

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO
POSLOVNI NAČRT ZA DIRKALIŠČE

IZJAVA

Študent/ka _____ izjavljam, da sem avtor/ica tega diplomskega dela, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom _____, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____ Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 POSLOVNI NAČRT.....	1
1.1 POMEN POSLOVNEGA NAČRTA	1
1.2 IZDELAVA POSLOVNEGA NAČRTA.....	1
2 DIRKALIŠČE KOT PODJETNIŠKA PRILOŽNOST.....	2
2.1 VARNEJŠA ALTERNATIVA CESTAM	2
2.2 PRILJUBLJENOST DIRKANJA PRI SLOVENCIH.....	3
2.3 PODPORA PRI GRADNJI	3
2.4 PRILOŽNOST ZA GRADNJO DIRKALIŠČA V DIVAČI ALI AJDOVŠČINI	4
3 PANOGA DEJAVNOSTI, PODJETJE	5
3.1 PANOGA DEJAVNOSTI.....	5
3.1.1 Tekmovalnost obstoječe konkurence.....	5
3.1.2 Pogajalska moč kupcev	6
3.1.3 Vstopne ovire.....	6
3.1.4 Nevarnost substitutov	7
3.2 ZBIRNA OCENA PRIVLAČNOSTI PANOGE	7
3.3 PROIZVOD OZIROMA STORITEV	8
4 RAZISKAVA TRGA	8
4.1 ANKETA.....	8
4.1.1 Koliko Slovenskih dirkačev bi uporabljalo dirkališče.....	8
4.2 CILJNI KUPCI.....	8
4.3 ANALIZA PONUDBE IN CEN	9
5 EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA.....	10
5.1 KOSMATI DOBIČEK IN DOBIČEK IZ POSLOVANJA.....	10
5.2 ANALIZA DONOSNOSTI.....	11
5.3 FIKSNI, VARIABILNI IN POL VARIABILNI STROŠKI	12
5.4 UPRAVLJANJE Z DENARNIM TOKOM PODJETJA	12
6 TRŽENJE	12
6.1 CELOTNA TRŽENJSKA STRATEGIJA	12

6.2	CENOVNA STRATEGIJA.....	13
6.3	TRŽNO KOMUNICIRANJE.....	14
7	PROIZVODNI IN STORITVENI NAČRT	14
7.1	GEOGRAFSKA LOKACIJA	14
7.2	POSLOVNI PROSTORI.....	15
7.3	OPERATIVNI CIKLUS	15
7.4	PRAVNE ZAHTEVE, DOVOLJENJA TER VPRAŠANJA OKOLJA.....	15
8	VODSTVENA SKUPINA IN KADRI	15
9	SPLOŠNI TERMINSKI PLAN.....	16
9.1	TERMINSKI NAČRT.....	16
10	KRITIČNA TVEGANJA IN IZZIVI	16
10.1	MAKRO RAVEN	17
10.2	RAVEN PODJETJA	17
10.3	SIMULIRANA POSLOVNA TVEGANJA.....	17
11	FINANČNI NAČRT	18
11.1	VLOŽKI V PODJETJE.....	18
11.2	VIRI FINANCIRANJA.....	18
11.3	UPRAVLJANJE Z OBRATNIM KAPITALOM	19
SKLEP		19
LITERATURA IN VIRI.....		20

KAZALO SLIK

Slika 1: Število mrtvih motoristov	3
Slika 2: Dirkališče Pannoniaring	9
slika 3: Stopnje donosov.....	12
slika 4: Terminski načrt	16

KAZALO TABEL

Tabela 1: Privlačnost panoge.....	7
Tabela 2: IPI	11

UVOD

Ideja za diplomsko delo je nastala, ker je bilo veliko govora o nesrečah zaradi prehitre vožnje, predvsem z motornimi kolesi, ki so se končale s slabim izidom. Nekaj znancev se je že odločilo in preusmerilo zadovoljevanje svojih potreb po adrenalinu in hitrosti na stezo, vendar je bil velik problem, ker je bilo za to vedno potrebno voziti precej kilometrov do najbližjega dirkališča, ali pa so bile zraven še nevšečnosti pri čakanju na meji. Ko smo potem zadevo začeli malo bolj raziskovati po forumih, smo ugotovili, da v naši državi res manjka takšna steza in, da zglada da je interes za to velik.

Cilj poslovnega načrta je bil izdelati podrobno raziskavo trga, kar bi pokazalo, ali se spleča zadevo realizirati tudi v praksi. Pri izdelavi smo uporabljali Priročnik za podjetništvo (Drnovšek & Stritar 2007). V prvem delu, smo se osredotočili na celotno panogo. Z anketo smo preverili odziv in mnenja med motoristi dobro pa smo preučili našo konkurenco po kateri smo se pri načrtovanju poslovanja tudi zgledovali. Naredili smo opis podjetniških priložnosti, ki jih nudi trg. V drugem delu, pa smo se osredotočili na samo ustanovitev podjetja. Za možnost čim bolj uspešnega poslovanja v prihodnosti smo iskali različna tveganja, ki bi lahko ogrozila poslovanje, in pa same rešitve za le ta, če bi prišlo do uresničitve. Poslovni načrt vključuje tudi opise vseh dejavnosti, ki se bodo odvijale v okviru dirkališča in pa strategijo trženja, podrobno pa je poleg proizvodnega ter storitvenega načrta predstavljeno poslovanje po letih.

Ob končanju poslovnega načrta smo pričakovali dve možnosti in sicer opustitev ideje, ali uporaba samega načrta za iskanje investorjev.

1 Poslovni načrt

Poslovni načrt naj bi v grobem vseboval analizo panoge, tržno raziskavo, načrt trženja ter terminski načrt, opis vodstvene skupine ter kadrov, katera so kritična tveganja in pa finančni načrt (Drnovšek & Stritar, 2007, str. 13).

1.1 Pomen poslovnega načrta

Poslovni načrt nam pomaga, da svojo poslovno idejo bolj podrobno razčlenimo in preverimo, če se nam bo le ta sploh splečala, oziroma če se nam bo investicija povrnila, kajti ni nujno, da je poslovna ideja tudi poslovna priložnost. V poslovnem načrtu sicer ne moremo zagotoviti, da bo poslovanje v prihodnosti potekalo točno tako kot smo predvideli, lahko pa zmanjšujemo poslovno tveganje. Prav tako s pomočjo načrta lažje najdemo pot za uresničitev ideje. Če na začetku potrebujemo še posebej velik začetni kapital, ki ga nameravamo iskati pri investitorjih, pa je dober poslovni načrt skoraj pogoj. Torej ima poslovni načrt dva glavna pomena, in sicer notranji, ki se nanaša na pomoč pri izvršitvi ideje, ter zunanji, da pomaga prepričati investitorje v vlaganje. (Kos, 2011; Letonja, 2007)

1.2 Izdelava poslovnega načrta

Preden se lotimo dejanske izdelave načrta, je dobro narediti plan dela. Za idejo, ki jo imamo v glavi, najprej okvirno napišemo, kako jo vidimo v prihodnosti. Dobro je tudi

razmisliti, kje nameravamo črpati sredstva. Za samo izdelavo obstaja klasična struktura, ki nam pomaga pri pisanju, priporočena pa je tudi omejena dolžina, saj je zaželeno, da vključimo samo bistvene informacije. V poslovnem načrtu je zelo pomembna dobra in čim bolj natančna analiza trga. Za uresničevanje ideje pa je potrebna strategija, ki jo razvijemo na podlagi postavljenih strateških ciljev. Skozi izdelavo načrta pa seveda idejo lahko spremenimo oziroma prilagodimo, kajti ravno to je tudi smisel poslovnega načrta, namreč da poslovna ideja postane poslovna priložnost. Zelo zahtevni del pa je zagotovo finančni del, saj morajo biti številke čim bolj realne. Paziti moramo, da pri izdelavi nismo preveč optimistični, pomagamo pa si tako, da res dobro preučimo panogo ter najbolj podobne konkurente. (Rosenstein, 2008; Elements of a business plan, 2011; Kako do kapitala za vašo poslovno idejo, 2010)

2 Dirkališče kot podjetniška priložnost

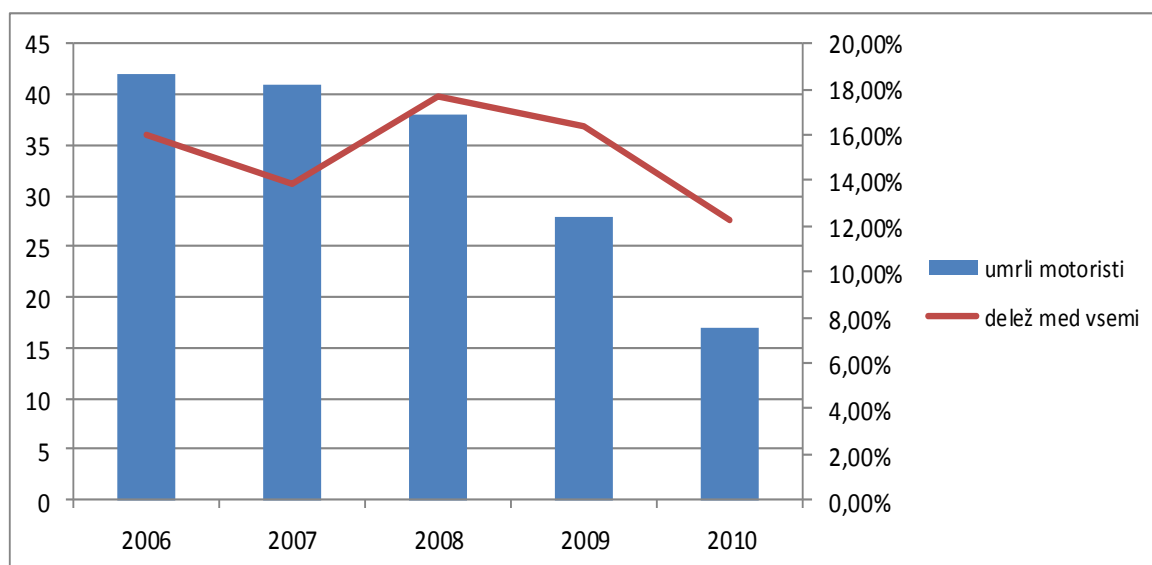
Izgradnja dirkališča bi pomenila podjetniško priložnost za različne ljudi. Od investorjev, športnikov, organizatorjev tekmovanj, managerjev, lastnikov športnih klubov, gostincev, mehanikov, pa vse do proizvajalcev gum. Kraj pa bi postal bolj prepoznaven, saj smo na podlagi ankete ugotovili, da dirkači radi obiskujejo različna dirkališča zaradi raznolikosti in bi tako prihajali pogledat novo stezo tudi iz ostalih držav.

2.1 Varnejša alternativa cestam

Ljudje se vedno bolj zavedamo nevarnosti, ki nam pretijo na cestah, saj je vsak dan mogoče slišati o številnih nesrečah, ki se dogajajo tako v Sloveniji kot tudi drugod po svetu. Že ob normalni vožnji se lahko zgodi marsikaj nepredvidljivega, ker pa veliko ljudi vseeno rado pritisne na plin, pa je to še toliko bolj nevarno. V Sloveniji je bilo leta 2009 med vsemi umrlimi kar 36 odstotkov takih, ki so umrli na cesti zaradi prehitre vožnje. (Vehovec, 2010) Še posebej ranljiva skupina na cesti pa so motoristi, saj praktično skoraj nimajo zaščite. To kažejo tudi podatki, da se veliko več motorističnih nesreč konča s smrtnim izidom, v primerjavi z avtomobilskimi nesrečami. Večina držav ima za takšne dirkače, ki se zavedajo nevarnosti, vendar si vseeno želijo dirkati, bodisi profesionalno ali pa samo za zabavo, postavljeno eno ali več dirkališč, kjer jim je to omogočeno.

Pred približno tremi leti so ljudje na Ministrstvo za okolje v Ljubljani celo prinesli več tisoč podpisov za gradnjo motociklističnega poligona. Tudi podatek, da se smrtne žrtve med motoristi občutno nižajo dokazuje, da se že dela veliko v smeri varnosti in da je le ta ljudem vedno bolj pomembna. Ta graf prikazuje slika 1. Z ankete, ki smo jo delali med motoristi, je razvidno, da bi se skoraj 30 odstotkov anketirancev v primeru izgradnje dirkališča v Sloveniji, odrekli vožnji po cesti. Prav tako, so kot glavna razloga za vožnjo po dirkališčih navedli, da je vožnja po cesti prenevarna in iskanje mej svojih sposobnosti.

Slika 1: Število mrtvih motoristov



Vir: V Pomurju več motoristov in manj nesreč 2011

2.2 Priljubljenost dirkanja pri Slovencih

Inštitut za kriminologijo, pri pravni fakulteti v Ljubljani, je v raziskavi o vzrokih za prometne nesreče med motoristi, ki se končajo s smrtnim izidom ugotovil, da je bila neprilagojena hitrost razlog za kar 75,0 odstotkov nesreč, kar je razvidno iz spletne strani voznja.si (Turk, 2011). Na podlagi ankete, ki smo jo izvedli izključno med motoristi, je kar 71,0 odstotkov motoristov priznalo, da na cesti izven naselja ne upoštevajo predpisov, 18,0 odstotkov pa predpisov ne upošteva niti v naselju. Anketirani so tudi povedali, da jih 63,8 odstotka vozi motor zaradi adrenalina oziroma želje po hitrosti, medtem ko je motor zgolj prevozno sredstvo le za 3,1 odstotek anketirancev. Temu tudi priča podatek, da je 74,0 odstotkov sodelujočih motoristov že padlo z motorjem, od tega 66,2 odstotka več kot enkrat.

Veliko število Slovenskih motoristov se vozi na dirkališča v sosednje države, saj v Sloveniji tega ni. Dirkališče Grobnik na Hrvaškem celo organizira slovenski dan, ki je najbolj obiskan dogodek na tem dirkališču. (Bi poligon zmanjšal število mrtvih motoristov, 2008) Po anketi sodeč, je več kot polovico motoristov že obiskalo dirkališče, večina med njimi pa se tja odpravi večkrat na leto.

2.3 Podpora pri gradnji

Gospod Niko Mihelič, bivši komentator formule 1, je v intervjuju, ki je objavljen na spletni strani Žurnala povedal, da je mnenja, da bi se ljudje na dirkališčih naučili obvladovati vozila pri višjih hitrostih, kajti na poligonih se naučiš le tehnike vožnje. Veliko motorjev pa sploh ne bi bilo registriranih, saj bi se jih na dirkališče pripeljalo s prikolico. Prav tako pravi, da bi za dirkališče moral poskrbeti AMZS (Dirkališče za vse državljane, 2010). Glede na to, da se je Avto moto zveza Slovenije že odločila ponuditi podporo dirkališču Petrolija, kjer pa se je žal zataknilo, bomo tudi mi poskusili sodelovati. (Motodrom

Petrolija, 2010) Gospod Andrej Brglez, vodja projektov pri AMZS, podpira gradnjo dirkališča v Sloveniji in je tudi v kolumni na spletni strani siola zapisal, da odkar so odprli nov center varne vožnje, skoraj ni minil teden, da nekdo ne bi izrazil želje, da bi tam dirkal. Prav tako tudi meni, da pravih ovir za izgradnjo ni in da bi projekt po njegovem mnenju uspel (Brglez, 2009). V oktobru 2011 sta Ljubljanski župan Zoran Jankovič in AMZS celo predstavila predsedniku mednarodne avtomobilistične zveze FIE, gospodu Jeanu Todtu, idejni projekt za izgradnjo dirkališča v Sloveniji, ki je gospoda navdušil, vsi trije pa menijo, da Slovenija res potrebuje dirkališče, članek pa je možno videti na spletni strani vala 202 (Tominec, 2011).

Prav tako pričakujemo podporo s strani FIME (mednarodne motoristične zveze), ter pri lokalnih ter državnih oblasteh, saj bi se zmanjšalo nevarno dirkanje po cestah, na podlagi tega pa predpostavljam, da bi bilo tudi manj nesreč in mrtvih. Kraj, kjer bi bilo dirkališče, pa se bo hitreje razvil in postal bolj prepoznaven. V tujini je ponekod pomoč pri investiranju izgradnje ponudila celo država, primer takšne prakse je bil na Madžarskem za izgradnjo Balatonringa.

2.4 Priložnost za gradnjo dirkališča v Divači ali Ajdovščini

V Sloveniji je na splošno s strani motoristov ter avtomobilistov veliko povpraševanja po dirkališču, kar je razvidno iz številnih forumov in raznih člankov, kjer se o njem govori že 10 let. Predvsem si želijo, da bi se projekt čim prej realiziral. Primer nekaj takšnih tem je možno najti na spletnem forumu motosvet.com (Dirkališče ni problem, 2009, Prvo dirkališče v Sloveniji, 2011, Motodrom-Dirkališče v Sloveniji, 2008). Tudi na spletni strani Facebooka je ustvarjena skupina, kjer zbirajo podpise za izgradnjo v Sloveniji in je imela že po enem mesecu preko 14.000 članov (Slovenija potrebuje dirkališče, 2011). Na bližnjih dirkaliških podobnega kova pa je zasedenost zelo velika, primer je prikazan v prilogi 6, zaradi česar je razumljivo, da se je v preteklosti poizkusilo izpeljati že nekaj podobnih projektov. Žal se je večina poskusov ponesrečila, kar je predstavljeno v sledečem poglavju, tako da je tokrat treba zadevo dobro zastaviti, ter se naučiti iz prejšnjih napak, saj je priložnost velika.

Glede na to, da ima Divača veliko degradiranih zemljišč, menimo, da bi bila tam primerna lokacija. Prav tako smo jo izbrali zaradi bližine avtoceste, torej dostopnost, in ugodnega submediteranskega podnebja, ki bi omogočalo dolgo sezono. Povprečne temperature so višje od temperatur po ostali Sloveniji, največ padavin pa je v pozno jesenskem oziroma zgodnje zimskem času. (Obalno-kraška regija, 2011)

Druga primerna lokacija pa se nam zdi v Ajdovščini, kjer je prav tako ugodno podnebje ter bližina avtoceste. Na spletni strani Dnevnika je možno videti članek, kjer piše, da je celo že prišlo do pogovora z županom občine, gospodom Marjanom Poljšakom, ki zadevi ni nasprotoval (Alič, 2011). Tam se je celo 7. oktobra 2011 že zgodila okrogla miza na to temo, kjer so se sicer dogovarjali o kombinaciji dirkališča s poligonom, z odgovornimi za projekt pa se dogovarjamo o sodelovanju.

V bližini je sicer že eno dirkališče, Grobnik, vendar mu upada priljubljenost, saj je že dokaj, staro in asfalt poškodovan, kar se tudi vidi na nesrečah, ki so na stezi zadnje čase

pogoste. Zemljišče, na katerem je dirkališče, je v postopku denacionalizacije, tako da se daje v najem za zelo nizko najemnino, tako da, kljub upadu obiska, ni pravega interesa po vlaganju v obnovitev, saj le ta stane skoraj toliko kot cela izgradnja dirkališča. Če pa se bo v prihodnosti vseeno obnovilo, je možno, da bomo zaradi tega imeli nekoliko manjšo zasedenost. To bi sicer pomenilo manjši dobiček, vendar računamo, da si bomo do takrat že zagotovili ugled in s tem zakupe dirkališča s strani organizatorjev pomembnejših dogodkov, ki tudi prinašajo več denarja.

3 Panoga dejavnosti, podjetje

V tem poglavju, bomo predstavili poslovno področje, na katerem bo podjetje delovalo, značilnosti panoge, dejavnosti in priložnosti, ki se ponujajo na trgu. (Drnovšek & Stritar, 2007, str.18)

3.1 Panoga dejavnosti

Analiza panoge je zelo pomembna za poslovni načrt, saj na podlagi obstoječih konkurentov lahko predvidimo, kako bomo poslovali mi, prav tako pa se lahko učimo na tujih napakah. Po Porterjevem modelu za analizo konkurence, je le ta odvisna od 5 konkurenčnih sil, in sicer: tekmovalnosti obstoječe konkurence, pogajalske moči kupcev, pogajalske moči dobaviteljev, nevarnosti substitutov ter vstopa novih konkurentov. (Jaklič, 2009, str. 276) V nadaljevanju predstavljamo tiste, ki se nam zdijo pomembne za naše podjetje.

3.1.1 Tekmovalnost obstoječe konkurence

Po podatkih Statističnega urada republike Slovenije (Statistični urad republike Slovenije, 2008), se po standardni klasifikaciji dejavnost našega podjetja uvršča v:

- Športne in druge dejavnosti za prosti čas-šifra R93, znotraj te šifre pa se naša dejavnost razdeli na obratovanje športnih objektov-šifra R93.110, ter dejavnost športnih klubov-šifra R93.120.

V okolici je registriranih kar nekaj športnih objektov, vendar je naše podjetje specializirano za točno določeno dejavnost, ki je v neposredni bližini ni. So pa naši konkurenti, še posebej po vstopu Slovenije v Evropsko unijo, dirkališča na Madžarskem, v Avstriji, na Hrvaškem, v Italiji in še v nekaterih Evropskih državah. Med seboj si konkurirajo na podlagi cene, ugleda, oblikovanosti proge in tudi varnosti. Večina dirkališč stremi k temu, da bi dobila dovoljenje za dirko moto GP, ali Formulo 1, saj prinese ogromno denarja, poleg tega pa dvigne ugled ter ceno dirkališču.

Kot je razvidno iz ankete, ki smo jo delali med motoristi, ki se ukvarjajo s to športno dejavnostjo, je veliki večini eden najpomembnejših dejavnikov za izbiro dirkališča, poleg lokacije, sama cena dirkanja, saj je dejavnost že sama po sebi draga oziroma potrebna oprema za sam šport, poleg tega pa radi obiskuje tudi različna dirkališča. Nekateri se navežejo na določene organizatorje, ki po navadi zakupijo različna dirkališča v različnih terminih. Za organizatorje je bolje, da večkrat priredijo dogodek na istem dirkališču, saj so po navadi v tem primeru upravičeni do določenih popustov, sploh če zakupijo več dni hkrati.

Na Slovenskih tleh se je pred kratkim že poskušalo zgraditi dirkališče, in sicer v Lendavi. Podjetje je pridobilo dovoljenja ter investitorje, vendar projekt ni uspel. Krivda za to, naj bi bila, da so potencialni lastniki želeli zgraditi predrago dirkališče, z veliko dodatnimi dejavnostmi, ki naj bi med drugim takoj prirejalo najdražje dirke. Ker pa tako pomembni organizatorji niso hoteli podpisati pogodb, se je zadeva ustavila, saj bi se brez tega težko pokrila tako draga investicija, kot je bila načrtovana, in sicer okoli 206 milijonov evrov. Ker pa ne plačujejo dolgov, je lizing hiša že napovedala, da bo šlo zemljišče na dražbo. (Vlagatelji pazljivo pri motodromu Petrolija, 2011) Ena od opcij za nas bi bila, da bi tam odkupili zemljišče, saj bi lahko prihranili pri stroških nakupa zemljišča, vendar je lokacija malo bolj odročna, in kot smo že omenili, bi imelo dirkališče na Primorskem zaradi podnebja daljšo sezono dirkanja.

Še en propadel poskus v sosednji Avstriji je bil projekt za dirkališče Balatonring, ki bi bil iz Ljubljane oddaljen 300 km, približno toliko, kot pri Slovencih takoj za Grobnikom najbolj priljubljeno dirkališče Pannoniaring. Projekt bi bil v določeni meri celo financiran s strani države, poleg tega pa so dobili pogodbo z Moto GP, vendar so morali projekt prekiniti zaradi korupcije.

3.1.2 Pogajalska moč kupcev

V našem primeru bi težko govorili o popolni zvestobi uporabnikov dirkališča, saj kot smo že omenili, je iz analize ankete razvidno, da po večini motoristi želijo raznolikost na dirkališčih, vendar pa organizatorji vseeno določena dirkališča zakupijo pogosteje, kar se vidi na koledarjih zasedenosti, na uradnih spletnih straneh dirkališč, kjer je prikazano, kateri organizator je zakupil določene termine. (Kalendar utrka-zauzeća, 2011, Calendar of events, 2011). Razlog večkratnega zakupa je predvsem v tem, da dobijo določen popust pri zakupu steze za več dni. Stroškov pri menjavi ponudnika praktično ni, tako da se mora dirkališče vseeno potruditi, da je na nek način bolj zanimivo za dirkače. Po pogovoru z enim od organizatorjev dirk gospodom Matjažem Godcem, smo izvedeli, da se pri izbiri za zakup dirkališča odloča predvsem na podlagi cene, saj potem tudi sam lahko postavi nižjo ceno za udeležbo dirkačev na njegovi dirki in s tem poveča obisk tudi za tiste, ki so od dirkališča bolj oddaljeni in imajo že velike stroške s samim prevozom. Povedal pa je tudi, da se za organizacijo bolj prestižnih dogodkov, izbira predvsem bolj ugledna dirkališča. Kljub vsemu pa je povpraševanje še vedno visoko v primerjavi s ponudbo, kar pove podatek, da je dirkališče Pannoniaring zasedeno za eno leto v naprej.

3.1.3 Vstopne ovire

Vstop je za nove konkurente zelo težaven in neprivlačen, saj je začetna investicija ogromna, tako da tukaj govorimo o dolgoročni naložbi. V daljšem časovnem obdobju se lahko zgodi marsikaj, tako da je prihodnost zelo nepredvidljiva. Velik problem se pojavi tudi pri izbiri ustrezne lokacije, kajti potrebna je velika ravna površina, ki ne more biti v neposredni bližini hiš in kmetijskih površin, saj bi bilo v tem primeru veliko nasprotovanj. Dirkanje na dirkališču je zelo glasno, plini pa bi po mnenju kmetov neugodno vplivali na kmetijske pridelke. Poleg tega se je treba boriti proti okoljevarstvenikom, ki takim projektom po navadi nasprotujejo.

Na tveganja, ki bi lahko ogrozila poslovanje, se bomo dobro pripravili, tako da bomo znali hitro in čim bolj učinkovito odreagirati, če pride do takšnih dogodkov. Lokacijo dirkališča, pa bomo izbrali čim bolj stran od naselij. Prav tako pa bomo stezo zasnovali na podlagi tujih smernic, ter smernic, ki jih bomo pridobili od ministrstva za okolje in prostor, tako da bo minimalno posegalo v okolje. Kar se tiče glasnosti, bo potrebna uporaba dušilcev zvoka, ki se vstavijo v izpušno cev, kot je to že praksa na nekaterih dirkališčih, predvsem v Španiji in Italiji, sami smo to videli na dirkališču Franciacorta v Italiji, kjer je steza neposredno v bližini kmetijskih površin.

3.1.4 Nevarnost substitutov

Naš substitut je cesta, ki ima svoje prednosti ter slabosti. Največja prednost je zagotovo ta, da je vožnja po cesti brezplačna, prav tako ni potrebno motorja nikamor vozit. Glavna slabost ceste pa je, da je hitra vožnja zelo nevarna, in se še posebej za motoriste lahko zelo slabo konča. Poleg tega lahko dobiš kazen zaradi prehitre vožnje in cesta ne ponuja tekem. Ker pa se, kot sem že omenila, ljudje vedno bolj zavedajo nevarnosti v hitri vožnji po cestah, pričakujemo, da se bo zainteresiranost za ta substitut v prihodnosti zmanjševala.

Naš drugi substitut pa so pravzaprav ostale športne in predvsem adrenalinske aktivnosti. Vendar je ta vrsta športa precej drugačna od drugih adrenalinskih stvari, poleg tega se ljudje lahko ukvarjajo s to aktivnostjo poleg drugih.

3.2 Zbirna ocena privlačnosti panoge

Tabela 1: Privlačnost panoge

DOLOČLJIVKA	PRIVLAČNOST PANOGE					
	Tekoče leto			Prihodnja leta (v roku 10. let)		
	Nizka	Srednja	Visoka	nizka	srednja	Visoka
Rivalstvo med konkurenti		X		X		
Pogajalska moč kupcev		X			X	
Vstopne ovire	X			X		
Nevarnost substitutov		X				X
Skupaj		X		X		

Predvidevamo, da se bo privlačnost panoge v prihodnosti še nekoliko zmanjšala, na račun povečanja števila konkurentov, kar pomeni, da ob tej predpostavki, če bomo želeli ostati konkurenčni, ne bomo mogli povečevati cen v prihodnosti. Panoga v prihodnosti res ne zgleda privlačna, vendar je trenutno na trgu več povpraševanja, kot ponudbe, naša priložnost pa je predvsem na področju substitutov, saj pričakujemo, da bo cesta vedno

manj privlačna, zaradi številnih nevarnosti, ki tam grozijo in pa samega zavedanja ljudi, da z uporabo dirkališča manj ogrožajo sebe in druge.

3.3 Proizvod oziroma storitev

Glavno, kar bomo ponujali našim kupcem, bo steza za dirkanje za motorje ter avtomobile, ki bo na voljo vse dni v tednu, v dnevnem času od začetka marca do konca oktobra. Poleg tega, bo zraven še restavracija s prenočišči, bencinska postaja ter mehanična delavnica. Oddajali bomo tudi bokse ter oddajnike za merjenje časa. V večernem času bo mogoče v določenih terminih tekmovati v pospeševanju, v času od novembra do februarja, pa bodo vikendi namenjeni bočnemu drsenju z avtomobili.

4 Raziskava trga

4.1 Anketa

Anketo smo delali na najbolj znanem ter obiskanem motorističnem forumu Motosvet.com in na facebook skupinah, namenjenih samo motoristom. V celoti jo je rešilo 196 motoristov, starih od 14 do 62 let, povprečna starost pa je bila 28,7 let. Med njimi jih 37,2 odstotka vozi motor od 1-5 let, 23,0 odstotkov jih vozi od 6-10 let, kar 34,2 odstotka pa ga vozi več kot 10 let.

4.1.1 Koliko Slovenskih dirkačev bi uporabljalo dirkališče

Iz ankete je razvidno, da je dirkališče že obiskalo 54,4 odstotkov anketiranih slovenskih motoristov, dirkališče v Sloveniji pa bi uporabljalo kar 98,0 odstotkov anketiranih motoristov, od tega bi ga 94,8 odstotkov obiskalo več kot enkrat letno, skoraj četrtina pa bi ga obiskala več kot 10 krat letno. Tudi gostinski obrat je na dirkališču pomemben za več kot polovico vprašanih. Pri anketi smo predpostavili, da so anketiranci seznanjeni s cenami na dirkališčih, saj je bila objavljena na forumih, kjer je med obiskovalci veliko govora o cenah in je približno polovica obiskovalcev že bila na dirkališču.

4.2 Ciljni kupci

Naši ciljni uporabniki bodo predvsem slovenski motoristi in avtomobilisti, saj v Sloveniji ni druge ponudbe, in kot je predstavljeno zgoraj, bi ga obiskali ali uporabljali skoraj vsi motoristi. Poleg tega pričakujemo velik obisk tudi iz sosednjih držav, saj je več kot 80 odstotkov anketiranih povedalo, da radi obiskujejo različna dirkališča, razlog pa je raznolikost na le teh. Na podlagi tega pa predpostavljamo, da bodo tudi motoristi iz bližnjih držav prišli pogledat novo dirkališče, tudi na razporedih sodelujočih na dirkah na bližnjih dirkališčih se vidi, da je več kot polovica sodelujočih tujcev, tudi iz držav, ki imajo svoja dirkališča. Primer je prikazan v Prilogi 7. Če je interes s strani uporabnikov, kar glede na naše raziskave bo, pridejo tudi kupci, ki najamejo stezo. Na podlagi evidence zakupov na konkurenčnih dirkališčih, bodo organizatorji, torej naši kupci predvsem tujci. Na spletni strani Grobnika ter Pannoniaringa je razvidno iz koledarja dogodkov, da stezo v največji meri zakupijo organizatorji iz Nemčije ter Italije. (Kalendar utrka-zauzeća, 2011, Calendar of events, 2011). Naše dirkališče bo cenejše od prestižnejših, med katera spadajo predvsem dirkališča v Italiji, večina dirkališč v Španiji in pa nekaj podobnih drugod po Evropi. Pri nas se bodo cene gibale v rangi Pannonia ringa ter Grobnika, tako da nas bodo

lahko obiskovali vsi motoristi, ki želijo voziti po dirkališču, saj je tudi iz ankete razvidno, da kljub temu, da imajo radi raznolikost, se več kot polovica anketiranih, ki se vozijo po dirkališčih, omeji na cenejša. Na začetku se bomo osredotočili na manjše organizatorje, kasneje, ko bo dirkališče že nekaj časa funkcioniralo, pa se bomo borili tudi za bolj prestižne dogodke, ki tudi prinesejo več denarja.

4.3 Analiza ponudbe in cen

Naša glavna konkurenta sta dirkališče Pannoniaring na Madžarskem, ki je od Ljubljane oddaljeno nekaj več kot 300 km, ter Grobnik na Hrvaškem, ki je od Ljubljane oddaljen okoli 130 km, saj sta med najbližjimi in cenovno najdostopnejša za slovenske dirkače. Pannoniaring je za leto v naprej skoraj polno zaseden, kakšen prosti dan ostane med tednom, tako da je povpraševanje tam, predvsem za vikende, precej večje od ponudbe. Sezona je od marca do konca oktobra, kakšen dan je rezerviran tudi v novembru. Dirkališče sicer ne prireja posebno pomembnih dogodkov, je pa tam organizirano slovensko državno prvenstvo v cestno-hitrostnem motociklizmu. Kot sem že omenila, se cene primerjajo s takimi, kot jih bomo imeli mi. Razlika je predvsem v ponudbi, saj bomo mi poleg primarne organizirali še dodatne dejavnosti (npr. dirka iz pospeševanja).

Slika 2: Dirkališče Pannoniaring



Vir: Luftbild des Pannonia-ringes, 2011

Grobnik, ki pa je sicer zaradi bližine pri večini Slovencev najbolj priljubljen kraj za dirkanje, pa ima malo manjšo zasedenost kot Pannoniaring, tako da ima dosti več odprtih dni. Zainteresiranost zanj celo upada. Glavni razlog za to je predvsem stara, ne obnovljena steza, ki ima tudi poškodovan asfalt. Cene so približno v istem rangi kot pri Pannoniji. Za leto v naprej je po navadi zasedenih približno tretjino terminov, sezona pa poteka od sredine februarja do začetka novembra. Poleg glavne dejavnosti organizirajo tudi tekmovanja iz bočnega drsenja, kar bomo nudili tudi mi. Edini pomembnejši dogodek, ki ga dirkališče organizira, je pokal Alpe Adria.

Pred kratkim se je v Avstriji obnovilo dirkališče imenovano Red Bull Ring, ki je od Ljubljane oddaljeno dobrih 200 km, vendar je višjega cenovnega ranga, namenjeno predvsem dirki Formule 1 in IDM (odprto nemško prvenstvo v cestno-hitrostnem motociklizmu) (Božič, J., 2008).

V Avstriji pa imajo še eno dirkališče Salzburgring, ki pa ni preveč priljubljeno med motoristi, saj je steza stara in dirkališče predvsem za motoriste ni varno zgrajeno, saj je brez izletnih con in ima ograje. Tudi sama cena je visoka.

Blizu nas je še eno dirkališče, Novi Marof na Hrvaškem, vendar je zelo majhno in ne prireja dirk, tako da za nas praktično ni pomembno. V glavnem se ga uporablja za karting in supermoto.

V Italiji imajo kar nekaj dirkališč, vendar pa so vsa zelo draga zaradi višjega standarda, tako da so s strani konkurence manj relevantna za nas. Izpostavili bi edino dirkališče Adria Raceway, saj je nam najbližje (300 km od Ljubljane).

Pod konkurenco bomo omenili še dirkališče Slovakiaring na Slovaškem, ki pa je od Ljubljane oddaljeno več kot 400 kilometrov, zato se Slovenski dirkači zanj odločajo zelo redko.

5 Ekonomika poslovanja podjetja

Glavni cilj skoraj vsakega podjetnika je dobiček, tako da je zelo pomembno že na začetku poslovnega načrta vsaj približno oceniti samo dobičkonosnost projekta. (Drnovšek & Stritar, 2007, str. 50)

5.1 Kosmati dobiček in dobiček iz poslovanja

Relativno visok dobiček pričakujemo že v drugem letu poslovanja, vendar je začetna investicija zelo visoka. V našem primeru gre za dolgoročno investicijo. Prihodki so odvisni predvsem od zakupa steze. Sicer pa predvidevamo, da se poslovanje v 20. letih ne bo bistveno spremenilo. Povečanje prihodkov pričakujemo, za nekaj procentov v prvih dveh letih, kasneje pa minimalno.

IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA za prva štiri leta poslovanja, ter leto 15.

Tabela 2: IPI

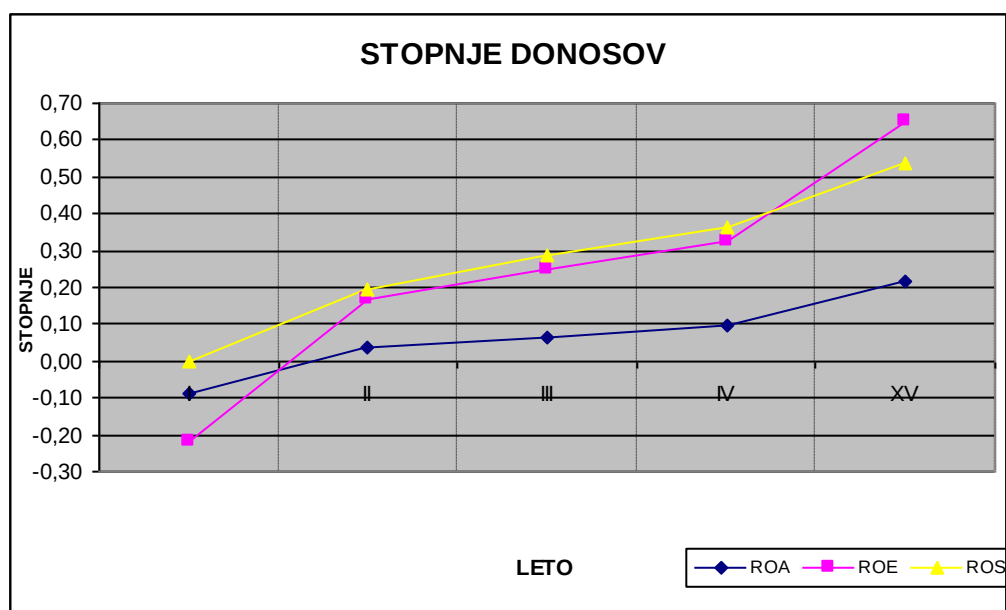
IPI	1	2	3	4	15
Prihodki iz poslovanja	0	1.991.700	2.397.800	2.843.980	3.781.300
Proizvajalni stroški	123.430	652.000	698.700	698.900	759.600
Amortizacija	149.700	272.550	272.550	272.550	272.550
Stroški prodaje	13.200	39.000	39.000	39.000	39.000
Stroški uprave	72.300	130.600	135.300	137.400	163.000
Odhodki iz financiranja	293.742	509.200	458.800	411.800	15.000
Dobiček pred davki	-652.372	388.350	793.450	1.284.330	2.532.150
Davek od dohodka	0	0	105.886	256.866	506.430
Čisti dobiček	-652.372	388.350	687.564	1.027.464	2.025.720

5.2 Analiza donosnosti

Prihodki bodo najvišji v toplejših mesecih od aprila do konca septembra, saj je takrat glavna sezona za dirkanje in so dirkališča najbolj zasedena. Nekoliko manj interesa je v mesecu marcu ter oktobru. Primer zasedenosti je prikazan v Prilogi 6. V zimskem času od novembra do februarja, pa bodo stroški sicer manjši, vendar se bodo znatno zmanjšali tudi prihodki, tako da bo podjetje v tem času poslovalo z manjšo izgubo. Načeloma na obisk vpliva tudi vreme, vendar bo to na naš dobiček vplivalo minimalno, saj se steza zakupi za več mesecev v naprej in je to riziko organizatorjev, oziroma dirkačev, če se karta plača v naprej. Zmanjšan obisk zaradi slabega vremena je možen predvsem na odprtih dnevih, ki pa jih po zgledu ostalih dirkališč ne bo veliko.

V spodnjem grafu imamo tri kazalnike. ROA prikazuje, koliko so sredstva v podjetju donosna. V našem primeru je kazalnik v drugem letu že pozitiven, nato pa se rahlo povečuje. ROE nam pokaže kako donosen je lastniški kapital. V grafu je prikazano, da se dobiček podobno kot pri prejšnjem kazalniku počasi večja glede na vloženi kapital. V prvem letu je donosnost negativna, saj je investicija ogromna, posluje pa z izgubo. ROS pa nam pokaže donosnost prodaje, ki se prav tako vsako leto rahlo povečuje, z izjemo prvega leta, ko je enaka nič.

Slika 3: Stopnje donosov



5.3 Fiksni, variabilni in pol variabilni stroški

V našem podjetju bodo prevladovali variabilni stroški. Med fiksne stroške bodo spadale predvsem plače redno zaposlenih, med tem ko bodo pogodbeniki in študenti predstavljali večji del variabilnih stroškov v času glavne sezone. Večji del spremenljivih stroškov bo tudi oglaševanje. Bolj podrobno je opis stroškov predstavljen v prilogi.

5.4 Upravljanje z denarnim tokom podjetja

Prednost našega projekta je ta, da se glavni viri dohodkov, kot je najem dirkališča, ter reklamiranje plačujejo v naprej, ostale stvari, kot so najemi boksov, ter časomerilcev in odprti dnevi, pa na dan uporabe. Problem neplačila, bi se znal pojaviti le pri objektih, ki se bodo dajali v najem.

6 Trženje

Trženje predstavlja proces razumevanja ter uresničevanja potreb kupcev. Za uspešno trženje, je potrebna dobra raziskava trga, ter tržno načrtovanje. (Boltavzer, 2009. str. 4)

6.1 Celotna trženjska strategija

Naša ponudba bo ciljala predvsem na organizatorje dirk z motorji ter avtomobili, saj bodo le ti glavni vir naših prihodkov. To so posamezniki oziroma podjetja, ki najemajo steze po navadi na različnih dirkališčih, da potem prirejajo dirke in s tem privabijo dirkače. Njihov cilj je pobrati več denarja od udeležencev, kot ga porabijo za najem. Kot je že predstavljeno v podpoglavju Ciljni kupci, bodo to predvsem tujci. Organizatorja, s katerima smo se pogovarjali, že prej omenjeni gospod Matjaž Godec, ki organizira Dey-zi day, ter Aleksander Sušnik-Slovenia speed day, sta povedala, da bi zagotovo organizirala dirke na slovenskem dirkališču, drugače pa oba pravita, da izbirata dirkališča cenejšega

ranga in če je obisk dober, se odločita za ponovne zakupe. Ker pa smo z anketo ugotovili, da je za dirkališče velik interes, iz tega sklepamo, da se bodo tudi organizatorji vračali. V prvi vrsti moramo torej zadovoljiti posameznike, ki bodo dirkališče uporabljali, to pa so večinoma osebe moškega spola stare od 20 do 40 let, nekaj pa je tudi žensk in starejših oziroma mlajših dirkačev, kajti če se bodo vračali dirkači, bo interes tudi med organizatorji, torej našimi kupci. V ta namen, bomo nudili popolno ponudbo na enem mestu. Zagotavljali bomo takojšnjo nujno pomoč ob kakršnikoli poškodbi, saj bomo imeli na voljo dve reševalni ekipi in manjšo bolnišnico. Imeli bomo tudi mehanično delavnico, kjer bodo lahko takoj popravili vozilo ali zamenjali gumo. Zraven bo bencinska črpalka, ter gostilna z možnostjo prenočitve. Kot dodatno storitev, pa bodo lahko dobili tudi profesionalne fotografije, ki jih bo med dirkanjem naredil fotograf. Večkratni najem s strani določenega organizatorja, bomo poskusili doseči tudi s popusti za več dnevni najem steze, točen popust pa je naveden v Prilogi 1.

Poleg organizatorjev bodo naši ciljni kupci v nekaterih primerih tudi sami dirkači. To so predvsem tisti posamezniki, ki si ne želijo tekmovati na dirkah ali pa nimajo finančnih zmožnosti in bi radi dirkališče uporabljali le pol dneva, ali celo eno uro. Za le te bomo organizirali odprte dneve, ki bodo cenejši. Prav tako pa bodo primernejši za tiste, ki ne marajo veliko ljudi na dirkališču. V večernem času, bomo občasno organizirali dirke v pospeševanju, ki so precej priljubljene predvsem med mladimi, v zimskem času, pa bodo stezo prav tako lahko najeli organizatorji dogodkov bočnega drsenja vozil oziroma "driftanje", kar že nudijo nekatera tuja dirkališča in je vedno bolj popularno, nam pa bo prineslo nekaj dohodkov tudi izven sezone. Ker so naši uporabniki večinoma osebe z željo po adrenalinu, bomo aktivno oglaševali predvsem na raznih adrenalinskih prireditvah in na forumih, ki jih obiskujejo dirkači.

V primerjavi z bližnjo konkurenco, ne bomo zaostajali s ponudbo, naš adut pa bo poudarek na varnosti in pa dejstvo, da bomo edino dirkališče v državi. Naš cilj, je vsakoletno povečevanje dobička, na podlagi povečevanja obiska, v naslednjih desetih letih in pa da bi v tem času postali prepoznavno dirkališče, ki bo uspelo prepričati tudi najbolj prestižne in zahtevne organizatorje, da bodo prirejali pomembna tekmovanja tudi pri nas.

6.2 Cenovna strategija

Ceno smo določili glede na konkurenco. Glede na to, da je povpraševanje na bližnjih dirkališčih veliko in je ponudbe v tem rangu premalo, nismo postavili nižje cene, saj menimo, da za nas ne bi bila optimalna. Najem steze za vikend bo znašal 14.000 evrov, med tednom pa v ponedeljek in petek 12.500 evrov, ostale dni pa 8.500 evrov. V času izven sezone, od začetka novembra do konca februarja, pa bo za vikend najem znašal 8000 evrov. Za nezasedene dni, ki jih pričakujemo predvsem kdaj med tednom, bomo naredili odprte dneve brez dirk, ki bodo cenejši, točne cene pa so navedene v prilogi 1. Za tekmovanje v pospeševanju, pa se bo plačalo za vsak start sproti 15 evrov, tako da si ga bodo lahko privoščili praktično vsi. Še vedno bomo ugodnejši od kar nekaj dirkališč, predvsem v zahodni Evropi, kjer so cene praviloma višje. Vendar smo se odločili, da bomo, glede na našo lokacijo in standard, kjer večina ljudi ne bi zmogla in niti želela plačevati previsokih cen, postavili cene, ki bodo konkurirale cenejšim dirkališčem

predvsem v srednji ter vzhodni Evropi. Vseeno pa bomo na začetku, v prvih dveh letih, cene najema promocijsko znižali, da bomo privabili čim več kupcev in si s tem zagotovili prepoznavnost. Najem bomo ponudili že od 7000 evrov naprej v prvem, ter 8000 evrov v drugem letu, med vikendom pa bo v prvem letu en dan najema celo za 2500 evrov cenejši. Tudi za zimski najem bomo za prve dve leti znižali ceno na 7000 evrov v prvem, ter 7500 evrov v drugem letu. Prav tako bodo nekoliko cenejši tudi odprti dnevi.

6.3 Tržno komuniciranje

Oglaševali bomo predvsem med uporabniki, saj moramo v končni fazi pridobiti čim več dirkačev, ki bodo pripravljene čim večkrat obiskati naše dirkališče, če želimo, da bodo organizatorji najeli našo stezo in se tudi vračali. Poleg že omenjenega oglaševanja na raznih adrenalinsko obarvanih prireditvah, ter reklamiranja na dirkaških forumih, bomo znane organizatorje, ki dirke prirejajo na podobnih dirkališčih, kontaktirali direktno po njihovi elektronski pošti, ki jo imajo na svojih uradnih spletnih straneh, kjer bodo lahko dobili direktno ponudbo z naše strani. V prvem letu bo, kot že omenjeno, cena izredno ugodna, tako da pričakujemo iz tega naslova še posebej dober odziv, saj je cena po mnenju nekaterih organizatorjev eden najpomembnejših faktorjev pri odločanju.

Za oglaševanje nameravamo sicer porabiti relativno majhno količino denarja, saj se dirkališče oglašuje samo po sebi, s pomočjo samih dirkačev. Še v fazi izgradnje, oziroma že v času govora, se po navadi beseda o njem razširi med dirkači po raznih forumih in podobno. Tako je zaključek gradnje s strani uporabnikov težko pričakovan, in si motoristi, ki se vozijo po dirkališčih, sami želijo preizkusiti novo stezo. (Dirkališče v Sloveniji, 2011) V našem primeru pričakujemo še toliko večji interes, saj bo prvo v Sloveniji in je med motoristi že dolgo želja po njem, saj kot je že omenjeno v podpoglavju 2.4, o njem teče beseda na ogromno forumih in raznih spletnih straneh. Zato tudi menimo, da bomo imeli s strani organizatorjev sploh zaradi ugodne ponudbe veliko terminov zakupljenih še pred uradnim odprtjem dirkališča, saj bodo pričakovali veliko zanimanje, ter s tem velik obisk, kar sta nam tudi potrdila že prej omenjena organizatorja.

7 Proizvodni in storitveni načrt

To poglavje opredeli poslovni proces podjetja. Predstavi poslovne prostore in točno lokacijo le teh, prav tako pa opisuje planiranje samega poslovanje. (Drnovšek & Stritar, 2007, str. 80)

7.1 Geografska lokacija

Za izgradnjo dirkališča je potrebna velika površina, ki ni v neposredni bližini stanovanjskih objektov. Pomembna je tudi dostopnost in bližina avtoceste, saj le ta prihrani veliko časa. Slovenija ima že sama po sebi ugodno lokacijo v središču Evrope, tako da je dostopna dirkačem iz veliko držav, ki bi želeli poizkusiti novo dirkališče, to pa je tudi prednost za organizatorje pomembnejših dogodkov, ki imajo po navadi kot je že zgoraj omenjeno, udeležence z različnih koncev. Če pa gledamo samo z vidika naše države, pa bi bila sicer najbolj ugodna lokacija v osrednji Sloveniji, če bi želeli, da bi bila dostopna čim večjemu številu motoristov, vendar bi težko našli primeren neposeljen kraj. Za poslovanje pa je prav

tako, če ne še bolj, pomembno podnebje, ki lahko podaljša sezono, tako da se bomo osredotočili na Primorsko, ki ima kar nekaj primernih površin.

7.2 Poslovni prostori

Najpomembnejši objekt bo steza za dirkanje z vključenimi izletnimi conami. Zraven bodo stale tribune, ter kopalnice s stranišči in tuši. Pri vhodu bo sprejemnica, kjer se bodo urejala plačila, zraven pa bo manjša pisarna. V isti zgradbi bo tudi mehanična delavnica, ki se bo dajala v najem, ter majhna bolnišnica za najnujnejšo pomoč. V bližini steze bo stala bencinska črpalka, prav tako namenjena najemu, in pa zadnja zgradba, ki jo bomo oddajali, in sicer restavracija s prenočišči, ki bo namenjena predvsem gostom iz bolj oddaljenih krajev, oziroma tistim, ki bodo prišli na dirkališče za več dni.

7.3 Operativni cikel

Dirkališče želimo maksimalno izkoristiti, zato bomo dodali čim več postranskih ponudb, v povezavi z glavno ponudbo, poleg tega pa bomo uporabo steze namenili tudi za kakšno dejavnosti izven dnevnega časa. Razne površine bomo izkoristili za reklamne plakate, ki jih bodo plačali naročniki, imeli pa bomo tudi druge oblike reklamiranja naših sponzorjev.

Že pred uradnim odprtjem steze, ki bo februarja 2013, nameravamo prejeti plačila za vsaj tretjino terminov, ki bodo na voljo za zakup steze, saj je pri naši najbližji konkurenci večina terminov zakupljena za eno leto v naprej. Tudi glede najemov naših objektov, bomo že prej sklenili pogodbe, najemnine pa se bodo plačevale konec meseca. Ostali prihodki bodo prihajali sproti, vendar bomo v štirih mesecih, ki so izven glavne sezone imeli izgubo. Ublažili jo bomo z oddajo steze za "driftanje", ki postaja, kot sem že omenila, vedno bolj popularno na dirkališčih v tujini. Namesto da bi vse delavce zaposlili redno, bomo imeli med glavno sezono na določenih pozicijah zaposlene študente in pogodbenike.

7.4 Pravne zahteve, dovoljenja ter vprašanja okolja

Pred začetkom delovanja, se bo naša delniška družba vpisala v sodni register. Še prej pa bo potrebno dobiti vsa dovoljenja in tisto, ki ga bomo verjetno najtežje pridobili, je gradbeno dovoljenje, saj se lahko najde kakšen naravovarstvenik, ki bi gradnjo želel preprečiti, tako da moramo občini oziroma ministrstvu dobro predstaviti vse prednosti, ki jih bo pridobila z izgradnjo. Za nas zelo pomembno bo tudi uporabno dovoljenje.

8 Vodstvena skupina in kadri

Ker je investicija izredno visoka, bo v podjetje vključeno večje število velikih in malih investorjev, ki bodo imeli v podjetju različne deleže. O poslovanju bo odločal upravni odbor, ki bo imel tri člane. Redno bomo zaposlili direktorja, ki bo v celoti nadziral poslovanje. Drugi redno zaposlen bo organizator, ki bo celo leto odgovoren za sestavo urnika zasedenosti in se bo dogovarjal z organizatorji dogodkov. Urejal bo tudi vse stvari v zvezi z reklamiranjem, ter sponzorstvom in pa najemi ostalih objektov na samem dirkališču. Redno bo zaposlena tudi tajnica. Receptor bo delal po pogodbi. V sprejemnici bo pobiral plačila, preverjal bo prisotne na prijavnih seznamih, ter skrbel za oddajo boksov ter oddajnikov. Imeli bomo tudi pogodbo s čistilnim servisom, ki bo skrbel za vzdrževanje

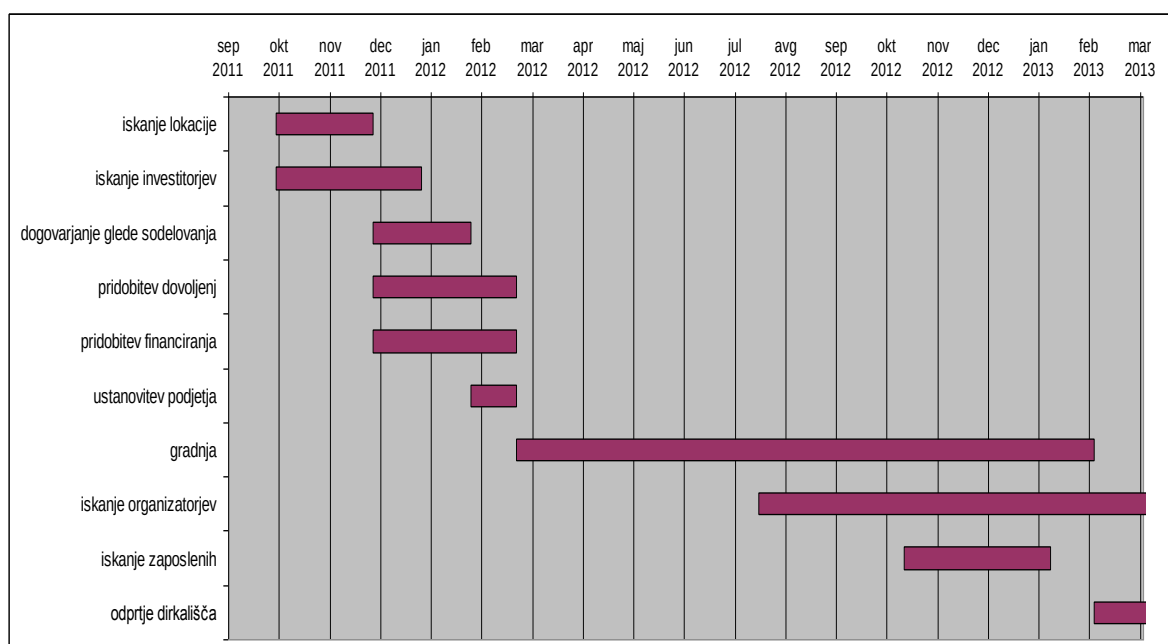
reda in čiščenje ob koncu aktivnosti, Prav tako pa bomo imeli še dve reševalni ekipi, ki bosta prisotni v času dirkanja in bosta plačani po pogodbi. Najeli bomo tudi hišnika, ki bo skrbel za pokošeno travo in čisto stezo. Zadolžen bo tudi za manjša popravila, ki bodo potrebna. Na tekmah bomo imeli zaposlene sodnike in starterje. Za varnost bo skrbela varnostna služba. V zimskem času, bodo pogodbeniki delali le za vikende, ki bodo zakupljeni s strani organizatorjev, vendar jih bomo v sezoni potrebovali skoraj vse dni v tednu. Po potrebi bomo še dodatno najeli kakšnega delavca več ali manj.

9 Splošni terminski plan

Kot je razvidno iz Podjetniškega portala, je terminski načrt pomemben za doseg cilja, vendar je potrebno aktivnosti ustrezno vsebinsko ter časovno opredeliti. Služi kot pripomoček za postavitev rokov. Aktivnosti se predstavi v časovnem zaporedju. (Splošni terminski načrt, 2009).

9.1 Terminski načrt

Slika 4: Terminski načrt



Ker gre za zelo velik projekt, pričakujemo da bo že iskanje investitorjev, izbiranje lokacije, ter pridobitev vseh dovoljenj dolgotrajen proces. Poleg tega bo dolgotrajna tudi gradnja, tako da dejansko odprtje dirkališča pričakujemo šele v začetku leta 2013.

10 Kritična tveganja in izzivi

To je zelo pomemben del poslovnega načrta, saj se podjetje z njim pripravi na nekatera tveganja, za katera že sedaj lahko razmisli o mogočih rešitvah in s tem minimizira določena tveganja. S tem tudi pokaže investitorjem, da je o njih razmišljal in da je dobro pripravljen. (Drnovšek & Stritar, 2007, str. 113)

10.1 Makro raven

Makro raven predstavlja vsa tveganja, na katera ne moremo vplivati.

- Če bi se zgodila kakšna naravna katastrofa, ki bi uničila ali poškodovala našo infrastrukturo, bi bila škoda ogromna. Lahko pazimo pri izbiri lokacije, na primer, da ni ravno na poplavnem območju, vendar kljub temu, da so verjetnosti majhne, se kaj tako nepredvidljivega kot naravna katastrofa lahko zgodi kjerkoli. Zato je pomembno, da objekt tudi zavarujemo, saj bi bila škoda drugače prevelika.
- Drugi problem bi bila sprememba zakonodaje, da bi se recimo otežil prevoz neregistriranih motorjev čez mejo, kar sicer ne bi drastično vplivalo na naš dobiček, saj razen Hrvaške, vse ostale sosednje države v Evropski uniji meje odprte. Večji problem pa bi bile kakšne omejitve glede onesnaževanja zraka z izpuhi ali kaj podobnega.
- Tretji primer, bi bil, če bi v bližini dirkališča zgradili stanovanjske hiše in bi se ljudje pritoževali nad glasnostjo, potem pa bi občina preprečila nadaljnje obratovanje dirkališča, oziroma bi ga omejila. Čeprav je verjetnost, da bi ljudje začeli graditi hiše zraven dirkališča majhna.

10.2 Raven podjetja

Raven podjetja predstavlja tveganja v podjetju, ki jih lahko zmanjšamo, če možna tveganja predvidimo in se nanje pripravimo.

- **Nova konkurenca**, če bi bila zgrajena boljša, novejša in bolj varna dirkališča, bi se s tem po vsej verjetnosti zmanjšal obisk našega. V ta namen bomo tudi sami poskušali skrbeti za to, da bo dirkališče čim bolj varno in ga bomo redno vzdrževali, strankam pa bomo v najslabšem primeru nudili nižje cene.
- **Nizko povpraševanje**, če bi ljudje v prihodnosti izgubili zanimanje za dirkališča, bomo poskušali slediti trendom in stezo izkoristiti na takrat najboljši možen način, ali pa bomo z agresivnejšim reklamiranjem ali organizacijo kakšnih posebnih dogodkov kupcem poskušali ponovno spodbuditi potrebo.
- **Nižanje cen konkurentov**, če bi se to zgodilo v prvih letih poslovanja, bi imeli prednost, ker je dirkališče novo in bi bilo zato za potencialne stranke bolj zanimivo, če pa bi se to zgodilo kasneje v prihodnosti, pa bi verjetno cene tudi mi prilagodili konkurenci in trgu, tako da bi se dobiček sicer zmanjšal, vendar bi s tem rešili tržno pozicijo.
- **Težave z dovoljenji**, če bi se nam zgodilo, da bi nam na primer okoljevarstveniki preprečili izgradnjo dirkališča, ali da kakšnega dovoljenja ne bi mogli dobiti, bi morali poiskati drugo lokacijo, tako da bomo v naprej pripravili alternativne rešitve.

10.3 Simulirana poslovna tveganja

Predstavljamo pet različnih možnih scenarijev, ki bi se lahko zgodili v prihodnosti, za kar je uporabljen finančni model za prikaz finančnih projekcij in simulacij. Prvega, ki se nam zdi najbolj verjeten, in še štiri, ki so narejeni na podlagi možnih tveganj oziroma priložnosti. Vseh pet scenarijev, je prikazanih v prilogi.

Simulacija 1: REALEN SCENARIJ

Ta se nam zdi še najbolj verjeten in sicer bi to pomenilo, da bi imeli predvsem v prvem, ter malo manj v drugem letu slabšo zasedenost in prodajo, kasneje pa bi se ustalila nekje na isti ravni kot pri konkurenci.

Simulacija 2: NOVA KONKURENCA

V primeru, da bi se v bližini pojavila nova konkurenca, kar bi bilo še najbolj verjetno, če bi obnovili dirkališče Grobnik, bi se po vsej verjetnosti zmanjšala zasedenost steze. V tem primeru bi se po vsej verjetnosti zmanjšali glavni prihodki iz najema steze, posledično pa tudi prihodki iz reklamiranja, ter oddaje boksov in oddajnikov.

Simulacija 3: NIŽANJE CEN KONKURENTOV

Če bi naši konkurenti iz kakršnega koli razloga znižali cene ponudbe, bi morali enako storiti tudi mi, da bi obdržali stranke. Nižje cene zakupa steze pa bi pomenile manjše prihodke in s tem nekoliko nižji dobiček.

Simulacija 4: POVEČANJE POVPRŠEVANJA

V najboljšem primeru bi se zaradi še večjega povpraševanja cene pri konkurenci lahko povečale, tako da bi jih dvignili tudi mi, kar bi ob ostalih nespremenjenih predpostavkah pomenilo povečanje dobička.

Simulacija 5: VIŠJE CENE NAJEMNIN

Verjetnost je, da bomo v prihodnosti lahko povečali najemnino za objekte, ki jih bomo dajali v najem, saj bi jim z rastjo ugleda dirkališča rasla cena, kar bi spet privedlo do povečanja dobička.

11 Finančni načrt

Finančni načrt zahteva od izdelovalca veliko znanja, prav tako pa je del poslovnega poročila, ki ga investitorji po navadi najbolj podrobno pogledajo. Pripraviti je potrebno tri vrste finančnih izkazov, in sicer bilanco stanja, izkaz poslovnega izida, ter izkaz finančnih tokov, ki so predstavljeni v prilogah. (Drnovšek & Stritar, 2007, str. 116)

11.1 Vložki v podjetje

Naša družba bo osnovni kapital dobila od investitorjev. Pričakujemo nekaj pomembnejših investitorjev, ki bodo sodelovali z večjimi vložki in pa veliko število manjših, ki bodo kupili po nekaj delnic. Začetna vlaganja v prvem letu bodo znašala okoli 13.000.000 EUR, tako da se bomo za ostali znesek zadolžili, kar je navedeno v naslednjem podpoglavju. Pod začetna vlaganja bo spadal nakup zemljišča, vsi potrebni izkopi in nasipi, celotna izgradnja steze z izletnimi conami, in vsa ostala pripadajoča infrastruktura. Manjši delež pa bo šel za vso potrebno opremo in dovoljenja.

11.2 Viri financiranja

Kot je že zgoraj omejeno, bomo imeli tako lastniško, kot tudi dolžniško financiranje. Od investitorjev nameravamo dobiti 3.000.000 evrov. Večje bomo iskali v večji meri med podjetniki, predvsem tistimi, ki na kakšen način že sodelujejo v tem športu, obrnili pa se

bomo tudi na sklade tveganega kapitala ter poslovne angele. Najprej na tiste v Sloveniji (Tvegani kapital v Sloveniji, 2008), po potrebi pa še v tujino. (Tvegani kapital v Sloveniji, 2008) Možnost pa bomo kot je že omenjeno, ponudili tudi posameznikom, ki bi lahko investirali samo manjše zneske. V najboljšem primeru, bo sodeloval tudi AMZS in pa država. Za ostali znesek se bomo zadolžili. Okoli 8.600.000 evrov nameravamo dobiti v sredini prvega leta za stroške gradnje in opreme v obliki dolgoročnega kredita, za obdobje 15. let, po obrestni meri 6 %. Na zemljišče bomo vzeli hipoteko, za ostalo infrastrukturo, pa nameravamo vzeti rastočo hipoteko. Za 1.000.000 evrov se bomo zadolžili pri dobaviteljih opreme, ki jim bomo vse odplačali v slabih treh letih. Na začetku poslovanja pa bomo vzeli še en kratkoročni polletni kredit za okoli 600.000 evrov, ki bo pokrtil predvsem stroške plač. Poizkusili bomo tudi pri evropski investicijski banki.

11.3 Upravljanje z obratnim kapitalom

Podjetje bo imelo obveznosti do svojih zaposlenih in pogodbenih podjetij, do banke, ter do plačila rednih stroškov, kar bo plačevalo sproti mesečno. Obveznosti do dobaviteljev bodo minimalne. Organizatorji, ki bodo pri nas zakupili stezo, bodo plačevali v naprej, posamezniki pa bodo za ostalo našo ponudbo plačevali sproti. Za nazaj se bodo plačevale samo najemnine, kjer pa bomo ob neplačilu za več kot dva meseca prekinili pogodbo.

SKLEP

Namen je bil izdelati čim bolj podroben poslovni načrt, ki nam bo pomagal pridobiti investitorje. Ker je potreben res velik začetni kapital, je to poleg pridobitve dovoljenj najpomembnejša stvar pri možnosti same uresničitve. Dejstvo je, da če nam ne bo uspelo pritegniti dovolj investitorjev, uresničitev načrta ne bo mogoča. Žal je velikokrat tako, da se poslovna ideja ne uresniči tako kot je na začetku pričakovano. Ob tem pa lahko izgubimo veliko časa in denarja, tako da je vseeno bolje, če se zatakne, preden se vloži denar.

Ob uspešni rešitvi teh glavnih dveh problemov, pa je končna ugotovitev po sami raziskavi, da se projekt izplača. Naš največji konkurent ne uspe zadovoljiti celotnega povpraševanja, v neposredni bližini pa konkurence niti ni. Podjetje bo potrebovalo približno dve leti, da bo postalo bolj prepoznavno. Možna tveganja smo raziskali, in bi v najslabšem primeru to bila nova konkurenca v bližini, vendar smo v naprej predvideli rešitve oziroma spremenjene scenarije v teh primerih.

Podjetje se bo trudilo, da ustvari ugled, da bodo kupci in koristniki zadovoljni, saj se bomo prilagajali njihovim potrebam, dajali poudarek skrbi za varnost in dosledno skrbeli, da bo ponudba ves čas kar se da izpopolnjena.

LITERATURA IN VIRI

- [1]. Alič, J. (2011). V igri za dirkališče dve lokaciji v vipavski dolini. Najdeno 1. oktobra 2011 na spletnem naslovu
http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/1042475554
- [2]. Automotodrom Grobnik d.o.o. (2011). *Cjenik reklamnog prostora* (interno gradivo). Čavle: Automotodrom Grobnik d.o.o.
- [3]. *Bi poligon zmanjšal število mrtvih motoristov?*. (2008). Najdeno 17. marca 2011 na spletnem naslovu
<http://www.rtvsl.si/crna-kronika/bi-poligon-zmanjsal-stevilo-mrtvih-motoristov/91530>
- [4]. Boltavzer, Z. (2009). *Trženje*. Ljubljana: Zavod IRC.
- [5]. Božič, J. (2008). Novi začetek dirkališča v Spielbergu. *Avtomanija*. Najdeno 18. aprila 2011 na spletnem naslovu
<http://f1.avtomanija.com/default.asp?rb=1&id=14055>
- [6]. Brglez, A. (2009). Dirkališče ni problem. Najdeno 29. aprila 2011 na spletnem naslovu
http://www.siol.net/avtomoto/avtomoto_plus/kolumne/2009/11/brglez_dirkalisca.aspx
- [7]. *Calendar of events*. (2011). Najdeno 24. marca 2011 na spletnem naslovu
<http://www.pannonia-ring.com/index.php?popup=0&id=31&year=2011>
- [8]. *Dirkališče ni problem*. (2010). Najdeno 24. marca 2011 na spletnem naslovu
http://www.motosvet.com/tabla/topic/31640-dirkalisce-ni-problem/page__st__600
- [9]. *Dirkališče v Sloveniji*. Najdeno 24. marca 2011 na spletnem naslovu
[http://www.alter.si/tabla/showflat.php/Cat/0/Number/323775/page/vc/fpart/8/vc/1niji.\(2010\)](http://www.alter.si/tabla/showflat.php/Cat/0/Number/323775/page/vc/fpart/8/vc/1niji.(2010))
- [10]. *Dirkališče za vse državljane*. (2010). Najdeno 18. marca 2011 na spletnem naslovu
<http://www.zurnal24.si/avtosvet/intervju-niko-mihelic-dirkalisce-varna-voznja>
- [11]. Drnovšek, M., & Stritar, R. (2007). *Osnove podjetništva. Priročnik za pripravo poslovnega načrta*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- [12]. *Elements of a business plan*. Najdeno 18. aprila 2011 na spletnem naslovu
<http://www.entrepreneur.com/article/38308-7>
- [13]. Jaklič, M. (2009). *Poslovno okolje in gospodarski razvoj*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- [14]. *Kako do kapitala za vašo poslovno idejo*. (2010). Najdeno 17. marca 2011 na spletnem naslovu
http://www.aktiv.si/novice/20100705/Kako_do_kapitala_za_vaso_poslovno_idejo
- [15]. *Kalendar utrka-zauzeća*. (2011). Najdeno 1. aprila 2011 na spletnem naslovu
<http://www.grobnik.hr/pista/Kalendar-utrka-zauzecca.hr.html>
- [16]. Kos, B. (2011). Poslovni načrt. Najdeno 15. marca 2011 na spletnem naslovu
<http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitve-podjetja-poslovni-načrt>
- [17]. Letonja, M. (2007). Poslovni načrt in dialog z vlagatelji. Najdeno 15. marca 2011 na spletnem naslovu
<http://www.podjetnik.si/default.asp?KatID=311&ClanekID=3461>
- [18]. *Luftbild des Pannonia-ringes*. (b.l.) Najdeno 14. aprila 2011 na spletnem naslovu
<http://www.pannonia-ring.com/strecke/luft.html>

- [19]. *Motodrom-dirkališče v Sloveniji*. (2008). Najdeno 24. Marca 2011 na spletnem naslovu
http://www.motosvet.com/tabla/topic/155-motodrom-dirkalisce-v-sloveniji/page__st__500
- [20]. *Motodrom Petrolija*. (2010). Najdeno 1. aprila 2011 na spletnem naslovu
<http://www.motosvet.com/motodrom-petrolija.html>
- [21]. Obalno-kraška regija. (b.l.) V *Wikipediji*. Najdeno 18. marca 2011 na spletnem naslovu
http://sl.wikipedia.org/wiki/Obalno-kra%C5%A1ka_regija
- [22]. Pannonia-Racing Kft. (2011) *Preisliste* (interno gradivo). Szombathely: Pannonia-Racing Kft.
- [23]. *Prvo dirkališče v Sloveniji*. (2011). Najdeno 24. aprila 2011 na spletnem naslovu
<http://www.motosvet.com/tabla/topic/35778-prvo-dirkalisce-v-sloveniji/>
- [24]. *Race Results*. (2011). Najdeno 25. Junija na spletnem naslovu
http://www.jura-racing.de/cms/fileadmin/user_upload/downloads/ergebnisse/2011/lauf3.pdf
- [25]. Rosenstein, N. (2008). Moderno podjetništvo in pomen poslovnega načrta. *E-revir*. Najdeno 15. marca 2011 na spletnem naslovu
<http://www.erevir.si/Moduli/Clanki/Clanek.aspx?ModulID=1&KategorijaID=15&ClanekID=644>
- [26]. *Slovenija potrebuje dirkališče*. Najdeno 29. junija 2011 na spletnem naslovu
<http://www.facebook.com/group.php?gid=57701483997&v=wall>
- [27]. *Splošni terminski načrt*. (2009). Najdeno 18. marca 2011 na spletnem naslovu
<http://www.podjetniski-portal.si/nacrtujem-podjetje/poslovni-nacrt/Splosni-terminkt-nacrt>
- [28]. Statistični urad republike Slovenije. (2008). Standardna klasifikacija dejavnosti. Najdeno 17. marca na spletnem naslovu
<http://www.stat.si/klasje/tabela.aspx?cvn=4978>
- [29]. *V Pomurju več motoristov in manj nesreč*. (2011). Najdeno 20. marca na spletnem naslovu
Sobotainfo.com/fotogalerije/slika/5406/336518#slika_3
- [30]. Tominec, I. (2011). Jean Todt za dirkališče v Sloveniji. Najdeno 8. oktobra 2011 na spletnem naslovu
<http://www.val202.si/2011/10/predsednik-fia-jean-todt-v-sloveniji-v-podporo-dirkaliscu-in-centru-za-varno-voznjo/>
- [31]. Turk, S. (2011). Število umrlih motoristov 2010. Najdeno 29. junija 2011 na spletnem naslovu
<http://www.voznja.si/article/22/tevilu-umrlih-motoristov-2010>
- [32]. *Tvegani kapital v Sloveniji*. (2008). Najdeno 29. julija 2011 na spletnem
<http://www.donos.net/client/index.php?table=articles&ID=569>
- [33]. Vehovec, R. (2010). Analiza in problematika hitrosti na lokalnem nivoju. Najdeno 18. marca 2011 na spletnem naslovu
http://www.mp.gov.si/fileadmin/mp.gov.si/.../20_4_2010hitrost_in_alkohol.ppt
- [34]. *Vlagatelji, pazljivo pri motodormu Petrolija*. (2011). Najdeno 1. aprila 2011 na spletnem naslovu

<http://mojefinance.finance.si/305654/Vlagatelji-pazljivo-pri-Motodromu-Petroliji>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Cenik.....	1
Priloga 2: Analiza ankete.....	2
Priloga 4: Cenik oglaševanja na Grobniku	9
Priloga 5: Cenik zakupa steze.....	11
Priloga 6: Zasedenost na Pannoniaringu	12
Priloga 7: Prikaz udeležencev na dirki organizatorja Jura racing	13
Priloga 8: Opisi cen in količin	16
Priloga 9: Bilanca stanja	18
Priloga 10: Kazalniki	23
Priloga 11: Simulacije	26

Priloga 1: Cenik

Tabela 1: Cenik

ZAKUP STEZE (cena za en dan) v času od marca-novembra v EUR	
sobota, nedelja	14.000
ponedeljek, petek	12.500
torek, sreda, četrtek	8.500
TAKSA ZA DIRKO	1.000
Za drugi dan najema, pripada 5 % popusta, na tretji, ter vsak nadaljnji dan pa 10 %.	
BOČNO DRSENJE ali »drifting« (najem za en dan v EUR) v času od novembra-februarja	
Sobota, nedelja	8.000
ODPRTI DAN (cena na osebo v EUR)	
motor/avto cel dan	110 /360
motor/avto pol dneva	80 /280
motor/avto 1 ura	55 /100
NAJEM BOKSA (na dan)	80
NAJEM ODDAJNIKA (na dan)	15
DIRKA V POSPEŠEVANJU (cena na start v EUR)	
1. in 3. sobota v večernem času	15
Reklamiranje na stezi, ter sponzorstvo na dirkah po dogovoru.	

Priloga 2: Analiza ankete

Tabela 2: Anketa-starost

Q1	Koliko ste stari?					
	Veljavno	Št. enot	Povprečje	Std. Odklon	Minimum	Maksimum
	148	296	28.69	30.22	14	62

Tabela 3: Anketa-kolikolet vožnje motorja

Q2	Koliko let vozite/ste vozili motorno kolo?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (manj kot eno leto)	11	3.7	5.6	5.6
	2 (1 do 5 let)	73	24.7	37.2	42.9
	3 (6 do 10 let)	45	15.2	23.0	65.8
	4 (več kot 10 let)	67	22.6	34.2	100.0
Veljavni	Skupaj	196	66.2	100.0	

Povprečje	2.86	Std. Odklon	0.96
-----------	------	-------------	------

Tabela 4: Anketa-padci

Q3	Ali ste že kdaj padli z motorja?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Ne)	51	17.2	26.0	26.0
	2 (Da, enkrat)	49	16.6	25.0	51.0
	3 (Da, večkrat)	96	32.4	49.0	100.0
Veljavni	Skupaj	196	66.2	100.0	

Povprečje	2.23	Std. Odklon	0.84
-----------	------	-------------	------

Tabela 5: Anketa-vožnja po predpisih

Q4	Ali vozite po predpisih?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	22	7.4	11.3	11.3
	2 (Predpisov se držim v naselju)	138	46.6	70.8	82.1
	3 (Predpisov se redko držim)	35	11.8	17.9	100.0
Veljavni	Skupaj	195	65.9	100.0	

Povprečje	2.07	Std. Odklon	0.54
-----------	------	-------------	------

Tabela 6: Anketa-razlog vožnje

Q5	Glavni razlog za vožnjo v motorjem:						
	Podvprašanja	Odgovori		Veljavni	Št. enot	Navedbe	
		Frekvence	%			Frekvence	%
Q5a	Občutek svobode	141	71.9	196	296	141	48.3
Q5b	Adrenalin/želja po hitrosti	125	63.8	196	296	125	42.8
Q5c	Zgolj prevozno sredstvo	6	3.1	196	296	6	2.1
Q5d	Drugo:	20	10.2	196	296	20	6.8
	SKUPAJ			196	296	292	100.0

Tabela 7: Anketa-razlogi nadaljevanje

Q5d_text	Q5 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	Dirkanje	1	0.3	0.5	0.5
	Potovanja	1	0.3	0.5	1.0
	Uživanje	1	0.3	0.5	1.6
	hrana za dušo	1	0.3	0.5	2.1
	motociklizem je način življenja	1	0.3	0.5	2.6
	veš da ne vem	1	0.3	0.5	3.1
	se neda opisat v predalčku	1	0.3	0.5	3.6
	enostavno prehitevat	1	0.3	0.5	4.1
	Veselje	1	0.3	0.5	4.7
	0	176	59.5	91.2	95.9
	da lovim pičke, povprečno 3 na tedn	1	0.3	0.5	96.4
	zabava šport št.1	1	0.3	0.5	96.9
	spoznavanje lepot narave	1	0.3	0.5	97.4
	kombi 1 in 2 točke	1	0.3	0.5	97.9
	preživljanje prostega časa	1	0.3	0.5	98.4
	Šport	1	0.3	0.5	99.0
	Potovanja	1	0.3	0.5	99.5
	Otroška želja in občutek svobode	1	0.3	0.5	100.0
Veljavni	Skupaj	193	65.2	100.0	

Tabela 8: Anketa-vožnja po dirkališču

Q6	Ali ste se že kdaj z motociklom vozili po dirkališču?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	106	35.8	54.4	54.4
	2 (Ne)	89	30.1	45.6	100.0
Veljavni	Skupaj	195	65.9	100.0	

Povprečje	1.46	Std. Odklon	0.50
-----------	------	-------------	------

Tabela 9: Anketa-pogostost obiska dirkališča

Q7	Kako pogosto obiskujete dirkališče?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (tedensko tedensko manj kot 1-krat na leto)	9	3.0	8.5	8.5
	2 (1-5 krat na leto)	63	21.3	59.4	67.9
	3 (6-10 krat na leto)	20	6.8	18.9	86.8
	4 (11-15 krat na leto)	9	3.0	8.5	95.3
	5 (več kot 15-krat na leto)	5	1.7	4.7	100.0
Veljavni	Skupaj	106	35.8	100.0	

Povprečje	2.42	Std. Odklon	0.93
-----------	------	-------------	------

Tabela 10: Anketa-obisk različnih dirkališč

Q8	Ali obiskujete različna dirkališča?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Ne, zvest sem enemu)	21	7.1	19.8	19.8
	2 (Da, vendar se omejim na cenejša)	58	19.6	54.7	74.5
	3 (Da, rad imam raznolikost pri dirkališčih)	27	9.1	25.5	100.0
Veljavni	Skupaj	106	35.8	100.0	

Povprečje	2.06	Std. Odklon	0.67
-----------	------	-------------	------

Tabela 11: Anketa-dirkališče v Sloveniji

Q9	Ali bi obiskali dirkališče, če bi bilo le-to v Sloveniji?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	192	64.9	98.0	98.0
	2 (Ne)	4	1.4	2.0	100.0
Veljavni	Skupaj	196	66.2	100.0	

Povprečje	1.02	Std. Odklon	0.14
-----------	------	-------------	------

Tabela 3: Anketa-pogostost obiska Slo. dirkališča

Q10	Kako pogosto bi ga obiskali?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (do 1 krat letno)	10	3.4	5.2	5.2
	2 (2-5 krat letno)	91	30.7	47.4	52.6
	3 (6-10 krat letno)	44	14.9	22.9	75.5
	4 (11-15 krat letno)	20	6.8	10.4	85.9
	5 (več kot 15 krat letno)	27	9.1	14.1	100.0
Veljavni	Skupaj	192	64.9	100.0	

Povprečje	2.81	Std. Odklon	1.15
-----------	------	-------------	------

Tabela 4: Anketa-vožnja izključno po dirkališču

Q11	Ali bi se v primeru izgradnje dirkališča v Sloveniji prenehali voziti po cesti?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	57	19.3	29.7	29.7
	2 (Ne)	135	45.6	70.3	100.0
Veljavni	Skupaj	192	64.9	100.0	

Povprečje	1.70	Std. Odklon	0.46
-----------	------	-------------	------

Tabela 5: Anketa-gostinski obrat

Q12	Ali vam je pomembno, da je na dirkališču gostinski obrat?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	106	35.8	55.5	55.5
	2 (Ne)	85	28.7	44.5	100.0
Veljavni	Skupaj	191	64.5	100.0	

Povprečje	1.45	Std. Odklon	0.50
-----------	------	-------------	------

Tabela 6: Anketa-razlog obiska dirkališč

Q13	Zakaj obiskujete/bi obiskovali dirkališče?						
	Podvprašanja	Odgovori		Veljavni	Št. enot	Navedbe	
		Frekvence	%			Frekvence	%
Q13a	Ker se mi zdi vožnja po cesti prenevarna	109	57.4	190	296	109	38.4
Q13b	Ker iščem meje svojih sposobnosti	95	50.0	190	296	95	33.5
Q13c	Ker rad tekmujem	47	24.7	190	296	47	16.5
Q13d	Drugo:	33	17.4	190	296	33	11.6
	SKUPAJ			190	296	284	100.0

Tabela 7: Anketa-razlog obiska-nadaljevanje

Q13d_text	Q13 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	Ker je edini prostor kjer lahko daš ven iz sebe tisto željo po polnem gasu ne da bi ogrožal sebe in ostalih udeležence v prometu.	1	0.3	0.5	0.5
	ker rad vozim hitro in varno, to pa omogoča samo dirkališče	1	0.3	0.5	1.1
	najvarnejša oblika hitre vožnje	1	0.3	0.5	1.6
	0	157	53.0	84.4	86.0
	ker me to zanima	1	0.3	0.5	86.6
	Je zanimivo	1	0.3	0.5	87.1
	ker bi želel voziti hitreje kot je to dovoljeno na cesti	1	0.3	0.5	87.6
	ker lahko daš gas brez da te policaji jebejo!	1	0.3	0.5	88.2
	za sprostitvev	1	0.3	0.5	88.7
	Firbec	1	0.3	0.5	89.2
	užitek v malce hitrejši vožnji	1	0.3	0.5	89.8
	hrana za dušo	1	0.3	0.5	90.3
	gledam dirke	1	0.3	0.5	90.9
	Ker na cesti ne moreš preizkusiti vseh zmožnosti motocikla (pospeški, končna hitrost, obnašanje motorja na meji,...)	1	0.3	0.5	91.4
	ker se pičke tam najbolj napalijo	1	0.3	0.5	91.9
	Sprostitev	1	0.3	0.5	92.5
	učenje tehnike vožnje	1	0.3	0.5	93.0

se nadaljuje

nadaljevanje

	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ker je vožnja po dirkališču zabavnejša :)	1	0.3	0.5	93.5
	Izboljšanje tehnike voznje brez nevarnosti hujskih posledic ob napaki	1	0.3	0.5	94.1
	Izboljšanje tehnike vožnje	1	0.3	0.5	94.6
	da bi varneje izkoristil motorjevo moč	1	0.3	0.5	95.2
	izključno kot gledalec	1	0.3	0.5	95.7
	Rekreacija	1	0.3	0.5	96.2
	ker imam rad motociklizem	1	0.3	0.5	96.8
	uživam v hitrosti	1	0.3	0.5	97.3
	Da izboljšam svojo vožnjo ter poskusam kar na cesti ne želim	1	0.3	0.5	97.8
	Adrenalin	3	1.0	1.6	99.5
	Ker ima svoj čar, in šele tam lahko preizkusiš svoje in sposobnosti motorja!	1	0.3	0.5	100.0
Veljavni	Skupaj	186	62.8	100.0	

Priloga 4: Cenik oglaševanja na Grobniku

Tabela 8 : Cenik reklamnih prostorov na Grobniku

Zgrada:	EUR
Strana piste:	
1. Velike reklame (dvije) stara zgrada (50x1,90m)	10.000
2. Velike reklame (dvije) nova zgrada Automotodroma (55x1,90m)	10.000
3. Manje reklame (dvije) na staroj zgradi (20x1,90m)	8.000
4. Reklame (dvije) na novoj zgradi – bočno (25x1,20m)	5.000
5. Manje reklame (šest) na novoj zgradi (5x1,20m)	2.500
6. Reklame na tornju Automotodroma (6x1,20)	5.000
Unutarnja strana:	
1. Velika reklama na balkonu stare zgrade (13mx195cm)	10.000
2. Velika reklama na zidu novogpress-a (7m x 5m)	8.000
3. Transparent na zidu nove zgrade	8.000
START – CILJ zid:	
10 METARA	2.000
15 METARA	2.500
20 METARA	3.500
BOXOVNA CESTA (prema tribini):	
Aluminijski pano (0,9m x 1,9m) – izrada korisnik	1.000
REKLAME NA PISTI – ZAVOJI:	
10 METARA	2.000
15 METARA	2.500
20 METARA	3.500
REKLAMA NA ULAZU – PUTOKAZ:	4.000
VANJSKI PODIJ ZA PROGLAŠENJE (pista) 5x	1.000
UNUTARNJI PODIJ ZA PROGLAŠENJE (trg) 5x	1.000
REKLAME U PARKU VOZAČA	2.000
REKLAMNA PORUKA U OKVIRU POLIGONA „TSV“ (5,00m x 1,00m)	2.000
REKLAME WEB STRANICA	2.000
Reklamne zastave na jarbolima:	
3 ZASTAVE	500
5 ZASTAVA	800
10 ZASTAVA	1.500
Budući reklamni prostor :	
Godišnja reklamna poruka na mostu između središnje zgrade i podija za proglašenje pobjednika na stratno-ciljnoj poziciji (oglašivač sam izrađuje most)	15.000
Godišnja reklamna poruka na semaforu zgrade	10.000
Godišnja reklamna poruka u novom press centru (3x1m-mogu se postaviti 4 reklame)	1.500
Reklamna poruka na suvenirima Automotodroma	Dogovor
Sve ostale oblike reklamiranja na Automotodromu (baloni, sajmovi, izložbe, prezentacije, koncerti itd.)	Dogovor
Prilazna cesta prema Automotodromu od skretanja (welcome tabla) do recepcije – stupovi od lima 1m x 1,70m – izrada korisnik	1.000

Vir: Automotodrom Grobnik d.o.o., 2011.

Tabela 9: Cenik sponzorstva na Grobniku

Utrke:	EUR
ALPE JADRAN PRVENSTVO	
Generalno pokroviteljstvo (ime utrke)	15.000
Glavni pokrovitelj	7.500
Pokrovitelj klase	2.500
Reklamni pano uzpistu 10 metara	800
Reklamni pano uzpistu 15 metara	1.000
Reklamni pano uzpistu 20 metara	1.400
EUROPSKO PRVENSTVO	
Generalno pokroviteljstvo (ime utrke)	30.000
Glavni pokrovitelj	15.000
Pokrovitelj klase	7.500
Reklami pano uzpistu 10 metara	1.000
Reklami pano uzpistu 15 metara	1.300
Reklami pano uzpistu 20 metara	1.700
SVJETSKO PRVENSTVO	
Generalno pokroviteljstvo (ime utrke)	70.000
Glavni pokrovitelj	30.000
Pokrovitelj klase	10.000
Reklami pano uzpistu 10 metara	1.500
Reklami pano uzpistu 15 metara	2.000
Reklami pano uzpistu 20 metara	2.500

Vir: Automotodrom Grobnik d.o.o., 2011.

Priloga 5: Cenik zakupa steze

Tabela 10: Cenik zakupa steze dirkališča Pannonia-Ring za leto 2011 v EUR

Wochentag (Mo.-Do.) pro Tag	8.400
Freitag pro Tag	12.300
Wochenende (Fr.-So. 3 Tage zusammen) pro Tag	37.000
Nur Samstag oder Sonntag (ohne Freitag) pro Tag	13.800
Fremdtransponder-gebühr pro Veranstalter pro Tag	1.000
Extra Krankenwagen pro Tag	700
Transponder pro Fahrer pro Tag	15
Box klein pro Tag	80
Box gross pro Tag	100
Motorrad ganzer Tag	110
Motorrad halber Tag	85
Auto ganzer Tag	400
Auto halber Tag	300
Motorrad Stundenpreis	60
Auto Stundenpreis	110

Vir: Pannonia-Racing Kft., 2011.

Priloga 6: Zasedenost na Pannoniaringu

Slika 1: Zasedenost na dirkališču Pannoniaring

Calendar of Events

Legenda: Modro obarvane celice so zasedeni dnevi, zelene pa prosti.

Vir: *Calendar of events, 2011.*

Priloga 7: Prikaz udeležencev na dirki organizatorja Jura racing

Slika 2: Udeleženci dirke na dirkališču Brno 1.del



Race Results Klasse 3

(SSP 750)

Pos	ST	Name	Nat.	Motorrad	Diff.	Best Lap
1	351	Kurt Melcher	A	GSXR750	-	2:32,431
2	89	Tina Katrasnik	SI	GSXR750	+2.234	2:32,730
3	82	Simon Kuhar	SI	GSXR750	+43.540	2:39,687
4	23	Marjan Burger	SI	GSXR750	+50.614	2:40,920
5	38	Klaus Oberhuber	A	GSXR750	+1:18.081	2:41,366
6	888	Rudolf Simmeth	D	DUC998	+1:27.754	2:42,229
7	72	Roman Angermayer	A	GSXR750	+1:33.176	2:42,861
8	61	Alfred Hummer	A	GSXR750	+2:03.527	2:49,215

Total Race Time: 20:14,826

Best Lap: 2:32,431 by Kurt Melcher

Vir: Race Results, 2011.

Slika 3: Udeleženci dirke na dirkališču Brno 2.del

Brünn 13.05.2011 - 15.05.2011



Race Results Klasse 2

(SSP 600)

Pos	ST	Name	Nat.	Motorrad	Diff.	Best Lap
1	27	Sebastian Zielinski	PL	R6	-	2:23,535
2	63	Kevin Koller	A	R6	+0.121	2:23,552
3	92	Daniel Fehn	A	CBR600	+12.501	2:25,910
4	77	Klaus Holzer	A	R6	+39.975	2:29,947
5	89	Tina Katrasnik	SI	GSXR600	+59.886	2:31,985
6	39	Ivano Greselin	I	R6	+1:28.051	2:34,747
7	81	Garry Gmeiner	CH	ZX6	+1:40.982	2:38,357
8	25	Andreas Arthofer	A	CBR600	+2:14.674	2:45,143
9	228	Torsten Jonsson	D	R6	+2:18.839	2:45,239
10	186	Tayron Barbisan	I	GSXR600	1 Lap	2:45,225

Total Race Time: 19:35,840

Best Lap: 2:23,535 by Sebastian Zielinski

Vir: Race Results, 2011.

Slika 4: Udeleženci dirke na dirkališču Brno 3.del



Race Results Klasse 5

(SBK Open)

Pos	ST	Name	Nat.	Motorrad	Diff.	Best Lap
1	1	Alfred Luger	D	BMW S100	-	2:20,899
2	7	Janez Prosenik (LI)	SI	BMW S100	+10.220	2:23,151
3	321	David Bozic	SI	GSXR1000	+30.231	2:25,175
4	351	Kurt Melcher	A	GSXR750	+34.083	2:23,261
5	97	Tomas Bohte	SI	R1	+43.080	2:27,855
6	132	Raniero Giometti	I	GSXR1000	+1:01.783	2:28,960
7	272	Marco Micheletti	I	R1	+1:09.491	2:30,466
8	47	Christian Teufl	A	GSXR1000	+1:09.792	2:30,014
9	610	Cristian Gipponi	I	CBR1000	+1:12.486	2:31,644
10	93	Christian Mlatschnik	A	R1	+1:15.812	2:30,159

Total Race Time: 18:03,751

Best Lap: 2:20,899 by Alfred Luger

Vir: Race Results, 2011.

Slika 5: Udeleženci dirke na dirkališču Brno 4.del



Race Results SSP Cup

(Supersport)

Pos	ST	Name	Nat.	Motorrad	Diff.	Best Lap
1	351	Kurt Melcher	A	GSXR750	+1:01.953	2:28,100
2	89	Tina Katrasnik	SI	GSXR750	+1:08.731	2:29,523
3	601	Franco Milanese	I	CBR600	+2:12.041	2:37,064
4	228	Torsten Jonsson	D	R6	1 Lap	2:45,919
5	61	Alfred Hummer	A	GSXR750	+0.716	2:41,752
6	104	Bruno Cavina	I	R6	+2.674	2:43,013
7	661	Eva Maria Hummer	A	GSXR750	+3.958	2:43,367

Total Race Time: 23:54,338

Best Lap: 2:28,100 by Kurt Melcher

Vir: Race Results, 2011.

Slika 6: Udeleženci dirke na dirkališču Brno 5.del



Race Results Klasse 4

(Stock 1000)

Pos	ST	Name	Nat.	Motorrad	Diff.	Best Lap
1	7	Janez Prosenik (LI)	SI	BMW S100	-	2:26,839
2	321	David Bozic	SI	GSXR1000	+10.366	2:27,845
3	97	Tomas Bohte	SI	R1	+37.412	2:29,609
4	114	Stefano Spiller	I	GSXR1000	+37.438	2:29,127
5	53	Devis Peserico	I	GSXR1000	+1:05.389	2:33,084
6	227	Andrea Pez	I	ZX10	+1:17.542	2:35,179
7	691	Daniel Gmeiner	FL	R1	+1:34.652	2:37,330
8	498	Klaus Michalski	D	BMW S100	1 Lap	2:57,315

Total Race Time: 18:46,857

Best Lap: 2:26,839 by Janez Prosenik

Vir: Race Results, 2011.

Slika 7: Udeleženci dirke na dirkališču Brno 5.del



Race Results Klasse 8

(Lady-Cup)

Pos	ST	Name	Nat.	Motorrad	Diff.	Best Lap
1	89	Tina Katrasnik	SI	GSXR750	-	2:28,596
2	169	Heidi Kjogx	DK	BMW S100	+6.588	2:29,823
3	84	Ines Pezic	SI	CBR600	+36.020	2:32,477
4	95	Manca Katrasnik	SI	GSXR600	+52.910	2:34,368
5	69	Verena Robar	SI	R6	+2:43.304	2:53,045
6	661	Eva Maria Hummer	A	GSXR750	1 Lap	2:56,392
7	145	Ingrid Renner	D	GSXR750	+3:09.982	3:31,972

Total Race Time: 18:16,123

Best Lap: 2:28,596 by Tina Katrasnik

Vir: Race Results, 2011.

Priloga 8: Opisi cen in količin

Zakup steze

Cena: 11666,7 EUR-predstavlja povprečje cene zakupov na dnevni ravni, kajti cene so glede na dan v tednu različne, Postavljene pa so na podlagi konkurenčnih dirkališč, v prilogi 5, je cenik Pannoniaringa.

Količina: se med letom spreminja od 0 do 26 zakupljenih dni v mesecu, odvisno od sezone, medtem ko smo za prve dve leti predvideli nekoliko manjši zakup kot pri konkurenci.

Odpri dan

Cena: 126,5 EUR-predstavlja povprečno ceno, med tistimi motoristi ter avtomobilisti, ki bodo dirkališče uporabljali cel dan, pol dneva, ali eno uro, upoštevali pa smo, na podlagi konkurenčnih dirkališč, da bo največ obiska s strani motoristov, ki bodo prišli za ves dan.

Količina: tudi tu smo upoštevali število dirkačev na mesec glede na mesec od 0-85, s tem da smo prav tako za prvi dve leti predvideli manjši obisk.

Najem boksov

Cena: 80 EUR za najem boksa na dan, postavljena glede na konkurenco,

Količina: se zopet giblje od 0-282 oddanih boksov na mesec, odvisno od sezone, prav tako nekoliko nižja količina za prvi dve leti, ko dirkališče še ne bo tako znano.

Najem oddajnika

Cena: 15 EUR za najem oddajnika na dan, kakor pri konkurenci,

Količina: število najemov na mesec od 0-612, ponovno glede na sezono, tudi tukaj smo za prvi dve leti upoštevali manjši najem kot pri konkurenci.

Reklamiranje

Cena: 4650 EUR, je povprečna cena, glede na različne možnosti reklamiranja, prav tako na podlagi konkurence, v prilogi 4 je cenik reklamiranja na Grobniku.

Količina: tukaj smo prav tako predvideli večji interes za reklamiranje na stezi v glavni sezoni, prav tako nekoliko nižji v prvih dveh letih in sicer smo predvideli okoli 27 interesentov na leto.

Tekma iz pospeševanja

Cena: 15 EUR na vsak start, smo prav tako postavili glede na ostale organizatorje teh dirk.

Količina: tukaj smo upoštevali, da bodo udeleženci povprečno plačali dva starta, mesečna številka pa se giblje od 0 izven sezone do 57 startov v glavni sezoni, prav tako prvi dve leti manj obiska.

Bočno drsenje

Cena: 9000 EUR za najem steze na dan, organiziranje "driftnja" je v tujini vedno bolj popularno, vendar nismo dobili točne cene najema, tako da smo jo predvideli in jo bomo po potrebi spremenili

Količina: predvideli smo 30 zakupov na leto, v prvih dveh letih manj, s tem da je zadeva možna samo v mesecih od novembra do februarja.

Reklamiranje na dirkah

Cena: 5000 EUR povprečna cena, med različnimi variantami reklamiranja, prav tako v prilogi 4 za dirkališče Grobnik.

Količina: Na leto pričakujemo 20 interesentov, za reklamiranje na raznih dogodkih, tudi v tem primeru bo večina zakupov v glavni sezoni. Za prvo leto pričakujemo sicer veliko manj interesa, saj traja nekaj časa, preden pridejo pomembnejši organizatorji.

Najemnina za objekte

Cena: 3000 EUR je mesečna najemnina za restavracijo s prenočišči, ki jo bomo oddali za vsaj eno leto v naprej. Mehanična delavnica se bo oddajala za mesečno najemnino 1100 EUR, in sicer od marca do oktobra, torej v glavni sezoni. Oddajali bomo tudi bencinsko, prav tako od marca do oktobra in sicer po ceni 650 EUR mesečno, prav tako pa bomo ime tudi uradnega fotografa, ki bo v glavni sezoni plačeval 450 EUR mesečno, in bo direktno udeležencem prodajal fotografije. S prepoznavnostjo dirkališča se bo večala tudi najemnina.

[illegible]

19

nadaljevanje

ZALOGE MATERIALA / TRGOVINSKA BLAGA														
SHUPAJ VREDNOST ZALOGE MAT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST MATERIALA I	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KAPITAL														
SHUPAJ GIBANJE KAPITALA	3000000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POVEČANJE / ZMANJŠANJE KAPIT	3000000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DELITEV DOBIČKA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI / FINANCIJANJA														
SHUPAJ OBVEZNOSTI / FINANCIF	0	610000	480000	362000	236000	110000	860000	855000	850000	845000	840000	835000	830000	825000
SHUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	122000	126000	126000	126000	110000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000
SHUPAJ DANE OBREŠTEI IPD.	0	1271	2288	1771	1246	721	21729	42875	42625	42375	42125	41875	41625	41375
DOLGOROČNI KREDIT														
OBVEZNOST	0	0	0	0	0	0	860000	855000	850000	845000	840000	835000	830000	825000
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000
DANE OBREŠTEI IPD.	0	0	0	0	0	0	21500	42875	42625	42375	42125	41875	41625	41375
KRATKOROČNI KREDIT														
OBVEZNOST	0	610000	480000	362000	236000	110000	0	0	0	0	0	0	0	0
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	122000	126000	126000	126000	110000	0	0	0	0	0	0	0
DANE OBREŠTEI IPD.	0	1271	2288	1771	1246	721	229	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI POSLOVANJA														
SHUPAJ OBVEZNOSTI POSLOVA	0	0	0	0	0	0	0	0	1000000	970000	940000	910000	880000	850000
SHUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	-1000000	-30000	-30000	-30000	-30000	-30000
SHUPAJ DANE OBREŠTEI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	1667	3283	3183	3083	2983	2883
OBVEZNOSTI DO DOBAVITELJEV														
OBVEZNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	1000000	970000	940000	910000	880000	850000
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	-1000000	-30000	-30000	-30000	-30000	-30000
DANE OBREŠTEI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	1667	3283	3183	3083	2983	2883
PRIHODKI POSLOVANJA / SPREMENLJIVI STROŠKI														
SHUPAJ PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SHUPAJ ISTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SHUPAJ STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SHUPAJ STROŠKI STORITEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SHUPAJ STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SHUPAJ ZALOGE PROJEVOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SHUPAJ ISTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Skupaj vsota														
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
PRODANA KOIČINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOIČINA)	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
ISTOPNI DDV	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
STROŠKI STORITEV	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
VREDNOST ZALOGE PROJEVOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ISTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MATERIAL / TRGOVINSKO BLAGO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ISTOPNI DDV V MATERIALIH	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MATERIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CENA ENOTE MATERIALA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ZUNANJE STORITVE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ISTOPNI DDV V STORITVAH	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
STORITVE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CENA STORITVE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
NEPOSREDNO DELO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DELO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CENA DELA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Skupaj vsota														
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
PRODANA KOIČINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOIČINA)	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
ISTOPNI DDV	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
STROŠKI STORITEV	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
VREDNOST ZALOGE PROJEVOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ISTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

se nadaljuje

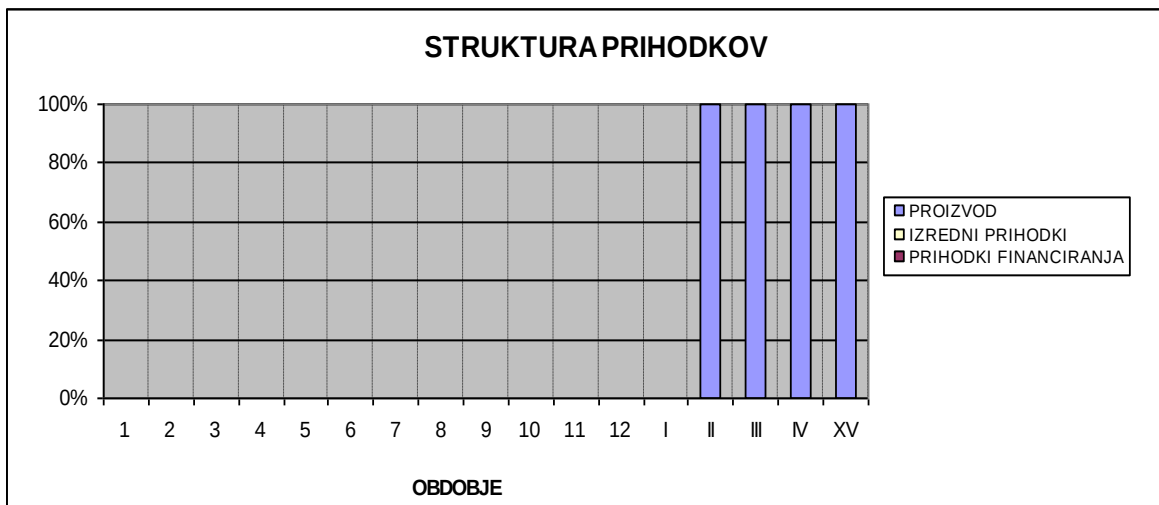
se nadaljuje

nadaljevanje

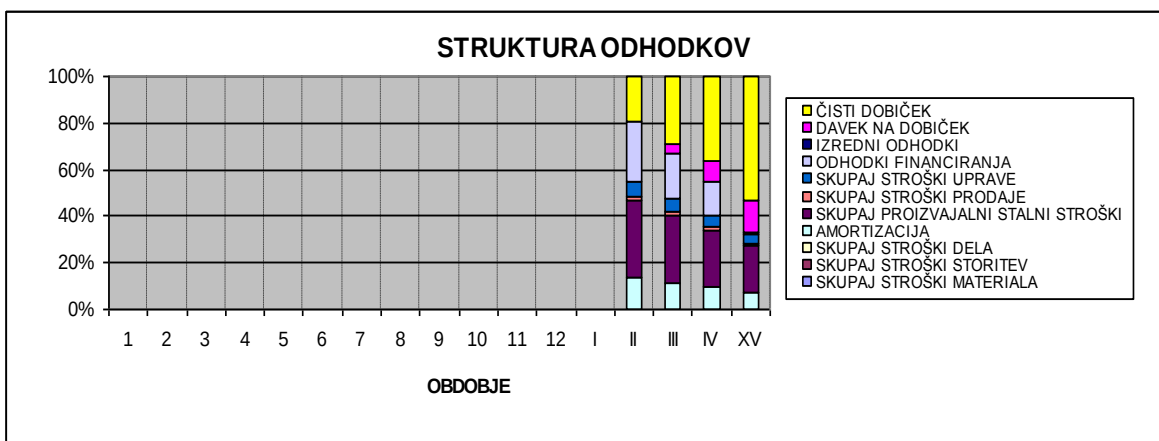
[illegible]

Priloga 10: Kazalniki

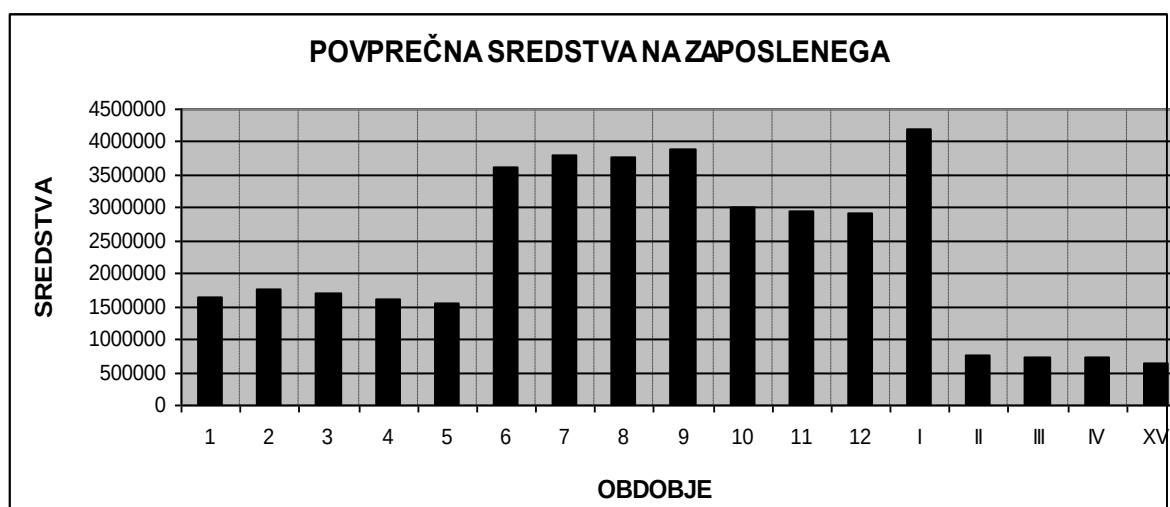
Slika 9: Struktura prihodkov



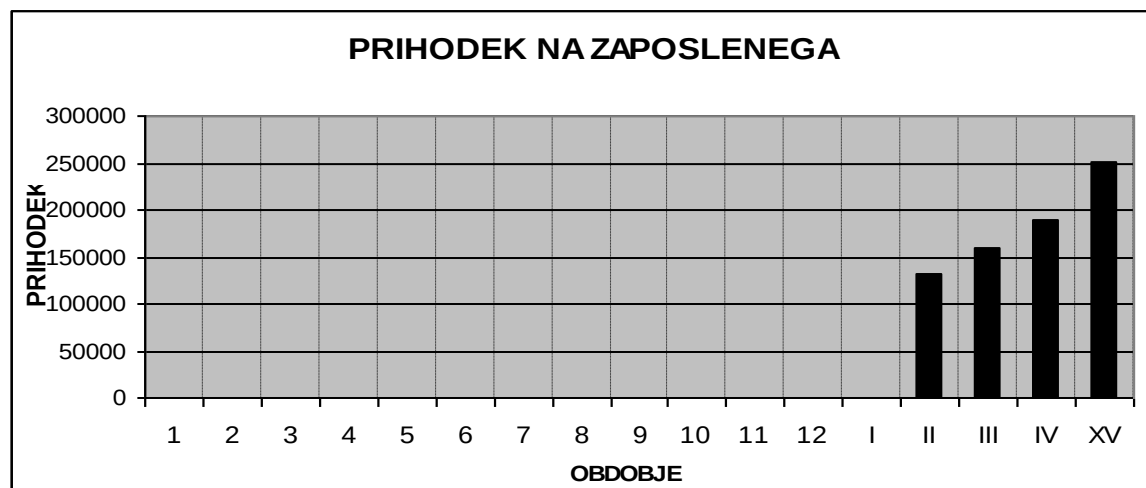
Slika 10: Struktura odhodkov



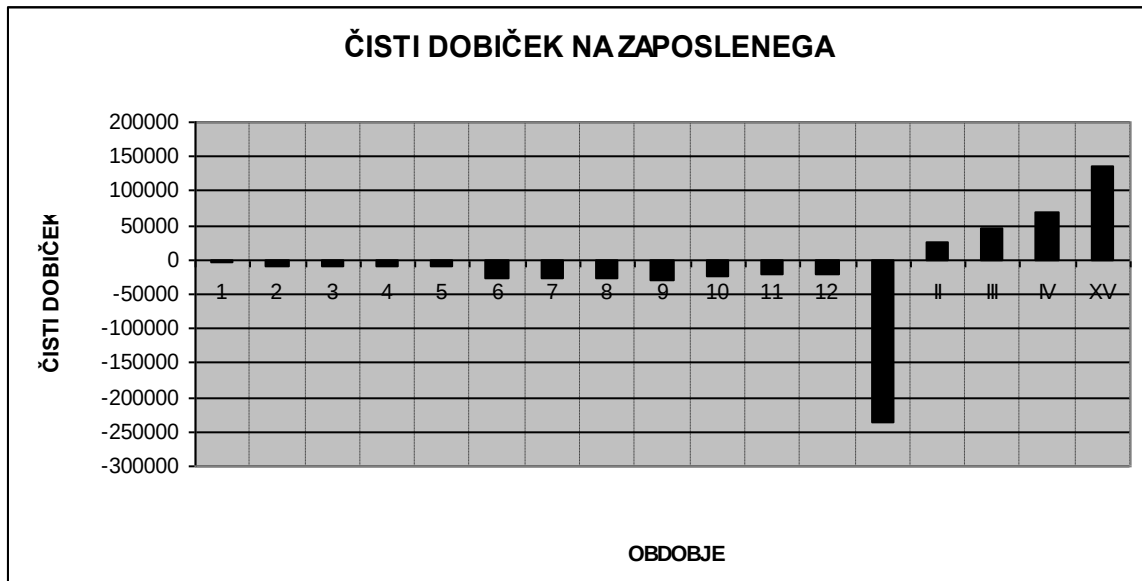
Slika 11: Povprečna sredstva na zaposlenega



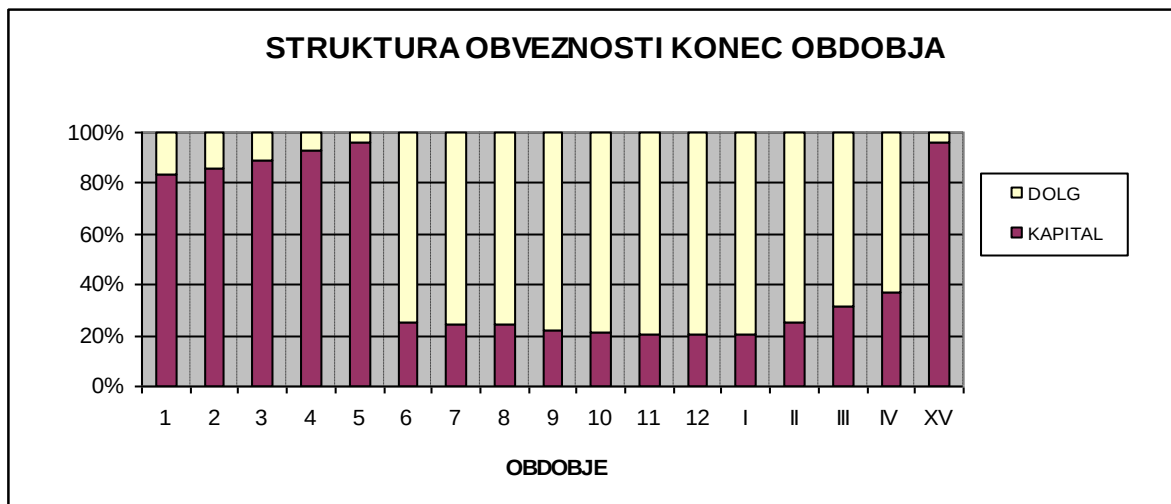
Slika 12: Prihodek na zaposlenega



Slika 13: Čisti dobiček na zaposlenega



Slika 14: Struktura obveznosti konec obdobja



Priloga 11: Simulacije

Tabela 11: Kapital

KAPITAL	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	3000000	2347628	2735978	3423543	3951007	7825777
simulacija 2	3000000	2347628	2613678	3170823	3465135	7440497
simulacija 3	3000000	2347628	2552978	3030663	3115943	7448817
simulacija 4	3000000	2347628	2912978	3718183	4301463	8190097
simulacija 5	3000000	2347628	2737978	3440583	3983487	7840497

Slika 15: Graf gibanja vrednosti kapitala

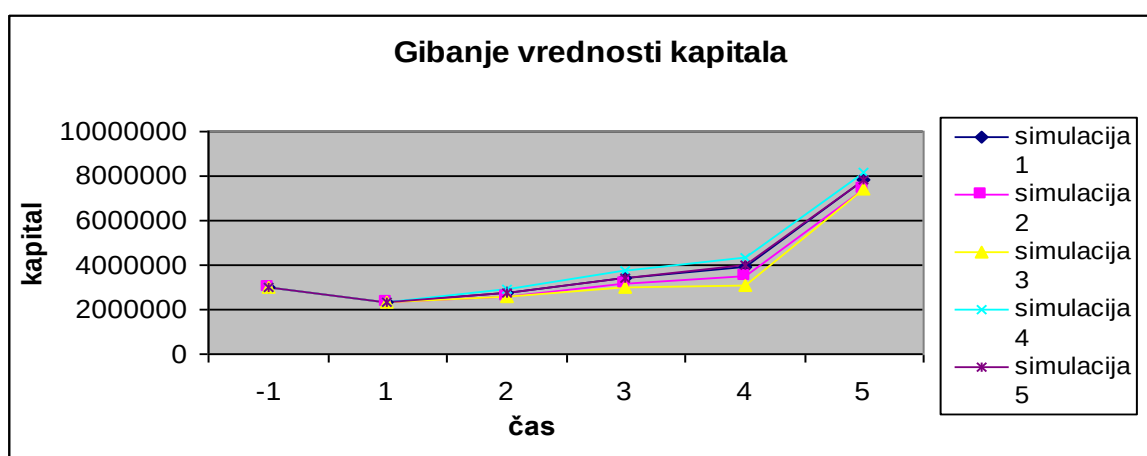


Tabela 12: Denar

DENAR	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	3000000	269622	3325	115745	178285	240474
simulacija 2	3000000	269622	189142	106928	2758	33463
simulacija 3	3000000	269622	17375	19810	22233	7038
simulacija 4	3000000	269622	183275	487233	470198	1039966
simulacija 5	3000000	269622	5358	137367	210687	287801

Slika 16: Graf gibanja vrednosti denarja

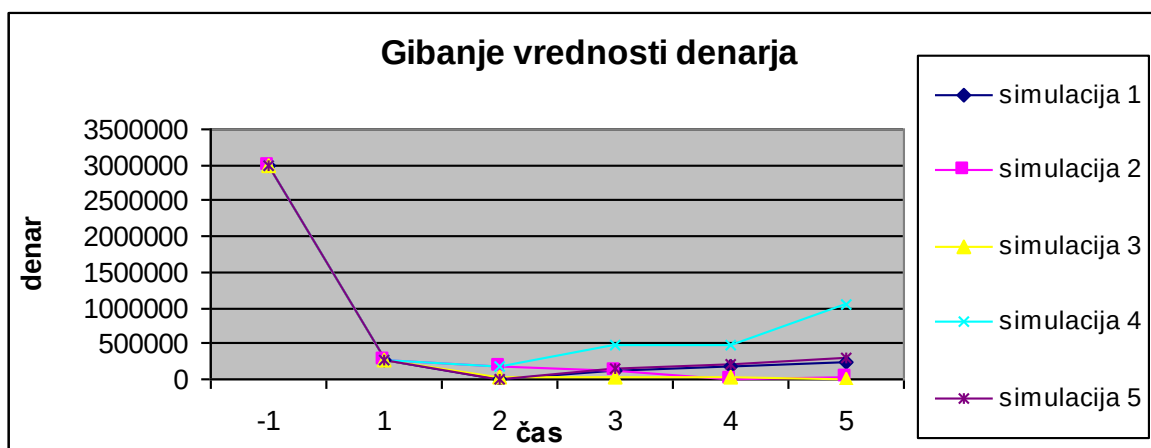


Tabela 13: Dobiček

DOBIČEK	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	-652372	388350	687564	1027464	2025720
simulacija 2	0	-652372	266050	557144	794312	1640440
simulacija 3	0	-652372	205350	477684	585280	1648760
simulacija 4	0	-652372	565350	805204	1083280	2390040
simulacija 5	0	-652372	390350	702604	1042904	2040440

Slika 17: Graf gibanja vrednosti dobička

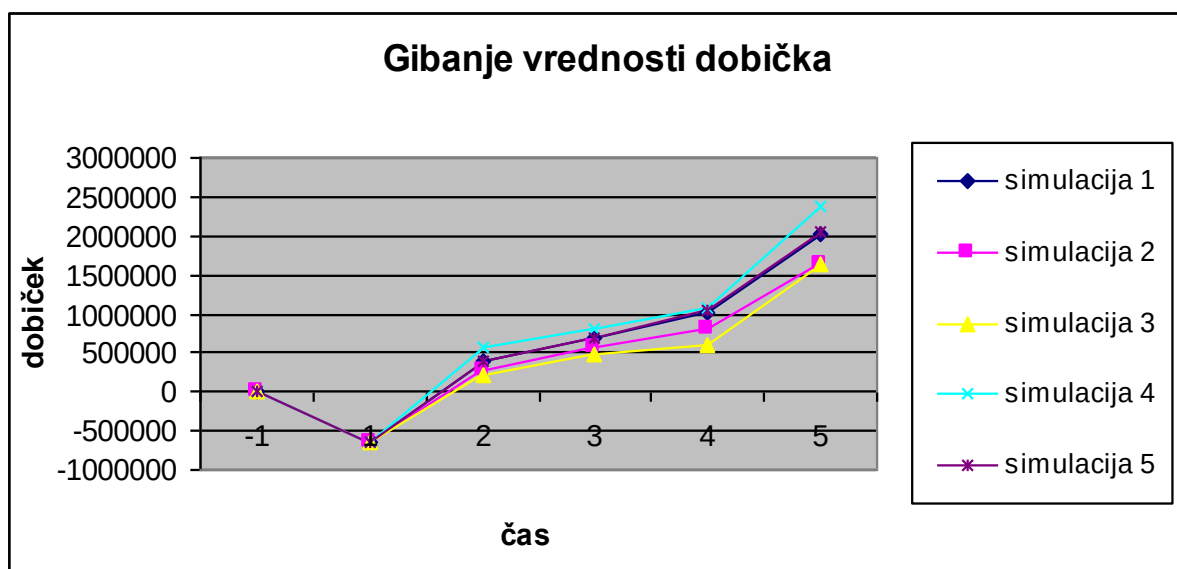


Tabela 14: Razmerje med dolgom ter obveznostmi

Dolg/Obveznosti	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0	80	75	68	63	4
simulacija 2	0	80	77	71	67	8
simulacija 3	0	80	77	72	70	7
simulacija 4	0	80	74	67	61	5
simulacija 5	0	80	75	68	63	4

Slika 18: Graf stopnje zadolženosti

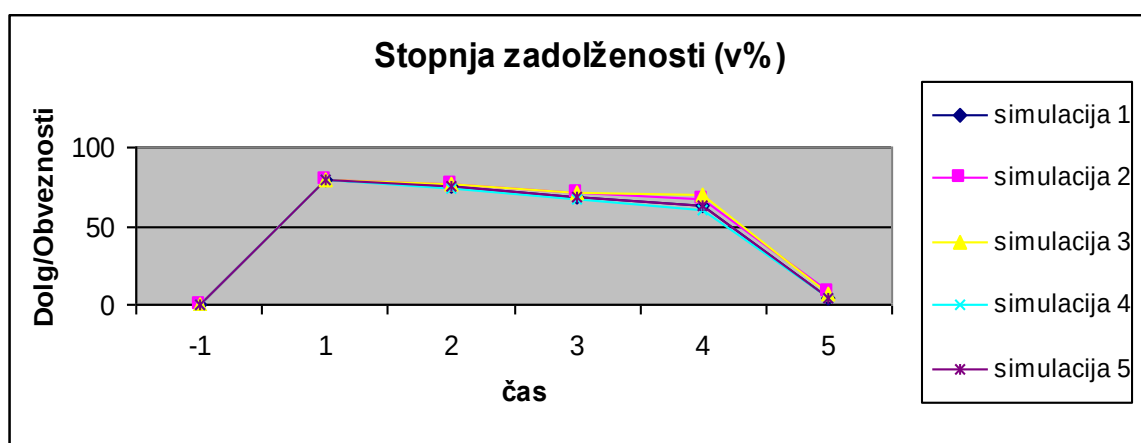


Tabela 15: ROA

ROA	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	-0,09	0,03	0,06	0,10	0,21
simulacija 2	0,00	-0,09	0,02	0,05	0,07	0,18
simulacija 3	0,00	-0,09	0,02	0,04	0,06	0,18
simulacija 4	0,00	-0,09	0,05	0,07	0,10	0,24
simulacija 5	0,00	-0,09	0,03	0,06	0,10	0,22

Slika 19: Graf gibanja ROA-e

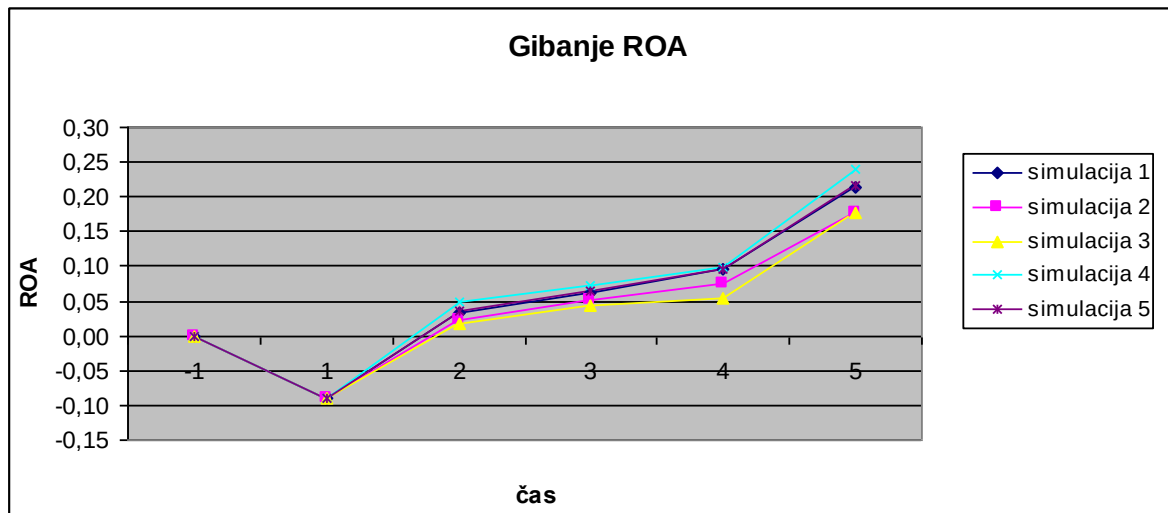


Tabela 16: ROE

ROE	Obdobje					
Številka simulacije	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	-0,22	0,17	0,25	0,32	0,65
simulacija 2	0,00	-0,22	0,11	0,21	0,27	0,63
simulacija 3	0,00	-0,22	0,09	0,19	0,21	0,73
simulacija 4	0,00	-0,22	0,24	0,28	0,31	0,69
simulacija 5	0,00	-0,22	0,17	0,26	0,33	0,65

Slika 20: Graf ROE

