

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

JAN MARKUN

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO
POSLOVNI NAČRT PODJETJA WAKETIPS.DE**

Ljubljana, september 2010

JAN MARKUN

IZJAVA

Študent Jan Markun izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom mag. Roka Stritarja, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 14. 9. 2010

Podpis: _____

KAZALO

UVOD.....	1
1 PANOGA DEJAVNOSTI, PODJETJE, PROIZVODI IN STORITVE.....	2
1.1 Panoga dejavnosti	2
1.1.1 Vodno deskanje	2
1.1.2 Panoga dejavnosti	2
1.1.3 Porterjev diamant.....	2
1.2 Podjetje	4
1.3 Proizvodi oziroma storitve.....	4
1.4 Strategija vstopa in rasti.....	5
1.4.1 Faza 1: wakecontest.de	5
1.4.2 Faza 2: waketips.de.....	5
2 TRŽNA RAZISKAVA IN ANALIZA.....	6
2.1 Kupci in segmentacija.....	6
2.1.1 Kupci	6
2.1.2 Nakupne navade na spletu	7
2.1.3 Segmentacija.....	8
2.2 Obseg trga in trendi.....	8
2.3 Konkurenca	9
2.3.1 Širša konkurenca	9
2.3.2 Ožja konkurenca.....	10
3 EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA.....	11
3.1 Prihodki in predpostavke za izračun: Cena, količina.....	11
3.1.1 Cena	11
3.1.2 Prodaja	12
3.1.3 Prihodki	12
3.2 Variabilni stroški.....	12
3.3 Prispevek za kritje fiksnih stroškov in dobička	13
3.4 Točka preloma	13
3.5 Analiza donosnosti.....	13
3.6 Upravljanje z denarnim tokom podjetja.....	14
4 NAČRT TRŽENJA	14
4.1 Izdelki in storitve (s poudarkom na trženjskemu delu).....	14
4.2 Cenovna strategija.....	15
4.3 Tržno komuniciranje.....	15
4.3.1 Oglaševanje	15
4.3.2 Odnosi z javnostmi	15
4.3.3 Pospeševanje prodaje.....	15
4.3.4 Elektronsko trženje.....	16
4.4 Prodajne poti	16
5 PROIZVODNI IN STORITVENI NAČRT	17
5.1 Postopek izdelave izdelka ali izvedbe storitve	17
5.2 Potrebna oprema za izdelavo izdelka ali izvedbo storitve.....	18
5.3 Potrebe po zaposlenih in delovni čas.....	18
5.4 Zunanji sodelavci in zunaj najeta podjetja.....	18
6 NAČRT RAZVOJA	19
6.1 Trenutni status razvoja izdelkov/storitev in naloge do dokončanja razvoja.....	19
6.2 Sistem izboljševanja in uvajanja novih proizvodov.....	19

6.3	Sredstva namenjena razvoju	19
6.4	Avtorske pravice	19
7	VODSTVENA SKUPINA IN KADRI	20
7.1	Organizacijska struktura	20
7.2	Ključno vodstveno osebje in ključni kadri	20
7.3	Politika zaposlovanja in nagrajevanja v podjetju	20
7.4	Drugi lastniki in investitorji, njihove pravice in omejitve	20
7.5	Profesionalni svetovalci in storitve	20
8	SPOŠNI TERMINSKI PLAN	20
8.1	Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu	20
8.2	Terminski načrt	21
9	KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI	21
9.1	Makro raven	21
9.1.1	Previsoko ocenjen trg	21
9.1.2	Pomanjkanje zaupanja v svetovni splet in podjetje	22
9.1.3	Večji odstotek plačevanja z mobilnikom	22
9.2	Raven podjetja	22
9.3	Simulirana poslovna tveganja	22
10	FINANČNI NAČRT	23
10.1	Vložki v podjetje	23
10.2	Viri financiranja in deleži v podjetju	23
10.2.1	Pojasnila in predpostavke uporabljene za izdelavo bilanc	23
11	PREGLEDNICE IN FINANČNI PRIKAZI	24
	LITERATURA IN VIRI	26

KAZALO TABEL

Tabela 1:	Privlačnost panoge po Porterju za tekoče in prihodnje leto	4
Tabela 2:	Vodni smučarji po straostnih skupinah in spolu	6
Tabela 3:	Vodni smučarji po poklicih	7
Tabela 4:	Vodni smučarji po dohodkovnih skupinah	7
Tabela 5:	Povprečna mesečna poraba za vodno smučanje	7
Tabela 6:	Izračun povprečne mesečne porabe vodnega smučarja	9
Tabela 8:	Povprečje prodanih naročnin po letih	12
Tabela 9:	Prihodki po letih	12
Tabela 10:	Proizvajalni stroški po letih	12
Tabela 11:	Prispevek za kritje	13
Tabela 12:	Prispevek za kritje fiksnih stroškov in dobička po letih	13
Tabela 13:	Kosmati dobiček iz prodaje po letih	13
Tabela 14:	Čisti dobiček od prodaje po letih	14
Tabela 15:	Stopnje donosov po letih	14
Tabela 16:	Denarni tok v prvem letu poslovanja	14
Tabela 17:	Realizacija cene: kreditna kartica in PayPal (mesečna naročnina)	16
Tabela 18:	Realizacija cene: storitev Mopay (plačevanje z mobilnikom) (mesečna naročnina)	16
Tabela 19:	Realizacija cene: kreditna kartica in PayPal (letna naročnina)	17
Tabela 20:	Sredstva namenjena razvoju po letih	19
Tabela 21:	Terminski načrt	21

UVOD

Kratek opis poslovne priložnosti

Vodno deskanje (angl. *wakeboarding*) je mešanica deskanja na valovih (angl. *surfboarding*) in vodnega smučanja s pomočjo čolna ali vlečnice. Poslovno priložnost smo prepoznali v spletnem učenju vodnega deskanja s pomočjo vlečnice (angl. *cable wakeboarding*) na nemškem trgu. Na spletni strani WakeTips.de želimo naročnikom ponuditi profesionalne informacije in nasvete za izboljšanje njihove vožnje z vodno desko.

Konkurenčna prednost in strategija

Vodnodeskarske šole in večdnevne vodnodeskarske tabore smo označili kot širše konkurente, ki delujejo lokalno in pogosto z manj profesionalnimi inštruktorji. V primerjavi z njimi je naša konkurenčna prednost globalno delovanje in profesionalno učenje, obenem pa ne zanemarimo individualnega pristopa do strank.

Večina informacij o vodnem deskanju, ki jih lahko najdemo na spletnih portalih za učenje vodnega deskanja, je namenjenih vožnji za čolnom, informacije o vožnji na vlečnici pa so zelo skope. S pomočjo spletnih orodij, kot so: video, tekst, tabla (angl. *forum*), klepetalnica (angl. *chat*) in igre, bomo poizkušali strankam zagotoviti čim več napotkov za izboljšanje njihove vožnje z vodno desko.

Največja dodana vrednost za naročnika bo možnost nalaganja svojih video posnetkov, inštruktor pa bo preko spleta opravil individualno videoanalizo s stranko. Ta način dela omogoča, da bodo imeli vodni deskarji vedno ob sebi profesionalnega inštruktorja za nizko ceno.

Ciljni trgi in tržni segmenti

S storitvijo preko spletne strani WakeTips.de želimo v začetku prodreti na nemški trg, saj je vodno smučanje s pomočjo vlečnice tam najbolj razvito. Ugotovili smo, da lahko potencialne stranke razdelimo na tri segmente: začetniki, navdušenci in polprofesionalci. Začetnikom moramo ponuditi brezplačno vsebino v upanju, da postanejo navdušenci. Navdušenci bodo naročniki, katerim moramo pripraviti široko paleto možnosti. Polprofesionalci pa bodo zahtevali več, zato bomo z njimi imeli čim bolj individualen odnos.

Ekonomika, dobičkonosnost in možnost žetve

Celotna investicija v pripravo vsebin in oblikovanje spletne strani bo znašala 16.000 evrov in bo pokrita s prihranki obeh poslovnih partnerjev. V prvem letu poslovanja bo imelo podjetje okoli 43.500 evrov prihodkov, od tega malo manj kot 4.000 evrov čistega dobička, v naslednjih letih pričakujemo močan skok prodaje, in sicer v petem letu naj bi prodaja dosegla nekaj več kot 170.000 evrov in okoli 37.000 evrov čistega dobička. Interna stopnja donosa bo (iz podatkov po letih) znašala 43,5%. Družbeniki se bomo zavzemali za povečevanje vrednosti podjetja, saj bomo tako imeli odprte možnosti za podjetniško žetev.

Vodstvena skupina in kadri

Manager podjetja bo skrbel za vodenje podjetja, razvijanje novih idej, stalno izboljšavo storitev in bo nastopal kot posrednik v komunikaciji med podjetji, ki bodo sodelovala v procesu izvajanja storitev. Zaradi specifičnih znanj bodo za normalen potek storitve skrbela zunaj najeta podjetja, ki bodo poleg fiksnega plačila deležna nagrad v skladu z uspešnostjo.

1 PANOGA DEJAVNOSTI, PODJETJE, PROIZVODI IN STORITVE

1.1 Panoga dejavnosti

1.1.1 Vodno deskanje

Na spletni strani Princeton University (Wordnet, 2010) najdemo definicijo Vodne deske. Vodna deska (angl. *wakeboard*) je podobna deski za deskanje na valovih (angl. *surfboard*) in je namenjena vožnji na vodi s pomočjo vlečnega motornega čolna.

Vodno deskanje (angl. *wakeboarding*) je aktivnost, ki jo opravljamo z vodno desko. V poslovnem načrtu se bomo osredotočili na podpanogo vodnega deskanja in sicer vodno deskanje s pomočjo vlečnice (angl. *cabl wakeboarding*).

1.1.2 Panoga dejavnosti

Vodno deskanje s pomočjo vlečnice (v nadaljevanju: vodno deskanje) je naša osnovna dejavnost, iz katere smo razvili nišno storitev: učenje vodnega deskanja na svetovnem spletu. Naša panoga dejavnosti je zato razširjena na dejavnost vodnega deskanja, dejavnost obratovanja spletnih portalov in dejavnost izobraževanja odraslih na področju športa.

1.1.3 Porterjev diamant

Porterjev diamant razdeli panogo na 5 delov:

Vstop v panogo

Novi konkurentje lahko v panogo vstopijo na tri načine oziroma v treh različnih oblikah:

Ustanovitev šole za vodno deskanje

Šole se navadno ustanovijo skupaj z izgradnjo vlečnice za vodno smučanje in delujejo predvsem na lokalnem območju. Praviloma so ovire za vstop visoke, saj zahtevajo izgradnjo vlečnice ali dogovor z obstoječimi lastniki vlečnic, ki imajo sami močan interes vodenja šole, saj imajo s tem nadzor nad kvaliteto in dodaten zaslužek.

Organizacija večdnevnega vodnodeskarskega tabora

Tedenski tabori pokrivajo večje območje kot šole vodnega deskanja. Organizirani so v nekaj terminih na sezono in so vodeni s strani profesionalnih vodnih deskarjev.

Organizacija tabora je dokaj enostavna in je podobna oblikovanju turističnega aranžmaja, ki ga pripravijo turistične agencije. Kvalitetno pripravljen vodnodeskarski tabor zahteva poglobljeno poznavanje zahtev vodnodeskarskega športa, ki jih zaradi relativno kratke prisotnosti vodnegadeskanja pri nas obvlada malo posameznikov, oz. navdušencev nad tem športom.

Ustanovitev spletnega portala za učenje vodnega deskanja

Za spletno učenje hujših ovir za vstop ni, saj če želimo zagotoviti kvalitetno učenje, potrebujemo posameznika ali ekipo, ki ima dovolj znanja in sposobnosti, da to znanje čim bolj učinkovito prenesejo na svoje tečajnike.

Iz navedenega lahko sklepano, da so ovire za vstop nizke do srednje nizke.

Pogajalska moč kupcev

Kupci so zaradi blagovne znamke učitelja pripravljeni plačati več. Na spletu je naslednja šola vodnega deskanja oddaljena samo nekaj klikov. Različni portali ponujajo brezplačne informacije o učenju, zato moramo kupcu ponuditi visoko dodano vrednost in kredibilne informacije. Zavedati se moramo, da bo večina kupcev najprej poiskala brezplačne informacije. Kupcu moramo zagotoviti, da hitro najde ustrezne in relevantne informacije o osnovnih značilnostih kot tudi o posebnostih vodnega deskanja.

Pogajalska moč dobavitelja

Spletno storitveno podjetje nima dobaviteljev v pravem pomenu besede. Kupovali bomo le video vsebine, kar razumemo bolj kot storitev, od katere smo odvisni. Vse vsebine bodo od točke plačila v naši lasti, kar bo pogodbeno določeno. Moč dobavitelja je nizka, saj lahko produkcijsko hišo hitro zamenjamo. Pri tem sicer nastanejo nepotrebni stroški, zato je ta možnost smiselna le v ekstremnih primerih.

Nevarnost zamenjave storitev

Substitute smo že omenili, in sicer šole in tedenske tabore, ki so načeloma dražji od spletnega storitvenega podjetja. Tu je pomembna percepcija strank, in sicer njihove vrednote, namreč kaj jim pomeni več: osebni pristop ali cena.

Rivalstvo v panogi

Šole delujejo na lokalni ravni, značilna zanje je slabša raven znanja o vodnem deskanju v primerjavi s tabori in profesionalnim spletnim učenjem, zato omenjenima načinoma ne predstavljajo večje konkurence.

Preglednica prikazuje privlačnost panoge glede na zgoraj opisane kategorije:

Tabela 1: Privlačnost panoge po Porterju za tekoče in prihodnje leto

Določljivka	Privlačnost panoge					
	Tekoče leto			Prihodnje leto		
	Nizka	Srednja	Visoka	Nizka	Srednja	Visoka
Vstop v panogo	X			X		
Pogajalska moč kupcev			X			X
Pogajalska moč dobaviteljev	X			X		
Razpoložljivost substitutov		X				X
Rivalstvo med konkurenti	X			X		
Skupna ocena	3	1	1	3	0	2

Iz preglednice lahko povzamemo, da je panoga v tekočem letu privlačna, naslednje leto pa bo malo manj, tudi zaradi našega vstopa.

1.2 Podjetje

Naziv: WakeTips d.o.o. ali GmbH

Datum ustanovitve: februar ali marec 2011

Pravna organiziranost: Družba z omejeno odgovornostjo ali GmbH – Gesellschaft mit beschränkter Haftung. V primeru ustanovitve GmbH bo podjetje potrebno registrirati v Avstriji, zato bodo po zakonu minimalni stroški ustanovitve so 15.000 evrov, od katerih mora biti vsaj polovica v denarnem vložku. Pomemben strošek je še plačilo davka od dohodka pravnih oseb, saj zakonodaja zahteva plačilo vsaj 1500 evrov.

Panoga dejavnosti:

Delovali bomo na treh področjih:

Vodno deskanje,

63.120 – Obratovanje spletnih portalov in

85.510 – Izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje za odrasle na področju športa.

1.3 Proizvodi oziroma storitve

Podjetje bo ponujalo storitve spletnega učenja vodnega deskanja. Osredotočili se bomo na evropski trg, kjer je vodno smučanje s pomočjo vlečnice bolj razširjeno, kot na drugih

kontinentih. Stranke se bodo preko spleta lahko učile vodnega deskanja s spletnimi orodji: kratki izseki filma, besedila, klepetalnica, spletni forum, nalaganje svojih filmov in še vrsto drugih interaktivnih orodij. Vsebine, ki jih bomo objavili, bodo izčrpne in bodo ustrezale profesionalnim standardom spletne ponudbe.

1.4 Strategija vstopa in rasti

Strategija vstopa se zelo prepleta s ponudbo naših storitev. Kupcem želimo ponuditi spletno tekmovanje (faza 1) in spletno učenje (faza 2). Spletno učenje je naša prvotna in ključna dejavnost, saj bomo s to storitvijo generirali prihodek. Strategijo vstopa na trg bomo razdelili na dve fazi: wakecontest.de in waketips.de

1.4.1 Faza 1: wakecontest.de

Faza 1 je namenjena oglaševanju in raziskavi trga vodnega deskanja.

Podfaza 1

Spletna stran bo socialno omrežje za vodne deskarje, ki bodo imeli možnost izmenjave fotografij, filmov, mnenj, pošiljanje sporočil in druge oblike komunikacije. Dostop na spletno stran bo brezplačen. Prijavljenim uporabnikom pa bo omogočeno ocenjevanje tujih in nalaganje svojih posnetkov, na katerih so izvedli določen trik. Tekmovanje pa bo skupek ocen prijavljenih uporabnikov, ki bodo vsakega uporabnika uvrstili na svetovno lestvico. Preko te strani bomo pridobili vodne deskarje, lahko bomo spremljali njihovo raven znanja in jih preusmerili na spletno stran, ki bo namenjena učenju vodnega deskanja.

Podfaza 2

Ko bomo dosegli zadostno število uporabnikov na socialnem omrežju, bomo vsem uporabnikom ponudili igro king-of-wake.com, kjer bodo uporabniki tekmovali v izvajanju natančno določenih vodnodeskarskih trikov. Predstavil jih bo profesionalni športnik, ki bo hkrati tudi sponzoriranec podjetja, ki bo promoviralo eno od podjetij za proizvodnjo oblačil ali opreme za vodno deskanje. Cilj te strategije je preusmerjanje ključnih kupcev na spletno stran sponzorjev in našo primarno spletno stran waketips.de. Načrtujemo, da bi sponzorji pokrili celotno investicijo Faze 1 kot v primeru spletne strani Bestrick.com.

Faza 1 bi prav tako lahko izpeljali na način, da se povežemo z ustvarjalci spletne strani bestrick.com in tako prihranili čas za razvoj, naše podjetje pa bi v zameno za sodelovanje priskrbelo sponzorje za del, ki bi pokrival vsebine vodnega deskanja.

1.4.2 Faza 2: waketips.de

S to fazo bi začeli predvidoma slabo leto po začetku Faze 1, tako bi zmanjšali tveganje in imeli boljše možnosti za uspeh. Po pripravi vsebin in izdelavi spletne strani, bi začeli z poizkusnim obdobjem, ki bi bilo vezano na prvih 300 naročnikov, katerim bi ponudili cenejšo naročnino tudi po preteku testnega obdobja. Glede na cenovno politiko bi prvi naročniki plačali 5,5 evrov mesečno do preklica naročnine.

Poleg omenjenih aktivnosti bomo v začetku uporabili vsa spletna orodja za oglaševanje: Facebook, Twitter, Google oglasi in pasice.

2 TRŽNA RAZISKAVA IN ANALIZA

2.1 Kupci in segmentacija

2.1.1 Kupci

Primarna raziskava bi zaradi nemškega trga, na katerem je po ocenah iz leta 2005 živel več kot 82 mio ljudi, zahtevala izjemno veliko virov. Zato smo se odločili, da se za splošno oceno velikosti trga vodnega deskanja omejimo na starostno strukturo deskarjev in strukturo potrošnje deskarjev, opremo in na raziskavo, ki je bila izvedena s strani Nemškega vodnošportnega združenja.

Bundesverband Wassersportwirtschaft E.V. (BWVS) (2004) v panožnem poročilu (Nem. *Branchenbericht* 2004) obravnava vodni šport in njegove najpomembnejše podpanoge v Nemčiji.

Raziskava sicer ne govori o vodnem deskanju, ampak združuje smučanje in deskanje skupaj. A vodnih deskarjev je iz leta v leto več, v veliko smučarskih centrih pa prevladujejo. Novejši smučarski centri se ne imenujejo več smučarski ampak deskarski (angl. *wakeboard*) centri ali parki. V Nemčiji je takih centrov 17 od 59 centrov, a to ne pomeni, da v ostalih centrih vodno deskanje ni prisotno.

Starostna in spolna struktura kupcev je bila leta 2000 v Nemčiji naslednja:

Tabela 2: Vodni smučarji po starostnih skupinah in spolu

Starostna skupina	do 20	20 – 35	36 – 50	51 – 65	nad 65	Moški Spol	Ženski spol
Vodni smučarji	6,70%	33,30%	40,00%	13,30%	/	73,30%	26,70%

Opomba: 100 % je celota, preostanek: ni bilo odgovora

Vir: BWVS, Branchenbericht 2004, str. 11.

Struktura po poklicih kupcev je bila leta 2000 v Nemčiji naslednja:

Tabela 3: Vodni smučarji po poklicih

Poklic	Šolar / Študent	Zaposleni v javnem sektorju	Zaposleni v privatnem sektorju	Delavec	Samozaposleni
Vodni smučarji	6,70%	6,70%	46,70%	/	33,30%

Opomba: 100 % je celota, preostanek: ni bilo odgovora

Vir: BWVS, Branchenbericht 2004, str. 11.

Struktura po mesečnem dohodku kupcev je bila leta 2000 v Nemčiji naslednja:

Tabela 4: Vodni smučarji po dohodkovnih skupinah

Dohodkovna Skupina	do 1.022 €	1.023 – 1.790 €	1.790 – 2.556 €	2.557 – 5.113 €	nad 5.113 €
Vodni smučarji	/	20,00%	26,70%	33,3 %	5,30%

Opomba: 100 % je celota, preostanek: ni bilo odgovora

Vir: BWVS, Branchenbericht 2004, str. 13.

Povprečna mesečna poraba, ki so jo kupci porabili za vodno smučanje v letu 2000 v Nemčiji je bila naslednja:

Tabela 5: Povprečna mesečna poraba za vodno smučanje

Izdatkovna skupina	do 51 €	52 – 127 €	128 – 178 €	179 – 255 €	256 – 511 €	nad 512 €
Vodni smučarji	46,70%	13,30%	6,70%	6,70%	6,70%	/

Opomba: 100 % je celota, preostanek: ni bilo odgovora

Vir: BWVS, Branchenbericht 2004, str. 13.

2.1.2 Nakupne navade na spletu

Uporaba kreditnih kartic v Nemčiji

Uporaba kreditnih kartic se po državah evropske unije zelo razlikuje. V Nemčiji je po podatkih BIC (Bank for International Settlement) leta 2001 prišlo na 1000 prebivalcev v povprečju 228 kreditnih kartic. V Veliki Britaniji pa v isti raziskavi v povprečju 936 kreditnih kartic na 1000 prebivalcev. Zaradi dejstva, da je v Nemčiji leta 2001 manj kot četrtina ljudi uporabljala kreditne kartice, smo se odločili, da poleg plačevanja s kreditno kartico uporabimo strankam bolj prijazno metodo plačevanja z mobilnikom.

2.1.3 Segmentacija

Ponudba naših storitev je zelo specifična in zapolnjuje tržno nišo, vseeno pa lahko kupce razdelimo na tri segmente po nivoju znanja, ki ga imajo: začetniki, navdušenci in polprofesionalci.

Začetniki

Pri vodnem deskanju s pomočjo vlečnice začetniki dobijo osnovne informacije in napotke že na sami vlečnici, kjer imajo zaposleni približno pol minute časa, da začetniku razložijo osnove, nato pa začetnik poizkuša sam. V tem segmentu ne govorimo o pravih začetnikih, ampak o ljudeh, ki so že vsaj enkrat poizkusili vodno deskanje. Začetniki imajo navadno dva razloga, zakaj poiskati več informacij o vodnem deskanju na internetu. Prvi razlog izhaja iz nezadovoljstva in neuspeha pri štartu na vlečnici. Drugi razlog pa iz navdušenja po prvi vožnji z vodno desko. Ta segment potrebuje osnovne informacije o vodnem deskanju, ki so v veliki meri že prisotne na spletnih straneh, a niso zbrane na enem mestu. Zato smo se odločili, da bomo za ta segment navedli nekaj osnovnih informacij brezplačno na promocijski strani spletnega portala. S pravnimi nasveti in zadovoljstvom strank bomo iz tega segmenta pridobivali stranke tudi naprej.

Navdušenci

Navdušenci bodo najverjetneje naš največji segment kupcev, sem spadajo ljudje, ki imajo svojo lastno opremo in želijo napredovati iz sezone v sezono. Navdušeno spremljajo vodno deskanje, so oboževalci profesionalnih tekmovalcev, veliko jim pomenijo vodno deskarske blagovne znamke in vozijo rekreativno. Ta segment je bolj zahteven kot segment začetnikov. Zaradi želje po napredovanju potrebujejo profesionalno učno vsebino in občasno tudi individualne nasvete inštruktorja, ki ga cenijo. Pri tem segmentu je najbolj pomembno, da jim zagotovimo široko paleto možnosti napredka, kar pomeni, da moramo objaviti čim več različnih vsebin.

Polprofesionalci

Polprofesionalci so segment najbolj zahtevnih vodnih deskarjev, ki se želijo iz dneva v dan učiti od najboljših ljudi. Večina ima profesionalno opremo in sezonske vozovnice, vlečnico pa obiskujejo večkrat tedensko. Najpogosteje se polprofesionalci odločijo za iskanje informacij na spletu, ko jim zmanjka idej ali v svoji okolici nimajo nekoga boljšega, ki bi jih vzpodbujal. Naš pristop do polprofesionalcev bo temeljil na individualnih potrebah učencev in učenju profesionalnega inštruktorja z dobrim slovesom.

2.2 Obseg trga in trendi

Na nemškem trgu je bilo po podatkih iz raziskave Bundesverband Wassersportwirtschaft E.V. (2004) 0,48 milijona aktivnih športnikov na področju vodnega smučanja. V isti

raziskavi pa so glede na odgovore vprašanih preračunali, da je potencial na področju vodnega smučanja v Nemčiji sega malo pod 6,5 milijonov ljudi. Dodatnih potencialnih 6 milijonov ljudi uvršča vodno smučanje in deskanje, kot najhitreje rastoči šport v Nemčiji in šport z najvišjim potencialom razvoja.

Prihodke celotnega vodnega smučanja v letu 2000 smo izračunali preko števila aktivnih športnikov in strukture povprečne mesečne porabe vodnega smučarja.

Tabela 6: Izračun povprečne mesečne porabe vodnega smučarja

Izdatkovna skupina	do 51 €	52 –127 €	128 –178 €	179 – 255 €	256 – 511 €	
Povprečna mesečna poraba v skupini	25,50 €	89,50 €	153,00 €	217,00 €	383,50 €	
Ponder	0,467	0,133	0,067	0,067	0,067	Skupaj:
Povprečna mesečna poraba v skupini * Ponder	11,91 €	11,90 €	10,25 €	14,54 €	25,69 €	74,30 €

* Povprečje dohodkovnih skupin iz Tabele 5

** Za ponder smo izbrali delež vodnih smučarjev v izdatkovni skupini iz Tabele 5

Skupna povprečna poraba na kupca na mesec je leta 2000 v Nemčiji znašala 74,30 evrov, kar je v povprečju 891,56 evrov na leto. To številko smo pomnožili s številom aktivnih športnikov in dobili približek vrednosti trga, ki znaša 427.947.840,00 evrov. Zavedamo se, da je kupec porabi letno vsoto v mesecih od aprila do septembra, torej v vodnodeskarski sezoni, in da je v ta znesek všteti nakup opreme, vozovnic ter inštruktorja.

2.3 Konkurenca

2.3.1 Širša konkurenca

Pri analizi širše konkurence smo se osredotočili na nemški trg, saj bomo večino prihodkov realizirali v Nemčiji. Na našo odločitev je prav tako vplivalo dejstvo, da večina konkurenčnih podjetij deluje lokalno ali pa tečaji potekajo v nemškem jeziku.

Širšo konkurenco smo razdelili na dva dela, in sicer: vodnodeskarske šole in večdnevni vodnodeskarski tabori

Deskarske šole

Vodnodeskarske šole delujejo lokalno. To potrjuje spisek šol spodaj in so navadno v lasti vodno-smučarskih centrov. V evidenci Deutscher Wasserski- und Wakeboardverband e.V. so navedene naslednje vodno smučarske šole: Wasserskianlage Leipzig, Wasserskilift Grossbeeren GmbH, Wasserski Seil.Neubrandenburg, Wasserski Zachun, Hot Sportschulen, Cable Sports East Magdeburg, Freizeitzentrum Xanten, Watazoo Freizeitanlagenbetriebs GmbH in Wasserskipark Pfullendorf

Zavedamo se, da vse šole niso navedene v evidenci, lahko pa predvidevamo, da ima vsak vodno-smučarski center vsaj nekakšno obliko šole. Po podatkih International Cableways Association je v Nemčiji okoli 60 vodno-smučarskih centrov, iz česar lahko sklepamo, da obstaja podobno število vodno smučarskih in deskarskih šol.

Večdnevni deskarski tabori

Deskarski tabori so popularna oblika učenja deskanja in druženja z vrstniki, ki so prav tako navdušenci za vodno deskanje. Za razliko od šol so organizirani le nekajkrat letno in pokrivajo širše področje. Trenerji in učitelji so najpogosteje profesionalni športniki ali trenerji. Cena vključuje paket, v katerega so vključeni namestitev, hrana, vozovnica, opcijska oprema in učenje.

Spisek največjih deskarskih taborov: Fetzyworld Wakeboard Camps cena 439 evrov, 4 dni, Oakley Women Camp, Wet & Wild Berlin, Wakeup camp Lagenfeld in Turncable Wakeboard Camps.

2.3.2 Ožja konkurenca

V ožjo konkurenco se umešča spletno učenje, ki poteka na dva načina:

učenje na spletnih portalih in
profesionalno učenje

Učenje na spletnih portalih

Učenje na spletnih portalih je zastojnsko in poteka prek izmenjave videov in izmenjave informacij na forumih. Takšnih portalov je veliko, a nihče ne ponuja celotne palete trikov, informacije pa so pogosto preskope za resno napredovanje učenca. Naj naštejemo le nekaj portalov, ki jih dobimo če v Googlov iskalnik napišemo ključni besedi »wakeboard tips«, v prevodu nasveti za vodno deskanje: Youtube.com (Največja zbirka amaterskih in polprofesionalnih učnih vodno deskarskih videov na spletu, prevladuje vodno deskanje za čolnom.), Wakeboarder.com (Zbirka opisov trikov, prav tako prevladuje vodno deskanje za čolnom. Najdemo pa tudi promocijske videe spletne strani Learnwake.com.) Waterski.about.com (Najdemo le začetniške napotke in oglase za plačljive storitve in izdelke.) Wakeboardbum.com (Tudi tukaj najdemo le začetniške napotke.) in Extremprosports.com (Le napotki za vodno deskanje za čolnom.)

Profesionalno učenje

Za razliko od spletnih portalov je za storitve takšne strani potrebno plačati. Trenerji so profesionalni deskarji, učenje pa poteka bolj interaktivno kot na spletnih portalih. Dve najbolj obiskani in prepoznavni spletni strani sta: Learnwake.com in Cable-addicts.com

Learnwake.com

Spletno stran Learnwake.com, ki pokriva učenje vodnega deskanja za čolnom, sta ustanovila Mike McLin in Kyle Schmidt, oba bivša tekmovalca v svetovnem pokalu. 24.3.2008 je podjetje začelo z nalaganjem vsebin na njihov portal. Spletna stran je od začetka zaprta za javnost, le naročniki si lahko, proti plačilu mesečne ali letne naročnine, ogledujejo vsebine in uporabljajo spletno stran. Na spletni strani je bilo 17.3.2010 objavljenih 49 inštrukcijskih videov, 5 DVD-jev, 168 kratkih videov in 98 strani v knjižnici. Na omenjeni datum je bilo na spletno stran naročenih 1752 naročnikov. Cena mesečne naročnine na spletno stran je 9,99 ameriških dolarjev, letna naročnina pa znaša 99,99 ameriških dolarjev. Spletna stran je v angleškem jeziku. Če predpostavljamo, da podjetje prodaja le mesečne naročnine in predvidevamo, da je število naročnikov 17.3.2010 povprečje celotnega leta ter zanemarimo prihodke spletnega oglaševanja, lahko izračunamo, da bi morale imeti podjetje okoli 210.029 ameriških dolarjev prihodkov v letu 2010.

Cable-addicts.com

Je spletni portal, ki ga je ustanovil Andreas Voss, namenjen je vodnim deskarjem, ki uporabljajo vlečnico. Poleg brezplačnih informacij o opremi, trikih, lokacijah,.. ponuja tudi plačljive vsebine. Profesionalni in inštrukcijski video posnetki so na spletni strani plačljivi po videu. 31.3.2010 so na strani ponujali 5 inštrukcijskih videov in 6 epizod profesionalnih videov. Cena inštrukcijskega videa je 1 evro, cena epizode pa je 2 evra. Spletna stran je v angleškem in nemškem jeziku. Podatkov o prodaji tega spletnega podjetja nismo dobili, cilj je bil le predstaviti alternativni poslovni model.

3 EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA

3.1 Prihodki in predpostavke za izračun: Cena, količina

3.1.1 Cena

Cena za prvih 300 naročnikov je 5,5 evrov in se plača vnaprej za vsak mesec posebej, če naročnik prekini naročniško razmerje zgubi status prvega naročnika.

Cena mesečne naročnine je 8,9 evrov in se plača vnaprej za vsak mesec posebej. Cena letne naročnine pa znaša 69,00 evrov in se plača vnaprej vsako leto.

3.1.2 Prodaja

V spodnji tabeli je navedeno povprečno mesečno in letno število naročnikov na storitve spletne strani waketips.de:

Tabela 7: Povprečje prodanih naročnin po letih

Leto	2011	2012	2013	2014	2015
Povprečje prvih naročnikov, ki plačujejo mesečno	194	167	125	83	58
Povprečje naročnikov, ki pačujejo mesečno (mobilnik)	187	432	758	919	1074
Povprečje naročnikov, ki pačujejo mesečno (kreditna kartica)	69	159	280	340	397
Povprečje naročnikov, ki plačajo letno	50	84	129	149	170

V prvem letu predvidevamo, da se bo 90% kupcev odločilo za plačevanje naročnine vsak mesec, preostalih 10% pa enkrat letno. V petem letu pa bo zaupanje kupcev večje, zato predvidevamo, da se bo nekaj manj kot 15% kupcev odločilo za letno plačilo naročnine.

3.1.3 Prihodki

Iz zgoraj navedenih predpostavk lahko izračunamo, da bodo prihodki po letih takšni:

Tabela 8: Prihodki po letih

Leto	2011	2012	2013	2014	2015
Prihodki (v evrih)	43677	79937	128009	150220	172661

3.2 Variabilni stroški

Variabilni stroški obsegajo provizijo ponudnikom kreditnih kartic, provizijo ponudnikom plačila z mobilnikom in stimulativen del dohodka inštruktorja. Variabilni stroški po letih znašajo:

Tabela 9: Proizvajalni stroški po letih

Leto	2011	2012	2013	2014	2015
Proizvajalni stroški (v evrih)	27007	45410	64362	70243	76047

3.3 Prispevek za kritje fiksnih stroškov in dobička

Prispevek za kritje fiksnih stroškov je odvisen od prodajne poti, ki jo izberemo kupec, saj imamo z različnimi prodajnimi potmi različne variabilne stroške. Več o strukturi cene, iz katerega je izpeljan prispevek, je predstavljeno v točki 4.4.

Tabela 10: Prispevek za kritje

Oblika naročnine in prodajna pot	Prispevek za kritje FC in dobička/naročnino
Mesečno (Kreditna kartica)	= 6,40 €
Mesečno (Mobilnik)	= 4,07 €
Letno (Kreditna kartica)	= 49,84 € ali = 4,15 €/ mesec

Prispevek za kritje fiksnih stroškov in dobička po letih pa znaša:

Tabela 11: Prispevek za kritje fiksnih stroškov in dobička po letih

Leto	2011	2012	2013	2014	2015
Prispevek za kritje FC in dobička (v evrih)	16924	37508	64965	78428	91411

3.4 Točka preloma

Točko preloma smo izračunali le za dve prodajni poti, izključili pa promocijsko ceno za prve naročnike in letne naročnine. Povprečne variabilne stroške smo izračunali po deležu prodaje po eni in po drugi prodajni poti. Predvidevali smo, da bomo preko kreditnih kartic prodali 27% naročnin, preko plačila z mobilnikom pa 73% naročnin.

Točka preloma bomo dosegli s prodajo 5469 mesečnih naročnin v prvem letu ali v povprečju 455 prodanih naročnin na mesec.

3.5 Analiza donosnosti

Kosmati dobiček iz prodaje po letih znaša:

Tabela 12: Kosmati dobiček iz prodaje po letih

Leto	2011	2012	2013	2014	2015
Kosmati dobiček iz prodaje (v evrih)	13896	30617	57267	73297	90033

Čisti dobiček po letih znaša:

Tabela 13: Čisti dobiček od prodaje po letih

Leto	2011	2012	2013	2014	2015
Čisti dobiček (v evrih)	3757	8814	11574	24398	37787

Stopnje donosov po letih znašajo:

Tabela 14: Stopnje donosov po letih

Leto	2011	2012	2013	2014	2015
ROA	0,19	0,33	0,31	0,43	0,42
ROE	0,22	0,42	0,39	0,59	0,58

Interna stopnja donosa (iz podatkov po letih) znaša: 43,5 %

3.6 Upravljanje z denarnim tokom podjetja

V prvem letu bo potrebno zagotoviti dodaten kapital za pokrivanje denarnega toka, nato pa bomo po projekcijah imeli presežne količine denarja, zato bomo vlgali v promocijo, sorodne spletne strani (skateboard, snowboard,...) in nove projekte.

Denarni tok v prvem letu, ko se raven denarja najbolj spreminja:

Tabela 15: Denarni tok v prvem letu poslovanja

Mesec	jan	feb	mar	apr	maj	jun
Denar konec obdobja(v evrih)	3650	3550	450	1672	2588	3897
Mesec	jul	avg	sep	okt	nov	dec
Denar konec obdobja(v evrih)	6409	7780	9305	9985	10805	11571

4 NAČRT TRŽENJA

4.1 Izdelki in storitve (s poudarkom na trženjskemu delu)

Ob vstopu na trg bomo kupcem ponudili paleto osnovnih inštrukcijskih video posnetkov in nasvetov. Naša ključna prednost pa bo, da se bomo, z relativno majhnimi stroški, lahko posvetili vsaki stranki posebej.

Na spletno stran bomo dodali orodje, kjer bodo lahko stranke, v primeru, da ne najdejo vsebine na spletni strani, dodale zahtevek za nov inštrukcijski video ali drugo vsebino. To orodje bo za nas vodilo, kam naj usmerjamo našo spletno stran in kakšne vsebine naj dodajamo.

Več o poteku storitve je navedeno v točki 5.1.

4.2 Cenovna strategija

Poslovni model podjetja WakeTips.de temelji na plačilu naročnine, ne glede na uporabo spletne strani, zato smo oblikovali dva različna načina plačevanja naročnine s tremi različnimi načini plačila. Stranke bodo naše storitve plačevale na mesečni ali letni ravni.

Mesečna naročnina bo znašala 8,9 evrov, in jo bo mogoče plačati s kreditno kartico, PayPal-om in mobilnim telefonom

Letna naročnina bo znašala 69,0 evrov, in jo bo za razliko od mesečne naročnine mogoče plačati le preko kreditne kartice in PayPal-a.

4.3 Tržno komuniciranje

4.3.1 Oglaševanje

Storitve, ki jih ponujamo, bomo oglaševali s pomočjo različnih orodij in spletnih strani na internetu: spletni plakati (angl. *web banner*) in sponzorirane povezave na Google.com (google.ads)

Spletne plakate bomo pripeli na dva najbolj prepoznavna spletna portala spodročja vodnega deskanja: cablewakeboard.com in boardforce.net

Preko sponzoriranih povezav na google.com pa bomo zakupili ključne besedne zveze: wakeboard tips, wake tips, wakeboard instructions, wakeboarden lehrnen, wakeboarden tips in podobne ključne besede v nemškem in angleškem jeziku.

4.3.2 Odnosi z javnostmi

V drugem letu našega delovanja bomo kot sosponsor sodelovali na enem od večjih vodnodeskarskih tekmovanj v Nemčiji. Tekmovanja, ki imajo veliko gledalcev, so priložnost, da predstavimo našo spletno stran kot sredstvo, kako iz športnega navdušenca preiti v dobrega športnika ali celo profesionalca.

4.3.3 Pospeševanje prodaje

Kratkoročno bomo vzpodbudili prodajo z različnimi akcijami:

1. Prvim 300 strankam bomo ponudili ceno 5,5 evrov mesečno, dokler želijo ostati naše stranke
2. V drugem letu, ko bo zaupanje v spletno stran večje, bomo ponudili doživljensko članstvo za ceno dveh ali treh letnih naročnin. To akcijo bomo ponudili tako obstoječim, kot tudi novim članom. Glede na oceno uspešnosti te akcije bomo to akcijo ponovili tudi v naslednjih letih.

4.3.4 Elektronsko trženje

Naslednji medij bo socialno omrežje za vodno deskanje, ki ga bomo razvili sami ali pa v sodelovanju s spletno stranjo bestrick.com. Preko tega orodja bomo zbirali informacije o naših potencialnih strankah in jim predlagali, da obišejo spletno stran waketips.de.

Tretji medij bo spletna stran youtube.com in njej podobne spletne strani. Na youtube.com bomo naložili promocijske vsebine, ki bodo posredovale nekaj informacij, a ne tako izčrpno kot na sami spletni strani, prav tako pa bo v vsebino vključen promocijski spot s kratko predstavitevijo strani.

4.4 Prodajne poti

Naše storitve bomo prodajali preko spleta na spletni strani waketips.de, kupci bodo imeli možnost plačevanja preko kreditne kartice, storitve PayPal in preko mobilnega telefona s storitvijo Mopay. Ponudili bomo tudi darilni bon, ki ga bo moč kupiti preko spleta na naši spletni strani, v večjih spletnih trgovinah z darili in fizično v specializiranih trgovinah z opremo za vodno deskanje.

Realizacija cene po različnih prodajnih poteh:

Tabela 16: Realizacija cene: kreditna kartica in PayPal (mesečna naročnina)

Maloprodajna cena	8,90 €
Davek (DDV 20%)	-1,48 €
Provizija kreditna kartica (1,9 % + 0,35 €)	-0,52 €
Variabilni del dohodka inštruktorja	-0,50 €
Cena, ki jo lahko podjetje realizira	= 6,40 €

Tabela 17: Realizacija cene: storitev Mopay (plačevanje z mobilnikom) (mesečna naročnina)

Maloprodajna cena	8,90 €
Davek (DDV 20%)	-1,48 €
Provizija Mopay (32 % maloprodajne cene)	-2,85 €
Variabilni del dohodka inštruktorja	-0,50 €
Cena, ki jo lahko podjetje realizira	= 4,07 €

Pri prodaji z mobilnikom se srečujemo s provizijo v višini 32% maloprodajne cene, ki predstavlja visok variabilni strošek. V podjetniški skupini verjamemo, da je plačevanje z mobilnikom konkurenčna prednost, saj bomo tako dostopni večjemu številu potencialnih strank. Ker gre za občutljivo področje, moramo pazljivo spremljati odstotek prodaje z mobilnikom in odstotek prodaje z kreditnimi karticami. V primeru zelo visokega odstotka plačevanja z mobilnikom bo potrebno ukrepati s popustom na plačevanje s kreditno kartico, ki bi spodbudil stranke, da plačujejo s kreditno kartico, če jo imajo. Spremljati pa moramo tudi možnost, da se zaradi razlikovanja cen stranke ne odločijo za nakup.

Tabela 18: Realizacija cene: kreditna kartica in PayPal (letna naročnina)

Maloprodajna cena	69,00 €
Davek (DDV 20%)	-11,50 €
Provizija kreditna kartica (1,9 % + 0,35 €)	-1,66 €
Variabilni del dohodka inštruktorja	-6,00 €
Cena, ki jo lahko podjetje realizira	= 49,84 € ali = 4,15 €/ mesec

5 PROIZVODNI IN STORITVENI NAČRT

5.1 Postopek izdelave izdelka ali izvedbe storitve

Potencialne stranke bodo na spletno stran prišle preko iskalnika, internetne povezave, oglasa ali drugega sredstva, s katerim bomo oglaševali našo storitev. Prva stran bo predstavitvena, namenjena oglaševanju, ter javna. Predstvi bomo vsak zavikek posebej (video, knjižnica, tabla (angl. *forum*), klepetalnica (angl. *chat*) in igre). Stranka bo na ta način dobila predstavo, kaj se skriva v oddelku, ki je dostopen le naročnikom. Prav tako bomo stranki predstavili razloge, zakaj se odločiti za nakup.

Stranke bodo imele možnost tridnevne brezplačne uporabe portala, v primeru, da se bodo strinjale s pogoji poslovanja in vnesle svoje podatke (ime, priimek, datum rojstva, e-mail naslov, uporabniško ime, geslo za dostop in podatke za plačilo), po preteku treh dni bomo avtomatsko zaračunali mesečno ali letno naročnino s kreditno kartico, PayPal-om ali mobilnikom, če stranka seveda prej ne prekliče naročnine. Takoj, ko bo plačilo izvedeno, bodo stranke dobile elektronsko pošto, s katero jih bomo obvestili o nakupu in se zahvalili za nakup. Od tega trenutka dalje bo stranka imela možnost uporabljati spletni portal.

Strankam, ki se bodo prvič vpisale na portal, bomo predlagali, naj izpolnijo podatke o opremi, načinu vožnje in znanju, ki ga že imajo. Na podlagi teh podatkov bomo stranki predlagali, kje na portalu naj stranka začne z zbiranjem informacij. Stranka bo nato lahko pregledovala učna besedila, napotke posnete na videu, kratke videe, igrala igre in sodelovala v klepetalnici. Portal bo vseboval profesionalno vsebino in ponujal veliko različnih poglavij za vse ravni znanja naših strank. Zasledovali bomo cilj, da bo WakeTips.de mesto, kjer bodo na voljo vse informacije o vodnem deskanju.

Poleg vseh informacij, ki jih bodo stranke lahko poiskale same, bomo dodali uporabnost, ki bo imela za stranke največjo dodano vrednost in bo ključni odločevalec pri nakupu naročnine. Strankam bomo omogočili nalaganje lastnih videov, na katerih bodo predhodno posneli svojo vožnjo in trike. Video bodo nato pripeli v klepetalnico in napisali vprašanje. Ta storitev bo temeljila na individualnem delu s stranko (učencem) in inštruktorjem. Inštruktor bo na osnovi ogleda videa učenca odgovoril učencu, kako napraviti trik ali

izboljšati vožnjo. Bistven pri ponudbi te storitve je inštruktor, ki velja v svetu vodnega deskanja za osebo, ki ima veliko ali celo največ tako praktičnega kot teoretičnega znanja o športu.

Dodali bomo še nekaj uporabnosti, ki bodo povezovale uporabnike v spletno socialno omrežje zato bo vsaka stranka imela na spletni strani svojo osebno stran, kjer bo vidna (z dovoljenjem stranke) strankina raven znanja, videi in slike, ki jih je stranka naložila. Vsi uporabniki bodo imeli možnost ocenjevanja drugih uporabnikov portala. Inštruktor pa bo ocenjeval videe vsake posamezne stranke in podelil diplomo za različno raven znanja.

Inštruktor bo torej imel dve nalogi: učenje in ocenjevanje, vse pa bo poizkušal narediti v najkrajšem možnem času, ali največ 24-ih urah.

5.2 Potrebna oprema za izdelavo izdelka ali izvedbo storitve

Za izdelavo spletne strani bo potrebno veliko različnih vrst profesionalnih storitev, kot so snemanje videov, izdelovanje grafike spletne strani, programiranje spletne strani in individualno učenje preko spleta. Te storitve bodo kratkoročne ali pa bo obseg dela zelo nihal, zato bomo za večino aktivnosti najeli zunanja podjetja.

Inštruktor bo v procesu storitve potreboval osebni ali prenosni računalnik in internetno povezavo. Glede na fleksibilnost delavnika in kraja dela pisarniških prostorov ne bomo potrebovali.

5.3 Potrebe po zaposlenih in delovni čas

V podjetju bo v začetku zaposlena ena oseba, ki bo odgovorna za trženje in razvoj, ostale aktivnosti bomo pa bodo opravljala zunaj najeta podjetja.

Spletna stran bo aktivna 24 ur na dan in 7 dni v tednu, z izjemami vzdrževalnih del, ki jih bomo poiskovali izvesti v času, ko bo najmanj obiska na strani. Odzivni čas inštruktorja na vprašanja strank bo 24 ur ali manj.

5.4 Zunanji sodelavci in zunaj najeta podjetja

Podjetja, vključena v izvajanje naše aktivnosti:

NeoStudio d.o.o.

Je podjetje, ki bo prevzelo oblikovanje in izdelavo spletne strani. Sodelovali pa bodo tudi pri vzdrževanju, popravkih in pri nalaganju novih vsebin na spletno stran.

Setup Production

Produksijska hiša, ki bo vodila tehnični del snemanja in obdelave filmov, ki jih bomo posneli.

Wakeboard Schule Austria

Vodno deskarska šola Daniela Fetza, ki bo zadolžen za strokovno plat filmov, textov in gradiv za učenje vodnega deskanja.

Bestrick GmbH

Spletno socialno omrežje, ki bo naš ključni oglaševalec. Z njihovo pomočjo bomo zbirali podatke o strankah in jim predlagali našo storitev.

6 NAČRT RAZVOJA

6.1 Trenutni status razvoja izdelkov/storitev in naloge do dokončanja razvoja

Do sedaj smo uspeli razviti naslednje naloge: shema spletne strani, poslovni model in pridobiti poslovne partnerje ter sodelavce

V nadeljevanju nas čakajo še naslednje naloge: Ustanovitev podjetja, izdelava spletne strani, priprava tekstovnih in video vsebin, oglaševanje, splavitev spletne strani ter izboljšave

6.2 Sistem izboljševanja in uvajanja novih proizvodov

Izboljšave bodo naša stalnica, na svetovnem spletu si ne moremo privoščiti, da zaostanemo za trendi, zato bomo že v začetku spletno stran oblikovali tako, da bodo mogoči popravki in izboljšave.

Z zagonom spletne strani bomo ponujali določeno vsebino, hkrati pa snemali in oblikovali nove vsebine. Naš cilj bo, da vsak teden v visoki sezoni dodamo nov inštrukcijski video in novo stran.

6.3 Sredstva namenjena razvoju

Zadovoljstvo naročnikov bo zagotovljeno le v z vedno novimi učnimi vsebinami na naši spletni strani. Največ sredstev bomo vložili v ustvarjanje novih učnih vsebin. Spodnja tabela prikazuje na sredstva namenjena razvoju.

Tabela 19: Sredstva namenjena razvoju po letih

Leto	2011	2012	2013
Sredstva (v evrih)	4000,00	5800,00	10850,00

Poleg zgoraj omenjenih sredstev bo potreben stalen razvoj spletne strani z dodajanjem novih orodij in možnosti.

6.4 Avtorske pravice

Video vsebine in učni teksti bodo avtorski in last našega podjetja. Zaradi neprijetnosti in izgube dohodka ob morebitni kraji avtorskih del, bomo stranke, preden bodo lahko

pregledovale vsebino, pozvali k strinjanju pogojev poslovanja. V izjavi o pogojih poslovanja pa bo potrebno jasno opredeliti pogoje in sankcije v primeru neupoštevanja. S tehnične plati spletne strani bo potrebno zagotoviti nadzor nad nepooblaščenimi in škodljivim aktivnostmi.

7 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI

7.1 Organizacijska struktura

Podjetje bo v začetku zaposlovalo eno osebo, ki bo skrbel za nemoteno delovanje podjetja in idejno vodenje projektov, katerih izvajalci bodo zunaj najeta podjetja.

7.2 Ključno vodstveno osebje in ključni kadri

Manager podjetja Jan Markun bo skrbel za vodenje podjetja, razvijanje novih idej, stalno izboljšavo storitev in bo deloval kot posrednik v komunikaciji med podjetji, ki bodo sodelovala v procesu izdelave storitev.

7.3 Politika zaposlovanja in nagrajevanja v podjetju

V podjetju je zaradi narave dela in organiziranosti zaposlovanje v prvih dveh do treh let obstoja omejeno, prav tako pa zaradi nišne ponudbe in zelo specifičnih znanj, ki jih potrebujemo.

V podjetju bomo nagrajevali zaposlene, ki prispevajo najvišjo vrednost in so v najbližjem stiku s strankami. Inštruktor vodnega deskanja je zagotovo takšna oseba, ki bo poleg fiksnega mesečnega plačila dobil še variabilni del, ki znaša 50 centov na stranko.

7.4 Drugi lastniki in investitorji, njihove pravice in omejitve

Lastniki podjetja WakeTips bodo:

Jan Markun je nosilec poslovne ideje, idejni vodja, vodja podjetja in soinvestitor s 50 % deležem; podjetje Atel d.o.o. je soinvestitor s 50 % deležem.

Družbeniki imajo v podjetju pravico do dobička in glasovanja v skladu z njihovimi deleži v podjetju.

7.5 Profesionalni svetovalci in storitve

Za vodenje podjetja sta pomembna še računovodska in pravna služba, ki ju bomo najeli po potrebi.

8 SPOŠNI TERMINSKI PLAN

8.1 Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu

V prvem poslovnem letu je in bo največ aktivnosti namenjenih razvoju storitve in podpornih sistemov za opravljanje storitev, ključne aktivnosti so:

Registracija domen
 Snemanje maj 2010
 Snemanje september 2010
 Montaža
 Sestavljanje tekstovnih učnih gradiv
 Izdelava spletne strani (oblikovanje, programiranje, testiranje)
 Urejanje pogodbenih razmerij s partnerji
 Splavitev spletne strani
 Promocija in oglaševanje
 Pridobitev prvih naročnikov
 Ugotoviti odziv naročnikov
 Izpeljati popravke

8.2 Terminski načrt

Tabela 20: Terminski načrt

Aktivnost	2010							2011								
	maj	jun	jul	avg	sep	okt	nov	dec	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	avg
Registracija domen	4 dom ene				4 dom ene											
Snemanje	4 dni															
Snemanje					4 dni											
Montaža																
Sestavljanje tekstovnih učnih gradiv																
Izdelava spletne strani (oblikovanje, programiranje, testiranje)																
Urejanje pogodbenih razmerij s partnerji																
Splavitev spletne strani												1. apr				
Promocija in oglaševanje																
Pridobitev prvih naročnikov																
Ugotoviti odziv naročnikov																
Izpeljati popravke																
Snemanje																
Sestavljanje tekstovnih učnih gradiv																

9 KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI

9.1 Makro raven

Na makro ravni smo kritična tveganja razdelili na 3 enote:

9.1.1 Previsoko ocenjen trg

Vse podatke o oceni trga smo izpeljali iz Bundesverband Wassersportwirtschaft E.V. (2004). Lahko se zgodi, da je trg vodnega deskanja manjši, kot si predstavljamo, kar lahko vpliva na manjši promet od predvidenega. Ker delujemo na nišnem trgu, je zelo pomembna profesionalnost in zaradi tega redkost storitev ter informacij, ki jih bomo predajali našim strankam. S tem načinom bomo v skrajnem primeru lahko tudi dvignili ceno storitve, saj menimo, da bodo zveste stranke pripravljene plačati tudi več za storitve in informacije, ki

jih je težko ali celo nemogoče dobiti brezplačno. Bolj mil ukrep za premostitev tega problema bodo prevodi naših strani in širitev izven meja nemškega trga.

9.1.2 Pomanjkanje zaupanja v svetovni splet in podjetje

Kot nov ponudnik na svetovnem spletu bomo najverjetneje deležni nezaupanja s strani strank. Ukrepi, ki jih bomo izvedli v tem primeru, so v prvi vrsti sodelovanje s partnerji, ki imajo ugled na področju plačevanja na internetu. Verjetno pa bomo prisiljeni ponuditi celotno vsebino v preizkus za nekaj dni in s tem bi utrdili naš ugled.

9.1.3 Večji odstotek plačevanja z mobilnikom

Različni plačilni načini so naša prednost, lahko pa se zgodi, da bodo večji odstotek strank rajši plačeval z za nas manj ugodnim načinom. Realizacija cene je za nas 2,33 evra mesečno bolj ugodna, če se stranka odloči za nakup preko kreditne kartice. Predvidevamo, da bomo prek kreditnih kartic prodali 27% naročnin, v primeru, da se ta odstotek zmanjša, bo to vplivalo na prispevek za kritje fiksnih stroškov in dobička. Ukrep za rešitev tega problema, ki ga moramo skrbno preučiti, je popust na plačilo s kreditno kartico.

9.2 Raven podjetja

V podjetju smo zbrali odlični tim sodelavcev, ki so strokovnjaki na svojem področju. Edino tveganje, ki ga znotraj podjetja prepoznamo, je odsotnost ali odstop katerega od članov tima. Delo in naloga vodje tima je, da še naprej ustvarja v timu takšno vzdušje in klimo, da se to ne bi zgodilo.

9.3 Simulirana poslovna tveganja

Izdelali smo pet simulacij tveganj, ki lahko vplivajo na poslovanje:

1. Normalno poslovanje

Predpostavljamo, da bo vse kategorije tega poslovnega načrta uresničene.

2. Previsoko ocenjen trg

30% manjša prodaja.

3. Pomanjkanje zaupanja v svetovni splet in podjetje

20% manjša prodaja v prvem letu in 10% manjša prodaja v naslednjih letih.

4. Višji odstotek plačevanja z mobilnikom

100% plačevanje z mobilnikom.

5. Prekinitev pogodbenih razmerij v timu

Stroški najema novih sodelavcev.

10 FINANČNI NAČRT

10.1 Vložki v podjetje

Začetna investicija v podjetje je sestavljena iz:

1. Neopredmetenih sredstev: 12.250 evrov, kar predstavlja video vsebine in spletno stran
2. Opredmetenih sredstev: 1.000 evrov, prenosni računalnik in
3. Denar: 3.750 evrov, za nemoteno poslovanje v prvih štirih mesecih

10.2 Viri financiranja in deleži v podjetju

Glede na tveganost posla in nišnost posla bomo ves kapital priskrbeli iz prihrankov obeh partnerjev:

Jan Markun je nosilec poslovne ideje, idejni vodja, vodja podjetja in soinvestitor s 50 % deležem in podjetje Atel d.o.o. je soinvestitor s 50 % deležem, ki pa bo v podjetje WakeTips investiralo 75% osnovnega kapitala.

10.2.1 Pojasnila in predpostavke uporabljene za izdelavo bilanc

V bilanci so prihodki o prodaji izračunani na podlagi raziskave Bundesverband Wassersportwirtschaft E.V. (2004), iz raziskave smo utemeljili in izpeljali velikost trga nato pa predpostavljali, da se na našo ponudbo odzove 0,5% trga.

Stroški so navedeni iz predračunov in cenikov.

11 PREGLEDNICE IN FINANČNI PRIKAZI

PROJEKCIJE WakeTips.de	Simulacija: 1												Leto					
	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	1700	1667	1634	1301	1400	1469	1577	1805	1919	2049	2094	2153	2207	2207	3151	42979	70165	10835
SREDSTVA (RAZEN DENARJA)	1325	1302	1279	1256	1233	1210	1187	1164	1141	1118	1095	1072	1050	1050	1239	17860	13680	7100
NEOPREDMETENA SREDSTVA	1225	1204	1184	1163	1143	1122	1102	1082	1061	1041	1020	1000	9800	9800	1199	17060	13280	7000
OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	1000	975	950	925	900	875	850	825	800	775	750	725	700	700	400	800	400	100
FINANČNE NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATVE IZ POSLOVANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DENAR	3750	3650	3550	450	1672	2588	3897	6409	7780	9305	9985	10805	11571	11571	19120	25119	56485	101253
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	1700	1667	1634	1301	1400	1469	1577	1805	1919	2049	2094	2153	2207	2207	3151	42979	70165	10835
KAPITAL	1700	1667	1634	1301	1370	1417	1506	1690	1805	1921	1974	2027	2075	2075	2957	41145	65542	103329
OSNOVNI KAPITAL	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	17000	17000	17000
ZADRŽANI DOBIČEK	0	-329	-658	-3988	-3299	-2822	-1940	-96	1059	2215	2743	3270	3757	3757	12571	24145	48542	86329
DOLG	0	0	0	0	304	514	712	1151	1137	1277	1200	1264	1314	1314	1940	1834	4622	5024
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	0	0	0	304	514	712	1151	1137	1277	1200	1264	1314	1314	1940	1834	4622	5024
IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA																		
PRIHODKI POSLOVANJA		0	0	0	3576	4471	5021	6234	5366	5366	4566	4566	4511	43677	79937	128009	150220	172661
PROIZVAJALNI STROŠKI		0	0	3000	2474	2608	2703	2838	2741	2741	2645	2645	2636	27031	45410	64362	70243	76047
AMORTIZACIJA		229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	2750	3910	6380	6680	6580
KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE		-229	-229	-3229	873	1634	2089	3167	2396	2396	1692	1692	1646	13896	30617	57267	73297	90033
STROŠKI PRODAJE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI UPRAVE		100	100	100	100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	9200	19600	42800	42800	42800
DOBIČEK IZ POSLOVANJA		-329	-329	-3329	773	534	989	2067	1296	1296	592	592	546	4696	11017	14467	30497	47233
PRIHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA		-329	-329	-3329	773	534	989	2067	1296	1296	592	592	546	4696	11017	14467	30497	47233
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		-329	-329	-3329	773	534	989	2067	1296	1296	592	592	546	4696	11017	14467	30497	47233
DAVEK OD DOHODKA		0	0	0	84	58	107	224	140	140	64	64	59	939	2203	2893	6099	9447
ČISTI DOBIČEK		-329	-329	-3329	689	476	882	1843	1156	1156	528	528	487	3757	8814	11574	24398	37787
IZKAZ DENARNIH TOKOV																		
DENAR KONEC OBDOBJA	3750	3650	3550	450	1672	2588	3897	6409	7780	9305	9985	10805	11571	11571	19120	25119	56485	101253
ČISTI DOBIČEK		-329	-329	-3329	689	476	882	1843	1156	1156	528	528	487	3757	8814	11574	24398	37787
AMORTIZACIJA		229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	2750	3910	6380	6680	6580
POVEČANJE DOLGA		0	0	0	304	210	198	439	-14	140	-77	64	50	1314	625	-105	2788	402
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)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5800	11850	2500	0
DENARNI TOK		-100	-100	-3100	1222	916	1309	2512	1371	1525	680	821	766	7821	7549	5999	31366	44769

SKLEP

V poslovnem načrtu podjetja WakeTips.de smo pokazali vsa ključna poglavja o poslovni ideji in vodenju podjetja. Ugotovitve, iz raziskav pred izdelavo poslovnega načrta, so nam pomagale pri spremembi prvotne poslovne ideje. V poslovnem načrtu smo pokazali konkurenčne prednosti našega podjetja, izdelali strategijo vstopa in del poslovne strategije. Poudarili smo ključne segmente in opisali nemški trg na katerega želimo najprej vstopiti. Predvidevamo, da bo podjetje s poslovanjem, ki je predvideno v poslovnem načrtu, dobro poslovalo in raslo. Zavedamo se, da bo tim ljudi, ki stoji za poslovno idejo zelo pomemben faktor razvoja in uspešnosti podjetja, zato bomo skrbeli za dobro klimo v podjetniški skupini in dober odnos s partnerskimi podjetji. V primeru, da odziv kupcev na našo ponudbo ne bo dovolj visok smo naredili simulacijo tveganja in opredelili ukrepe za reševanje kritičnih stanj. Potrebno je poudariti, da smo podjetje, poslovna ideja in tim zmožni doseganja dobrih poslovnih rezultatov.

LITERATURA IN VIRI

1. Bank for International Settlement. (b.l.). Statistics on payment and settlement systems in selected countries. Najdeno 18. avgusta na spletnem naslovu <http://www.bis.org/publ/cpss54p2.pdf>
2. Bundesverband Wassersportwirtschaft E.V. (2004). Branchenbericht 2004. Najdeno 25. maja na spletnem naslovu http://www.bwvs.de/fileadmin/user_upload/mitgliederbereich/frei/pdf/Branchenbericht2004.pdf
3. Drnovšek, M., & Stritar, R., (2007). *Podjetništvo priročnik (v nastajanju)*. b.k.
4. Learnwake. (b.l.). Najdeno 15. maja na spletnem naslovu http://www.learnwake.com/index_old.php
5. Statistični urad Republike Slovenije. (b.l.). Standardna klasifikacija dejavnosti 2008 V2. Najdeno 16. avgusta na spletnem naslovu <http://www.stat.si/doc/pub/skd.pdf>
6. Trick tutorials. (b.l.) Najdeno 20. maja na spletnem naslovu <http://www.cable-addicts.com/en/videos/trick-tutorials.html>
7. Wakeboard. (b.l.) V *Wordnet Search*. Najdeno 4. septembra 2010 na spletnem naslovu <http://wordnetweb.princeton.edu/perl/webwn?s=wakeboard>
8. Wakeboard Camps. (b.l.). Najdeno 28. maja na spletnem naslovu <http://www.fetzysworld.com/index.php/de/preise>
9. Wasserski- und Wakeboardschulen. Najdeno 28. maja na spletnem naslovu [http://www.wasserski-online.de/index.php?option=com_content&task=view&id=2137774940 &Itemid=120](http://www.wasserski-online.de/index.php?option=com_content&task=view&id=2137774940&Itemid=120)

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1: Podatki za izdelavo preglednic in finančnih projekcij	1
PRILOGA 2: Simulacije poslovnih tveganj	6
PRILOGA 3: Število kreditnih kartic v primerjavi s številom mobilnih telefonov po državah	9

PRILOGA 1: Podatki za izdelavo preglednic in finančnih projekcij

OBDOBJE: -1	Mesec												Leto					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V	
PODATKI																		
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU																		
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU	4	4	4	4	10	10	10	10	10	4	4	4	7	7	7	7	7	
ANALIZA RAZMERIJ DO DRŽAVE IZ NASLOVA DDV																		
TERJATVE ZA DDV KONEC OBDOBJA	0	0	0	495	522	541	568	548	548	529	529	527	527	657	989	1087	1201	
OBVEZNOSTI ZA DDV KONEC OBDOBJA	0	0	0	715	894	1004	1247	1073	1073	913	913	902	902	1332	2133	2504	2878	
SALDO IZ NASLOVA DDV	0	0	0	-220	-373	-464	-679	-525	-525	-384	-384	-375	-375	-675	-1144	-1416	-1677	
NEOPREDMETENA SREDSTVA													Število enot: 1					
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	1225	1225	1225	1225	1225	1225	1225	1225	1225	1225	1225	1225	1225	1225	1805	2890	3140	3140
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	204	204	204	204	204	204	204	204	204	204	204	204	2450	3610	5780	6280	6280
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	204	408	613	817	1021	1225	1429	1633	1838	2042	2246	2450	2450	6060	1184	1812	2440
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	1225	1204	1184	1163	1143	1122	1102	1082	1061	1041	1020	1000	9800	9800	1199	1706	1328	7000
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5800	1085	2500	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Video vsebine																		
NABAVNA VREDNOST	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	8000	1150	1400	1400
AMORTIZACIJA		67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	800	1600	2300	2800	2800
POPRAVEK VREDNOSTI		67	133	200	267	333	400	467	533	600	667	733	800	800	2400	4700	7500	1030
NEODPISANA VREDNOST	4000	3933	3867	3800	3733	3667	3600	3533	3467	3400	3333	3267	3200	3200	5600	6800	6500	3700
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4000	3500	2500	0
Spletna stran																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Celostna grafična podoba																		
NABAVNA VREDNOST	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
AMORTIZACIJA		15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180	180	180	180	180
POPRAVEK VREDNOSTI		15	30	45	60	75	90	105	120	135	150	165	180	180	360	540	720	900
NEODPISANA VREDNOST	900	885	870	855	840	825	810	795	780	765	750	735	720	720	540	360	180	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Izdelava spletne strani																		
NABAVNA VREDNOST	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350	7350
AMORTIZACIJA		123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	1470	1470	1470	1470
POPRAVEK VREDNOSTI		123	245	368	490	613	735	858	980	1103	1225	1348	1470	1470	2940	4410	5880	7350
NEODPISANA VREDNOST	7350	7228	7105	6983	6860	6738	6615	6493	6370	6248	6125	6003	5880	5880	4410	2940	1470	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Posodobitev spletne strani																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7350	7350	7350
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1470	1470	1470
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1470	2940	4410
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5880	4410	2940
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7350	0	0
Posodobitev grafične podobe																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1800	1800	1800	1800
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	360	360	360
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	360	720	1080
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1440	1080	720	360
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1800	0	0
NEOPREDMETENO SREDSTVO																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEPREMIČNINE													Število enot: 1					
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEPREMIČNINA																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OPREMA																		
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	2000	2000
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300	300	600	400	300
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	25	50	75	100	125	150	175	200	225	250	275	300	300	600	1200	1600	1900
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	1000	975	950	925	900	875	850	825	800	775	750	725	700	700	400	800	400	100
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1000	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	200	0	0
Računalnik																		
NABAVNA VREDNOST	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
AMORTIZACIJA		25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300	300	300	100	0
POPRAVEK VREDNOSTI		25	50	75	100	125	150	175	200	225	250	275	300	300	600	900	1000	1000
NEODPISANA VREDNOST	1000	975	950	925	900	875	850	825	800	775	750	725	700	700	400	100	0	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Računalnik																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1000	1000	1000
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300	300	300
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300	600	900
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	700	400	100
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1000	0	0
Notranja oprema																		
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FINANČNE NALOŽBE																		
SKUPAJ NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ZMANJŠANJE NALOŽB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NALOŽBA																		
NALOŽBA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE NALOŽBE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATVE IZ POSLOVANJA																		
SKUPAJ TERJATVE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ZMANJŠANJE TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATEV																		
TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE TERJATVE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA																		
SKUPAJ VREDNOST ZALOGE MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST MATERIALA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KAPITAL																		
SKUPAJ GIBANJE KAPITALA	1700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1700	0	0	0	0
POVEČANJE / ZMANJŠANJE KAPITALA	1700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1700	0	0	0	0
DELITEV DOBIČKA														0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA																		
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOST																		
OBVEZNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA																		
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOST																		
OBVEZNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODKI POSLOVANJA / SPREMENLJIVI STROŠKI																		
SKUPAJ PRIHODKI	0	0	0	0	3576	4471	5021	6234	5366	5366	4566	4566	4511	4367	7993	1280	1502	1726
SKUPAJ IZSTOPNI DDV	0	0	0	0	715	894	1004	1247	1073	1073	913	913	902	8735	1598	2560	3004	3453

																7	2	4	2
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NETO PRODAJNA CENA				1024	1158	1253	1388	1291	1291	1195	1195	1186	1098	2186	3631	4319	4999		
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	205	232	251	278	258	258	239	239	237	2196	4372	7262	8639	9999	
Prvi naročniki (kreditna kartica)																			
NETO PRODAJNA CENA		5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5
PRODANA KOLIČINA		0	0	0	100	200	300	300	300	300	280	280	270	2330	2004	1500	996	696	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK		0	0	0	550	1100	1650	1650	1650	1650	1540	1540	1485	1281	1102	8250	5478	3828	
IZSTOPNI DDV		0	0	0	110	220	330	330	330	330	308	308	297	2563	2204	1650	1096	766	
STROŠKI MATERIALA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI STORITEV		0	0	0	95	190	285	285	285	285	266	266	257	2214	1904	1425	946	661	
STROŠKI DELA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VSTOPNI DDV		0	0	0	19	38	57	57	57	57	53	53	51	443	381	285	189	132	
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		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	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	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	0,0	0,0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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	0,0
MATERIAL		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	0,0
CENA ENOTE MATERIALA		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	0,0
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZUNANJE STORITVE	0,0	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	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
VSTOPNI DDV V STORITVAH		0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Provizija kreditna kartica		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
CENA STORITVE		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Variabilni del dohodka inštruktorja		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
CENA STORITVE		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
STORITEV		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	0,0
CENA STORITVE		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	0,0
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEPOSREDNO DELO	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	0,0	0,0
DELO		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	0,0
CENA 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	0,0
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mesečni naročniki (kreditna kartica)																			
NETO PRODAJNA CENA		8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9
PRODANA KOLIČINA		0	0	0	90	90	90	110	90	90	90	90	90	830	1908	3360	4080	4764	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK		0	0	0	801	801	801	979	801	801	801	801	801	7387	1698	2990	3631	4240	
IZSTOPNI DDV		0	0	0	160	160	160	196	160	160	160	160	160	1477	3396	5981	7262	8480	
STROŠKI MATERIALA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI STORITEV		0	0	0	92	92	92	112	92	92	92	92	92	847	1946	3427	4162	4859	
STROŠKI DELA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VSTOPNI DDV		0	0	0	18	18	18	22	18	18	18	18	18	169	389	685	832	972	
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		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	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	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	0,0	0,0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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	0,0
MATERIAL		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	0,0
CENA ENOTE MATERIALA		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	0,0
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ZUNANJE STORITVE	0,0	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	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
VSTOPNI DDV V STORITVAH		0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Provizija kreditna kartica		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
CENA STORITVE		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Variabilni del dohodka inštruktorja		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
CENA STORITVE		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
STORITEV		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	0,0
CENA STORITVE		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	0,0
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEPOSREDNO DELO	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	0,0	0,0
DELO		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	0,0
CENA 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	0,0
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Mesečni naročniki (mobilnik)																			
NETO PRODAJNA CENA		8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9
PRODANA KOLIČINA		0	0	0	250	250	250	250	250	250	250	250	250	2250	5184	9096	11028	12888	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK		0	0	0	2225	2225	2225	2225	2225	2225	2225	2225	2225	20025	46138	80954	98149	114703	
IZSTOPNI DDV		0	0	0	445	445	445	445	445	445	445	445	445	4005	9228	16191	19630	22941	
STROŠKI MATERIALA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI STORITEV		0	0	0	838	838	838	838	838	838	838	838	838	7538	17366	30472	36944	43175	
STROŠKI DELA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VSTOPNI DDV		0	0	0	168	168	168	168	168	168	168	168	168	1508	3473	6094	7389	8635	
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	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	0,0	0,0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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	0,0
MATERIAL		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	0,0
CENA ENOTE MATERIALA		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	0,0
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ZUNANJE STORITVE	0,0	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4
VSTOPNI DDV V STORITVAH		0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Provizija mobilnik		2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9
CENA STORITVE		2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Variabilni del dohodka inštruktorja		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
CENA STORITVE		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
STORITEV		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	0,0
CENA STORITVE		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	0,0
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEPOSREDNO DELO	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	0,0	0,0
DELO		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	0,0
CENA 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	0,0
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Letni naročniki																			
NETO PRODAJNA CENA		69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0	69,0
PRODANA KOLIČINA		0	0	0	5	5	20	10	10	0	0	0	50	84	129	149	170		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK		0	0	0	345	345	1380	690	690	0	0	0	3450	5796	8901	10281	11730		
IZSTOPNI DDV		0	0	0	69	69	276	138	138	0	0	0	690	1159	1780	2056	2346		
STROŠKI MATERIALA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI STORITEV		0	0	0	38	38	153	77	77	0	0	0	383	643	988	1141	1302		
STROŠKI DELA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VSTOPNI DDV		0	0	0	8	8	31	15	15	0	0	0	77	129	198	228	260		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	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	0,0	0,0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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	0,0
MATERIAL		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	0,0
CENA ENOTE MATERIALA		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	0,0
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ZUNANJE STORITVE	0,0	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7
VSTOPNI DDV V STORITVAH		1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Provizija kreditna kartica		1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
CENA STORITVE		1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Variabilni del dohodka inštruktorja		6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
CENA STORITVE		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
STORITEV		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	0,0
CENA STORITVE		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	0,0
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEPOSREDNO DELO	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	0,0	0,0
DELO		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	0,0
CENA 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	0,0
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Trgovina																			
NETO PRODAJNA CENA		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	0,0
PRODANA KOLIČINA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

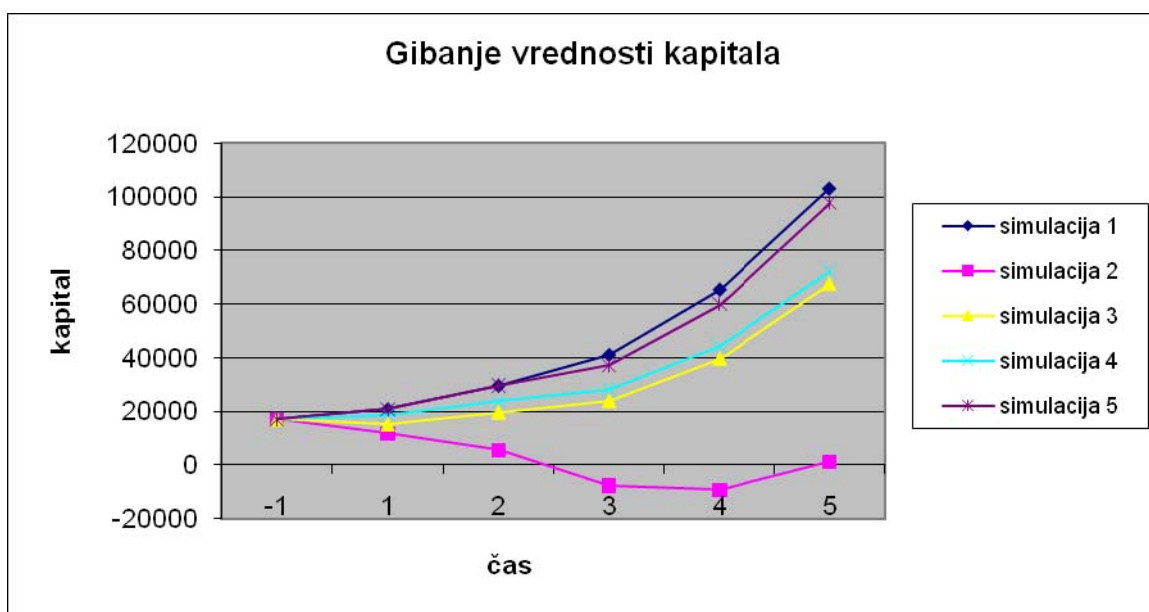
IZSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI MATERIALA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI STORITEV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI DELA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		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
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	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	0,0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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
MATERIAL		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
CENA ENOTE MATERIALA		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
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ZUNANJE STORITVE	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	0,0
VSTOPNI DDV V STORITVAH		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
STORITEV		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
CENA STORITVE		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
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEPOSREDNO DELO	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	0,0
DELO		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
CENA 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
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI																		
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	0	0	0	3000	1450	1450	1450	1450	1450	1450	1450	1450	1450	16050	23550	28050	27050	26050
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	290	290	290	290	290	290	290	290	290	2610	3510	4410	4410	4410
Fiksni del dohodka inštruktorja		0	0	0	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	9000	13500	18000	18000	18000
Vzdrževanje Mopay			0	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	4050	4050	4050	4050	4050
Oglaševanje		0	0	3000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3000	6000	6000	5000	4000
		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
STROŠKI PRODAJE																		
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prodajalec		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Natakar		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI UPRAVE																		
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	0	100	100	100	100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	9200	19600	42800	42800	42800
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Manager		0	0	0	0	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	8000	16000	32000	32000	32000
Strošek računovodstva		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200	3600	10800	10800	10800
IZREDNI PRIHODKI																		
SKUPAJ IZREDNI PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZREDNI ODHODKI																		
SKUPAJ IZREDNI ODHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bonusi za zaposlene		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODHODEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PRILOGA 2: Simulacije poslovnih tveganj

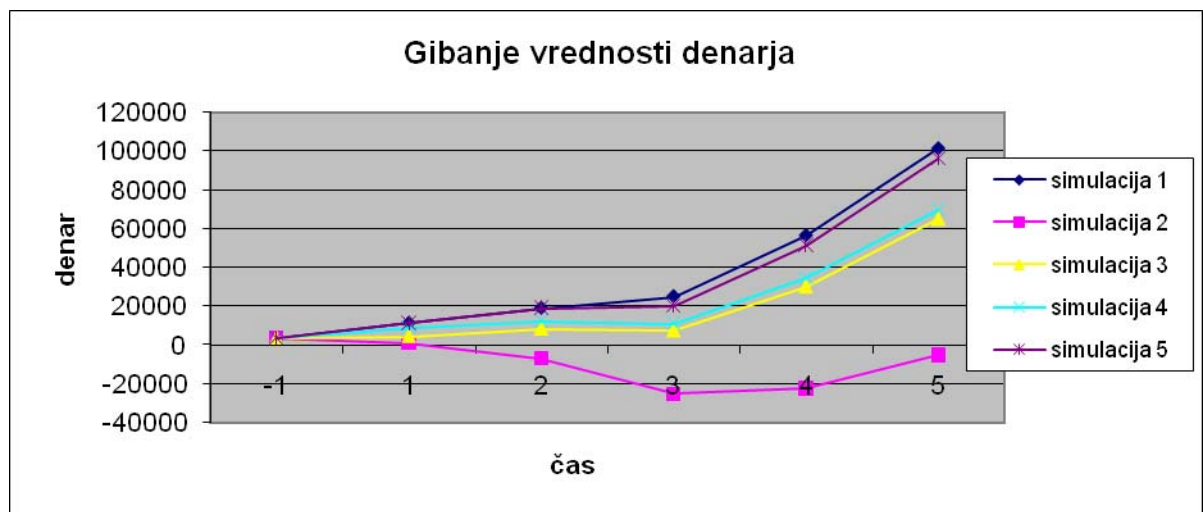
PROJEKCIJE
WakeTips.de

SIMULACIJE

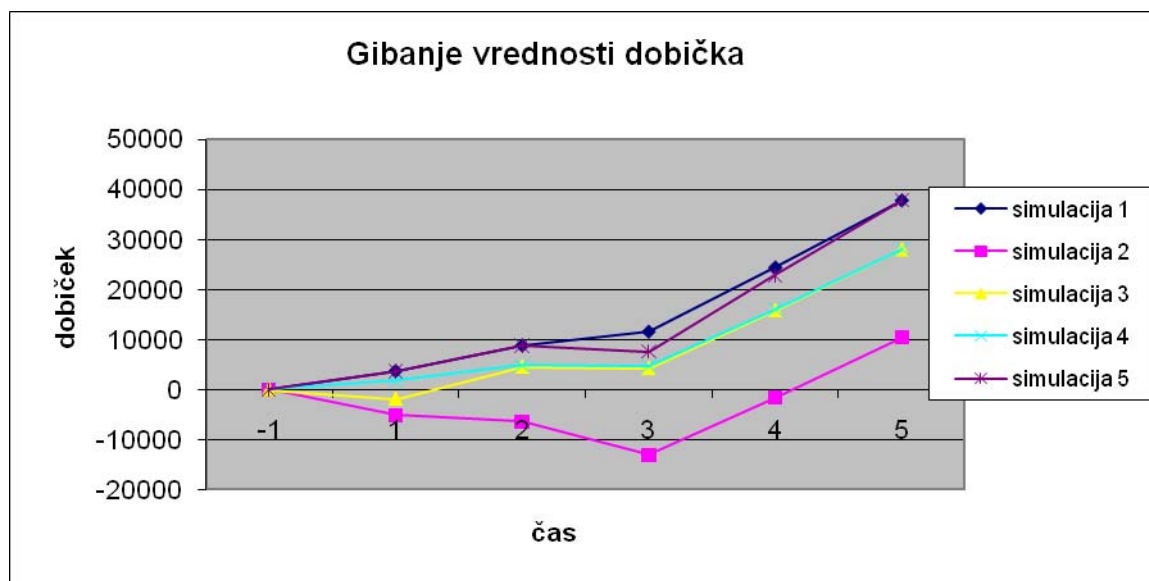
KAPITAL	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	17000	20711	29524	41098	65496	103283
simulacija 2	17000	11847	5441	-7601	-9212	1222
simulacija 3	17000	15111	19656	23894	39730	67703
simulacija 4	17000	18676	23521	28199	44261	72333
simulacija 5	17000	20711	29524	37098	59896	97683



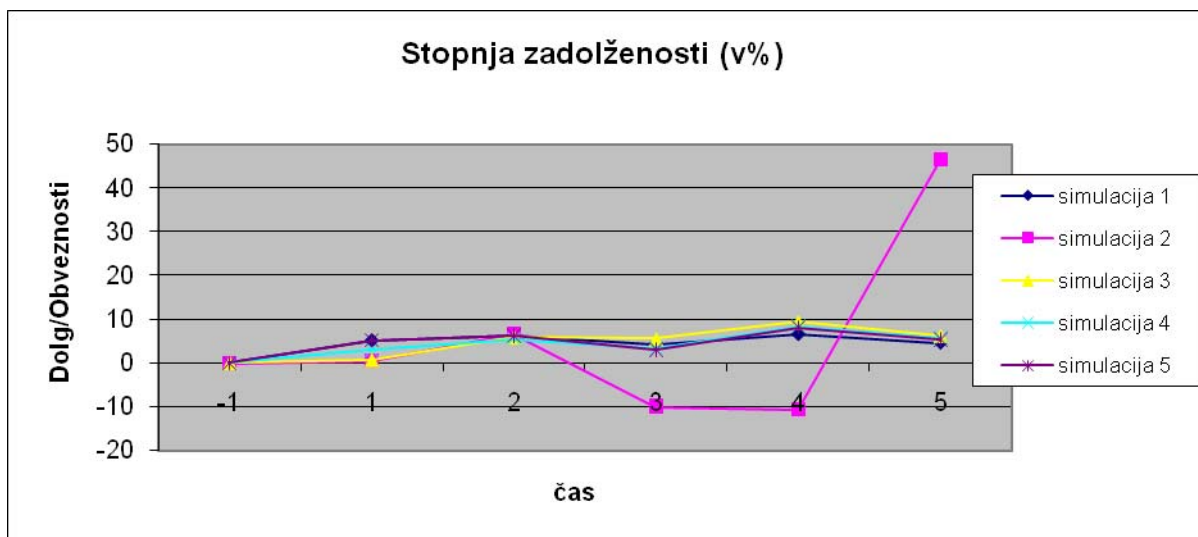
DENAR	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	3750	11341	19085	25072	56438	101207
simulacija 2	3750	1402	-6564	-24775	-22011	-4814
simulacija 3	3750	4715	8509	7421	30187	65110
simulacija 4	3750	8766	12516	11298	34669	69710
simulacija 5	3750	11341	19085	20072	51438	96007



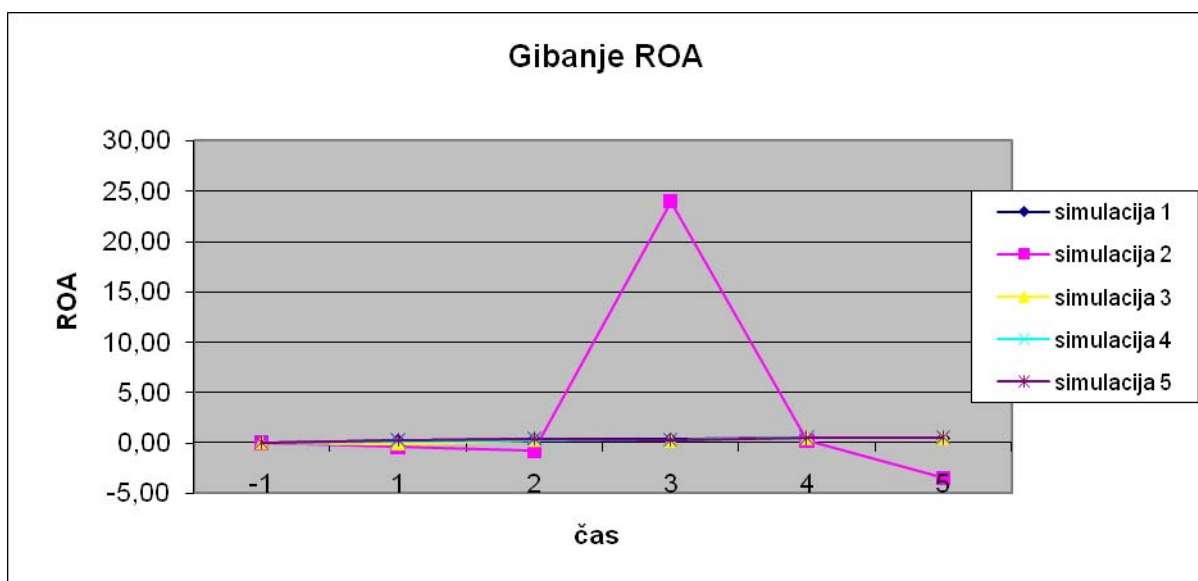
DOBIČEK	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	3711	8814	11574	24398	37787
simulacija 2	0	-5153	-6406	-13042	-1611	10434
simulacija 3	0	-1889	4545	4238	15836	27974
simulacija 4	0	1676	4845	4678	16062	28072
simulacija 5	0	3711	8814	7574	22798	37787



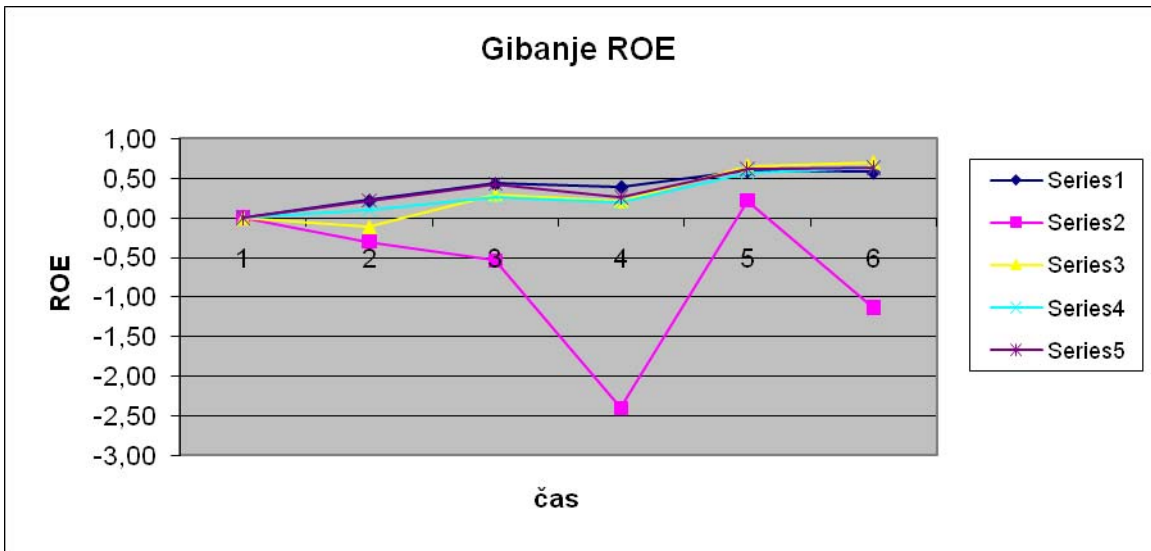
Dolg/Obveznosti	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	5	6	4	7	5
simulacija 2	0	0	7	-10	-11	47
simulacija 3	0	1	6	5	9	6
simulacija 4	0	3	6	3	8	6
simulacija 5	0	5	6	3	8	5



ROA	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	0,19	0,33	0,31	0,43	0,42
simulacija 2	0,00	-0,36	-0,72	23,94	0,21	-3,45
simulacija 3	0,00	-0,12	0,25	0,18	0,46	0,48
simulacija 4	0,00	0,09	0,22	0,17	0,41	0,45
simulacija 5	0,00	0,19	0,33	0,22	0,44	0,45



ROE	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	0,22	0,43	0,39	0,59	0,58
simulacija 2	0,00	-0,30	-0,54	-2,40	0,21	-1,13
simulacija 3	0,00	-0,11	0,30	0,22	0,66	0,70
simulacija 4	0,00	0,10	0,26	0,20	0,57	0,63
simulacija 5	0,00	0,22	0,43	0,26	0,61	0,63



PRILOGA 3: Število kreditnih kartic v primerjavi s številom mobilnih telefonov po državah



Many of the world's biggest economies have more mobile than credit card penetration

No. of credit cards/1000 vs. mobile phones/1000

