the German Equipment and Product Safety Law. TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln Tel.: (+49)221/8 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@de.tuv.com Fax: (+49)221/8 06 - 39 35 http://www.tuv.com/safety Ausstellungsdatum Date of Issue : 20.04.2007 (day/mo/yr)  Zertifizierungsstelle  Dipl.-Ing. G. Reimann					

Zertifikat**Certificate**Zertifikat Nr. Certificate No.
S 50102287Blatt Page
0001Ihr Zeichen Client Reference
G. Y. HUnser Zeichen Our Reference
02-LSX- 15020163 001Längstens gültig bis Latest expiration date
19.04.2012 (day/mo/yr)

Genehmigungsinhaber License Holder
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China

Fertigungsstätte Manufacturing Plant
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China

Prüfzeichen Test Mark

Geprüft nach Tested acc. to
EN 957-1:2005
EN 957-9:2003



Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)
Certified Product (Product Identification)

Lizenzentgelte - Einheit
License Fee - Unit

Ellipsentrainer (Elliptical Trainer)

Bezeichnung : OT-T60X
(Type Designation)

5

Klasse : S, Studio
(Class) (Studio use)

Max. Benutzergewicht: 100Kg
(Max. User's Weight) (100Kg)

5

ANLAGE (Appendix): 1

Dieses Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde.
Produkt und Fertigungsstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.
This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfill per 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.

TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49/221) 8 06 - 13 71 e-mail: cert-safety@de.tuv.com
Fax: (+49/221) 8 06 - 39 35 http://www.tuv.com/safety

Ausstellungsdatum Date of Issue : 20.04.2007 (day/mo/yr)

**Zertifizierungsstelle****Dipl.-Ing. G. Reimann**

Zertifikat**Certificate**Zertifikat Nr. Certificate No.
S 50102281Blatt Page
0001Ihr Zeichen Client Reference
G. Y. HUnser Zeichen Our Reference
02-LSX- 15020157 001Längstens gültig bis Latest expiration date
(day/month/yr)
19.04.2012**Genehmigungsinhaber License Holder**Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China**Fertigungsstätte Manufacturing Plant**Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China**Prüfzeichen Test Mark**Geprüft nach Tested acc. to
EN 957-1:2005**Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)**
Certified Product (Product Identification)**Lizenzentgelte - Einheit**
License Fee - Unit**Stationäres Trainingsgerät (Waist Movement Machine)**Bezeichnung : OT 205X
(Type Designation)

S

Klasse : S, Studio
(Class) (Studio use)Max. Benutzergewicht: 100Kg pro Einheit
(Max. User's Weight) (100Kg per unit)

S

**ANLAGE (Appendix): 1**Dem Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde.
Produkt und Fertigungsstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfill par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49 221) 8 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@de.tuv.com
Fax: (+49 221) 8 06 - 39 35 http://www.tuv.com/safety

Ausstellungsdatum Date of Issue : 20.04.2007 (day/month/yr)

Zertifizierungsstelle

Dipl.-Ing. G. Reimann

Zertifikat**Certificate**Zertifikat Nr. *Certificate No.*
S 50082553Blatt *Page*
0001Ihr Zeichen *Client Reference*
G. Y. HUnser Zeichen *Our Reference*
02-LSX- 16700749 001Längstens gültig bis *Latest expiration date*
18.06.2011 (day/mo/yr)**Genehmigungsinhaber *License Holder***Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China**Fertigungsstätte *Manufacturing Plant***Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China**Prüfzeichen *Test Mark***Geprüft nach *Tested acc. to*
EN 957-1:2005**Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)**
Certified Product (Product Identification)**Lizenzentgelte - Einheit**
License Fee - Unit

Stationäres Trainingsgerät (Rider)

Bezeichnung : ST-J02X
(*Type Designation*)

S

Klasse : S, Studio
(*Class (Studio use)*)Maximale Belastung: 100Kg
(*Maximum Load*)

S

ANLAGE (Appendix): 1

Dem Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde.
Produkt und Fertigungsstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.
*This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfill par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.*

TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49/221)8 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@de.tuv.com
Fax: (+49/221)8 06 - 39 35 <http://www.tuv.com/safety>

Zertifizierungsstelle**Dipl.-Ing. P. Hartstein****Ausstellungsdatum *Date of Issue* : 19.06.2006 (day/mo/yr)**

Zertifikat**Certificate**Zertifikat Nr. Certificate No.
S 50082553Blatt Page
0001Ihr Zeichen Client Reference
G. Y. HUnser Zeichen Our Reference
02-LSX- 16700749 001Längstens gültig bis Latest expiration date
18.06.2011 (day/mo/yr)**Genehmigungsinhaber License Holder**Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China**Fertigungsstätte Manufacturing Plant**Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China**Prüfzeichen Test Mark**Geprüft nach Tested acc. to
EN 957-1:2005**Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)**
Certified Product (Product Identification)**Lizenzentgelte - Einheit**
License Fee - Unit

Stationäres Trainingsgerät (Rider)

Bezeichnung : ST-J02X
(Type Designation)

S

Klasse : S, Studio
(Class) (Studio use)Maximale Belastung: 100Kg
(Maximum Load)

S

ANLAGE (Appendix): 1

Dem Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde.
Produkt und Fertigungsstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.
This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfill par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.

TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49/221)8 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@de.tuv.com
Fax: (+49/221)8 06 - 39 35 http://www.tuv.com/safety

Ausstellungsdatum Date of Issue : 19.06.2006 (day/mo/yr)

Zertifizierungsstelle

Dipl.-Ing. P. Hartstein

Zertifikat

Certificate



Zertifikat Nr. Certificate No.
S 50098272

Blatt Page
0001

Ihr Zeichen Client Reference
G. Y. H

Unser Zeichen Our Reference
02-LSX- 15020164 001

Längstens gültig bis Latest expiration date
(day/mo/yr)
28.12.2011

Genehmigungsinhaber License Holder
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China

Fertigungsstätte Manufacturing Plant
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China

Prüfzeichen Test Mark

Geprüft nach Tested acc. to
EN 957-1:2005



Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)
Certified Product (Product Identification)

Lizenzentgelte - Einheit
License Fee - Unit

Stationäres Trainingsgerät (Air Walker)

Bezeichnung : OK-M01C OK-M01D OK-M01E
(Type Designation) ST-M04X

7
1

Klasse : S. Studio
(Class) (Studio use)

Max. Benutzergewicht: 100Kg pro Einheit
(Max. User's Weight) (100Kg per unit)

8

ANLAGE (Appendix): 1;1.1;1.2;1.3

Dem Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde.
Produkt und Fertigungsumlage erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.

This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfill par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.

TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49/221) 8 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@de.tuv.com
Fax: (+49/221) 8 06 - 39 35 http://www.tuv.com/safety

Ausstellungsdatum Date of Issue : 29.12.2006 (day/mo/yr)



Zertifizierungsstelle

Dipl.-Ing. G. Reimann

Zertifikat

Certificate



Zertifikat Nr. Certificate No.
S 50098273

Blatt Page
0001

Ihr Zeichen Client Reference
G. Y. H

Unser Zeichen Our Reference
02-LSX- 15020165 001

Längstens gültig bis Latest expiration date
(day/mo/yr)
28.12.2011

Genehmigungsinhaber License Holder

Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China

Fertigungsstätte Manufacturing Plant

Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China

Prüfzeichen Test Mark



Geprüft nach Tested acc. to
EN 957-1:2005

Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)
Certified Product (Product Identification)

Lizenzentgelte - Einheit
License Fee Unit

Stationäres Trainingsgerät (Parallel Bars)

Bezeichnung : ST-S03X
(Type Designation)

5

Klasse : S. Studio
(Class) (Studio use)

Max. Benutzergewicht: 100Kg pro Einheit
(Max. User's Weight) (100Kg per unit)

5

ANLAGE (Appendix): 1

Dem Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsvorschrift zugrunde,
Produkt und Fertigungstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.
This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfill par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.

TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49/221) 8 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@de.tuv.com
Fax: (+49/221) 8 06 - 19 35 http://www.tuv.com/safety

Ausstellungsdatum Date of Issue : 29.12.2006 (day/mo/yr)



Zertifizierungsstelle

Dipl.-Ing. G. Reimann

Zertifikat**Certificate**Zertifikat Nr. Certificate No.
S 50082557Blatt Page
0001Ihr Zeichen Client Reference
G. Y. HUnser Zeichen Our Reference
02-LSX- 16700748 001Längstens gültig bis Latest expiration date
(day/month/year)
20.06.2011Genehmigungsinhaber License Holder
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. ChinaFertigungsstätte Manufacturing Plant
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China

Prüfzeichen Test Mark

Geprüft nach Tested acc. to
EN 957-1:2005Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)
Certified Product (Product Identification)Lizenzentgelte - Einheit
License Fee - UnitStationäres Trainingsgerät (Pull Down Trainer)Bezeichnung (Double-unit) ST-204X
(Type Designation)

5

Klasse S, Studio
(Class) (Studio use)Maximale Belastung: 100Kg pro Einheit
(Maximum Load) (100Kg per seat)

5

**ANLAGE (Appendix): 1**Dieses Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde.
Produkt und Fertigungsstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfill par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49)2218 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@de.tuv.com
Fax: (+49)2218 06 - 39 35 http://www.tuv.com/safety

Ausstellungsdatum Date of Issue : 21.06.2006 (day/month/year)

Zertifizierungsstelle

Dipl.-Ing. P. Hartstein

Zertifikat

Certificate



Zertifikat Nr. Certificate No.
S 50082557

Blatt Page
0001

Ihr Zeichen Client Reference
G. V. H

Unser Zeichen Our Reference
02-LSX- 16700748 001

Längstens gültig bis Latest expiration date
20.06.2011 (day/month/yr)

Genehmigungsinhaber License Holder
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China

Fertigungsstätte Manufacturing Plant
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 100018
P.R. China

Prüfzeichen Test Mark

Geprüft nach Tested acc. to
EN 957-1:2005



Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)
Certified Product (Product Identification)

Lizenzentgelte - Einheit
License Fee - Unit

Stationäres Trainingsgerät (Pull Down Trainer)

Bezeichnung (Double-unit) AT-204X
(Type Designation)

5

Klasse (Class)
S, Studio
(Studio use)

Maximale Belastung: 100Kg pro Einheit
(Maximum Load) (100Kg per seat)

5



ANLAGE (Appendix): 1

Dieses Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsanweisung zugrunde.
Produkt und Fertigungsstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.

This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfill par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.

TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49/221) 8 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@de.tuv.com
Fax: (+49/221) 8 06 - 39 35 http://www.tuv.com/safety

Zertifizierungsstelle

P. Hartstein

Dipl.-Ing. P. Hartstein

Ausstellungsdatum Date of Issue : 21.06.2006 (day/month/yr)

Zertifikat

Certificate



Zertifikat Nr. Certificate No.
S 50102282

Blatt Page
0001

Ihr Zeichen Client Reference
G. Y. H

Unser Zeichen Our Reference
02-LSX- 15020158 001

Längstens gültig bis Latest expiration date
(day/mo/yr)
09.05.2012

Genehmigungsinhaber License Holder

Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.,
Beijing 101407
P.R. China

Fertigungsstätte Manufacturing Plant

Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.,
Beijing 101407
P.R. China

Prüfzeichen Test Mark



Geprüft nach Tested acc. to
EN 957-1:2005

Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)
Certified Product (Product Identification)

Lizenzentgelte - Einheit
License Fee - Unit

Stationäres Trainingsgerät (Stationary Training Equipment)

(Massager (waist and back))

Bezeichnung : ST-A03X
(Type Designation)

5

Klasse : S, Studio
(Class) (Studio use)

Max. Benutzergewicht: 100Kg
(MAX. user's weight) (100Kg)

5



ANLAGE (Appendix): 1

Dem Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde.
Produkte und Fertigungsstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) der Geräte- und
Produktsicherheitsnormen.

This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfil par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.

TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49)221/8 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@dc.tuv.com
Fax: (+49)221/8 06 - 39 35 http://www.tuv.com/safety

Zertifizierungsstelle

P. Hartstein

Dipl.-Ing. P. Hartstein

Ausstellungsdatum Date of Issue : 10.05.2007 (day/mo/yr)

Zertifikat**Certificate**Zertifikat Nr. / Certificate No.
S 50102285Blatt / Page
0001Ihr Zeichen / Client Reference
G. Y. HUnser Zeichen / Our Reference
02-LSX- 15020161 001Längstens gültig bis / Latest expiration date
(day/mo/yr)
09.05.2012

Genehmigungsinhaber / License Holder
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 101407
P.R. China

Fertigungsstätte / Manufacturing Plant
Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinshan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 101407
P.R. China

Prüfzeichen / Test Mark**Geprüft nach / Tested acc. to**
EN 957-1:2005**Zertifiziertes Produkt / (Geräteidentifikation)**
Certified Product / (Product Identification)**Lizenzentgelte - Einheit**
License Fee - Unit**Stationäres Trainingsgerät / (Stationary Training Equipment)**

(Taiji Pushing Apparatus)

Bezeichnung / (Type Designation)
: ST-T01X

5

Klasse / (Class)
: S, Studio
(Studio use)**Max. Benutzergewicht: 100Kg pro Einheit**
(Max. User's Weight: (100Kg per unit))

5

**ANLAGE (Appendix): 1**

Dem Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde.
Produkt und Fertigungsstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.
This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfil par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.

TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49)221/8 06 - 13 71 e-mail: cert-validity@de.tuv.com
Fax: (+49)221/8 06 - 29 35 http://www.tuv.com/safety

Zertifizierungsstelle**Dipl.-Ing. P. Hartstein****Ausstellungsdatum / Date of Issue : 10.05.2007 (day/mo/yr)**

Zertifikat**Certificate**Zertifikat Nr. Certificate No.
S 50102286Blatt Page
0001Ihr Zeichen Client Reference
G. Y. HUnser Zeichen Our Reference
02-LSX- 15020162 001Längstens gültig bis Latest expiration date
(day/month/yr)
09.05.2012**Genehmigungsinhaber License Holder**Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 101407
P.R. China**Fertigungstätte Manufacturing Plant**Beijing Okstar Sports Goods
Co., Ltd.
Yard of China Railway No.16 Group,
Jinzhan Township,
Chaoyang Dist.
Beijing 101407
P.R. China**Prüfzeichen Test Mark**Geprüft nach Tested acc. to
EN 957-1:2005Zertifiziertes Produkt (Geräteidentifikation)
Certified Product (Product Identification)Lizenzentgelte - Einheit
License Fee - UnitStationäres Trainingsgerät (Stationary Training Equipment)

(Surfboard (Double-units))

Bezeichnung : ST-C01X
(Type Designation)

5

Klasse : S, Studio
(Class) (Studio use)Max. Benutzergewicht: 100Kg pro Einheit
(Max. User's Weight) (100Kg per unit)

5

**ANLAGE (Appendix) : 1**Dem Zertifikat liegt unsere Prüf- und Zertifizierungsordnung zugrunde.
Produkt und Fertigungstätte erfüllen § 4 (1) bzw. (2) und § 7(1) des Geräte- und
Produktsicherheitsgesetzes.This certificate is based on our Testing and Certification Regulation.
Product and production fulfill par 4 Art. 1 or Art. 2 and Par 7 Art. 1 of the
German Equipment and Product Safety Law.TÜV Rheinland Product Safety GmbH, Am Grauen Stein, D-51105 Köln
Tel.: (+49/221) 8 06 - 13 71 e-mail: cert-safety@de.tuv.com
Fax: (+49/221) 8 06 - 39 35 http://www.tuv.com/safety

Zertifizierungsstelle

Dipl.-Ing. P. Hartstein

Ausstellungsdatum Date of Issue : 10.05.2007 (day/month/yr)

Priloga 5: Zakon o tehničnih zahtevah za proizvode in o ugotavljanju skladnosti

ZAKON O TEHNIČNIH ZAHTEVAH ZA PROIZVODE IN O UGOTAVLJANJU SKLADNOSTI (uradno prečiščeno besedilo) (ZTZPUS-UPB1)

I. SPLOŠNE DOLOČBE

1. člen

Ta zakon ureja način predpisovanja tehničnih zahtev za proizvode in postopkov ugotavljanja skladnosti s predpisanimi zahtevami ter izdajo tehničnih predpisov, s katerimi pristojni ministri na podlagi tega zakona za posamezne proizvode oziroma družine proizvodov natančneje uredijo najmanj enega od naslednjih elementov:

- tehnične zahteve, ki jih morajo izpolnjevati,
- postopke ugotavljanja skladnosti s predpisanimi zahtevami,
- določitev organov oziroma zahtev za organe, ki sodelujejo v postopkih ugotavljanja skladnosti (v nadaljnjem besedilu: organi za ugotavljanje skladnosti),
- listine, ki morajo biti priložene ob dajanju v promet oziroma ob začetku uporabe,
- obveznost in način označevanja.

Ta zakon ureja tudi izvajanje nadzora nad izpolnjevanjem zahtev iz tehničnih predpisov in veljavnost listin o skladnosti in znakov skladnosti, izdanih v tujini.

Ta zakon se ne uporablja za predpisovanje tehničnih zahtev in izvajanje postopkov ugotavljanja skladnosti za tiste proizvode, ki so urejeni s posebnimi zakoni.

Ne glede na prejšnji odstavek se določbe 12. do 15. in 18. člena tega zakona uporabljajo za proizvode, ki so urejeni s posebnim zakonom, če posebni zakon tega izrecno ne uredi drugače.

2. člen

Ministri v skladu s svojimi pristojnostmi po predpisih o delovnem področju ministrstev lahko, po predhodnem mnenju ministra, pristojnega za koordinacijo tehnične zakonodaje, ob upoštevanju mednarodnih načel in prevzetih obveznosti iz dvostranskih in večstranskih sporazumov o preprečevanju in odpravi nepotrebnih ovir v mednarodni trgovini, izdajo tehnične predpise, s katerimi predpišejo tehnične zahteve za proizvode oziroma družine proizvodov (v nadaljnjem besedilu: proizvodi) in postopke ugotavljanja skladnosti, vključno z rednimi in izrednimi pregledi proizvodov v uporabi, kadar je to nujno zaradi zavarovanja javnega interesa, ki se izkazuje predvsem kot:

- zagotovitev varnosti,
- varovanje življenja in zdravja ljudi, živali in rastlin,
- varstvo okolja,
- varstvo potrošnikov in drugih uporabnikov,
- varstvo premoženja.

3. člen

Proizvodi smejo biti dani v promet oziroma se smejo začeti uporabljati oziroma se smejo uporabljati samo, če so skladni s predpisanimi tehničnimi zahtevami, če je bila njihova skladnost ugotovljena po predpisanem postopku in če so označeni v skladu s predpisi.

4. člen

Izrazi, uporabljeni v tem zakonu, pomenijo:

- »proizvod« je vsak proizvod, ki nastane kot rezultat delovalnih dejavnosti,
- »tehnični predpis« je predpis, ki določa lastnosti proizvoda ali z njim povezanega postopka in načina proizvodnje. V zvezi s tem lahko vključuje ali izključno obravnava tudi izrazje, simbole, pakiranje, deklariranje in označevanje,
- »tehnična specifikacija« je dokument, ki predpisuje tehnične zahteve, ki jih mora izpolnjevati proizvod, kadar je to primerno, pa tudi postopke, s katerimi je mogoče ugotoviti, ali so dane zahteve izpolnjene,
- »dati v promet« pomeni prvič odplačno ali brezplačno dobaviti proizvod v Evropski skupnosti,
- »začetek uporabe« je začetek uporabe proizvoda v Republiki Sloveniji pri končnem uporabniku,
- »dobavitelj« je proizvajalec, njegov zastopnik s sedežem v Republiki Sloveniji, če proizvajalec nima sedeža v Evropski skupnosti, uvoznik oziroma druga fizična ali pravna oseba, ki je dala proizvod v promet ali omogočila njegovo uporabo,
- »postopek ugotavljanja skladnosti« je vsak postopek, s katerim se neposredno ali posredno ugotavlja, ali so izpolnjene predpisane zahteve,
- »organ za ugotavljanje skladnosti« je od dobavitelja neodvisen laboratorij, certifikacijski organ, kontrolni organ oziroma drug organ, ki sodeluje v postopku ugotavljanja skladnosti in je lahko državni organ, pravna oseba ali fizična oseba,
- »akreditiranje« je strokovni postopek, s katerim se s podeljeno akreditacijsko listino formalno prizna usposobljenost za izvajanje opredeljenih nalog na področju ugotavljanja skladnosti,
- »distributer« je vsaka pravna ali fizična oseba, ki poklicno sodeluje v dobavni verigi, njena dejanja pa ne vplivajo na skladnost proizvoda.

II. PREDPISOVANJE TEHNIČNIH ZAHTEV

5. člen

S tehničnim predpisom se lahko določi, da se domneva, da je proizvod skladen z zahtevami tehničnega predpisa, če proizvod ustreza zahtevam neobveznih standardov, na katere se tehnični predpis sklicuje.

Če se tehnični predpis sklicuje na standarde v skladu s prejšnjim odstavkom, minister, pristojen za izdajo posameznega tehničnega predpisa, v soglasju z ministrom, pristojnim za trg, v Uradnem listu Republike Slovenije objavi seznam standardov, katerih uporaba ustvari domnevo o skladnosti.

6. člen

S tehničnimi predpisi se lahko določi obvezna uporaba tehničnih specifikacij, ki jih pristojni ministri izdajo kot posebne publikacije.

Tehnične specifikacije pripravljajo strokovni odbori, ki jih imenuje minister, pristojen za posamezen proizvod. Način priprave tehničnih specifikacij

predpiše minister z navodilom. Seznam izdanih tehničnih specifikacij se objavi v Uradnem listu Republike Slovenije, javnosti pa so dosegljive pri pristojnem ministrstvu.

III. POSTOPKI UGOTAVLJANJA SKLADNOSTI

7. člen

S tehničnimi predpisi se določijo proizvodi, za katere mora dobavitelj, preden so dani v promet oziroma preden se začnejo uporabljati:

- zagotoviti izvedbo postopkov ugotavljanja skladnosti s predpisanimi tehničnimi zahtevami,
- izdati oziroma zagotoviti izjavo o skladnosti, preskusno poročilo, certifikat ali drugo listino o skladnosti (v nadaljnjem besedilu: listine o skladnosti),
- izdelati in hraniti tehnično dokumentacijo v predpisanem obsegu, obliki in rokih,
- zagotoviti označitev s predpisanimi znaki skladnosti.

Predpisani postopki ugotavljanja skladnosti so lahko opredeljeni neposredno v tehničnih predpisih ali posredno v standardih ali v tehničnih specifikacijah. Proizvodov, ki niso skladni s predpisanimi tehničnimi zahtevami, in proizvodov, za katere ni predpisana označitev z znaki skladnosti, ni dovoljeno označiti z znaki skladnosti ali drugimi znaki, ki so podobni predpisanim znakom skladnosti do te mere, da bi lahko ustvarili zmedo na trgu ali zavedli potrošnike.

8. člen

Zahtevnost predpisanih postopkov ugotavljanja skladnosti mora biti odvisna od tehnične zahtevnosti proizvodov in ocene možne nevarnosti, povezane z njihovo uporabo. Ob upoštevanju kriterijev iz prejšnjega odstavka se s tehničnim predpisom določi postopek, več postopkov ali pa ustrezna kombinacija različnih postopkov, kot so:

- proizvajalčevo samostojno ugotavljanje skladnosti proizvoda pod določenimi pogoji,
- ugotavljanje skladnosti proizvoda, ki ga izvaja organ za ugotavljanje skladnosti, bodisi na enem vzorcu bodisi na statistično izbranem vzorcu iz proizvodnega procesa,
- proizvajalčevo vodenje sistema zagotavljanja kakovosti proizvodnega procesa,
- ugotavljanje primernosti in izvajanje nadzora proizvajalčevega sistema zagotavljanja kakovosti proizvodnega procesa, ki ga izvaja organ za ugotavljanje skladnosti.

IV. DOLOČITEV ORGANOV ZA UGOTAVLJANJE SKLADNOSTI OZIROMA DOLOČITEV ZAHTEV, KI JIH MORAJO IZPOLNJEVATI ORGANI ZA UGOTAVLJANJE SKLADNOSTI

9. člen

S tehničnimi predpisi se določijo organi za ugotavljanje skladnosti ali pa predpišejo zahteve, ki jih morajo izpolnjevati organi za ugotavljanje skladnosti.

10. člen

Kadar je postopek ugotavljanja skladnosti naloga uprave, se s tehničnim predpisom določi organ za ugotavljanje skladnosti.

11. člen

Predpisane zahteve iz 9. člena tega zakona se nanašajo na:

- razpolaganje s strokovno usposobljenim osebjem in potrebno opremo,
- zagotavljanje neodvisnosti in nepristranosti v razmerju do pravnih ali fizičnih oseb, ki so neposredno ali posredno povezane s proizvodom, katerega skladnost se ugotavlja,
- zagotavljanje poslovne tajnosti,
- zavarovanje odgovornosti za opravljeno delo, razen v primeru, da je odgovornost zavarovana s strani države na podlagi zakona,
- druge pogoje, ki zagotavljajo ustrezno opravljanje predpisanih nalog.

12. člen

Kadar so s tehničnim predpisom predpisane zahteve v skladu s prejšnjim členom, smejo organi za ugotavljanje skladnosti izvajati določene naloge le na podlagi odločbe, ki jo izda minister, pristojen za trg, v soglasju z ministrom, ki je izdal tehnični predpis. Odločba iz prejšnjega odstavka je lahko časovno omejena ali velja do preklica. Organ, določen za ugotavljanje skladnosti, mora zahteve za določitev izpolnjevati trajno. Če jih v času določitve preneha izpolnjevati, se odločba preklicuje. Zoper odločbo o preklicu ni pritožbe, možen pa je upravni spor.

13. člen

Pred izdajo odločbe o določitvi organa za ugotavljanje skladnosti iz prejšnjega člena minister, pristojen za trg, v sodelovanju z nacionalno akreditacijsko službo pri organu za ugotavljanje skladnosti ugotovi izpolnjevanje zahtev za izvajanje nalog iz posameznega tehničnega predpisa. Šteje se, da organ za ugotavljanje skladnosti izpolnjuje zahteve v smislu prejšnjega odstavka, če je bila njegova usposobljenost za delovanje predhodno preverjena po pravilih akreditacije ali akreditaciji enakovrednih pravilih v skladu z zakonom.

14. člen

Vlada Republike Slovenije natančneje predpiše način določanja organov za ugotavljanje skladnosti, ugotavljanja izpolnjevanja zahtev in preklica odločbe iz prvega odstavka 12. člena tega zakona ter predpiše pristojnosti državnih organov in postopek za izvedbo priglasitve organov za ugotavljanje skladnosti sopogodbencem v okviru mednarodnih pogodb s področja izvajanja postopkov ugotavljanja skladnosti, ki obvezujejo Republiko Slovenijo.

15. člen

Organi za ugotavljanje skladnosti, določeni za izvajanje nalog v skladu s prvim odstavkom 12. člena tega zakona, izdajo listine o skladnosti na podlagi zahteve stranke. Medsebojna vprašanja v zvezi s pridobitvijo in vzdrževanjem listin o skladnosti uredita organ za ugotavljanje skladnosti in stranka s pisno pogodbo.

V. IZVAJANJE NADZORA

16. člen

Izpolnjevanje zahtev tega zakona, na njegovi podlagi izdanih predpisov in predpisov, navedenih v 20. členu, nadzorujejo inšpekcijski organi v skladu s pristojnostmi za posamezne proizvode, ki izhajajo iz predpisov o organizaciji in delovnem področju ministrstev oziroma drugih predpisov, ki določajo njihovo pristojnost in naloge.

Pristojni inšpektorji imajo poleg pooblastil in ukrepov, ki izhajajo iz posameznih predpisov, ki se nanašajo na njihovo delo, na podlagi tega zakona dodatna pooblastila, da:

- zahtevajo vse potrebne informacije in vpogled v izdane listine o skladnosti ter tehnično dokumentacijo,
- izvedejo ustrezne preglede in preskuse proizvodov glede skladnosti s predpisi tudi potem, ko so bili ti dani v promet oziroma so se začeli uporabljati,
- odvzemajo vzorce proizvodov in jih oddajo v pregled skladnosti,
- prepovedo uporabo listin o skladnosti za neskladne proizvode,
- odredijo odpravo ugotovljenih neskladnosti,
- zahtevajo, da se proizvodi opremijo s predpisanimi oznakami, oziroma odredijo odstranitev nedovoljenih oznak,
- prepovedo dajanje v promet, omejijo promet ali odredijo umik iz prometa neskladnih proizvodov in izvedejo dodatne ukrepe, ki zagotovijo, da se bo prepoved upoštevala,
- prepovedo začetek uporabe, omejijo uporabo ali odredijo prenehanje uporabe neskladnih proizvodov in izvedejo dodatne ukrepe, ki zagotovijo, da se bo prepoved upoštevala,
- v času, ki je potreben za izvedbo raznih pregledov in preskusov, začasno prepovedo vsakršno dobavo, ponudbo dobave ali razstavljanje proizvodov, kakor hitro obstaja utemeljen sum, da so ti proizvodi neskladni s predpisi,
- odredijo uničenje neskladnih proizvodov, če je to nujno za zavarovanje zdravja in varnosti ljudi.

Pristojni inšpektorji lahko odredijo ukrepe iz prejšnjega odstavka:

- dobavitelju;
- distributerju v okviru njegove dejavnosti;
- drugi pravni ali fizični osebi, kadar je to potrebno za zagotovitev njihovega sodelovanja pri dejanjih za zagotovitev izpolnjevanja zahtev iz prvega odstavka tega člena.

Če pristojni inšpekcijski organ ne razpolaga s potrebnim strokovnim znanjem ali opremo za izvedbo potrebnega pregleda ali preskusa iz prejšnjega odstavka, izvedbo takih posameznih dejanj v okviru inšpekcijskega nadzorstva poveri usposobljeni instituciji.

Stroške inšpekcijskega postopka (dnevnic, potni stroški, stroški analiz in drugi stroški, ki so nastali v zvezi z uvedenim postopkom), ki se je končal neugodno za zavezanca, trpi zavezanec.

Pritožbe zoper odločbe, izdane za izvedbo pooblastil iz drugega odstavka tega člena, ne zadržijo njihove izvršitve.

17. člen

Vlada Republike Slovenije lahko predpiše vsebino in način obveščanja drugih držav oziroma mednarodnih subjektov o tistih ukrepih državnih organov, ki z omejitvijo dajanja nekega proizvoda v promet oziroma z odreditvijo njegovega umika iz prometa zaradi zavarovanja javnega interesa vplivajo na mednarodno trgovino.

VI. VELJAVNOST LISTIN IN ZNAKOV

18. člen

V Republiki Sloveniji veljajo listine o skladnosti in znaki skladnosti, če so bili izdani v skladu z mednarodnimi pogodbami, ki jih je ratificirala Republika Slovenija.

18.a člen

Zahteve iz ustreznih tehničnih predpisov ne veljajo za proizvode, ki so proizvedeni oziroma dani v promet v drugi državi članici Evropske skupnosti, v skladu z njenimi predpisi, ki niso harmonizirani s pravom Evropskih skupnosti.

Če pristojni državni organ na podlagi listin in drugih zbranih podatkov ugotovi, da proizvod iz prejšnjega odstavka ne zagotavlja enakovredne ravni zavarovanja javnega interesa, kot ga zahteva ustrezen tehnični predpis, lahko zavrne dajanje v promet ali zahteva umik proizvoda iz prometa.

Pristojni državni organ lahko izvede ukrepa iz prejšnjega odstavka pod naslednjimi pogoji:

- če je v pisnem obvestilu dobavitelju navedel določbe ustreznega tehničnega predpisa, ki so podlaga prepovedi dajanja v promet oziroma zahtevajo umik proizvoda iz prometa, in
- če je na podlagi razpoložljivih podatkov o stanju tehnike in znanosti ugotovil, da obstajajo utemeljeni razlogi, povezani z varovanjem javnega interesa, za uveljavitev zahtev iz ustreznega tehničnega predpisa in da blažji ukrepi ne bi zagotovili ustrezne ravni varnosti, in
- če je pred sprejemom ukrepa dal možnost dobavitelju, da v roku, ki ni krajši kot 30 dni, odgovori na navedbe pristojnega državnega organa in,
- če pred izdajo odločbe glede vrste ukrepa preuči pripombe in svoje stališče pisno obrazloži.

S tehničnim predpisom se lahko določi postopek ugotavljanja enakovredne ravni zavarovanja javnega interesa.

18.b člen

Proizvodi, ki jih je pred dajanjem v promet potrebno preskusiti, se lahko dajo v promet Republiki Sloveniji, če so bili preskušeni v organih za ugotavljanje skladnosti držav članic Evropske skupnosti pod pogojem, da so rezultati teh preskusov na razpolago pristojnim državnim organom. Šteje se, da so organi za ugotavljanje skladnosti usposobljeni za izvajanje postopkov ugotavljanja skladnosti, če je njihova usposobljenost preverjena po pravilih akreditacije ali akreditaciji enakovrednih pravilih.

VII. KAZENSKÉ DOLOČBE

19. člen

Z globo od 2.500.000 tolarjev do 10.000.000 tolarjev se kaznuje za prekršek pravna oseba oziroma z globo od 2.500.000 tolarjev do 5.000.000 tolarjev samostojni podjetnik posameznik, ki v zvezi s samostojnim opravljanjem dejavnosti:

- da v promet oziroma začne uporabljati oziroma uporabljati proizvod v nasprotju s 3. členom tega zakona,
- da v promet oziroma začne uporabljati proizvod v nasprotju s prvim odstavkom 7. člena tega zakona,
- v nasprotju s tretjim odstavkom 7. člena tega zakona označi proizvode z znaki skladnosti ali drugimi znaki, ki so podobni znakom skladnosti do te mere, da bi lahko ustvarili zmedo na trgu ali zavedli potrošnike,
- v nasprotju z 12. členom tega zakona izvaja naloge organa za ugotavljanje skladnosti v postopkih ugotavljanja skladnosti,
- v nasprotju s 16. členom tega zakona ne ravna v skladu z izvršljivimi odločbami pristojnih inšpekcijskih organov,
- v nasprotju s 23. členom tega zakona ne deklarira oziroma označi proizvoda v slovenskem jeziku, čeprav to zahteva tehnični predpis, izdan na podlagi tega zakona.

Z globo od 250.000 tolarjev do 500.000 tolarjev se kaznuje za prekršek tudi odgovorna oseba pravne osebe, ki stori dejanje iz prejšnjega odstavka.

Z globo od 250.000 tolarjev do 500.000 tolarjev se kaznuje za prekršek tudi odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena.

Zakon o tehničnih zahtevah za proizvode in o ugotavljanju skladnosti – ZTZPUS (Uradni list RS, št. 59/99) vsebuje naslednje prehodne in končne določbe:

VIII. PREHODNE IN KONČNE DOLOČBE

20. člen

Do izdaje tehničnih predpisov na podlagi tega zakona oziroma drugih zakonov se še nadalje uporabljajo tisti tehnični predpisi nekdanje SFRJ, ki se uporabljajo na dan uveljavitve tega zakona in še nadalje veljajo predpisi izdani na podlagi zakona o standardizaciji (Uradni list SFRJ, št. 37/88 in 23/91) oziroma na podlagi zakona o standardizaciji (Uradni list RS, št. 1/95).

21. člen

Na podlagi tega zakona se določbe prvega odstavka 4. člena ter 5. in 6. člena zakona o standardizaciji (Uradni list RS, št. 1/95) do 31. 12. 2001 uporabljajo za izdajo tehničnih predpisov s področja kmetijskih pridelkov, živil, živalske krme, semen in sadilnega materiala, kmetijskih in gozdnih rastlin, gozdnih lesnih sortimentov in mineralnih gnojil.
(Opomba: glej tudi 133. člen ZKme)

22. člen

Do drugačne ureditve z zakonom, vendar najdalj do 21. 12. 2001, se na podlagi tega zakona določba prvega odstavka 32. člena zakona o standardizaciji (Uradni list RS, št. 1/95) uporablja za izdajo dovoljenj za odmik od norm kakovosti s področja živil, kmetijskih pridelkov, živalske krme, mineralnih gnojil in gozdnih lesnih sortimentov.
Dovoljenje za odmik od norm kakovosti, navedenih v prejšnjem odstavku, izda minister, pristojen za kmetijstvo in gozdarstvo z izjemo živil, za katera izda dovoljenje za odmik minister, pristojen za prehrano, v soglasju z ministrom, pristojnim za zdravstvo.
Postopki iz drugega odstavka 32. člena zakona o standardizaciji (Uradni list RS, št. 1/95), začeti pred uveljavitvijo tega zakona, se dokončajo po do sedaj veljavnih predpisih.
(Opomba: glej tudi 133. člen ZKme)

23. člen

Do drugačne ureditve z zakonom se na podlagi tega zakona lahko izdajo tehnični predpisi, s katerimi se določi obveznost deklariranja oziroma označevanja proizvodov v slovenskem jeziku.
Tehnične predpise iz prejšnjega odstavka izda minister, pristojen za trg.

24. člen

Izvajanje nadzora postopkov preskušanja in certificiranja v skladu s pravilnikom o nadzoru izvajanja postopkov preskušanja in certificiranja (Uradni list RS, št. 40/97) preide z dnem uveljavitve tega zakona z Urada za standardizacijo in meroslovje na ministrstvo, pristojno za trg.

25. člen

Predpis iz 14. člena tega zakona izda Vlada Republike Slovenije v šestih mesecih po uveljavitvi tega zakona.

26. člen

Ta zakon začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o tehničnih zahtevah in o ugotavljanju skladnosti – ZTZPUS-A (Uradni list RS, št. 37/04) vsebuje naslednji prehodni in končno določbo:

PREHODNI IN KONČNA DOLOČBA

9. člen

Do začetka uporabe Zakona o prekrških (Uradni list RS, št. 7/03) se globe, določene v prvem in drugem odstavku 19. člena zakona, v postopku o prekršku izrekajo kot denarne kazni.
Določba tretjega odstavka 19. člena zakona se začne uporabljati z dnem začetka uporabe Zakona o prekrških.

10. člen

Ta zakon začne veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Priloga 6: Anketa in analiza tržne raziskave

Ime in priimek _____

Letnik rojstva _____

Naslov (vsaj občina) _____

1. Ali ste že zasledili ponudbo *outdoor fitnesa*? (obkroži)

DA

NE

2. Bi vas ponudba zanimala, če bi vam bila na dosegu? (obkroži)

DA

NE

3. Kolikokrat mesečno se ukvarjate s športom? (obkroži)

Se sploh ne

1 do 2

3 do 5

5 do 10

10 do 15

Vsak dan

4. Koliko denarja mesečno porabite za rekreacijo? (obkroži)

0 €

Do 20 €

Do 50 €

Do 100 €

Nad 100 €

5. Ali se vam zdi ponudba sedanjih fitnes centrov zadovoljiva? (obkroži)

DA

NE

Analiza raziskave trga

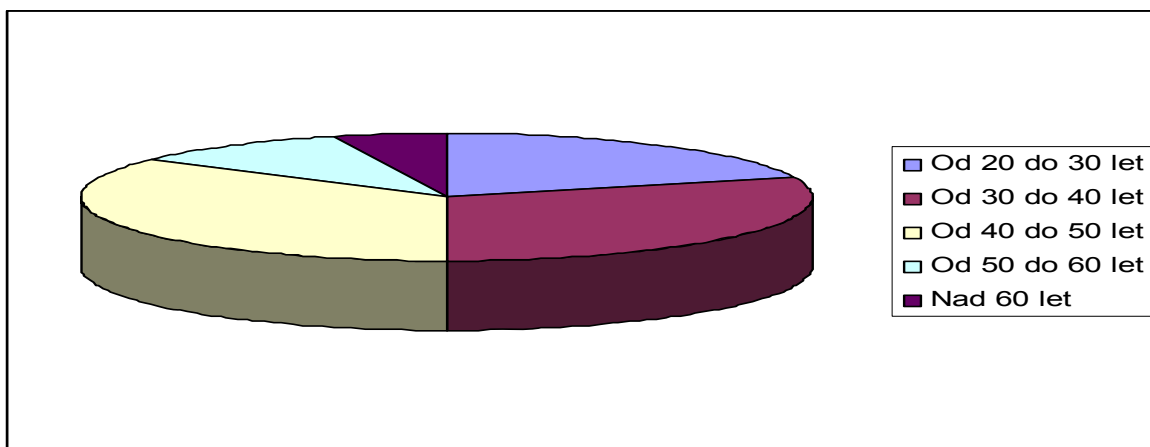
Na anketo je odgovorilo 120 ljudi v Ljubljani, Domžalah in Grosuplju. Izmed vseh vprašanih je bilo 56 moških in 64 žensk. Njihova starostna razporeditev je bila:

Tabela_3: Starostna razporeditev anketirancev

	število	odstotki
Od 20 do 30 let	24	20
Od 30 do 40 let	36	30
Od 40 do 50 let	42	35
Od 50 do 60 let	12	10
Nad 60 let	6	5
	120	100

Vir: Lastna izdelava

slika_11: Struktura anketirancev po starosti



Vir: lastna analiza

Analiza ankete po vprašanjih

1. Ali ste že zasledili ponudbo *outdoor fitnessa*? (obkroži)

DA

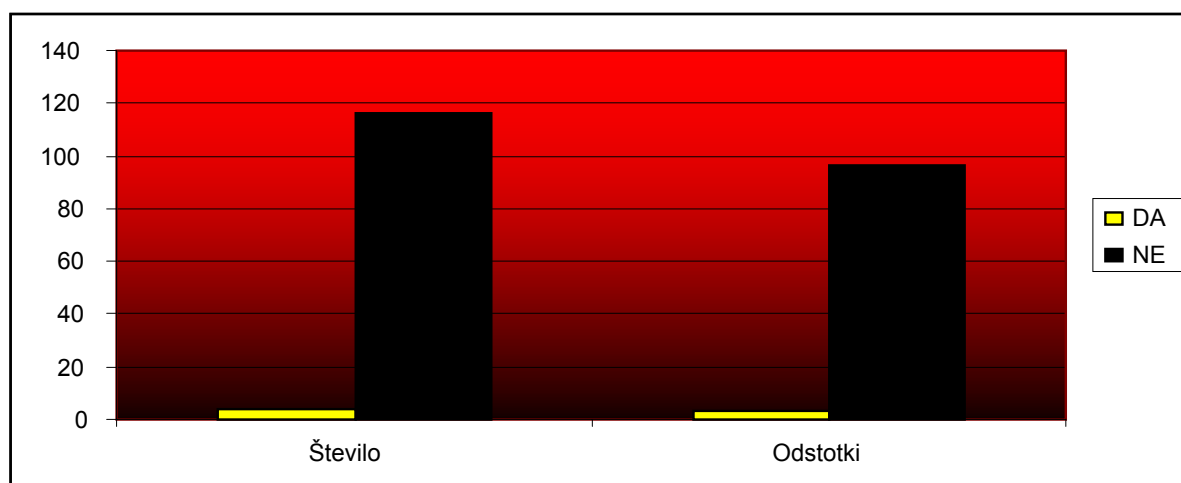
NE

Tabela_4: Poznavanje *outdoor fitnessa*

1. Ali ste že zasledili ponudbo <i>outdoor fitnessa</i> ? (obkroži)	število	odstotki
DA	4	3,3
NE	116	96,7

Vir: Lastna izdelava.

slika_12: Poznavanje outdoor fitnes opreme



Vir: lastna analiza

2. Bi vas ponudba zanimala, če bi vam bila na dosegu? (obkroži)

DA

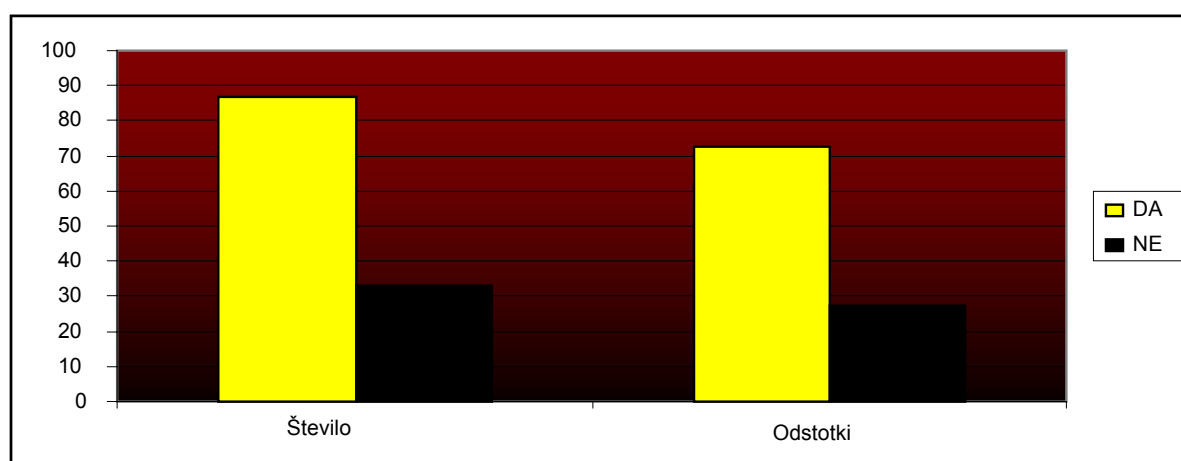
NE

Tabela_5: Zanimanje za outdoor fitnes

2. Bi vas ponudba zanimala, če bi vam bila na dosegu? (obkroži)	število	odstotki
DA	87	72,5
NE	33	27,5

Vir: Lastna izdelava

slika_13: Zanimanje za možno ponudbo outdoor fitnesa



Vir: Lastna analiza.

3. Kolikokrat mesečno se ukvarjate s športom? (obkroži)

Se sploh ne

1- do 2-krat

3- do 5-krat

6- do 10-krat

11- do 15-krat

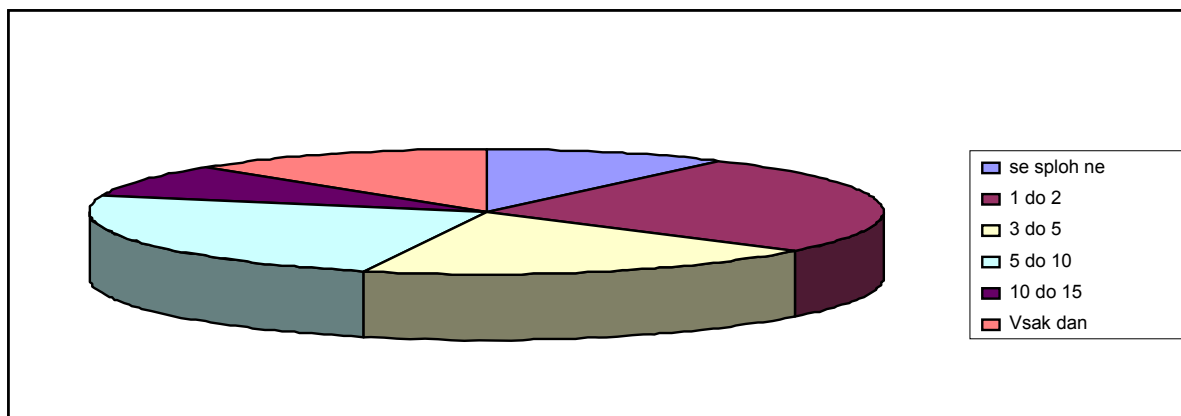
Vsak dan

Tabela_ 6: Mesečno ukvarjanje z športom

3. Kolikokrat mesečno se ukvarjate s športom? (obkroži)	število	odstotki
Se sploh ne	12	0,1
1- do 2-krat	31	0,26
3- do 5-krat	23	0,19
5- do 10-krat	29	0,24
10- do 15-krat	10	0,08
Vsak dan	15	0,13

Vir: Lastna izdelava

slika_ 14: Mesečno ukvarjanje s športom



Vir: Lastna analiza

4. Koliko denarja mesečno porabite za rekreacijo? (obkroži)

0 €

Do 20 €

Do 50 €

Do 100 €

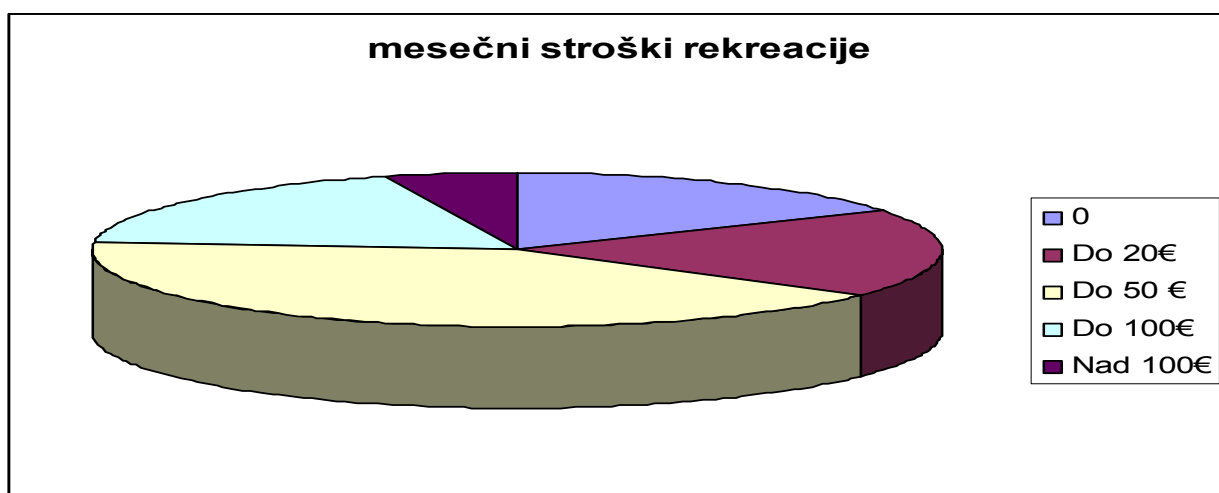
Nad 100 €

Tabela_7: Mesečni stroški rekreacije

4. Koliko denarja mesečno porabite za rekreacijo? (obkroži)	število	odstotki
0	20	0,17
Do 20 €	22	0,18
Do 50 €	50	0,42
Do 100 €	22	0,18
Nad 100 €	6	0,05

Vir: Lastna izdelava

slika_15: Mesečni stroški rekreacije



Vir: lastna analiza

5. Ali se vam zdi ponudba sedanjih fitnes centrov zadovoljiva? (obkroži)

DA

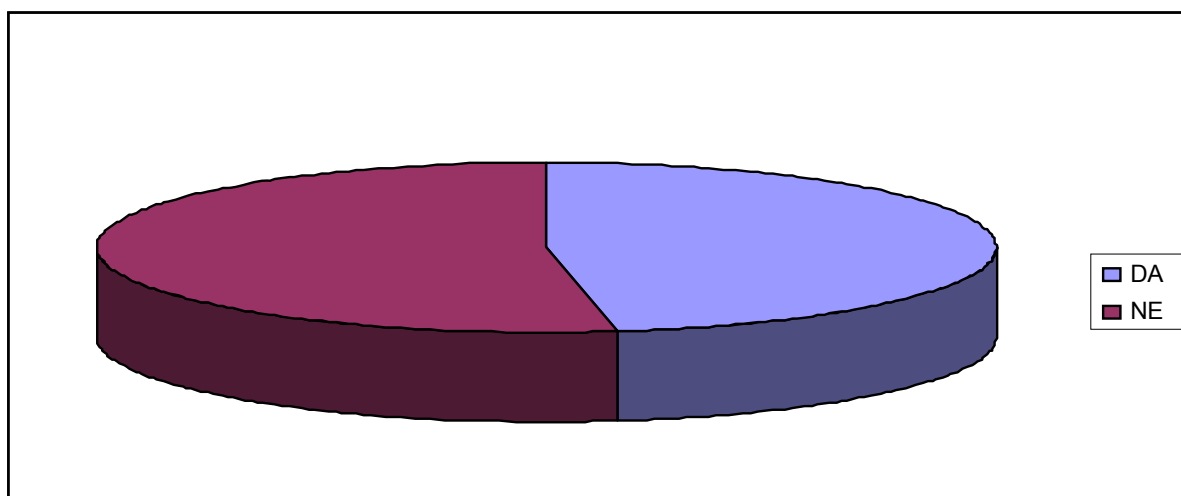
NE

Tabela_8: Zadovoljivost ponudbe sedanjih fitnes centrov

5. Ali se vam zdi ponudba sedanjih fitnes centrov zadovoljiva? (obkroži)	število	odstotki
DA	57	0,475
NE	63	0,525

Vir: Lastna izdelava

slika_16: Zadovoljivost ponudbe sedanjih fitnes centrov



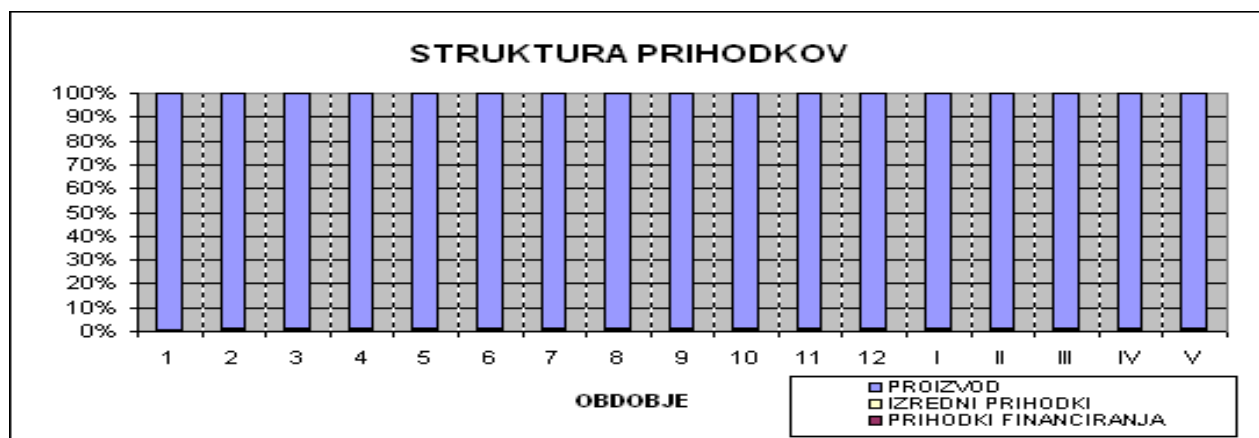
Vir: lastna izdelava

Priloga 7: Finančna analiza

PROJEKCIJE 2009/2010		Mesec												Leto				
OBDOBJE: -1		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
BILANCE																		
BILANCA STANJA																		
SREDSTVA	9934	24951	64705	82148	130045	170913	238660	285713	336365	400424	447282	511220	544555	544555	951750	1431856	1809142	2552666
SREDSTVA (RAZEN DENARJA)	0	101330	74361	124625	86122	122952	171083	85580	110043	134145	146704	170735	85565	85565	103225	116025	114425	127330
NEOPREDMETENA SREDSTVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	0	1730	1661	1591	1522	1452	1383	1313	1243	1174	1104	1035	965	965	-775	25	-1575	-670
FINANČNE NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATVE IZ POSLOVANJA	0	24000	48000	36000	60000	60000	84000	72000	72000	84000	72000	84000	60000	60000	84000	96000	96000	108000
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA	0	60000	20000	70000	20000	50000	70000	10000	30000	40000	60000	70000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
ZALOGE PROIZVODOV	0	15600	4700	17033	4600	11500	15700	2267	6800	8971	13600	15700	4600	4600	0	0	0	0
DENAR	9934	-76379	-9656	-42477	43924	47961	67577	200134	226322	266278	300578	340485	458990	458990	848525	1315831	1694717	2425336
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	9934	24951	64705	82148	130045	170913	238660	285713	336365	400424	447282	511220	544555	544555	951750	1431856	1809142	2552666
KAPITAL	9934	16603	35191	47851	72359	96876	133245	163662	194019	230276	260562	296730	320982	320982	755986	1242231	1766955	2349019
OSNOVNI KAPITAL	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934	9934
ZADRŽANI DOBIČEK	0	6669	25257	37917	62425	86942	123311	153728	184085	220342	250628	286796	311048	311048	746052	1232297	1757021	2339085
DOLG	0	8348	29514	34297	57686	74037	105415	122051	142347	170147	186719	214490	223573	223573	195763	189625	42188	203647
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	8348	29514	34297	57686	74037	105415	122051	142347	170147	186719	214490	223573	223573	195763	189625	42188	203647
IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA																		
PRIHODKI POSLOVANJA		20000	40000	30000	50000	50000	70000	60000	60000	70000	60000	70000	50000	630000	850000	940000	1000000	1100000
PROIZVAJALNI STROŠKI		5200	9400	7300	11500	11500	15700	13600	13600	15700	13600	15700	11500	144300	195500	216200	230000	253000
AMORTIZACIJA		70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	835	0	800	0	835
KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE		14730	30530	22630	38430	38430	54230	46330	46330	54230	46330	54230	38430	484865	654500	723000	770000	846165
STROŠKI PRODAJE		2406	2406	2406	2406	2406	2406	2406	2406	2406	2406	2406	2406	28876	28876	28876	28876	28876
STROŠKI NAJEMNINE		1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	19200	19200	19200	19200	19200
STROŠKI UPRAVE		1886	1886	1886	1886	1886	1886	1886	1886	1886	1886	1886	1886	22628	22628	22628	22628	22628
DOBIČEK IZ POSLOVANJA		8838	24638	16738	32538	32538	48338	40438	40438	48338	40438	48338	32538	414161	583796	652296	699296	775461
PRIHODKI FINANCIRANJA		65	195	228	260	325	390	423	390	423	423	423	390	3933	4680	5850	6240	6630
ODHODKI FINANCIRANJA		14	57	91	130	184	250	316	365	431	491	552	601	3483	8354	9926	5798	6121
DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA		8889	24777	16875	32669	32679	48478	40545	40463	48330	40370	48209	32327	414611	580122	648220	699738	775970
IZREDNI PRIHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZREDNI ODHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

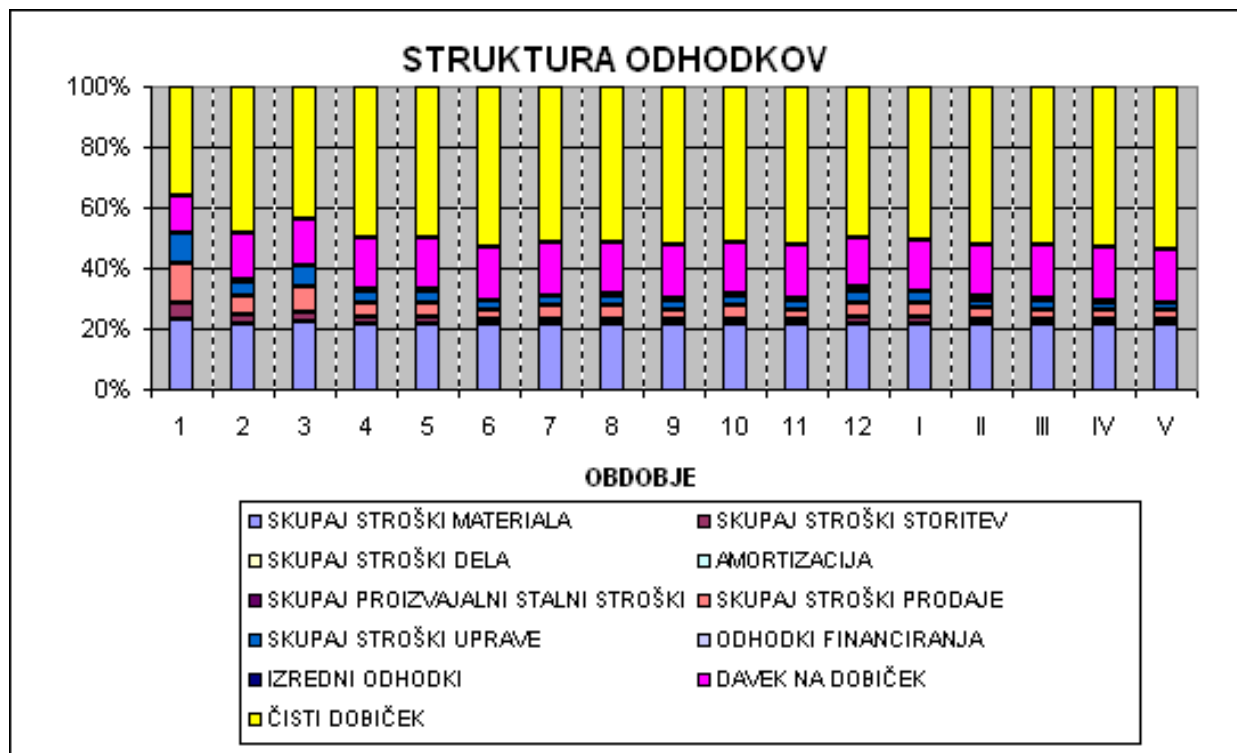
DOBIČEK PRED DAVKI		8889	24777	16875	32669	32679	48478	40545	40463	48330	40370	48209	32327	414611	580122	648220	699738	775970
DAVEK NA DOBIČEK		2220	6189	4215	8160	8163	12109	10127	10107	12072	10084	12042	8075	103563	145117	161975	175014	193906
ČISTI DOBIČEK		6669	18588	12660	24509	24516	36369	30418	30356	36258	30286	36167	24252	311048	435004	486245	524723	582065
IZKAZ DENARNIH TOKOV																		
DENAR KONEC OBDOBJA	9934	-76379	-9656	-42477	43924	47961	67577	200134	226322	266278	300578	340485	458990	458990	848525	1315831	1694717	2425336
ČISTI DOBIČEK		6669	18588	12660	24509	24516	36369	30418	30356	36258	30286	36167	24252	311048	435004	486245	524723	582065
AMORTIZACIJA		70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	835	0	800	0	835
POVEČANJE DOLGA		8348	21165	4784	23389	16351	31378	16636	20296	27801	16572	27770	9083	223573	-27810	-6138	-147437	161459
POVEČANJE KAPITALA (BREZ DOBIČKA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POVEČANJE SREDSTEV (BREZ DENARJA)		101400	26900	50333	-38433	36900	48200	-85433	24533	24171	12629	24100	-85100	86400	17660	13600	-1600	13740
DENARNI TOK		-86313	66723	-32820	86400	4037	19616	132557	26188	39956	34299	39907	118505	449056	389534	467307	378886	730619

KAZALNIKI		Mesec												Leto				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
CILJNE SPREMENLJIVKE																		
KAPITAL	9934	16603	35191	47851	72359	96876	133245	163662	194019	230276	260562	296730	320982	320982	755986	1242231	1766955	2349019
DOBIČEK	0	6669	18588	12660	24509	24516	36369	30418	30356	36258	30286	36167	24252	311048	435004	486245	524723	582065
DENAR	9934	-76379	-9656	-42477	43924	47961	67577	200134	226322	266278	300578	340485	458990	458990	848525	1315831	1694717	2425336
STRUKTURA PRIHODKOV (v %)																		
SKUPAJ PRIHODKI		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
SKUPAJ PRIHODKI OD PRODAJE		99,7	99,5	99,2	99,5	99,4	99,4	99,3	99,4	99,4	99,3	99,4	99,2	99,4	99,5	99,4	99,4	99,4
PROIZVOD		99,7	99,5	99,2	99,5	99,4	99,4	99,3	99,4	99,4	99,3	99,4	99,2	99,4	99,5	99,4	99,4	99,4
PRIHODKI FINANCIRANJA		0,3	0,5	0,8	0,5	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6	0,7	0,6	0,8	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6
IZREDNI PRIHODKI		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0



STRUKTURA ODHODKOV (v %)

		MESECI POSLOVANJA												LETA POSLOVANJA				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
SKUPAJ PRIHODKI		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA		20,9	20,9	20,8	20,9	20,9	20,9	20,9	20,9	20,9	20,9	20,9	20,8	20,9	20,9	20,9	20,9	20,9
SKUPAJ STROŠKI STORITEV		5,0	2,5	3,3	2,0	2,0	1,4	1,7	1,7	1,4	1,7	1,4	2,0	1,9	2,0	2,0	2,0	2,0
SKUPAJ STROŠKI DELA		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
AMORTIZACIJA		0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE		12,0	6,0	8,0	4,8	4,8	3,4	4,0	4,0	3,4	4,0	3,4	4,8	4,6	3,4	3,1	2,9	2,6
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE		9,4	4,7	6,2	3,8	3,7	2,7	3,1	3,1	2,7	3,1	2,7	3,7	3,6	2,6	2,4	2,2	2,0
ODHODKI FINANCIRANJA		0,1	0,1	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6	0,8	0,8	1,2	0,5	1,0	1,0	0,6	0,6
IZREDNI ODHODKI		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
DAVEK NA DOBIČEK		11,1	15,4	13,9	16,2	16,2	17,2	16,8	16,7	17,1	16,7	17,1	16,0	16,3	17,0	17,1	17,4	17,5
ČISTI DOBIČEK		33,2	46,2	41,9	48,8	48,7	51,7	50,3	50,3	51,5	50,1	51,4	48,1	49,1	50,9	51,4	52,1	52,6



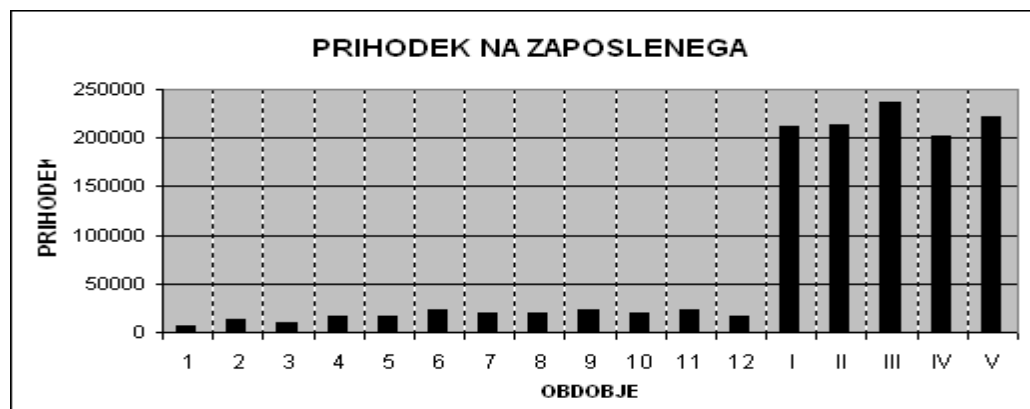
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA V OBDOBJU

		MESECI POSLOVANJA												LETA POSLOVANJA				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA		5814	14943	24475	35366	50160	68262	87396	103680	122798	141284	159750	175963	181518	187038	297951	324100	436181



PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA

		MESECI POSLOVANJA												LETA POSLOVANJA				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA		6688	13398	10076	16753	16775	23463	20141	20130	23474	20141	23474	16797	211311	213670	236463	201248	221326

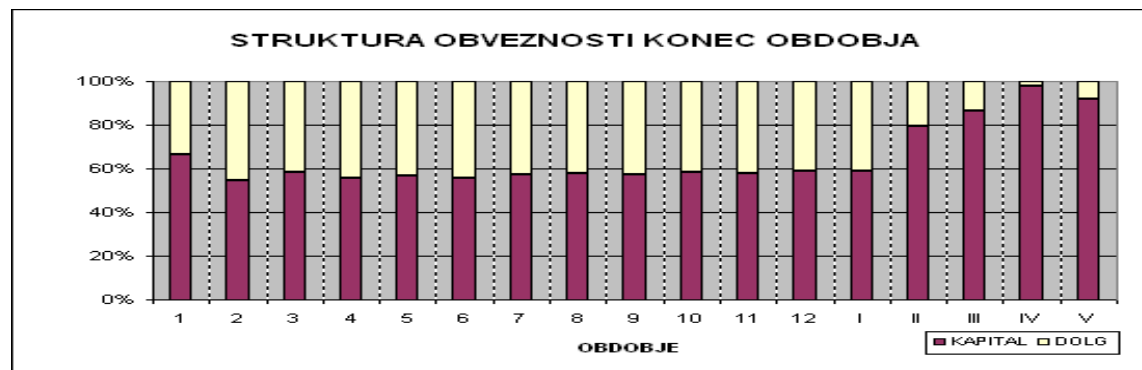


	MESECI POSLOVANJA												LETA POSLOVANJA					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA		2223	6196	4220	8170	8172	12123	10139	10119	12086	10095	12056	8084	103683	108751	121561	104945	116413

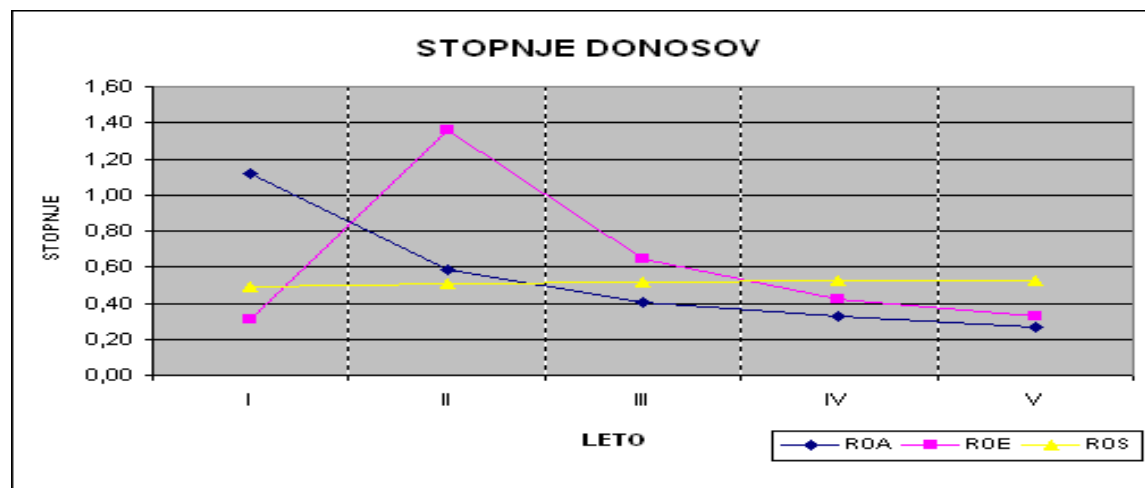


STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA (V %)

STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA (v %)																		
	MESECI POSLOVANJA													LETA POSLOVANJA				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
CELOTNE OBVEZNOSTI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
KAPITAL		66,5	54,4	58,2	55,6	56,7	55,8	57,3	57,7	57,5	58,3	58,0	58,9	58,9	79,4	86,8	97,7	92,0
DOLG		33,5	45,6	41,8	44,4	43,3	44,2	42,7	42,3	42,5	41,7	42,0	41,1	41,1	20,6	13,2	2,3	8,0



		MESECI POSLOVANJA												LETA POSLOVANJA				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
ROA (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNA SREDSTVA)	ROA	4,59	4,98	2,07	2,77	1,96	2,13	1,39	1,17	1,18	0,86	0,91	0,55	1,12	0,58	0,41	0,32	0,27
ROE (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNI KAPITAL)	ROE	6,03	8,61	3,66	4,89	3,48	3,79	2,46	2,04	2,05	1,48	1,56	0,94	1,31	1,36	0,64	0,42	0,33
RETURN ON SALES (ČISTI DOBIČEK / PRIHODEK)	ROS	0,33	0,46	0,42	0,49	0,49	0,52	0,50	0,50	0,51	0,50	0,51	0,48	0,49	0,51	0,51	0,52	0,53



INTERNA STOPNJA DONOSA (IZ PODATKOV PO LETIH)														0	I	II	III	IV	V
INTERNA STOPNJA DONOSA	198,4%													-9934	0	0	0	0	2349019

Priloga 8: SWOT analiza podjetja Natura fit, d.o.o

Tabela_ 9: Swot analiza podjetja Natura fit, d.o.o.

prednosti	slabosti
• visoka razvitost države v primerjavi z drugimi novimi članicami EU • stalna in stabilna gospodarska rast • možnost pridobitve kapitala iz skladov EU • odprto gospodarstvo, brez omejitev znotraj članic EU • zavedanje ljudi za zdravo življenje • staranje prebivalstva (eden izmed naših segmentov) • vse več ljudi se poskuša rekreirati na različne načine • raznolika pokrajina v Sloveniji in s tem ogromno možnosti za postavitev fitnes naprav	• počasne dobave (30 dni) • visoka investicija • javni zavodi so odvisni od proračunskih sredstev • neizkušenost • nerazpoznavnost • pasivnost ljudi pri realizaciji možnih ponudb in razvoja idej • fitnes naprave pozimi nimajo svoje funkcije
priložnosti	nevarnosti (dogodki, ki lahko vplivajo na odstopanje od načrta)
• veliko povpraševanje po izdelkih, ki jih izdelujemo • sposobnost razviti še dodatne visoko zahtevne izdelke iz naše panoge • ni konkurence • visoki donosi • velikost trga (več segmentov) • politične kampanje s pomočjo fitnes naprav • mile zime (oprema ne bo neuporabna pozimi)	• plačilna nesposobnost kupcev • prihod konkurence z nižjimi cenami • nedoseganje rokov dobave • možne težave v proizvodnji izdelka • dolg dobavni čas • nelojalna konkurenca iz dežel v razvoju, katerih izdelki sicer niso kakovostni, a so ceneni • protekcionistično obnašanje nekaterih trgov • možen vstop cenejših ponudnikov • neredno plačevanje obveznosti s strani kupcev • nepravočasne dobave in zato plačevanje zamudnih obresti

Vir: Lastna izdelava.