UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

POSLOVNI NAČRT ZA OTROŠKI IGRALNI CENTER AFNARIJA

Ljubljana, julij 2016 JASMINA GRŽINA MARTINEC

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Jasmina Gržina Martinec, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Poslovni načrt za otroški igralni center Afnarija, pripravljenega s svetovalcem asist. dr. Rokom Stritarjem

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;

2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;

3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;

4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;

5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;

6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;

7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo uporabila soglasje etične komisije;

8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;

9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;

10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 01. 07. 2016 Podpis:

KAZALO

UVOD **1**
1 POMEN POSLOVNEGA NAČRTOVANJA **2**
1.1 Zakaj napisati poslovni načrt? 2
1.2 Poslovne ideje in priložnosti 2
1.3 Poslovni načrt 3
1.4 Prednosti poslovnega načrta 4
1.5 Nevarnosti poslovnega načrta 5
2 POVZETEK POSLOVNEGA NAČRTA PODJETJA **5**
2.1 Kratek opis poslovne priložnosti 5
2.2 Konkurenčna prednost in strategija 5
2.3 Ciljni trgi in tržni segmenti 6
2.4 Ekonomika in dobičkonosnost 6
2.5 Vodstvena skupina in kadri 6
3 ANALIZA TRGA **6**
3.1 Opredelitev potrebe, ki jo podjetje zadovoljuje 6
3.2 Kupci 7
3.2.1 Potencialni kupci 7
3.2.2 Navade in pričakovanja potencialnih kupcev 7
3.3 Konkurenca 8
3.3.1 Neposredna konkurenca 8
3.3.2 Posredna konkurenca 12
3.4 Panoga dejavnosti 12
3.5 Obseg trga in trendi 13
3.6 Strategija vstopa in rasti 15
4 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI IN OPIS PODJETJA **15**
4.1 Utemeljitev priložnosti 15
4.2 Storitve podjetja 16
4.2.1 Ceniki storitev 16
4.2.2 Uporaba igralnega parka Afnarija 16
4.2.3 Organizirano praznovanje rojstnega dne 16
4.2.4 Varstvo otrok v popoldanskem ali večernem času 17
4.2.5 Počitniško varstvo 17
4.2.6 Organizirane delavnice, bralne urice (posebni dogodki) 17
4.2.7 Gostinski kotiček 18
4.2.8 Uporaba masažnih stolov in igralnih avtomatov 18
4.3 Ime podjetja in blagovne znamke 18
4.4 Poslovni model podjetja in konkurenčna prednost 18
4.4.1 Prednosti igralnega parka Afnarija 18
4.4.2 Vstopnina in plačljive igre 19
4.4.3 Gostinski kotiček 19

4.4.4 Rojstnodnevna praznovanja ... 19
4.4.5 Popoldanska in počitniška varstva ... 19
4.4.6 Posebni dogodki ... 20
4.5 Velikost tržnih deležev ... 20
5 NAČRT TRŽENJA ... 20
5.1 Izdelki in storitve (s poudarkom na trženjskem delu) ... 20
5.2 Cenovna strategija ... 20
5.3 Tržne poti ... 21
5.4 Trženjsko komuniciranje ... 21
5.5 Trženje storitev – trije P-ji (People, Process, Physical Evidence) ... 23
6 NAČRT PROIZVODNEGA ALI STORITVENEGA PROCESA ... 23
6.1 Faktorji poslovnega procesa ... 23
6.1.1 Geografska lokacija ... 23
6.1.2 Poslovni objekt ... 24
6.1.3 Zaposleni ... 27
6.1.4 Storitve ... 27
6.2 Izvedbeni proces ... 27
6.3 Potrebe po zaposlenih in delovni čas ... 28
6.3.1 Potrebe po zaposlenih ... 28
6.3.2 Urnik dela ... 29
6.3.3 Plače zaposlenih ... 29
6.4 Zunanji sodelavci in zunaj najeta podjetja ... 30
6.5 Pravna vprašanja in potrebna dovoljenja ... 31
6.6 Varnost ... 31
6.7 Ključne tehnologije ... 32
6.7.1 Zunanja igrala ... 32
6.7.2 Notranja igrala ... 33
7 DOLGOROČNA STRATEGIJA PODJETJA ... 34
7.1 Vizija in poslanstvo ... 34
7.1.1 Vizija ... 34
7.1.2 Poslanstvo ... 34
7.2 Opredelitev merljivih ciljev za prvih 5 let poslovanja ... 35
7.3 Identificiranje priložnosti za rast podjetja (v okviru prvih 10 let poslovanja) ... 35
8 SPLOŠNI TERMINSKI PLAN ... 35
8.1 Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu ... 35
8.2 Terminski načrt ... 36
9 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI ... 37
9.1 Vodstvo podjetja ... 37
9.2 Ključni kadri ... 37
9.3 Načrt zaposlovanja ... 37
9.4 Politika zaposlovanja in nagrajevanja v podjetju ... 37
9.5 Organizacijska struktura ... 38

10 FINANČNI NAČRT 38
10.1 Prihodki in predpostavke za izračun: cena, količina 38
10.2 Fiksni in variabilni stroški 39
10.3 Predračun bilance stanja 39
10.4 Predračun izkaza poslovnega izida 40
10.5 Opredelitev opreme ter denarja, potrebnega za zagon poslovanja 41
10.6 Viri financiranja in deleži v podjetju 42
10.7 Analiza donosnosti 42
11 ANALIZA OBČUTLJIVOSTI 43
11.1 Kritična tveganja in problemi 43
11.1.1 Makro raven 43
11.1.2 Raven podjetja 43
11.2 Občutljivost dobička (simulacije) 44
SKLEP 45
LITERATURA IN VIRI 46
PRILOGE

KAZALO TABEL

Tabela 1: Prednosti in pomanjkljivosti otroškega parka Džungla 9
Tabela 2: Prednosti in pomanjkljivosti otroškega parka Oslarija 10
Tabela 3: Prednosti in pomanjkljivosti organizatorja Zabava za otroke 10
Tabela 4: Prednosti in slabosti ponudbe Športnega društva Gibitus 11
Tabela 5: Cenik rojstnodnevnih praznovanj Športnega društva Gibitus 11
Tabela 6: Prednosti in pomanjkljivosti ponudnika Hermanov brlog 12
Tabela 7: Analiza panoge na podlagi Porterjevega modela petih konkurenčnih sil 13
Tabela 8: Število otrok v občini Celje glede na starost v letu 2015 14
Tabela 9: Število otrok, mlajših od 13 let, glede na občino v letu 2015 14
Tabela 10: Stroški oglaševanja 22
Tabela 11: Potrebe po zaposlenih in delovni čas 29
Tabela 12: Zneski bruto plač glede na funkcijo v podjetju 30
Tabela 13: Struktura prihodkov v prvem letu poslovanja igralnega parka Afnarija 38
Tabela 14: Predračun bilance stanja za podjetje Afnarija d.o.o.(v EUR) 40
Tabela 15: Predračun izkaza poslovnega izida podjetja Afnarija d.o.o. (v EUR) 41
Tabela 16: Opredelitev in stroški opreme 42

KAZALO SLIK

Slika 1: Logotip igralnega parka Afnarija 18
Slika 2: Primerna lokacija za igralni center v Celju ob Ljubljanski cesti 24
Slika 3: Poslovni objekt 24
Slika 4: Primer ureditve notranjosti igralnega parka 26

Slika 5: Primer zunanjih igral 26
Slika 6: Primer zunanjih igral s senčilno mrežo 27
Slika 7: Kombinirano igralo proizvajalca Lappset Group Ltd. 33
Slika 8: Notranja igralna struktura 34
Slika 9: Terminski načrt ustanovitve igralnega parka Afnarija 36

KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: Organizacijska struktura podjetja Afnarija d.o.o. 38
Grafikon 2: Stopnje donosov podjetja Afnarija d.o.o. v prvih petih letih poslovanja 43

KAZALO DIAGRAMOV

Diagram 1: Primer izvedbenega procesa za storitev organizacije rojstnodnevne zabave ... 28

UVOD

Prosta igra in veliko gibanja sta dva zelo pomembna dejavnika v razvoju otroka. Gibanje spada med osnovne otrokove potrebe. Sodobne teorije kažejo, da poteka otrokov razvoj na vseh področjih (telesnem, gibalnem, čustvenem, spoznavnem in socialnem) povezano in celostno. Sprememba na enem področju vpliva na ostala področja razvoja (Gallahue & Ozmun, 2006, str. 117).

V sodobnem svetu postajajo otroci večinoma sedeča bitja. Takoj, ko otrok prestopi šolski prag, prosto gibanje izgubi pomembnost na račun mnogih obveznosti, ki jih predstavlja šola z obšolskimi dejavnostmi. V večini starši smatrajo, da ob vstopu v šolo igra ni več pomemben del otrokovega vsakdana, velik pomen pa dobi otrokova uspešnost v šoli. Da bi bili otroci uspešni v šoli in obšolskih dejavnostih, morajo temu nameniti precejšen del svojega časa, zaradi česar pa trpi njihova osnovna potreba po prostem gibanju in prosti igri. To pogosto otroke sooča s stresom in ima negativen vpliv na njihovo zdravje, kar se večinoma izrazi s padcem imunskega sistema.

V večjih slovenskih mestih se odpirajo razne otroške igralnice, v tujini pa jih ima praktično že vsako mesto.

Zamisel o družinskem centru s pokritimi igrali in velikim igralnim parkom na prostem, lokalom in sprostitvenem delu za starše se mi poraja že kar nekaj časa. Glede na zgoraj omenjena dejstva in dejstvo, da takega primera v Celju in celi Savinjski dolini še ni, smo prepričani, da bi bilo urediti takšen igralni park. Diplomsko delo predstavlja začetek uresničitve te zamisli. Poslovni načrt bo objasnil, ali se ustanovitev igralnega centra Afnarija ekonomsko izplača.

Poslovni načrt sem sestavila s pomočjo predloge, ki se uporablja pri predmetih podjetništva na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani (Drnovšek & Stritar, 2007, str. 11).

Po uvodu prvo poglavje teoretično opisuje pomen poslovnega načrtovanja, drugo pa predstavi povzetek poslovnega načrta. V tretjem poglavju sledi analiza trga in v četrtem utemeljitev priložnosti za ustanovitev podjetja in opis podjetja. Načrt trženja je prikazan v petem poglavju, v šestem pa načrt storitvenega procesa. V sedmem poglavju je opisana dolgoročna strategija podjetja. Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu predstavlja splošni terminski plan v osmem poglavju. Opis vodstvene skupine in kadrov je v devetem poglavju. V desetem poglavju je predstavljen finančni načrt, v enajstem pa analiza občutljivosti. V zadnjem delu diplomskega dela je sklep, ki opredeljuje smiselnost ustanovitve podjetja.

1 POMEN POSLOVNEGA NAČRTOVANJA

1.1 Zakaj napisati poslovni načrt?

Obetavna in dobro delujoča podjetja se od povprečnih in neuspešnih razlikujejo zaradi različnih dejavnikov in pravilen pristop pri poslovnem načrtovanju je eden izmed ključnih faktorjev. Na eni strani je pomembno osredotočanje na proučevanje ključnih elementov, pomembnih za uspeh podjetja, na drugi pa upoštevanje potrebe po fleksibilnosti na stopnji uresničevanja načrta. Zelo pomembno je torej, da so proces poslovnega načrtovanja, tehtnost argumentov za posamezne trditve in zavedanje različnih možnih scenarijev razvoja dogodkov na stopnji uresničevanja podjetniške ideje, ustrezni.

Za načrtovanje je po Tajnikarju (2000, str. 270) treba najprej opredeliti, kje je podjetje v danem trenutku, nato kje bo podjetje v prihodnosti in končno, kako bo podjetje učinkovito prešlo iz trenutne situacije v načrtovano. Brez podrobnega načrtovanja potencialnega posla, za podjetnika niti ni smiselno, da se posla sploh loti.

Poslovni načrt je najpomembnejša in najpogostejša oblika načrtovanja v podjetju. Avtorji izdelajo poslovni načrt z namenom zmanjšanja negotovosti glede prihodnosti, s tem pa hkrati podajo sliko o poslovanju podjetja v prihodnosti za sodelavce podjetja ali potencialne investitorje.

Poslovni načrt je dokument, ki ga podjetje naredi, preden začne z novim poslom. V njem predvidi vse zunanje in notranje dejavnike, ki so pomembni pri uvajanju novega posla. V poslovni načrt so zajeti vsi delovni načrti. Opredeljuje oziroma odgovarja na vprašanje, v kakšnem stanju se podjetje nahaja, kam želi priti in na kakšen način bo to doseglo (Antončič, Hirsch, Petrin & Vahčič, 2002, str. 186).

Vsak poslovni načrt se zgradi na osnovi poslovne ideje.

1.2 Poslovne ideje in priložnosti

V primeru, da najdemo najboljšo idejo prvi, si lahko obetamo tudi dober uspeh, saj si pridobimo čas pred vstopom nove konkurence in si zagotovimo znaten tržni delež (Timmons, 1999, str. 76).

Nekateri posamezniki so zelo dobri v prepoznavanju uspešnih poslovnih idej in hitro ocenijo, katera bo prinesla dobre rezultate (Timmons, 1999, str. 78).

Vendar pa je pot od ideje do uresničitve proizvodnje in prodaje dolga in podjetniki se ob tem srečujejo z mnogimi preprekami, ki ovirajo proces, kjer bi se potencialno dobičkonosna ideja spremenila v pozitivni tok denarja. Zato sta široko znanje in iznajdljivost pomembni kvaliteti podjetnika, kar še posebej nakazuje dejstvo, da le malo uresničenih idej prinese zadovoljive poslovne rezultate.

Vsako idejo pa je treba ovrednotiti iz tržnega in tehnološkega vidika. Zato Glas (1999, str. 4) svetuje, naj si bodoči podjetnik s predstavo o svoji poslovni zamisli, najprej odgovori na najpomembnejši vprašanji:

- Ali obeta zamisel uspeh na trgu, zadostno prodajo in dovolj visoko ceno za uspešen posel?
- Ali je zamisel tehnično uresničljiva in ali ima vse potrebno za izdelavo odličnega in varnega proizvoda?

V poslovno priložnost nato pretvorimo idejo, ki je najboljše ovrednotena in obeta največ. Poslovna priložnost je torej poslovno preverjena in uresničljiva poslovna zamisel, ki je poleg podjetniškega tima drugi ključni element podjetniškega procesa (Žugelj, Penca, Slavnič, Vadnjal & Žunec, 2001, str. 16).

Priložnost, tako Timmons (1999, str. 80–85), mora biti privlačna, trdna in časovno vezana na izdelek oziroma storitev, ki predstavlja vrednost za kupca ali končnega porabnika. Dobre priložnosti so tiste, ki so za podjetniško skupino dosegljive in uresničljive, ter so v skladu z viri, ki jih le-ta ima na razpolago.

1.3 Poslovni načrt

Dokument, kjer so zapisani cilji glede določenega posla in postopki, kako te cilje doseči, je poslovni načrt. Poslovni načrt lahko smatramo kot instrument, s katerim se jasno izrišejo privlačnost potencialnega posla, sama tehnološka izvedljivost in načrtovano doseganje ciljev v nadaljnjih letih poslovanja. Pri ustanovitvi oziroma začetnem poslovanju podjetja, je poslovni načrt bistvena naloga podjetnika, ki želi biti sposoben za uspešno poslovanje (Glas, 1994, str. 33).

Poslovni načrt nam omogoča preverjanje poslovne priložnosti, zato je izdelava le-tega namenjena najprej nam samim kot novim podjetnikom. Z njim dobimo predstavo, kako zmanjšati stopnjo negotovosti pri odločitvah v prihodnosti. Analize v poslovnem načrtu nam omogočajo lažje obvladovanje raznih stresnih dogodkov, saj nam nudijo simulacije problemov, iz katerih dobimo odgovore na to, katera je najboljša možna rešitev. Med sestavljanjem poslovnega načrta dobivamo avtorji tudi podatke o dejavnikih, ključnih za uspeh, seznanimo se s konkurenco in iščemo prednosti na trgu.

Poslovne načrte avtorji pripravljajo iz različnih razlogov, prav tako pa lahko imajo poslovni načrti različne bralce. Ciljne uporabnike lahko v grobem razdelimo na notranje in zunanje. Notranji so uporabniki znotraj podjetniške skupine ali priprava za lastno rabo (Tajnikar, 2000, str. 273), zunanji pa vlagatelji, bančniki, lastniki tveganega kapitala, dobavitelji, stranke, svetovalci in izvedenci (Antončič et al., 2002, str. 188).

Spoznali smo torej, da obstaja veliko razlogov, zakaj narediti poslovni načrt. Če poslovni načrt pripravimo skrbno in dovolj dobro, lahko prepoznamo in se izognemo napakam podjetnikov s pomanjkljivimi izkušnjami. Le – ti se soočajo z mnogimi težavami, vse dokler jim delanje napak ne prinese dovolj izkušenj (Glas, 1997, str. 34).

Poznamo različne formalne strukture poslovnih načrtov. Če avtor sistematično sledi izbrani strukturi načrta, se s tem sreča z vsemi najpomembnejšimi dejavnostmi, potrebnimi za ustanovitev novega podjetja.

Strukturo, ki je najpogosteje v uporabi, predlaga Timmons (1999, str. 374):

"1. Povzetek za vodstvo
2. Panoga dejavnosti, podjetje, proizvodi in storitve
3. Tržna raziskava in analiza
4. Ekonomika poslovanja podjetja
5. Načrt trženja
6. Načrt dizajna in razvoja
7. Proizvodni in storitveni načrt
8. Vodstvena skupina in kadri
9. Terminski načrt
10. Kritična tveganja in problemi
11. Finančni načrt
12. Pridobivanje virov in upravljanje z njimi
13. Preglednice in finančni prikazi
14. Dodatki."

1.4 Prednosti poslovnega načrta

Vsako podjetje bi moralo izdelati poslovni načrt, saj le-ta prinaša nekatere prednosti (Berginc, 1994, str. 12):

- sistematično ponazori pot do načrtovanih ciljev. Podjetnika po korakih usmerja skozi zakonitosti trga glede na njegove lastne odločitve;
- z njim si lahko pomagamo pri pridobivanju finančnih sredstev, bodisi od poslovnih bank ali potencialnih sovlagateljev. Če je izdelava poslovnega načrta kakovostna, imamo v rokah dober instrument za prepričevanje investitorjev s smiselnost naložbe;

- pomaga pri ustanavljanju komunikacijskih kanalov med poslovnimi stiki, ki jih posel zadeva (podjetnik, dobavitelj, stranka in drugi interesenti);
- lahko je tudi instrument komunikacije pri osebni, podjetniški in managerski promociji posameznika.

1.5 Nevarnosti poslovnega načrta

Ko pripravljamo poslovni načrt, se moramo zavedati tudi potencialnih nevarnosti, ki jih izdelava načrta prinaša. Tako lahko (Shane & Delmar, 2004, str. 769):

- podjetnike časovno ovira pri drugih postopkih ustanavljanja podjetja (organiziranje podjetja, trženje in promocija);
- podjetnike navda z lažnimi predstavami o nadzoru nad informacijami;
- privede do sprejetja napačnih odločitev pri ocenjevanju stvari (kupčeve potrebe in podobno).

2 POVZETEK POSLOVNEGA NAČRTA PODJETJA

2.1 Kratek opis poslovne priložnosti

Priložnost vidimo predvsem v tem, da v Celju in Savinjski dolini nasploh, takšnega centra še ni. Obstajata sicer zaprti igralnici brez zunanjih igralnih površin.

Igralni center je večnamenski družinski prostor, v katerem vsak najde nekaj zase. Poskrbi za fizično aktivnost, sprostitev in zabavo otrok ali pa sproščen klepet staršev oziroma skrbnikov v gostinskem kotičku. Za utrujene in napete odrasle je na voljo tudi počivalnica, to je prostor z masažnimi stoli in udobnimi počivalniki, kjer lahko za trenutek odložijo skrbi in namenijo nekaj trenutkov sebi. Ker igralnica nudi širok nabor storitev, tako za najmlajše kot starejše člane družine, ima edinstveno ponudbo in prednost pred ostalimi ponudniki podobnih storitev v bližnji okolici.

2.2 Konkurenčna prednost in strategija

Pomembna prednost igralnega parka bodo različne možnosti koriščenja storitev za vso družino (praznovanje rojstnih dni, bralne urice, animacije, gostinske storitve, …) in dejstvo, da je center ustanovljen v smislu »vse v enem«. To pomeni, da so na voljo notranja igrala, ki se lahko uporabljajo ob vsakršnem vremenu, in zunanja igrala, za preživljanje časa na prostem ob lepem vremenu. Vse aktivnosti podjetja bodo usmerjene v to, da bo obisk parka postal stalnica v preživljanju prostega časa družin. Prednost pred konkurenco bo podjetje obdržalo z novimi obogatitvami programov oziroma storitev, za kar bomo redno spremljali spremembe na trgu in ostalo konkurenco.

2.3 Ciljni trgi in tržni segmenti

Panoga otroških igralnih parkov spada med novejše in je v fazi razvoja in rasti. Raste pa tudi povpraševanje, zato se v večjih mestih odpirajo podjetja s podobnimi storitvami.

V tujini (Ameriki, Nemčiji, na Finskem, tudi na Hrvaškem) je ta panoga že precej razvita, pri nas pa se šele uveljavlja. Na celjskem takšnega podjetja, ki bi nudil tovrstne storitve, še ni, zato bo ciljni trg območje mesta Celja. Ciljne skupine bodo družine z otroki, mlajšimi od 13 let. Kasneje pričakujemo obiske tudi iz bližnjih krajev oziroma občin.

2.4 Ekonomika in dobičkonosnost

Finančne projekcije v Prilogi 8 kažejo, da bo načrtovan projekt uspešen z interno stopnjo donosa 10,2 %. Pozitiven dobiček iz poslovanja podjetje beleži že v prvem letu, in sicer v višini 8.025 evrov (v nadaljevanju EUR).

2.5 Vodstvena skupina in kadri

Podjetje bo imelo štiri redno zaposlene ljudi. Za vse dejavnosti v podjetju bo odgovoren direktor. Koordinator bo skrbel za usklajevanje naročil in organiziranih aktivnosti. V gostinskem kotičku bodo, poleg redno zaposlenega natakarja, delo opravljali tudi študentje, odvisno od potreb. Za animacije bo odgovorna ena redno zaposlena oseba, ki bo tudi vodila ustvarjalne delavnice ali imela popoldanska varstva, usmerjala pa bo tudi ostale študente animatorje. Za spremljanje dogajanj na igralih bodo prav tako najeti študentje.

3 ANALIZA TRGA

3.1 Opredelitev potrebe, ki jo podjetje zadovoljuje

Znano dokazano dejstvo je, da ima igra precejšen vpliv tako na razvoj otrokove inteligence, telesno rast, spretnost, pridobivanje izkušenj in znanja, kot tudi na čustveno in družabno življenje otroka. Otrok skozi igro pridobiva razno razne spretnosti, spoznava svoje zmožnosti ter krepi svoje mišičevje in vzpodbuja miselni razvoj. Uči se odzivati na okolje ter spoznava, kako le-to deluje in spoznava pravila, ki delujejo v njem. Skozi družabne igre otroci razvijejo tudi socialna čustva, kot so solidarnost, sodelovanje, naklonjenost ali simpatija do človeka (Marjanovič Umek & Zupančič, 2004, str. 34).

Glavna potreba, ki jo zadovoljuje podjetje, je združevanje zabave, druženja, sprostitve in tudi izobraževanja z možnostjo uporabe notranjih, zunanjih igralnih površin, in gostinskih storitev.

Družinski igralni center je zasnovan tako, da bo olajšal življenja otrok in staršev. Med tednom se lahko otroci po vrtcu ali šoli prosto zaigrajo v igralnici ali na zunanjih igralih pod nadzorom usposobljenega osebja. Na voljo so tudi usmerjene ali izobraževalne urice, organizirane glede na trenutno povpraševanje. Preobremenjeni starši oziroma skrbniki pa si lahko v času otrokovega igranja privoščijo kratek oddih na masažnih stolih, počivalnikih ali pa v neposredni bližini igral sproščeno posedijo in si privoščijo kakšno pijačo. V savinjski regiji ni nobenega takšnega centra, zato ciljamo na starše z otroki, ki živijo v Celju ali bližnji okolici ter občinah, oddaljenih do 10 kilometrov (v nadaljevanju km).

3.2 Kupci

3.2.1 Potencialni kupci

Uporabniki storitev našega podjetja bodo otroci, mlajši od 13 let in ti bodo glavni razlog, da igralni center obiščejo tudi njihovi starši, ki bodo porabniki storitev gostinskega kotička. Sprva bodo porabniki predvsem prebivalci, stanujoči na območju Mestne občine Celje. To bo zlasti izrazito med delovnim tednom, medtem ko bo igralni center ob vikendih privabljal stranke tudi iz bližnjih in bolj oddaljenih občin. Večje število obiskov je pričakovati med ponedeljkom in četrtkom med 16. in 18. uro, ter ob vikendih (petki, sobote in nedelje), ko imajo starši in otroci več prostega časa za poljubne aktivnosti.

3.2.2 Navade in pričakovanja potencialnih kupcev

Pri analizi kupcev smo si pomagali z anketnim vprašalnikom (Priloga 2). Vključila sem 100 oseb. Vzorec je zajemal naključno izbrane starše otrok, ki obiskujejo vrtec Anice Černejeve in II. Osnovno šolo v Celju.

Analiza rezultatov ankete (prikazani v Prilogi 3) kaže, da starši z otroki v veliki večini (70 %) obiskujejo javna igrala na prostem (3 krat tedensko ali več). Kot najbolj pozitivne lastnosti igral na prostem navajajo svež zrak (65 %), raznovrstnost igral (12 %), vključenost staršev v igro (10 %) ter zahtevnost igral (8 %), kot negativne pa predvsem gnečo (78 %) ter smeti po igralih (12 %) in to, da so igrala brez sanitarij (10 %).

Igralni park Afnarija bi torej odpravil pomanjkljivosti obstoječih igralnih parkov na prostem, saj bo imel na voljo veliko zunanjo igralno površino, kjer se bo masa obiskovalcev lepo razporedila, redno se bo skrbelo za čistočo igrišča, sanitarije pa bodo vedno na voljo v notranjosti igralnice.

Samo polovica vprašanih obiskuje notranje igralne parke in to 1 krat (36 %) do 2 krat mesečno (40 %). Najbolj jim je všeč predvsem dejstvo, da obiski le-teh niso pogojeni z vremenom (81 %) in da lahko otroka pustijo v varstvu (11 %). Kot najbolj negativno lastnost notranjih igralnih parkov vprašani navajajo gnečo (59 %) ter slab zrak (20 %) in nepreglednost (11 %).

Tudi tukaj bo imel naš igralni park pomembne prednosti: dovolj prostora in s tem manj gneče, preglednost nad dogajanjem in ločene površine za malčke. Trudili se bomo tudi za čim boljšo kvaliteto zraka. Afnarija bo imela odločilno prednost pred konkurenco v tem, da bo na enem mestu nudila uporabo zunanjih in notranjih igral, zato se bodo starši z otroki odločili za obisk v katerem koli vremenu.

Dobra polovica vprašanih (55 %) je že uporabila storitve organiziranih rojstnodnevnih zabav. Pri tej storitvi je vprašanim najbolj všeč to, da nimajo skrbi z organizacijo praznovanja (71 %), ter da je poskrbljeno za animacijo (12 %) in možnost izbire teme praznovanja (11 %). Kot negativne plati organiziranih praznovanj pa navajajo to, da se ne izvajajo v naravi (82 %) oziroma da potekajo v zaprtih prostorih (70 %). Velika večina vprašanih (80 %) je zadovoljnih s ceno organiziranih praznovanj. Za manjše skupine (5–12 otrok) bi tako odšteli med 130 EUR in 150 EUR, za večje skupine (12–20 otrok) pa med 150 EUR in 170 EUR.

Naročniki pri našem podjetju se bodo lahko odločali za praznovanja na prostem. Ker se večini zdijo cene konkurentov primerne, bo naše podjetje ponujalo naše storitve po primerljivih cenah.

Potencialni uporabniki naših storitev kot najpomembnejši komponenti storitve organiziranega praznovanja ocenjujejo možnost praznovanja na prostem (35 %) in ceno (25 %), nato trajanje praznovanja (13 %) in dodatne ponudbe (12 %). Afnarija bo nudila praznovanja v vsakem vremenu, primerljive cene (možnost popustov) s primerljivim trajanjem praznovanja in možnost dodatnih ponudb, kot so fotografiranje, poslikava obraza, obisk maskote in podobno.

Za obisk igralnega parka, ki ima na voljo zunanje in notranje igralne površine in gostinski kotiček za odrasle bi se odločilo 97 % vprašanih. Za vstop v takšen park bi bili pripravljeni odšteti od 2 do 3 EUR, ob časovno neomejenem trajanju obiska.

3.3 Konkurenca

3.3.1 Neposredna konkurenca

V celjski občini trenutno poslujeta dve otroški igralnici.

Obstaja tudi nekaj ponudnikov, ki ponujajo praznovanje otroških rojstnih dni, nimajo pa lastnih igralnic. Konkurenčna podjetja in njihove ponudbe bomo predstavili v nadaljevanju.

- Otroški park Džungla

Otroški park Džungla se nahaja v nakupovalnem središču City center. Ponudba parka obsega organizacijo otroških rojstnodnevnih zabav, ustvarjalne delavnice in bralno urico dvakrat mesečno za otroke, stare od 4 do 12 let. Je najbolj obiskan otroški park na Celjskem in beleži 70.000 obiskov na leto. Navkljub množični obiskanosti zaradi očitnih prednosti, ima Džungla tudi nekaj pomanjkljivosti, ki smo jih navedli v Tabeli 1.

Tabela 1: Prednosti in pomanjkljivosti otroškega parka Džungla

Prednosti	Pomanjkljivosti
Lociran v največjem nakupovalnem središču	Brez zunanjih igral
Neposredna bližina gostinskih lokalov	Neprestana gneča
Brezplačna parkirišča	Prostorska omejitev
Odprto vsak dan, razen praznikov (pon–sob od 9. do 21. ure, ned od 9. do 15. ure)	Pomanjkljiv nadzor (starejši otroci tekajo po igralnici, ne meneč se za mlajše)
Bralna urica	Ni ločenih površin za starejše in mlajše otroke
Vstop za starše (spremstvo otrok, mlajših od 4 let)	Park obstaja že dolgo in je že nekoliko »preživet«
Računalniki za interaktivne igre	Ni prostora za ročno ustvarjanje
Brezplačen vstop do ene ure	Ponudba hrane obsega samo menije s hitro prehrano

Skupna cena praznovanja rojstnega dne za do 12 otrok znaša približno 100 EUR. 60 EUR predstavlja animacija in okrog 40 EUR pogostitev v izbranem bližnjem lokalu, ki je odvisna od izbranega menija in lokala. Cene menijev znašajo med 2,70 EUR in 3,60 EUR na otroka.

Za več kot 12 otrok sta potrebni dve animatorki, kar poviša ceno same animacije za 30 EUR (Otroški park Džungla, 2016). Praznovanja trajajo 1 uro in 45 minut.

- Otroški kotiček Oslarija

Nahaja se v nakupovalno-zabaviščnem centru Planet Tuš Celje. Ponuja animacije za otroke, delavnice in dogodke za otroke ter praznovanja rojstnih dni. Rojstnodnevna praznovanja so na voljo v petih različnih oblikah, pri čemer sta najbolj priljubljeni obliki zabava z ogledom kino predstave in zabava na bowlingu (kegljanje za otroke). Kotiček sprejema otroke, stare med 4 in 12 let. Mlajši otroci zaradi varnostnih omejitev nimajo vstopa v igralnico, imajo pa plezalo v neposredni bližini igralnega kotička. Cena animacije za otroka, starejšega od 4 let, znaša 1 EUR na uro (Otroški park Oslarija, 2016). Prednosti in slabosti igralnice Oslarija smo navedli v Tabeli 2.

Tabela 2: Prednosti in pomanjkljivosti otroškega parka Oslarija

Prednosti	Pomanjkljivosti
Nahaja se v nakupovalno- zabaviščnem centru	Okolica brez zunanjih površin
V bližini kinematografov	Brez igralnih površin za malčke (od 1 do 3 let)
V bližini gostinskih lokalov	Starši nimajo vstopa
Brezplačna parkirišča	Kotiček obstaja že dlje časa nespremenjen in postaja vedno manj zanimiv
Delavnice in dogodki za otroke	Preveč ločene površine za starejše in mlajše otroke
Prostor za ročno ustvarjanje	Ni interaktivnih iger
	Ponudba hitre prehrane
	Odpiralni čas (pon–pet od 16. do 20. ure, sob od 11. do 20. ure, ned zaprto)
	Ni skupinske fotografije

- Zabava za otroke

Podjetje Zabava za otroke ima organizirane rojstnodnevne zabave na Rajskem otoku na Proseniškem, ki je 5 km oddaljeno od Celja. Glavna dejavnost so rojstnodnevne zabave, ponujajo pa tudi delavnice za otroke, možnost najema kostumov, lutk in maskot in animacije otrok na porokah. Vse to je na voljo za otroke, stare med 4 in 12 let. Praznovanja izvajajo praktično v vsakem vremenu, le otroci morajo biti primerno obuti in oblečeni. V nadaljevanju so predstavljene prednosti in pomanjkljivosti storitev podjetja.

Tabela 3: Prednosti in pomanjkljivosti organizatorja Zabava za otroke

Prednosti	Pomanjkljivosti
Praznovanja v naravi	Lokacija je namenjena izključno za praznovanja rojstnih dni
Praznovanja ob vsakem vremenu	Brez igralnih enot
Nočna praznovanja za starejše otroke	Lokacija ob jezeru, potencialna nevarnost
Prostor za ročno ustvarjanje	Omejena parkirna mesta
Širok izbor tem za praznovanje	Ni bližine gostinskih lokalov, kjer bi starši počakali na konec praznovanja
3 urna animacija	Ponudba hitre prehrane
Fotografije praznovanja, skupinska fotografija	

Cena praznovanja za do 15 otrok znaša 150 EUR, nad 15 otrok pa 10 EUR na dodatno osebo. V ceno je všteta hrana, pijača, torta, 3 urna animacija, oblikovanje in dostava vabil preko e-pošte, možnost izbire teme praznovanja, mini darilca za vse goste, fotografiranje praznovanja in dostava fotografij po e-pošti (Zabava za otroke, 2016).

- Športno društvo Gibitus

Nov ponudnik na trgu na območju Celja je Športno društvo Gibitus. Ponujajo praznovanja rojstnih dni, organizacijo in pripravo raznih športnih dogodkov (za podjetja, društva ali priložnostne skupine), občasna varstva otrok na domu ali vnaprej določeni lokaciji, spremstva otrok na interesne dejavnosti ali v vrtce in šole nazaj ter šolo rolanja, smučanja in plavanja. Storitve nudijo za otroke, stare od enega leta dalje. Pozitivne in negativne lastnosti storitev so predstavljene v nadaljevanju.

Tabela 4: Prednosti in slabosti ponudbe Športnega društva Gibitus

Prednosti	Pomanjkljivosti
Precejšnja prilagodljivost, odzivnost društva glede na trenutne potrebe	Nimajo svojih prostorov
Poudarek na gibanju	Nimajo igral
Pestra ponudba storitev	Ponudba hitre prehrane
Fotografije praznovanja	

Cenik društva rojstnodnevnih praznovanj je naveden v spodnji tabeli.

Tabela 5: Cenik rojstnodnevnih praznovanj Športnega društva Gibitus

Ponudba/Paket	Paket 1	Paket 2	Paket 3
Število otrok	do 16 otrok	do 25 otrok	do 35 otrok
Št. animatorjev	2	3	4
Hrana	1 x družinska pica	2 x družinska pica	3 x družinska pica
Cena	140 EUR	170 EUR	210 EUR

Vir: Športno društvo Gibitus, 2016

Vsak paket prav tako vključuje dvourno animacijo, pripomočke, pijačo, zgoščenko s fotografijami in darilo za slavljenca. V ceno je vštet tudi najem prostora (Športno društvo Gibitus, 2016).

- Hermanov brlog

Hermanov brlog je otroški muzej v Muzeju novejše zgodovine Celje. Deluje od leta 1995, vsebine pa črpa iz preteklosti in sedanjosti. Maskota muzeja je Herman Lisjak, ki je že dobro poznan med otroci. V ponudbi za otroke imajo pripravljene rojstnodnevne zabave, ustvarjalne delavnice, muzejske učne ure, gledališke predstave in otroški bolšji sejem (4 krat letno). Dogodkov se lahko udeležijo otroci od starosti drugega leta dalje, praznovanj pa od starosti pet let dalje. Pozitivne in negativne plati storitev so predstavljene v nadaljevanju.

Tabela 6: Prednosti in pomanjkljivosti ponudnika Hermanov brlog

Prednosti	**Pomanjkljivosti**
Nahaja se v bližini mestnega jedra	Ni zelenih površin
Bližina gostinskih lokalov	Plačljiva parkirna mesta
Zadosti parkirnih mest	Starost otrok od 5 let naprej
Kulturno in izobraževalno usmerjen program	Samo za skupine do 12 otrok
Fotografije praznovanja	Ob ponedeljkih in nedeljah zaprto

Praznovanje rojstnega dne traja dve uri za skupino 12 otrok, na izbiro pa imajo 3 različna praznovanja. Praznovanja se lahko udeležijo otroci, starejši od 5 let. V ceni 90 EUR je vključena animacija, igranje vlog, rajanje, sokovi, darilo za slavljenca in pozornost za prijatelje ter zgoščenko s fotografijami praznovanja (Hermanov brlog, 2016).

3.3.2 Posredna konkurenca

Posredna konkurenca opredeljuje široko diverzificirano skupino aktivnosti, katerih bistvo je sprostitev in zabava za otroke in starše. Med posredno konkurenco bi lahko našteli vse gostinske lokale, ki imajo urejen majhen prostor za otroke, kinematografe, knjižnice, javne parke in rekreacijske in trgovske centre v Celju in bližnji okolici.

Celje ima 10 mestnih četrti. Vsaka četrt ima vsaj 6 manjših urejenih igralnih površin (manjša igrišča ob blokih, igrišča ob lokalih).

3.4 Panoga dejavnosti

Panoga otroških parkov je razmeroma nova in nima svoje šifre med standardnimi klasifikacijami dejavnosti (Statistični urad Republike Slovenije, b.l.). Obstoječe igralnice v Sloveniji so registrirane pod šifro I56.102 (okrepčevalnice in podobni obrati), pod to šifro pa bo registrirano tudi naše podjetje.

Če poznamo pet konkurenčnih sil, ki imajo vpliv na cene, stroške in investiranje, lahko privlačnost panoge ocenimo s Porterjevim modelom (Pučko, 2003, str. 123).

Glede na Porterjev model, se stopnja konkurence v panogi spreminja glede na pet glavnih konkurenčnih sil, ki so (Porter, 1998, str. 5):

"- potencialne konkurence;
- pogajalske moči dobaviteljev;
- pogajalske moči kupcev;
- možnosti pojava novih substitutov in
- konkurenčnosti med obstoječimi konkurenti v panogi".

Da bi v celoti izvedli projekt ustanovitve igralnega parka, bi bil potreben večji denarni vložek. Velike potrebe po začetnem kapitalu za takšna podjetja predstavlja vstopne ovire in na podlagi tako visokih stroškov ocenjujemo, da je nevarnost vstopa novih konkurentov v panogo nizka. Nizka nevarnost je tudi posledica tega, da Celje ni veliko mesto in zato predpostavljamo, da bi z našim igralnim centrom trg postal zapolnjen.

Nevarnost zamenjave storitev ocenjujemo kot visoko, saj lahko starši z otroki obiskujejo že obstoječe igralnice in javne parke. Zaračunavanje vstopnine za starejše otroke bi sploh lahko predstavljal dober razlog, da namesto v naš igralni park zavijejo kam drugam.

Kupci tekmujejo s podjetji v panogi z uporabo pritiska na znižanje cen ali izboljšane kakovosti storitev, kar znižuje donosnost panoge (Porter, 1980, str. 24–27). V našem primeru bi prisodili srednje visoko pogajalsko moč kupcem.

Pogajalsko moč dobaviteljev ocenjujemo kot nizko, saj bo nakup opreme enkraten in jih potem nekaj let ne bomo potrebovali, vsaj dokler se ne bomo odločili za dodatne igralne elemente oziroma menjavo obstoječih.

Konkurenco med obstoječimi podjetji v panogi glede rojstnodnevnih zabav ocenjujemo kot visoko, glede strukture igralnega centra pa nizko.

Rezultati analize petih spremenljivk so predstavljeni tudi v Tabeli 7.

Tabela 7: Analiza panoge na podlagi Porterjevega modela petih konkurenčnih sil

Spremenljivka Porterjevega modela petih konkurenčnih sil	Moč spremenljivke
Nevarnost vstopa novih konkurentov v panogo	Nizka
Nevarnost zamenjave proizvodov/storitev	Visoka
Pogajalska moč kupcev	Srednja
Pogajalska moč dobaviteljev	Nizka
Stopnja konkurence med obstoječimi konkurenti v panogi	Visoka/Nizka

Povzeto in prirejeno po Porter, 1998, str. 5.

3.5 Obseg trga in trendi

Ker večina konkurence varuje podatke o višini prihodkov in dobičkov kot poslovno skrivnost, osnovanje ustrezne ocene velikosti trga ni mogoče. Statistični podatki o številu otrok, mlajših od 13 let, in rezultati ankete pa nam omogočajo določiti nek približek.

Zaradi narave naše dejavnosti, bo podjetje usmerjeno predvsem na celjsko tržišče. Na začetku poslovanja bo ciljni trg predvsem področje Celja (regionalni trg), kasneje pa pričakujemo obiske tudi iz krajev, oddaljenih do 10 km.

Po podatkih Statističnega urada Slovenije je bilo v letu 2015 v celjski občini 13.131 otrok, starih od 0 do 13 let (Tabela 8).

Tabela 8: Število otrok v občini Celje glede na starost v letu 2015

Starost otrok (v letih)	Število otrok
0	1.006
1	1.043
2	1.046
3	1.049
4	1.028
5	1.013
6	1.039
7	971
8	868
9	870
10	820
11	816
12	765
13	797
Skupaj	**13.131**

Vir: Prebivalstvo po starosti in spolu, občine, Slovenija, 2015.

Občine, ki so od Celja oddaljene do 10 km, so sledeče: Braslovče, Dobrna, Laško, Polzela, Prebold, Slovenske Konjice, Šentjur, Šmartno ob Paki, Tabor, Vojnik, Vransko in Žalec. Število otrok, mlajših od 13 let po občinah, je prikazano v Tabeli 9.

Tabela 9: Število otrok, mlajših od 13 let, glede na občino v letu 2015

Občina	Število otrok, mlajših od 13 let
Braslovče	1.519
Dobrna	569
Laško	3.209
Polzela	1.715
Prebold	1.384
Slovenske Konjice	4.078
Šentjur	5.197
Šmartno ob Paki	872
Tabor	510
Vojnik	2.332
Vransko	710
Žalec	5.527
Skupaj	**39.974**

Vir: Prebivalstvo po starosti in spolu, občine, Slovenija, 2015.

3.6 Strategija vstopa in rasti

Na trg bo podjetje bo podjetje vstopilo v začetku leta 2017. Strategija vstopa bo temeljila na tem, da bi si v čim krajšem času zagotovili čim več strank, ki bi se redno vračale. V te namene bomo pred načrtovanim odprtjem parka in prve mesece po otvoritvi izvajali intenzivno oglaševalsko kampanijo.

- Uporaba igral (vstopnina): uporabili smo strategijo posnemanja smetane, saj so ovire za vstop na trg v tem primeru zelo visoke.
- Rojstnodnevne zabave: strategija penetracijskih cen. Z metodo nižjih cen bomo prepričali stranke, da uporabijo naše podjetje za praznovanje otroških rojstnih dni, saj na tem področju že obstaja dovolj konkurence in bomo na takšen način postali opazni in zanimivi za uporabnike storitev. Ovire za vstop na trg so tukaj nizke.
- Varstvo otrok v popoldanskem/večernem času: strategija posnemanja smetane. Cena bo približno enaka ceni konkurentov, vendar pa bo naša prednost pred konkurenco v zagotavljanju dodatnih storitev.
- Počitniško varstvo: strategija popustov. Ta metoda se nam zdi primerna, ker tovrstna varstva predstavljajo dodatne stroške za starše, s popusti pa bi potencialne uporabnike storitev prepričali, da bi izbrali naše storitve.
- Organizirane delavnice, bralne urice: strategija posnemanja smetane. Na področju Celja obstaja kar nekaj ponudnikov takšnih storitev in ti se tudi zavedajo, kakšne so cene le-teh. Zato bomo postavili cene, podobne konkurentom.
- Gostinski kotiček: kot najbolj primerno ocenjujemo metodo posnemanja smetane. Cene v gostinski ponudbi bodo približno enake cenam konkurentov. Tudi tukaj bomo v prednosti pred konkurenco zaradi možnosti dodatnih storitev (ponudba zdrave prehrane in pijač).
- Uporaba masažnih stolov, igralnih naprav: strategija popustov. Da bi vzpodbudili stranke k uporabi masažnih stolov, bomo poleg zakupljenih žetonov ponudili tudi gratis pijačo. Otroci pa bodo lahko ob plačilu vstopnine, pridobili tudi kupon za uporabo igralnih naprav.

4 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI IN OPIS PODJETJA

4.1 Utemeljitev priložnosti

Naša poslovna ideja se je razvila na podlagi lastnih izkušenj. Naš družabni krog obsega družine z majhnimi otroki, zato dobro poznamo ritem in potrebe mladih družin. Veliko sošolcev in sošolk obiskuje igralne parke in praznujejo rojstne dneve na teh lokacijah. Na podlagi mnogih pogovorov s starši smo dobili idejo o velikem igralnem centru, ki ima poleg notranjih igralnih površin na voljo tudi velik igralni park zunaj.

Za mlajše otroke do treh let v obstoječih parkih ni na voljo igralnega dela, zato bodo v naši igralnici na razpolago tudi mehka, oblazinjena igrala za malčke. Gostinski del, ki se iz notranjosti odpira na zunanjo teraso, je nujen dodatek v ponudbi, saj bo zagotavljal zadrževanje staršev na območju igralnega parka. Dodaten plus pa bo za starše (odrasle, spremljevalce) možnost uporabe masažnih stolov. Bistvo poslovanja igralnega parka bo torej združevanje prijetnega s koristnim. Prav tako je vzpodbudno tudi dejstvo, da so zunaj slovenskih meja (Hrvaška, Avstrija, Italija, …) tovrstne igralnice pogost pojav in se trendi iz tujine hitro širijo v našo državo. Zato smo prepričani, da se ta dejavnost šele dodobra izpopolnjuje in pri tem procesu lahko sodeluje tudi naše podjetje.

Za praznovanja rojstnih dni bodo na voljo različne teme in animacije, ki se bodo sproti dopolnjevale, tako da bo ponudba redno obnovljena in osvežena. Pred konkurenčnimi ponudniki bo imel naš park na tem področju prednost v tem, da se bodo izvajanja praznovanj lahko vršila na prostem ali pa v igralnici sami. Dodatno prednost bomo zagotavljali z možnostjo izbire menijev, ki vključujejo tudi pogostitve iz bolj kakovostnih živil, kar bo prepričalo tudi starše, ki so dobro osveščeni o kvalitetni prehrane. Trendi kažejo, da je število takšnih vedno več (Nielsen, 2015).

4.2 Storitve podjetja

4.2.1 Ceniki storitev

Ceniki storitev se nahajajo v Prilogi 4.

4.2.2 Uporaba igralnega parka Afnarija

Igralni park Afnarija bo odprt med tednom od 12. do 20. ure, ob sobotah od 9. do 20. ure in nedeljah od 9. do 18. ure. V tem času bodo obiskovalcem na voljo vsa igrala zunaj in znotraj parka, interaktivni igralni avtomati, trampolini, … Vstop v igralni park bo plačljiv za otroke, starejše od treh let (3 EUR na otroka), čas obiska pa ne bo časovno omejen. Otroci, mlajši od treh let imajo prost vstop.

4.2.3 Organizirano praznovanje rojstnega dne

Praznovanje rojstnega dne je lahko v celoti namenjeno samo igri in zabavi otrok na vseh razpoložljivih igralnih enotah parka, ali pa je vodeno s strani animatorjev glede na izbrano temo praznovanja. Število animatorjev na praznovanju se bo določalo glede na število otrok in izbrano temo praznovanja.

V rojstnodnevni paket bo vključeno dvourno praznovanje (animacija, zabavne igre, miselni izzivi, …), darilce za slavljenca, možnost izbire rojstnodnevnih menijev, možnost izbire teme in torta s svečkami ter skupinska fotografija. Slavljenec bo dobil tudi majčko z logotipom parka, ostali udeleženci pa pisala ali zvezke z logotipom. Možne dodatne storitve bodo poslikave obraza ali fotografiranje celotnega praznovanja, obisk maskote oziroma pravljičnega junaka in podobno.

4.2.4 Varstvo otrok v popoldanskem ali večernem času

V igralnem centru bodo potekala organizirana varstva po predhodnem dogovoru v času od 14. do 21. ure. Varstvo je predvideno za otroke, stare med 4 in 12 let. Glede na število otrok, bo oblikovana skupina, v kateri se bodo izvajale usmerjene aktivnosti. V varstvu bo na voljo uporaba igral zunaj in znotraj igralnice, v vsakem trenutku pa bo otroke spremljal odgovorni animator, ki bo skrbel za izvajanje programa.

4.2.5 Počitniško varstvo

Igralnica bo imela v času šolskih počitnic organizirano varstvo za šoloobvezne otroke. Šoloobvezni otroci imajo jesenske, novoletne, zimske, prvomajske in poletne počitnice. Program bo sestavljen glede na število predprijav. Organizirane bodo športne igre, ustvarjalne delavnice, družabne aktivnosti, pohodi (priljubljena pohodniška točka je trenutno Hiška na drevesu), kolesarjenje ob Savinji, plavanje na celjskem bazenu, krajši izleti (Celjski grad, Šmartinsko jezero, obisk konjeniškega centra, …). Objavljeni termini počitniškega varstva se bodo izvajali v primeru prijave najmanj 4 otrok.

V prvem letu bomo z organiziranjem počitniških varstev začeli postopoma, predvidoma bomo organizirali vsaj 4 počitniška varstva (jesenske, zimske počitnice in dva tedna v poletnih počitnicah). Glede na izkušnje, odziv in povpraševanje, bomo v nadaljnjih letih pripravili več terminov počitniških varstev. Cilj je organizacija vsaj štirih počitniških terminov med poletnimi počitnicami, poleg jesenskih in zimskih.

4.2.6 Organizirane delavnice, bralne urice (posebni dogodki)

Branje ima ugoden vpliv na otrokov vsestranski razvoj, zato smo se odločili, da v ponudbo storitev podjetja vključimo tudi bralne urice. Tematika branja bo prilagojena poslušalcem (mlajši in starejši otroci). Vsebina delavnic bo določena glede na trenutno aktualna dogajanja (letni časi, športne prireditve, kulturni prazniki, ...). Skozi strukturirane aktivnosti in dejavnosti bodo otroci izboljševali svoje motorične sposobnosti, iznajdljivost in ustvarjalnost.

4.2.7 Gostinski kotiček

Lokal v igralnem centru bo skrbel za goste s pestro ponudbo toplih in hladnih pijač, na voljo pa bodo tudi sveže pripravljeni prigrizki (sendviči, tortice, solate, …). Lokal bo imel tudi pokrito teraso. Kapaciteta lokala bo okrog 100 gostov. Kot dodano vrednost bi izpostavili ponudbo zdrave prehrane, katero nam bo dostavljalo najeto podjetje.

4.2.8 Uporaba masažnih stolov in igralnih avtomatov

Za uporabo masažnih stolov in interaktivnih igralnih avtomatov bo treba kupiti žetone, ki se bodo prodajali pri sprejemnem pultu.

4.3 Ime podjetja in blagovne znamke

Igralni park se bo imenoval Afnarija; otroška igralnica, zabavalnica in za starše počivalnica. Slogan jedrnato in igrivo povzame bistvo igralnega parka.

Podjetje je v fazi priprave na ustanovitev (priprava poslovnega načrta), pravnoorganizacijska oblika podjetja pa bo družba z omejeno odgovornostjo, katere osnovni kapital sestavljajo osnovni vložki družbenikov.

Dolgo ime podjetja je Afnarija d.o.o. s sedežem v Celju, na Ljubljanski ulici. Podjetje je davčni zavezanec in plačuje davke v skladu z Zakonom o davku na dodano vrednost.

Slika 1: Logotip igralnega parka Afnarija

4.4 Poslovni model podjetja in konkurenčna prednost

4.4.1 Prednosti igralnega parka Afnarija

S pomočjo analize konkurentov smo prišli do zaključka, da bo igralni park Afnarija imel nekaj pomembnih konkurenčnih prednosti. Park bo oblikovan tako, da se bodo lahko igralnim aktivnostim otrok pridružili tudi starši.

Pomembna lastnost bo tudi to, da bo zasnova parka omogočala dober pregled staršev iz bližnjega lokala nad dogajanjem. Za varnost bo skrbelo osebje, ki bo nadziralo igralne površine, da ne bi prihajalo do neljubih dogodkov. Igralnica bo opremljena z videonadzorom in izvajal se bo strog nadzor pri vhodu oziroma izhodu.

Podjetje bo dobičkonosnost v prvi vrsti dosegalo s prometom od gostinskega lokala, nato rojstnodnevnimi zabavami, vstopninami, plačljivimi interaktivnimi igrami, popoldanskim in počitniškim varstvom ter uporabo masažnih stolov in interaktivnih igral.

4.4.2 Vstopnina in plačljive igre

Kot že rečeno, vstopnina bo znašala 3 EUR na otroka, starega med 4 in 12 let. Odrasli in malčki bodo imeli vstop prost. Ta cena je primerljiva z drugimi oblikami storitev za družinski prosti čas, kot je na primer ogled kinopredstave (kjer mora vstopnino plačati celotna družina).

Osnovni cilj igralnega parka Afnarija je, da postane obisk parka redna družinska aktivnost. To bomo vzpodbujali s karticami obiska, ki bodo ponujale popust na vstopnino po določenem številu obiskov. Uporabljali bomo tudi popuste za večje skupine (12 otrok ali več) in s tem poskusili pridobiti obiske vrtcev ali šol (na primer med športnimi dnevi). Ker ima igralni park Džungla brezplačen vstop do ene ure, v Oslariji pa je cena 1 EUR na uro na otroka, bomo ob začetku obratovanja ponujali sledečo akcijo: ob plačilu vstopnine, bodo otroci dobili kupon za 1 EUR, ki ga bodo lahko unovčili v gostinskem kotičku ali pa na interaktivnih igralnih avtomatih. Na ta način bomo poskušali pustiti večji in lepši vtis pri začetnih strankah.

4.4.3 Gostinski kotiček

Kotiček bo imel kapaciteto postrežbe do 100 oseb. Cene v ponudbi lokala so oblikovane glede na cene konkurentov. Na leto v lokalu pričakujemo obisk preko 30.000 gostov.

4.4.4 Rojstnodnevna praznovanja

Za manjše skupine (5–12 otrok) bo cena dvournega praznovanja z izbrano pogostitvijo 120 EUR, za večje skupine (12–20 otrok) pa 170 EUR. Možno bo naročiti tudi obisk pravljičnega junaka ali maskote za dodatno plačilo. Ocenjujemo, da bomo v prvem letu organizirali približno 760 zabav.

4.4.5 Popoldanska in počitniška varstva

Urna postavka popoldanskega varstva znaša 6 EUR, tedensko počitniško varstvo (5 dni po 8 ur) pa 100 EUR na otroka. Trenutno je panoga izvajanja takšne dejavnosti še v povojih, zato smo z napovedovanjem prihodkov bolj previdni.

V grobem smo ocenili letni prihodek iz počitniških in popoldanskih varstev na 2.475 EUR, se bo pa tekom poslovnega leta izkazalo, ali smo bili pri teh ocenah preveč zadržani.

4.4.6 Posebni dogodki

Bralne urice, ustvarjalne delavnice in mini kino imajo ceno 5 EUR. V prvem letu bomo organizirali po en, največ dva posebna dogodka na mesec. Prihodki tega segmenta znašajo 1.968 EUR.

4.5 Velikost tržnih deležev

Velikost tržnega deleža za naše podjetje je težko določiti. Dejavnost igralnih parkov v Sloveniji še ni dodobra razvita, niti klasificirana, zato imajo se ponudniki podobnih storitev uvrščajo večinoma med gostinske ali druge dejavnosti. S svojo vsestransko ponudbo pa ocenjujemo, da bo igralni park Afnarija prevzel znaten tržni delež na Celjskem.

5 NAČRT TRŽENJA

5.1 Izdelki in storitve (s poudarkom na trženjskem delu)

Naše podjetje se bo od konkurence razlikovalo po tem, da bo delovalo kot družabni center za odrasle in otroke. Igralni park Afnarija bomo poskušali predstavljati kot koncept javne dnevne sobe, kjer bodo družine lahko kvalitetno preživljale del svojega prostega časa. Tovrsten igralni park bo prvi na Celjskem in že to dejstvo samo bo predstavljalo pomembno konkurenčno prednost.

5.2 Cenovna strategija

V začetku poslovanja igralnega centra bomo za vse skupine storitev postavljali cene, ki bodo podobne konkurenčnim. Če bi namreč postavili precej višje cene od konkurence, bi se povpraševalci po naših storitvah lahko obrnili h konkurenčnim ponudnikom. V primeru prenizke cene pa bi težko pokrivali stroške poslovanja, sploh v začetnih letih poslovanja.

Tako smo cene oblikovali glede na cene konkurentov in so prikazane v Prilogi 4. Svoje stranke bomo poskušali pridobivati z intenzivnim oglaševanjem in raznoliko ponudbo.
Posebno pozornost bomo namenili sezonski komponenti, saj predvidevamo višje povpraševanje po naših storitvah ob slabših vremenskih razmerah (dež, sneg, vročinski val).

Povišanje cen načrtujemo, ko se bo igralni park na trgu že uveljavil s kvalitetnimi in korektnimi storitvami ki zadovoljujejo stranke, ter vzbudil zanimanje in zaupanje pri že obstoječih in potencialnih uporabnikih naših storitev.

5.3 Tržne poti

Vsaka tržna pot je sestavljena iz proizvajalca oziroma ponudnika storitev, pri katerem se tržna pot sploh začne, in končnega kupca oziroma porabnika storitev, pri katerem se tržna pot zaključi. To je neposredna tržna pot (oziroma tržna pot ničelne ravni) in se je bo posluževalo naše podjetje. Zato tudi ne bomo potrebovali posrednikov; stranke bodo naše storitve koristile in plačale na sami lokaciji igralnega parka.

5.4 Trženjsko komuniciranje

Sposobnost trženja pogosto določa finančno uspešnost poslovanja podjetja. Če na trgu ne obstaja dovolj veliko povpraševanje glede izdelkov in storitev, ki podjetju prinaša dobiček, so poslovne funkcije v podjetju dejansko brez pravega smisla (Kotler, 2006, str. 4).

Pred vstopom in ob samem vstopu na trg bomo za oglaševanje uporabili več oglaševalnih taktik:

- **Letaki s QR kodo** (primer letaka v Prilogi 5).
  Razdeljeni bodo po vrtcih, šolah, nakupovalnih centrih, knjižnicah, dobro obiskanih kavarnah in slaščičarnah, delili jih bomo ob vikendih v centru Celja, kjer se sprehaja veliko staršev z otroki. Letake bomo v virtualni obliki poslali tudi po e-pošti vsem znancem. QR koda bo vsebovala URL-naslov spletne strani. Letake bo natisnila tiskarna M TIS iz Celja, načrtujemo tisk 10.000 letakov formata A5. Strošek tiskanja letakov bo okvirno 500 EUR (M TIS, 2016).
- **Oglaševanje preko spleta.**
  Imeli bomo svojo spletno stran, nagovarjali starše in širše množice preko socialnih omrežij Facebook, Twitter in Instagram. Spletno stran bo oblikovalo računalniško podjetje, za kar bo zaračunalo približno 300 EUR. Profili igralnega centra na omrežjih Facebook, Twitter in Instagram bodo brezplačni. Prizadevali si bomo za veliko število sledilcev.
- **Oglaševanje preko lokalnih medijev.**
  Oglase bomo objavili na spletnem časopisu Celja in okolice (Spletni časopis Celja in okolice, 2016), časopisu Celjan in časopisu Novi tednik.
  - Celje.info ima 25.000 obiskov na stran v mesecu (Spletni časopis Celja in okolice, 2016). Strošek mesečnega oglaševanja na prvi strani portala znaša 150 EUR.

- Novi tednik izhaja dvakrat tedensko, ima 11.000 naročnikov (Nacionalna raziskava branosti, 2014) in pokriva 32 občin celjskega območja. Mesečni strošek oglasa znaša 287 EUR.
- Časopis Celjan izhaja enkrat na teden in dosega branost 27.000 ljudi (Nacionalna raziskava branosti, 2014). Mesečni strošek oglasa znaša 210 EUR.

- **Oglaševanje preko radia.**
  Oglaševali bomo tudi preko najbolj poslušane radijske postaje na Celjskem, radia Antena. Petnajst sekund trajajoči oglas se bo predvajal enkrat dnevno, trideset dni.
- **Oglaševanje z lastnim avtomobilom, polepljenim z logotipom podjetja.**
  To bomo uredili pri podjetju Filter urbane rešitve d.o.o. iz Celja. Strošek izdelave nalepk za avtomobil znaša 300 EUR (Filter urbane rešitve d.o.o., 2016).

Vsi marketinški stroški skupaj so predstavljeni v nadaljevanju.

Tabela 10: Stroški oglaševanja

Ponudnik	**M TIS, grafika in trgovina d.o.o. (letaki)**	**Portal Celje.info (Drugi svet, spletne tehnologije d.o.o.)**	**Časopis Novi tednik (NT&RC d.o.o.)**	**Časopis Celjan (Novice d.o.o.)**	**Filter urbane rešitve d.o.o.**	**Spletna stran**	**Radio Antena d.o.o.**
Cena storitev (v EUR)	500,00	150,00	287,00	210,00	300,00	550,00	250,50

Vir: Cenik podjetja M TIS, grafika in trgovina d.o.o., 2016; Cenik podjetja Drugi svet spletne tehnologije d.o.o., 2016; Cenik podjetja NT&RC d.o.o., 2016; Cenik podjetja Novice d.o.o., 2016; Cenik podjetja Filter urbane rešitve d.o.o. 2016; Cenik podjetja Radio Antena d.o.o., 2016.

Oglasna sporočila bodo potencialnim strankam ponudila odgovore na vprašanja:

- Kdo smo in kaj ponujamo?
- Zakaj smo ravno mi pravi za potencialne stranke?
- Kje lahko pridejo do dodatnih, podrobnejših informacij o podjetju in storitvah?

Potem, ko bo podjetje že nekaj časa poslovalo, predvidevamo nekoliko zmanjšati intenzivnost oglaševanja, saj bodo za to poskrbele kar naše zadovoljne stranke; priporočila zadovoljnih strank so zastonj imajo dosti večjo moč kot ostale oblike oglaševanja.

5.5 Trženje storitev – trije P-ji (*People, Process, Physical Evidence*)

Pri trženju storitev moramo v obzir vzeti tudi razširjeni trženjski splet, ki ga tvorijo ljudje, proces in fizični dokazi.

Pri koriščenju storitev družinskega centra so najbolj pomembni ljudje. Animatorska ekipa in ekipa gostinskega lokala bodo v neposrednem stiku strankami in tako odgovorni za varnost in prijetno izkušnjo otrok in staršev. Prijaznost, iznajdljivost, smisel za otroke in komunikativnost bodo zato, poleg strokovne usposobljenosti, najbolj zaželene in pričakovane lastnosti.

Za sam proces je najbolj pomembna dobra organiziranost. To pomeni, da bodo kapacitete posameznih storitev smiselno razporejene z namenom, da posamezna storitev ne bo preveč obremenjena in na ta račun ne bo trpela kakovost izvedbe same storitve.

Med fizične dokaze uvrščamo urejenost same igralnice, počivalnice, gostinskega kotička in zunanje okolice. V ta namen se bo v obratovalnem času vseskozi skrbelo za red in čistočo prostorov objekta, kot tudi parkirišča (brez odvrženih smeti in odpadkov in podobno).

6 NAČRT PROIZVODNEGA ALI STORITVENEGA PROCESA

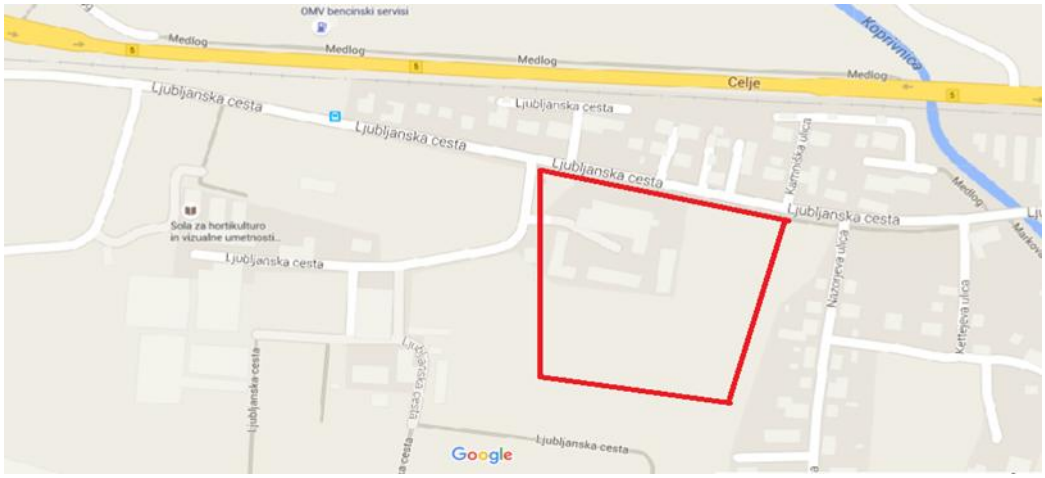
6.1 Faktorji poslovnega procesa

6.1.1 Geografska lokacija

Geografska lokacija je ključnega pomena za uspeh našega podjetja. Idealne pogoje za postavitev igralnega centra izpolnjuje lokacija ob Šoli za hortikulturo in vizualne umetnosti Celje. Tam je prej delovalo Vrtnarstvo Celje in je na voljo dovolj zelenih površin. Poleg zemljišča se nahajata tudi dve hali podjetja Engrotuš d.o.o., kateri bi preuredili za namene igralnega parka. Eno halo je lastnik pripravljen oddati v najem.

Lega zemljišča je idealna tudi zaradi svoje dostopnosti (med Ljubljansko cesto in nabrežjem reke Savinje, ki je znana celjska promenada za sprehode) in možnosti ureditve parkirnih mest.

Slika 2: Primerna lokacija za igralni center v Celju ob Ljubljanski cesti



Vir: Google Maps, 2016.

6.1.2 Poslovni objekt

6.1.2.1 Namestitveni objekt igralnega parka

Halo bomo dobili v najem. Lastnik jo bo uredil do te mere, da bomo sami uredili samo še pleskanje in namestitev opreme. Prav tako bo gostinski lokal uredil lastnik, teraso pa bomo uredili mi.

Slika 3: Poslovni objekt

6.1.2.2 Notranji del

V pokritem delu bo več delov igralnih površin. Hala, v kateri bo urejena igralnica, meri 390 kvadratnih metrov (v nadaljevanju m²).

Največja igralna površina bo za igralno enoto za starejše otroke, ki bo zelo razgibana in s širokim spektrom namembnosti.

Igralni prostor za starejše otroke bo obsegal 150 m² (igralna kletka meri v dolžino in širino 10 metrov (v nadaljevanju m) in širino 4 m s prostorom za avtomate).

Manjša igralna površina bo urejena za malčke. Na razpolago bo manjša igralna kletka, bazen z žogicami, pisane blazine, … Velikost manjšega igralnega prostora bo 50 m². Vsa igrala bodo strukturirana tako, da bodo v njihovi neposredni bližini udobna sedišča gostinskega kotička za starše, od koder bodo lahko nemoteno opazovali svoje otroke ali pa se celo pridružili igri.

Igralni park bo imel v notranjosti tudi manjše območje za interaktivne igre, ki vzpodbujajo koordinacijo oko-roka (košarka, ročni nogomet, zračni hokej in podobno). Ta igrala bodo plačljiva. Ob teh igralih bodo postavljeni tudi masažni stoli, ki bodo prav tako plačljivi. Osrednji prostor med igralnimi površinami bo zavzemal gostinski kotiček s približno 70 sedišči. Ponudba gostinskega kotička bo obsegala tople in hladne pijače, sveže sokove, sveže pripravljene prigrizke (sendviče, sveže solate, tortice, …). Za zagotavljanje bolj zdrave hrane bomo sklenili pogodbo o sodelovanju s celjsko Špageterijo in pizzerijo Koper, ki ima v svoji ponudbi tudi pice s polnozrnatim testom, polnozrnate testenine in podobno.

Ob vhodu v notranji park bo postavljen sprejemni pult, kjer bo goste pozdravil koordinator, gostje pa bodo dobili ujemajoče zapestnice. Tu bo možno kupiti tudi spominke- majčke z logotipom igralnice, kapice, plišaste igračke, nalepke, …

V samem prostoru bodo ločene tudi 4 sobe za praznovanje rojstnih dni. Sobe bodo urejene za sprejem do 20 gostov. V teh sobah bodo potekale tudi ustvarjalne delavnice, bralne urice in podobne aktivnosti. Da se zasedenost teh sob ne bi prekrivala, bo skrbel koordinator.

Sanitarije bodo ločene za mlajše in starejše otroke ter za odrasle, urejena pa bo tudi previjalnica in kotiček za dojenje.

Primer notranjosti igralnega parka je prikazan na Sliki 4.

Slika 4: Primer ureditve notranjosti igralnega parka

Vir: Spletna stran Lil Monkey, 2016

6.1.2.3 Zunanji del

Na zunanjem vrtu igralnega parka bodo prav tako igrala za malčke in starejše otroke. Igrala za starejše bodo otrokom nudila mnoge gibalne izzive, urejena pa bo tudi proga za vožnjo z gokarti na pedala. Malčki bodo imeli svoj prostor v neposredni bližini terase gostinskega kotička, tako da bodo starši vedno blizu. Zunanji del bo urejen s pridihom naravnega, saj bo sestavljen predvsem iz naravnih elementov (les, vrvi, kamni, lubje).

Površina zunanjega dela bo obsegala približno 500 m². Zunanji del bo ograjen z namenom preprečevanja vstopa potepuških živali in z namenom spremljanja obiskovalcev, saj bo možen vstop samo skozi halo mimo sprejemnega pulta.

Primer ureditve zunanjega igralnega parka prikazujeta Sliki 5 in 6.

Slika 5: Primer zunanjih igral

Slika 6: Primer zunanjih igral s senčilno mrežo

Da bi ublažili učinek sezonske komponente (nižji obisk zlasti v poletnem času), bomo nad zunanje igralne strukture namestili senčilne mreže za zaščito pred soncem. Razmišljamo tudi o namestitvi sistemov za ustvarjanje hladilne vodne meglice, da se bodo lahko obiskovalci v vročih dneh osvežili.

Pozimi bi lahko uredili tudi snežni park, če bi bile vremenske razmere ustrezne. Vendar je treba o tej možnosti še tehtno premisliti.

6.1.3 Zaposleni

Zaposleni bodo, poleg privlačnega igralnega parka, ključni del za sam poslovni proces. Smisel za delo z otroki bo njihova najpomembnejša lastnost, saj bodo le tako lahko poskrbeli, da bodo otroci obisk igralnega parka ali rojstnodnevne zabave doživeli na zabaven način. Pozitivno izkušnjo si bodo otroci zapomnili in se bodo radi vračali v park.

6.1.4 Storitve

Trudili se bomo zagotavljati čim višjo kontinuirano kakovost vseh naših storitev, saj je to najbolj pomembna konkurenčna prednost.

6.2 Izvedbeni proces

Ustanovljeno podjetje bo storitveno podjetje, ki se bo ukvarjalo z organiziranjem rojstnodnevnih praznovanj in strežbo hrane in pijače. Celoten izvedbeni proces se bo odvijal vsak dan po približno enakem vrstnem redu. Spremembe bo povzročala le količina naročenih praznovanj oziroma varstev.

Same storitve se bodo odvijale v igralnici in zunaj nje ter v lokalu. Vsak dan bo v delovnem času obratoval gostinski kotiček.

Koordinator bo organiziral zasedenost sob za praznovanje in predvidene ustvarjalne ali bralne urice. Ustvarjalne ali bralne urice se bodo odvijale večinoma v pozno popoldanskem času med tednom, praznovanja pa bodo potekala med 16. in 20. uro. Med vikendi bodo ustvarjalne ali bralne urice potekale dopoldne, rojstnodnevne zabave pa od 10. do 20. ure ob sobotah in od 10. do 17. ure ob nedeljah.

Primer izvedbenega procesa za rojstnodnevne zabave je prikazan Diagramu 1.

Diagram 1: Primer izvedbenega procesa za storitev organizacije rojstnodnevne zabave

6.3 Potrebe po zaposlenih in delovni čas

6.3.1 Potrebe po zaposlenih

S polnim delovnim časom bodo zaposleni direktor, koordinator ter animator in natakar. Poleg njih bomo najemali študente. Direktor bo odgovoren za vse dejavnosti, ki bodo potekale v podjetju. Skrbel bo za nabavo in tekoče posle, iskal nove poslovne priložnosti. Imel bo svojo pisarno v igralnem centru.

Koordinator bo na voljo za usklajevanje aktivnosti in rojstnodnevnih praznovanj, da se termini ne bi prekrivali. Njegova delovna postaja bo ob vhodu za sprejemnim pultom. V gostinskem lokalu bo en redno zaposlen natakar, ostala pomoč bo v obliki najetih študentov.

Redno zaposlen bo prav tako en animator, ki bo glavni za organizacije posameznih rojstnodnevnih zabav, usmerjal bo ostale študente animatorje in opravljal popoldanska varstva. Prav tako bo vodil posebne dogodke- bralne urice ali ustvarjalne delavnice. Za nadzor igralnih površin bomo imeli najete izključno študente.

6.3.2 Urnik dela

Potrebe po zaposlenih v obratovalnem času so prikazane v Tabeli 11.

Tabela 11: Potrebe po zaposlenih in delovni čas

	Ponedeljek-petek		**Sobota**		**Nedelja**	
Del. mesto/ del. čas	**12h–16h**	**16h–20h**	**9h–15h**	**14h–20h**	**9h-15h**	**14h-18h**
Direktor	1	1	1	/	/	/
Koordinator	1	1	1	1	1	1
Natakar	2	3	3	3	3	3
Animator	1	2–4	2–3	4	3	2–3
Nadzornik igralnih površin	1	2	2	2	2	2

Direktor bo na delovnem mestu od ponedeljka do petka od 12. ure (v nadaljevanju h) do 20 h in ob sobotah, po potrebi, dopoldne. Urnik dela koordinatorja bo ves čas obratovanja igralnega parka, saj bo v sprejemnem pultu dosegljiv na klice in sprejemal obiskovalce. Od ponedeljka do petka bo na delovnem mestu od 12 h do 20 h in ob sobotah od 9 h do 17 h. Ostale ure (sobote od 17 h do 20 h in nedelje od 9 h do 18 h) bodo zapolnili študentje. V lokalu bosta ves čas obratovanja potrebna vsaj dva natakarja. Ob popoldnevih in vikendih pričakujemo večji obisk, zato bosta ob redno zaposlenem natakarju stregla tudi po dva študenta. Glavni animator bo imel, glede na potrebe, pomoč treh do štirih študentov, odvisno od naročenih praznovanj in varstev. Med tednom bo za nadziranje igralni površin v času med 12. in 16. uro dovolj en študent. Po 16. uri, ko je predviden večji obisk, pa bosta morala dogajanje nadzirati po dva študenta. Prav tako bosta po dva študenta za nadziranje potrebna v sobotnem in nedeljskem delovnem času.

6.3.3 Plače zaposlenih

Strošek rednih plač bo mesečno znašal okrog 7.300 EUR. Študentsko delo bo mesečno znašalo okrog 6.996 EUR. Urna postavka študentskega dela bo znašala 6 EUR na uro (EUR/h).

Tabela 12: Zneski bruto plač glede na funkcijo v podjetju

Funkcija	Bruto plača v EUR
Direktor (redno zaposlen)	2.500
Koordinator (redno zaposlen)	1.700
Natakar (redno zaposlen)	1.500
Animator (redno zaposlen)	1.600
Študentsko delo (natakarji, animatorji, nadzorniki igralnih površin)	6.996*

Legenda: *6 EUR/h; (3168 EUR natakarji + 2652 EUR animatorji + 1176 EUR nadzorniki)

Mesečno predvidevamo 528 delovnih ur za študente natakarje, 442 delovnih ur za študente animatorje in 196 delovnih ur za nadzornike igralnih površin, kar skupaj znaša 1166 delovnih ur študentskega dela.

Stimulacija se bo obračunala na podlagi anket o zadovoljstvu z opravljeno storitvijo. Po vsakem rojstnodnevnem praznovanju bodo naročniki izpolnili vprašalnik oziroma jih bo o zadovoljstvu ob plačilu povprašal koordinator. V primeru, da se bodo animator, natakar ali nadzornik igralnih površin izkazali po mnenju strank, bodo upravičen do stimulacij. Za koordinatorja bo o stimulacijah odločal direktor.

6.4 Zunanji sodelavci in zunaj najeta podjetja

Za nemoteno poslovanje in nudenje kakovostnih storitev bomo najeli tri zunanja podjetja.

- **Catering podjetje za dostavo zdrave prehrane**.

Načrtujemo sodelovanje z gostinskim lokalom, ki bi dostavljal želeno pogostitev za rojstnodnevne zabave. Ker v našem objektu zaenkrat ne bo polno opremljene kuhinje, smatramo to kot potrebno glede na to, da bomo v menijih ponudili tudi bolj zdravo hrano. Odločili smo se, da bomo sodelovali s Špageterijo in pizzerijo Koper iz Celja (Špageterija in pizzerija Koper, 2016). V prvem letu sodelovanja načrtujemo poslovanje v vrednosti 1.450 EUR na mesec.

- **Najem čistilnega servisa.**

Čistoča in urejenost igralnega parka sta med pomembnejšimi atributi našega podjetja, zato bomo za zagotavljanje le-teh najeli čistilni servis. Gostinski lokal bo potrebno očistiti vsak dan po končanem obratovanju, prav tako igralne površine. Najeli bomo čistilni servis AVA d.o.o., Celje. Mesečni strošek čiščenja prostorov znaša 500 EUR (AVA d.o.o., 2016).

- **Najem računovodskih storitev**.

Za vodenje računov, obračune plač in davčno poslovanje bomo najeli Računovodski servis CDR iz Celja, ki ima dobra priporočila zadovoljnih strank. Mesečni strošek računovodskih storitev znaša 280 EUR (Računovodski servis CDR, 2016).

6.5 Pravna vprašanja in potrebna dovoljenja

Igrala sodijo v področje Direktive o splošni varnosti proizvodov 2001/95/ES, ki je v slovenski pravni prostor prenesena z Zakonom o splošni varnosti proizvodov (Uradni list RS, št. 101/03, 2003). V skladu z zahtevo direktive/zakona je obveznost proizvajalcev in distributerjev, da dajo na trg le varne proizvode. Kadar so igrala skladna s standardoma SIST EN 1176 in SIST EN 1177, se smatra, da so varno nameščena na ustrezni podlagi. Pri tem je treba izpostaviti, da se zahteve iz direktive/zakona ter standardov nanašajo le na igrala in ustrezno podlago na otroškem igrišču, ne pa na igrišče kot celoto. Predpis torej ne zajema drugih vidikov varnosti, kot so vzdrževanje čistoče, primernost rastlin in varnost ograj. Ureditev igrišč je v celoti prepuščena lastnikom (Varno igrišče, 2008).

Pravna podlaga za izvajanje dejavnosti okrepčevalnice zajema sledeče zakone (e-VEM portal za podjetja in podjetnike, 2016):

- Zakon o gostinstvu (ZGos);
- Zakon o omejevanju porabe alkohola (ZOPA);
- Zakon o varnosti in zdravju pri delu (ZVZD-1);
- Zakon o zdravstveni ustreznosti živil in izdelkov ter snovi, ki prihajajo v stik z živili (ZZUZIS);
- Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih in o minimalnem obsegu storitev za opravljanje gostinske dejavnosti;
- HACCP certifikat (angl. *Hazard Analysis Critical Control Points* – HACCP).

6.6 Varnost

Za zagotavljanje varnosti in upoštevanje pravil igralnega parka, bodo nadzorniki igralnih površin vršili nadzor in spremljali dogajanje v obratovalnem času. S tem se bomo poskušali izogibati potencialnim poškodbam ali tožbam. Oprema in igrala bodo postavljena v skladu s predpisi, vsak mesec pa se bodo pregledovala in ocenjevala morebitno dotrajanost, poškodbe ali napake. Ob teh pregledih se bo sestavil zapisnik, ki ga bomo hranili v podjetju.

Predvidevamo tudi videonadzor, posnetki kamer pa se bodo vrteli na enem izmed računalnikov pri sprejemnem pultu. Da bi zagotovili dodatne varnostne ukrepe, bo vsak otrok dobil barvni zapestni trak s številko, ki se bo ujemal z zapestnim trakom tistih oseb, s katerimi je v igralni park vstopil. Ta trak se bo lahko odstranil samo, ko bodo zbrane vse osebe z enakim trakom pri izhodu in jih bodo odstranile in vrnile istočasno. Podjetje bo sklenilo tudi vsa ustrezna zavarovanja, ki bodo skladna s predpisi.

6.7 Ključne tehnologije

6.7.1 Zunanja igrala

Zunanja igrala bo dostavilo in postavilo podjetje Igras igrala d.o.o., ki je med pionirji postavljanja igralnih parkov pri nas in ima veliko dobrih referenc. Igrala bodo načrtovana in izdelana pri proizvajalcu Lappset Group Ltd. iz Finske, ki je eno izmed vodilnih proizvajalcev opreme za zunanje otroške ali športne parke v Evropi.

Skupaj s proizvajalcem in zastopnikom bomo oblikovali edinstven sklop igralnih struktur, ki bodo predstavljale novost na področju parkov celjske regije. Igrala bodo iz naravi in otrokom prijaznih materialov, vabljiva za oko in izziv za motoriko. Otrokom bodo omogočala, da se dobro razgibajo, s čimer bodo krepili koordinacijo, ravnotežje in učvrstitev telesa brez stresa, ki ga ponavadi povzročajo obvezne športne ure v telovadnicah ali na obšolskih aktivnostih.

Vsa zunanja igrala bodo naravnega videza z elementi lesa, vrvi in kovin. V najvišjem delu bodo visoka 3,5 m, dolžine 10 m in širine 2 m.

je prikazan na Sliki 7. Kombinirano igralo je naravnega videza in primerno za otroke, starejše od šest let. Lahko se uporablja individualno ali skupinsko. Kapaciteta igrala znaša istočasno najmanj 19 otrok.

Otroci ob uporabi tega igrala urijo psihofizične in socialne veščine, poudarek pa je na predvsem na motoričnih sposobnostih (na primer ritem, ravnotežje, moč in prostorska percepcija). Ob spremstvu lahko igralo uporabljajo tudi slepi ali slabovidni otroci.

Igralo sestavljajo trije podesti (stolpi) v višini 1.470 milimetrov (v nadaljevanju mm), ki so med seboj povezani. Do podesta s toboganom je več možnosti dostopa: obokana gred z lesenimi stopničkami, lesena lestev, lesena ograja s plezalnimi oprimki in obokana lesena plezalna stena z vrvjo. Med podesti se lahko prehaja preko nihajnega vrvnega mostu z lesenimi stopnicami in zik -zak mostu. Na dveh izmed treh podestov igrala sta nameščeni leseni strehi. Na krajih kjer ni dostopa, so podesti opremljeni z lesenimi ograjicami iz nepravilnih prečk.

Slika 7: Kombinirano igralo proizvajalca Lappset Group Ltd.

Vir:Spletna stran proizvajalca Lappset, b.l.

6.7.2 Notranja igrala

Vsa notranja igrala (velika in mala) bomo naročili pri proizvajalcu HPS Play Company iz Avstrije. Pri načrtovanju, dobavi in postavljanju bo prav tako sodelovalo podjetje Igras igrala d.o.o. S skupnimi močmi bomo z različnimi komponentami ustvarili unikatno igralno strukturo, ki bo s svojo zanimivostjo privabljala in vzpodbujala otroke.

Velika notranja igralna struktura (primer na Sliki 8) je motorično igralni poligon, primeren za otroke, starejše od štirih let. Temelji na treh etažah. Dimenzije igralne strukture so 10 m dolžina, 10 m širina in 4 m višina. Vključuje več toboganov različnih dolžin in naklonov, tunelov, plezalne enote, stopnice, bazen z žogicami.

V spodnji etaži je dovolj prostora za prosto gibanje in igro, v drugi etaži so tuneli in cevi ter mehko oblazinjene ovire, na tretji etaži pa so vstopne točke za tobogane.

Osnovna konstrukcija je jeklena in oblečena v peno, vse skupaj pa je zavito v vzdržljivo poliamidno tkanino. Tkanine so raznih pisanih barv in tako je tudi igralna struktura zanimiva na pogled. Talne varovalne podloge ustrezajo standardu SIST EN 1176 in SIST EN 1177, izdelane iz sintetične gume in prav tako pisanih barv.

Poleg tega, da pisanost vzpodbuja domišljijo otrok, jim igrala nudijo različne gibalne izzive, ob vsem tem pa se otroci tudi neizmerno zabavajo. Tobogani so idealni za plezalne vaje za noge, drogovi za razgibavanje in krepitev rok in ramenskih obročev. Cel sklop igralne strukture pa otrokom omogoča, da se podijo po prostoru in tako spotoma opravijo še kardiovaskularne vaje.

Manjši igralni del za malčke bo sestavljen iz majhne igralne strukture, oblazinjenih igral in blazin. Postavljen bo tudi bazen z žogicami.

Slika 8: Notranja igralna struktura

Vir: Spletna stran proizvajalca HPS-Playco, b.l.

7 DOLGOROČNA STRATEGIJA PODJETJA

7.1 Vizija in poslanstvo

7.1.1 Vizija

Vizija našega podjetja je postati najbolj prepoznavna igralnica s širokim spektrom kvalitetnih storitev za otroke in starše v Celjski kotlini.

7.1.2 Poslanstvo

Podjetje si bo prizadevalo za čim bolj prijetno izkušnjo sproščenosti in neomejene zabave, s tem pa kvalitetno preživljanje prostega časa za otroke in starše.

Hkrati si bo podjetje prizadevalo za dobro počutje in zadovoljstvo zaposlenih ter jih tako vzpodbujati, da bodo svoje delo opravljali vestno. Zavezano bo k neprestanemu iskanju izboljšav poslovanja, ponudbe in razvoj zaposlenih.

Podjetje bo namenilo velik poudarek spremljanju dogajanja na trgu ponudnikov podobnih storitev in ker se konkurenca in trg lahko hitro spreminjata, bo potrebno pripravljati sprotne odzive in prilagoditve.

Pripravljali bomo ankete o zadovoljstvu naših strank, s katerimi bomo pridobivali informacije o delovanju našega podjetja in se odzivali na rezultate teh raziskav. Predvidevamo, da bi ankete o zadovoljstvu strank izvajali sprva na 3 mesece, kasneje pa na 6 mesecev.

7.2 Opredelitev merljivih ciljev za prvih 5 let poslovanja

Merljive cilje za prvih pet let poslovanja smo dobili s pomočjo finančnih projekcij (Priloga 8). Prihodki iz poslovanja so po letih različni, in sicer znašajo na koncu prvega meseca 26.443 EUR, konec prvega leta 303.324 EUR in ob neprestani letni rasti dosežejo predvidenih 367.605 EUR ob koncu petega leta.

Če bi se vse odvijalo, kot je bilo načrtovano, bi podjetje v prvem letu doseglo dobiček v višini 8.025 EUR. V prvem letu bomo imeli redno zaposlene štiri delavce, v drugem letu bomo dodatno zaposlili natakarja in v tretjem animatorja. V vseh letih poslovanja bomo najemali tudi študentsko delo.

7.3 Identificiranje priložnosti za rast podjetja (v okviru prvih 10 let poslovanja)

Priložnost za rast podjetja trenutno vidimo v sprotnem dodajanju novih aktivnosti oziroma storitev. V ponudbo bomo vključili več programov vadb za otroke (pedokinetika, joga, Kindyroo).

Rast načrtujemo na področju gostinskih storitev in organiziranja rojstnodnevnih zabav.

8 SPLOŠNI TERMINSKI PLAN

8.1 Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu

Prva in hkrati zelo pomembna aktivnost je izdelava poslovnega načrta. Sestavljanje poslovnega načrta traja približno tri mesece.

Sledila bo registracija podjetja in ureditev transakcijskega računa, kamor se bodo stekala zbrana sredstva za zagon podjetja. Po zbiranju in zagotovitvi zadostnih sredstev, bo potrebno urediti vso dokumentacijo, najemne pogodbe, skleniti pogodbe z izvajalci, izbrati opremo, urediti pogodbe z zunaj najetimi podjetji.

Ko bo urejena igralnica, bo treba pridobiti vsa potrebna dovoljenja za opravljanje posla, poplačati osnovna sredstva in dela, opravljena na objektu in okolici.

Naslednji korak bo zaposliti zanesljiv in usposobljen kader na podlagi razgovorov in referenc. Izdelava spletne strani, letakov bo potekala v zadnjem tednu oktobra in začetnem tednu novembra.

Ustrezna zavarovanja bomo sklenili konec leta 2016, še pred samo otvoritvijo igralnega parka. Z oglaševanjem bomo pričeli takoj, ko bodo izdelani letaki in spletna stran, saj želimo zagotoviti veliko zanimanje in pričakovanje strank pred uradno otvoritvijo.

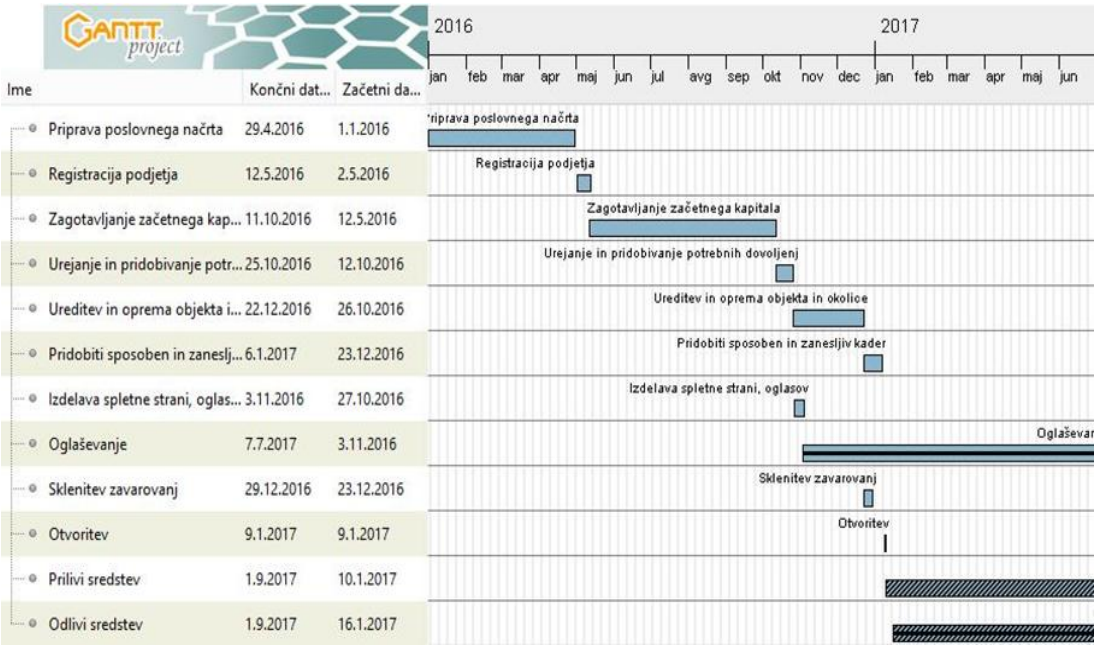
Otvoritev načrtujemo v začetku leta 2017. Začetek obratovanja igralnega parka smo umestili v zimski čas, saj v tem letnem času predvidevamo večjo obiskanost kot v poletnem času.

Prilivi sredstev iz poslovanja se bodo začeli v prvem tednu po otvoritvi, odlivi iz poslovanja pa nekoliko kasneje.

8.2 Terminski načrt

Za izris grafikona terminskega načrta smo uporabili program GanttProject.

Slika 9: Terminski načrt ustanovitve igralnega parka Afnarija



9 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI

9.1 Vodstvo podjetja

Podjetje bo imelo direktorja, ki bo odgovoren za vse dejavnosti, ki se bodo odvijale v podjetju. Opravljal bo tudi administrativna dela, nabavo in seveda vodil igralni center. Pri direktorju bodo ključne sposobnosti dobrega organiziranja, vodenja in predanost viziji in poslanstvu podjetja. S temi lastnostmi bo skrbel, da bo podjetje dobro poslovalo in bo ostajalo pred konkurenco z uvajanjem novitet.

9.2 Ključni kadri

Ključni kader v igralnem centru so zaposleni, ki imajo neposreden stik z obiskovalci. Od animatorjev se bo pričakovalo, da bodo znali dobro opraviti svoje delo in s tem prispevali h kakovostno doživeti izkušnji v našem centru. To bo hkrati poskrbelo za ustna priporočila med obstoječimi in potencialnimi strankami in brezplačno reklamo. Za spremljanje igralnih površin bomo predvidoma najeli študente. Ti bodo spremljali dogajanje in pazili, da se upoštevajo pravila parka.

Prav tako bodo skrbeli za čistočo igralnih površin s tem, da bodo sproti odstranjevali morebitne smeti. Glavni animator bo imel pomembno vlogo pri rojstnodnevnih praznovanjih, bralnih uricah in popoldanskih varstvih. Pri praznovanjih bo usmerjal študente, kako naj vodijo zabave. Osebje v gostinskem kotičku mora biti prijazno in ustrežljivo in se hitro odzivati na naročila.

Med ključne kadre pa spada tudi koordinator. Le-ta bo usklajeval rojstnodnevna praznovanja in ostale aktivnosti (ustvarjalne in bralne urice), da se zasedenost sob ne bi prekrivala. Sprejemal bo goste ob vstopnem pultu, nudil informacije in sprejemal klice.

9.3 Načrt zaposlovanja

Najprej se bo v podjetju zaposlil direktor. Pomagal bo pri ustanavljanju podjetja in bo odgovoren za izbiro ostalih zaposlenih. Ko bo igralni park postavljen, bomo poiskali sposobnega koordinatorja, glavnega animatorja in natakarja. Nato bomo glede na potrebe najemali pomoč v obliki študentskega dela. V drugem letu poslovanja bomo zaposlili še natakarja, v tretjem pa asistenta direktorja.

9.4 Politika zaposlovanja in nagrajevanja v podjetju

Delovno silo bomo iskali preko Zavoda za zaposlovanje in študentskega servisa.

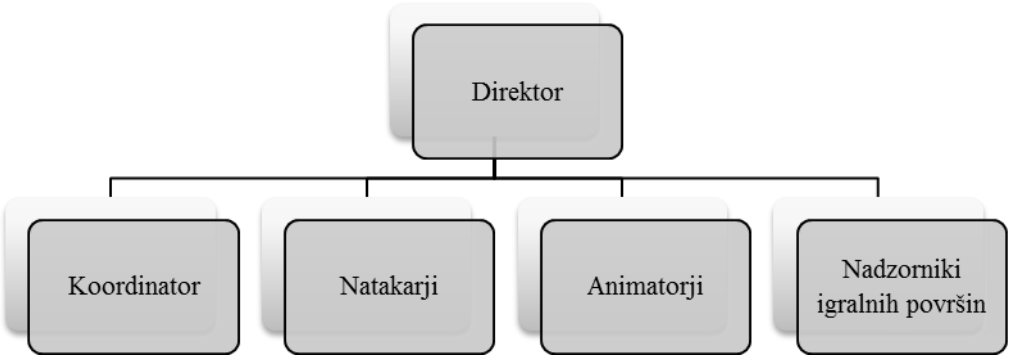
Koordinator, natakar in animator bodo imeli sklenjeno pogodbo za določen čas s poskusno dobo treh mesecev. Pogodba za določen čas bo sklenjena za eno leto. Po preteku leta bodo dobili možnost zaposlitve za nedoločen čas ali določen čas za daljše obdobje. Izbrani bodo na podlagi razgovora in izkušenj ali priporočil. Ostali animatorji, natakarji in nadzorniki igral bodo študentje, saj so bolj fleksibilna delovna sila.

Nagrade bodo, kot že omenjeno, izkazane glede na zadovoljstvo strank.

9.5 Organizacijska struktura

V podjetju se bomo posluževali enostavne organizacijske strukture.

Grafikon 1: Organizacijska struktura podjetja Afnarija d.o.o.



10 FINANČNI NAČRT

10.1 Prihodki in predpostavke za izračun: cena, količina

Prihodki podjetja so sestavljeni iz prihodkov gostinskega lokala, vstopnin, rojstnodnevnih zabav, varstev in počitniških varstev, posebnih dogodkov, uporabe igralnih avtomatov. Ceno vsake storitve smo določili na podlagi primerjave z ostalo konkurenco in glede na rezultate ankete.

V prvem letu poslovanja bodo predvideni prihodki znašali 303.324 EUR. Struktura prihodkov je prikazana v spodnji tabeli (Tabela 13):

Tabela 13: Struktura prihodkov v prvem letu poslovanja igralnega parka Afnarija

Vir prihodka	Vstopnina	Rojstnodnevne zabave	Interaktivne igre, masažna stola	Gostinski lokal	Spominki	Posebni dogodki	Varstvo otrok	**Skupaj**
Prihodek v EUR	62.263	81.199	54.100	91.836	9.482	1.968	2.475	**303.324**

Ocenili smo, da bo v prvem letu približno 25.550 obiskovalcev, ki bodo plačali vstopnino (otrok, starih od 4 do 12 let). Povprečna vstopnina bo znašala 2,43 EUR in tako bodo prihodki od vstopnin v prvem letu znašali 62.263 EUR.

V prvem letu pričakujemo približno 760 rojstnodnevnih zabav, povprečen prihodek na zabavo pa 130 EUR.

Prihodke gostinskega lokala ocenjujemo na 91.836 EUR. Pričakujemo 10.220 obiskov spremljevalcev otrok oziroma staršev. Vseh obiskovalcev bo torej 35.770, ocenjen odstotek ljudi, ki bodo kupili hrano in pijačo pa je 88 %, kar znaša 31.477 ljudi. Povprečno bodo stranke v lokalu zapravile 2,8 EUR.

Ocenjujemo, da bodo obiskovalci parka (25.550 oseb) v povprečju porabili 2 EUR za igralne avtomate ali masažne stole, od katerih bodo prihodki 54.100 EUR.

Za spominke ocenjujemo, da jih bo 7,4 % otrok obiskovalcev želelo kupiti, povprečna cena spominkov bo 5 EUR in prihodki v prvem letu bodo znašali 9.482 EUR.

Na mesec načrtujemo organizacijo enega do dveh posebnih dogodkov (delavnice, bralne urice), ki bo sprejel do 30 otrok. Cena za dogodek bo 5 EUR, prihodek v prvem letu pa 1.968 EUR.

V prvem letu pričakujemo 2.475 EUR prihodkov iz popoldanskih in počitniških varstev. Predpostavili smo, da bomo v prvem letu opravili 170 dnevnih in 20 počitniških varstev.

10.2 Fiksni in variabilni stroški

Fiksni in variabilni stroški so prikazani v Prilogi 6.

10.3 Predračun bilance stanja

V prvem letu znašajo sredstva (in s tem tudi obveznosti do virov sredstev) 130.330 EUR. Med sredstva sodi vsa oprema (računalniki, igrala, spletna stran, …). Sredstva bomo financirali z vloženim lastniškim kapitalom v višini 100.000 EUR in dolžniškim v višini 20.000 EUR. Kapital bo v prvem letu znašal 108.025 EUR in se bo povečeval v nadaljnjih petih letih poslovanja.

Bilanca stanja je predstavljena v Tabeli 14.

Tabela 14: Predračun bilance stanja za podjetje Afnarija d.o.o.(v EUR)

	LETO				
	1	2	3	4	5
SREDSTVA (v EUR)	**130.330**	**135.156**	**139.087**	**151.655**	**172.298**
SREDSTVA (RAZEN DENARJA)	114.420	108.048	100.039	86.556	53.162
Neopredmetena sredstva	0	0	0	0	0
Opredmetena osnovna sredstva	89.400	80.400	70.200	59.800	49.200
Finančne naložbe	0	0	0	0	0
Terjatve iz poslovanja	10.000	9.626	11.534	8.500	0
Zaloge materiala/trgovskega blaga	0	0	0	0	0
Zaloge proizvodov	15.020	18.022	18.305	18.256	3.962
DENAR	66.237	73.103	70.614	75.001	119.136
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV (v EUR)	**130.330**	**135.156**	**139.087**	**151.655**	**172.298**
KAPITAL	108.025	118.403	126.445	141.436	162.205
Osnovni kapital	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Zadržani dobiček	8.025	18.403	26.445	41.436	62.205
DOLG	22.306	16.753	12.643	10.219	10.093
Obveznosti iz financiranja	16.000	12.000	8.000	4.000	4.000
Obveznosti iz poslovanja	6.306	4.753	4.643	6.219	6.093

10.4 Predračun izkaza poslovnega izida

Izkaz uspeha oziroma izkaz poslovnega izida je povzetek uspešnosti in učinkovitosti delovanja podjetja v obračunskem obdobju.

Predračun prikazuje Tabela 15.

Tabela 15: Predračun izkaza poslovnega izida podjetja Afnarija d.o.o. (v EUR)

	Leto				
	1	2	3	4	5
Prihodki iz poslovanja	303.324	326.510	348.5583	359.327	367.605
Proizvajalni stroški	238.046	259.496	262.984	265.556	266.872
Amortizacija	10.710	11.110	11.310	11.510	11.710
Kosmati dobiček iz prodaje	**54.568**	**55.905**	**74.288**	**82.261**	**89.023**
Stroški prodaje	13.100	51.600	12.000	12.000	12.000
Stroški uprave	30.000	30.000	51.600	51.600	54.600
Dobiček iz poslovanja	**11.468**	**13.905**	**10.688**	**18.661**	**25.423**
Prihodki financiranja	0	0	0	0	0
Odhodki financiranja	1.800	1.400	1.000	600	400
Dobiček iz rednega delovanja	**9.688**	**12.505**	**9.688**	**18.061**	**25.023**
Izredni prihodki	0	0	0	0	0
Izredni odhodki	0	0	0	0	0
Dobiček pred davki	**9.688**	**12.505**	**9.688**	**18.061**	**25.023**
Davek na dobiček	1.644	2.126	1.647	3.070	4.254
Čisti dobiček	**13.043**	**10.379**	**8.041**	**14.991**	**20.769**

10.5 Opredelitev opreme ter denarja, potrebnega za zagon poslovanja

Za zagon podjetja bomo potrebovali 120.000 EUR. Notranja igrala bomo naročili pri podjetju Igras igrala d.o.o., ki ima bogate izkušnje in reference glede urejanja otroških igral. So zastopniki proizvajalcev HPS Play Company iz Avstrije, ki je vodilni proizvajalec notranjih igral v Evropi in Lappset Group Ltd. iz Finske s področja proizvodnje zunanjih igral.

Podjetje Igras igrala d.o.o bo, poleg dobave igral, poskrbelo še za ustrezno načrtovanje umestitve igral v prostor kot tudi za montažo le-teh in ureditev ustrezne površine okrog igral.

Zunanja igrala bo prav tako postavilo podjetje Igras igrala d.o.o. Zunanjo strukturo igral želimo čim bolj približati naravnemu izgledu, zato bodo večinoma iz lesa in naravnih elementov.

V Tabeli 16 so predstavljeni dobavitelji opreme in stroški opreme.

Tabela 16: Opredelitev in stroški opreme

Oprema	Proizvajalec/zastopnik	Cena (v EUR)
Notranja igrala (velika in mala igralna konstrukcija, ureditev površine)	Igras igrala d.o.o., Maribor	45.000
Zunanja igrala (velika in mala igrala)	Igras igrala d.o.o., Maribor	20.000
Interaktivni igralni avtomati	LAMBO Elektronika d.o.o., Maribor	10.000
Gokarti na pedala in proga	Varstvo d.o.o., Kamnik	6.000
Pisarniško pohištvo in pohištvo sprejemnega pulta	XXL Lesnina d.o.o., PE Levec	4.000
Računalniška oprema	Akvonij d.o.o., Šentjur	2.000
Masažna stola	Imprint d.o.o., Ljubljana	3.000

Vir: Cenik podjetja Igras-igrala d.o.o., 2016; Cenik podjetja LAMBO Elektronika d.o.o., 2016; Cenik podjetja Varstvo d.o.o., 2016; Cenik podjetja XXL Lesnina d.o.o., 2016; Cenik podjetja Akvonij d.o.o., 2016; Cenik podjetja Imprint d.o.o.,2016.

10.6 Viri financiranja in deleži v podjetju

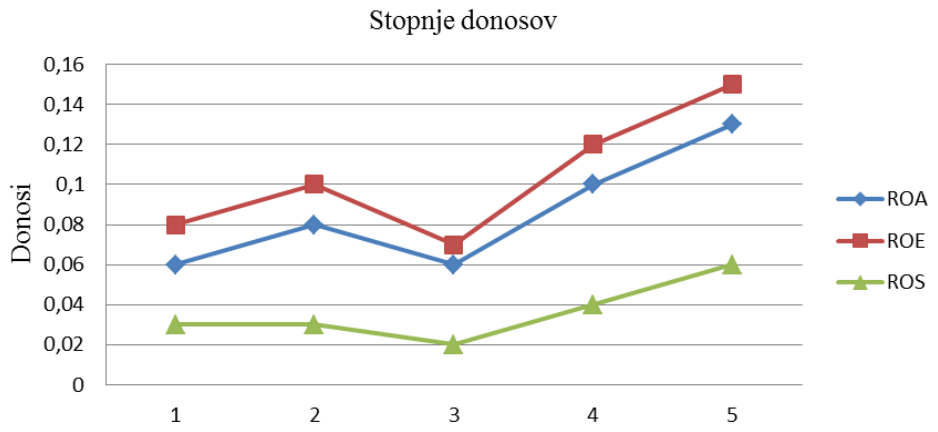
Za ustanovitev podjetja bo potrebna začetna investicija v vrednosti 120.000 EUR. Pri tem bo 20.000 EUR dolžniškega kapitala v obliki najetega kredita in 100.000 EUR lastniškega kapitala (zbrana sredstva ustanovitelja). Dolgoročni kredit bomo najeli pri Evropski investicijski banki, ki ponuja možnost odloga plačila glavnice, kot prednosti pa tudi nižje obrestne mere v primerjavi z redno bančno ponudbo, enostaven postopek odobritve kredita in daljšo ročnost kredita. Doba odplačevanja bo 5 let.

Od vsote 120.000 EUR bo večina porabljena za ustanovitvene stroške podjetja, ureditev zunanjih in notranjih igralnih površin, nakup opreme in drobnega materiala ter zalog za gostinski kotiček, tisk majčk, kap, zvezkov. Prav tako bo del te vsote pripomogel pri prvih mesecih poslovanja, da bomo lažje pokrili tekoče stroške.

10.7 Analiza donosnosti

Glede na vloženi kapital bo podjetje prinašalo dobiček, saj je interna stopnja donosa pozitivna in znaša 10,2 %.

Grafikon 2: Stopnje donosov podjetja Afnarija d.o.o. v prvih petih letih poslovanja



11 ANALIZA OBČUTLJIVOSTI

11.1 Kritična tveganja in problemi

11.1.1 Makro raven

Na makro ravni med tveganja vključujemo tista tveganja, na katera podjetje nima vpliva in tudi niso odvisna od enega samega podjetja. To so predvsem tveganja, ki jih prinašajo potencialne naravne katastrofe, spremenjeni državni ukrepi ali ostala makroekonomska tveganja.

Tukaj bi izpostavili problem v spremembi blaginje ljudi, saj bi zmanjšanje dohodkov bistveno vplivalo na razporeditev porabe sredstev v družini. V tem primeru se družine ne bi več odločale za obisk igralnega parka.

Možnost prizadetosti zaradi poplav reke Savinje ni velika, ni pa tudi zanemarljiva. Zaradi tega tveganja bomo imeli sklenjeno zavarovanje za poplave.

11.1.2 Raven podjetja

Na ravni podjetja ali tudi mikro ravni so uvrščena tveganja, ki bi se lahko zgodila v podjetju ali pa njegovem neposrednem okolju. Na takšna tveganja je lažje vplivati in imeti nad njimi večji nadzor.

V primeru manjše obiskanosti od predvidene, bi preučili, zakaj do tega prihaja in se na to odzvali z intenzivnejšim oglaševanjem in pripravljanjem posebnih akcij ugodnosti. Da bi se v bližini odprl nov igralni park s podobno dejavnostjo, zaradi majhnosti trga ni realno pričakovati.

Spremembe cen dobaviteljev za gostinski lokal bi lahko predstavljale dodatno težavo, vendar drastičnih sprememb ni za pričakovati. Zato tudi ne bo potrebno uvajati strogega varčevanja, ampak se bomo rahlim spremembam cen sproti ustrezno prilagajali z namenom ohranjanja zadovoljivega odnosa.

Na število obiskovalcev vpliva tudi prepoznavnost igralnega parka, zato bi se ob znižanju števila le-teh zopet usmerili k intenzivnejšem oglaševanju in pripravljanju posebnih akcij.

Posebno tveganje pa predstavljajo tudi poškodbe ob uporabi igral v igralnem parku. Če bi pogosto prihajalo do poškodb otrok, bi stranke izgubile zaupanje v podjetje in se ne bi več odločale za obisk parka. Zato bomo dajali pomemben poudarek na zagotavljanje varnosti (nadzor igralnih površin, redno preverjanje ustreznosti igral, redno vzdrževanje in sklenitev zavarovanja).

11.2 Občutljivost dobička (simulacije)

Simulacije so prikazane v Prilogi 7.

Prva simulacija je realistična s podatki, predvidenimi že v samem začetku poslovnega načrta.

Pri drugi simulaciji smo obravnavali izpad prihodkov od vstopnin, če jih ne bi zaračunavali. V tem primeru bi imeli zelo slab poslovni izid v prvih petih letih poslovanja (-77.715 EUR izgube v prvem poslovnem letu, -71.688 EUR v petem). Izpad prihodkov od vstopnin bi pokrili z razširjeno gostinsko dejavnostjo.

V tretji simulaciji smo predvideli vstop novega konkurenta v četrtem letu. Da bi ohranili podobno raven obiskanosti igralnega parka, smo znižali vstopnine za 20 % (v četrtem in petem letu). V tem primeru bi beležili znižanje dobička v četrtem in petem letu.

Pri četrti simulaciji smo predvideli poplavo v septembru v prvega poslovnega leta. Ob poplavi bi morali igralni center zapreti predvidoma za dva meseca, ko bi potekala sanacija nastale škode. Tako bi v mesecu septembru in oktobru imeli izpad vseh prihodkov, povečali pa bi se stroški čiščenja in rednega vzdrževanja. V teh dveh mesecih tudi ne bi imeli stroškov študentskega dela. Ker imamo sklenjeno zavarovanje, obnova ne bi predstavljala večjih dodatnih stroškov. V prvem letu poslovanja bi zaradi dvomesečnega izpada prihodkov podjetje beležilo izgubo.

V optimistični peti simulaciji bi se povečali prihodki iz poslovanja za 20 % v tretjem letu, v četrtem pa za 15 %. Dobiček bi največji v četrtem letu poslovanja (63.437 EUR).

SKLEP

Ustanovitev podjetja predstavlja precejšen izziv za bodočega podjetnika, saj se v ozadju skriva mnogo tveganj in omejitev. Priprava poslovnega načrta pred ustanovitvijo podjetja pomaga prepoznati ta tveganja in omejitve, zato je poslovni načrt najpomembnejši del procesa ustanavljanja podjetja. Prav tako smo tudi mi preverili našo poslovno idejo s pomočjo poslovnega načrta.

V začetku diplomskega dela smo si zastavili vprašanje, ali je ustanovitev podjetja Afnarija d.o.o. ekonomsko smiselna. Pri pripravi poslovnega načrta smo ugotavljali, kaj poslovni načrt je, katere so njegove prednosti in nevarnosti. Po analizi konkurence smo opredelili naše ciljne trge in tržne segmente. Analizirali smo navade in pričakovanja potencialnih uporabnikov naših storitev s pomočjo anketnega vprašalnika. Pripravili smo trženjsko strategijo in opisali faktorje poslovnega procesa. Predvideli smo potrebno število zaposlenih in njihov delovni čas ter bruto plače. Določili smo organizacijsko strukturo podjetja ter izpostavili ključne kadre. Oblikovali smo vizijo in poslanstvo podjetja, ter identificirali priložnosti za njegovo rast. Proces ustanavljanja podjetja smo predstavili v terminskem načrtu. Glede na vse predpostavke, smo oblikovali finančni načrt, ki nam je predstavil finančni vidik ustanovitve in poslovanja podjetja. Na koncu smo predvideli še ključna tveganja in probleme na makro ravni in ravni podjetja. Skozi razvijanje poslovnega načrta smo prišli do odgovora.

Za zagon podjetja bi potrebovali 120.000 EUR, pri čemer bi bila struktura 83,3 % lastniškega kapitala in 16,7 % dolžniškega kapitala. Na podlagi finančnih projekcij smo izračunali interno stopnjo donosa, ki je pozitivna, znaša 10,2 % in jo ocenjujemo kot zadovoljivo za ustanovitev podjetja. S pomočjo finančnih projekcij smo prav tako ugotovili, da bodo poslovni rezultati poslovanja prvih pet let pozitivni, zato bi bilo z ustanovitvijo igralnega centra vredno poskusiti. Glavni vir prihodkov podjetja predstavlja gostinski kotiček in organizacija rojstnodnevnih zabav, zato bi morali skrbeti za neprestano izboljševanje teh ključnih dejavnosti, hkrati pa razvijati tudi ponudbo stranskih dejavnosti, saj bi le tako ohranjali konkurenčno prednost.

Ob ustanovitvi podjetja in v prvih letih poslovanja se vedno najdejo dodatni izzivi in problemi, zato moramo v obzir vzeti tudi dejstvo, da noben poslovni načrt ni popoln. Tako se bo le s časom izkazalo, ali so bila predvidevanja našega poslovnega načrta pravilna.

LITERATURA IN VIRI

1. Antončič, B., Hirsch, R., D., Petrin, T., & Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.
2. Berginc, J. (1994). Razvijanje podjetniških idej. *Razvijanje podjetniških idej: Zbornik gradiv za tridnevni program usposabljanja podjetnikov*. Ljubljana: Gea College d. d.
3. *Cenik podjetja Akvonij d.o.o*. Najdeno 12. januarja 2016 na spletnem naslovu http://dev.akvonij.si/
4. *Cenik podjetja AVA d.o.o*. Najdeno 12. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.agencija-ava.si/
5. *Cenik podjetja CDR*. Najdeno 12. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.cdr.si/
6. *Cenik podjetja Drugi svet, spletne tehnologije d.o.o*. Najdeno 05. januarja 2016 na spletnem naslovu http://drugisvet.net/
7. *Cenik podjetja Filter urbane rešitve d.o.o*. Najdeno 12. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.filterurbane.si
8. *Cenik podjetja Imprint d.o.o*. Najdeno 12. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.imprint.si/
9. *Cenik podjetja LAMBO elektronika d.o.o*. Najdeno 14. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.lambo-elektronika.si/2009/
10. *Cenik podjetja Lesnina Levec d.o.o.* Najdeno 15. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.xxxlesnina.si/poslovnih/lesnina-levec/EC
11. *Cenik podjetja M TIS*. Najdeno 16. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.mtis.si/
12. *Cenik podjetja Novice d.o.o*. Najdeno 05. januarja 2016 na spletnem naslovu http://novice.si/page/
13. *Cenik podjetja NT&RC d.o.o*. Najdeno 05. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.nt-rc.si/marketing/
14. *Cenik podjetja Varstvo d.o.o*. Najdeno 15. januarja 2016 na spletnem mestu http://www.varstvo-igrala.com/go-kart/
15. *Cenik Radio Antena d.o.o*. Najdeno 05. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.radioantena.si/
16. Drnovšek, M., & Stritar, R. (2007). *Osnove podjetništva*. Priročnik za pripravo poslovnega načrta. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
17. Drnovšek, M., Stritar, R., & Vahčič, A. (2005). *Osnove podjetništva*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
18. *e-VEM. Portal za podjetja in podjetnike*. Najdeno 15. januarja 2016 na spletnem naslovu http://evem.gov.si/evem/drzavljani/zacetna.evem
19. Gallahue, D.L., & Ozmun, J.C. (2006). *Understanding motor development*. New York: McGraw-Hill Companies.
20. Glas, M. (1994). Kako pripravite dober poslovni načrt. *Razvijanje podjetniških idej: Zbornik gradiv za tri dnevni program usposabljanja podjetnikov*. Ljubljana: Gea College d.d.

21. Glas, M. (1997). *Priročnik za pripravo poslovnega načrta*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta; GEA College d. d.
22. Glas, M. (1999): *Moj poslovni načrt: kako naj pripravim poslovni načrt za uspešen posel?*. Ljubljana: Pospeševalni center za malo gospodarstvo in Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje.
23. *Google Maps*. Najdeno 15. marca 2016 na spletnem naslovu https://www.google.si/maps/@46.2358323,15.2546036,13z?hl=sl
24. *Hermanov brlog*. Najdeno 11. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.muzej-nz-ce.si/stalne-razstave/otroski-muzej-hermanov-brlog.html
25. *HPS Playco.* Najdeno 11. februarja 2016 na spletnem naslovu http://www.hps-playco.at/
26. *Igras igrala d.o.o.* Najdeno 13. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.igrala.com/
27. Kotler, P. (2006). *Marketing management.* New Jersey: Pearson Education.
28. *Lappset Group Ltd*. Najdeno 12. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.lappset.com/global/en
29. *Lil' Monkey Indoor Playgrounds Ltd*. Najdeno 24. februarja 2016 na spletnem naslovu http://lilmonkeysplaygrounds.com/
30. Marjanovič Umek, L., & Zupančič, M. (2004). *Razvojna psihologija*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
31. Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport (2008). *Varno igrišče*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo, Republika Slovenija.
32. *Nacionalna raziskava branosti* (2014). Najdeno 16.. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.nrb.info/podatki/
33. Nielsen (2015, januar). *We are what we eat, healthy eating trends around the world.* The Nielsen Global Health & Wellness Survey. Najdeno 20. aprila 2016 na spletnem naslovu https://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/eu/nielseninsights/pdfs/Nielsen%20Global%20Health%20and%20Wellness%20Report%20-%20January%202015.pdf
34. *Otroški park Džungla*. Najdeno 10. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.city-center.si/si/za-otroke/otroski-park-dzungla
35. *Otroški park Oslarija*. Najdeno 10. januarja 2016 na spletnem naslovu http://celje.planet-tus.si/sl/oslarija
36. Porter, M. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors.* New York: The Free Press.
37. Porter, M. (1998). *Competitive advantage: creating a sustaining superior performance: with a new introduction.* New York: The Free Press.
38. Prebivalstvo po starosti in spolu, občine, Slovenija. (2015). V *Statistični urad Republike Slovenije*. Najdeno 05. januarja 2016 na spletnem naslovu http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp
39. Pučko, D. (2003). *Strateško upravljanje.* Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
40. Shane S., & Delmar, F. (2004). Planning for the market: business planning before marketing and the continuation of organizing efforts. *Journal of Business Venturing, 19*(6), 767-785.

41. *Spletni časopis Celja in okolice*. Najdeno 16. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.celje.info/
42. Statistični urad Republike Slovenije. (b.l.). *Standardna klasifikacija dejavnosti 2008*. Najdeno 10. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.stat.si/klasje/tabela.aspx?cvn=5531
43. *Špageterija in pizzeria Koper*. Najdeno 12. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.pizzeria-koper.si/sl/
44. *Športno društvo Gibitus*. Najdeno 10. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.gibitus.si/ostale-dejavnosti/
45. Tajnikar, M. (2000). *Tvegano poslovodenje: Knjiga o gazelah in rastočih poslih*. 2. izdaja. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
46. Timmons, J. A. (1999). *New venture creation: Enterpreneurship for 21st century*. 5. izdaja. Boston: Irwin McGraw-Hill.
47. *Zabava za otroke.* Najdeno 10. januarja 2016 na spletnem naslovu http://www.zabavazaotroke.si/rojstni_dan_za_otroke.html.
48. Zakon o splošni varnosti proizvodov (2003). *Uradni list RS* št. 101/03.
49. Žugelj, D., Penca, P., Slavnič, N., Vadnjal, J., & Žunec, B. (2001). *Tvegani kapital: Si upate tvegati?*. Ljubljana: Lisac&Lisac.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1: Računovodski izkazi 1
PRILOGA 2: Anketni vprašalnik 2
PRILOGA 3: Rezultati ankete 4
PRILOGA 4: Cenik podjetja Afnarija d.o.o. 11
PRILOGA 5: Primer reklamnega letaka 12
PRILOGA 6: Fiksni in variabilni stroški podjetja 13
PRILOGA 7: Simulacije 14
PRILOGA 8: Finančne projekcije 15

PRILOGA 1: Računovodski izkazi

PROJEKCIJE 2016		+ -																
		Mesec												Leto				
OBDOBJE:	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V
BILANCE	Izpis bilanc	Priprava za tisk																
BILANCA STANJA																		
SREDSTVA	120000	121402	129653	133387	135160	136623	132745	126950	118377	119377	122428	126625	130330	130330	135156	139087	151655	172298
SREDSTVA (RAZEN DENARJA)	550	120949	102443	101704	100659	99797	98869	97882	96988	96249	95302	94610	93630	93630	85259	74916	64019	53162
NEOPREDMETENA SREDSTVA	550	541	532	523	513	504	495	486	477	468	458	449	440	440	330	220	110	0
OPREDMETENA OSNOVNA SREDS	0	99117	98233	97350	96467	95583	94700	93817	92933	92050	91167	90283	89400	89400	80400	70200	59800	49200
FINANČNE NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATVE IZ POSLOVANJA	0	17917	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	479	0	0
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE PROIZVODOV	0	3374	3678	3832	3679	3710	3674	3580	3578	3731	3677	3878	3790	3790	4529	4017	4109	3962
DENAR	119450	453	27210	31683	34501	36826	33876	29068	21389	23128	27126	32015	36700	36700	49897	64172	87636	119136
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	120000	121402	129653	133387	135160	136623	132745	126950	118377	119377	122428	126625	130330	130330	135156	139087	151655	172298
KAPITAL	100000	101621	105285	109053	111376	113192	110679	105780	98163	97805	100338	104216	108025	108025	118403	126445	141436	162205
OSNOVNI KAPITAL	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000
ZADRŽANI DOBIČEK	0	1621	5285	9053	11376	13192	10679	5780	-1837	-2195	338	4216	8025	8025	18403	26445	41436	62205
DOLG	20000	19781	24368	24334	23784	23430	22066	21170	20214	21572	22090	22409	22306	22306	16753	12643	10219	10093
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	20000	19667	19334	19001	18668	18335	18002	17669	17336	17003	16670	16337	16000	16000	12000	8000	4000	4000
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	114	5034	5333	5116	5095	4064	3501	2878	4569	5420	6072	6306	6306	4753	4643	6219	6093
IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA																		
PRIHODKI POSLOVANJA		26443	28795	29267	27330	26463	21518	18421	15307	23974	27391	29289	29126	303324	326510	348583	359327	367605
PROIZVAJALNI STROŠKI		19450	20119	20483	20294	19972	19488	18778	18387	19796	20148	20609	20523	238046	259496	262984	265556	266872
AMORTIZACIJA		893	893	893	893	893	893	893	893	893	893	893	893	10710	11110	11310	11510	11710
KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE		6100	7784	7892	6143	5598	1138	-1250	-3972	3285	6351	7788	7711	54568	55905	74288	82261	89023
STROŠKI PRODAJE		1700	1200	1200	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	13100	12000	12000	12000	12000
STROŠKI UPRAVE		2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	30000	30000	51600	51600	51600
DOBIČEK IZ POSLOVANJA		1900	4084	4192	2643	2098	-2362	-4750	-7472	-215	2851	4288	4211	11468	13905	10688	18661	25423
PRIHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODHODKI FINANCIRANJA		165	163	160	157	154	151	149	146	143	140	138	135	1800	1400	1000	600	400
DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA		1735	3921	4032	2486	1944	-2514	-4898	-7618	-358	2711	4151	4076	9668	12505	9688	18061	25023
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		1735	3921	4032	2486	1944	-2514	-4898	-7618	-358	2711	4151	4076	9668	12505	9688	18061	25023
DAVEK OD DOHODKA		114	257	265	163	128	0	0	0	0	178	272	267	1644	2126	1647	3070	4254
ČISTI DOBIČEK		1621	3664	3768	2323	1816	-2514	-4898	-7618	-358	2533	3878	3809	8025	10379	8041	14991	20769
IZKAZ DENARNIH TOKOV																		
DENAR KONEC OBDOBJA	119450	453	27210	31683	34501	36826	33876	29068	21389	23128	27126	32015	36700	36700	49897	64172	87636	119136
ČISTI DOBIČEK		1621	3664	3768	2323	1816	-2514	-4898	-7618	-358	2533	3878	3809	8025	10379	8041	14991	20769
AMORTIZACIJA		893	893	893	893	893	893	893	893	893	893	893	893	10710	11110	11310	11510	11710
POVEČANJE DOLGA		-219	4588	-34	-551	-353	-1364	-896	-956	1358	518	319	-103	2306	-5553	-4110	-2423	-126
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		121291	-17613	153	-153	31	-36	-94	-2	153	-55	201	-87	103790	2739	967	613	853
DENARNI TOK		######	26757	4473	2818	2325	-2950	-4808	-7679	1739	3998	4888	4685	-82750	13197	14275	23465	31500

PRILOGA 2: Anketni vprašalnik

Pozdravljeni, moje ime je Jasmina G. Martinec in pripravljam raziskovalno nalogo na temo otroških igralnih parkov in organiziranih rojstnodnevnih praznovanj. V ta namen sem sestavila anketni vprašalnik. Vprašalnik je sestavljen iz 13 vprašanj in Vam ne bo vzel več kot 4 minute časa za reševanje.
Vnaprej se zahvaljujem za Vašo pomoč. Anketa je anonimna, rezultati pa bodo uporabljeni izključno za izdelavo raziskave o omenjeni temi.
Hvala.

1. Ali z otroki obiskujete javna zunanja igrišča?

   DA NE

2. Kolikokrat na teden obiščete javna zunanja igrišča?

   - 0 krat tedensko
   - 1 krat tedensko
   - 2 krat tedensko
   - 3 krat tedensko ali več

3. Kaj vam je najbolj in kaj najmanj všeč na javnih igriščih?

   _____

4. Ali z otroki obiskujete notranje igralnice (Džungla, Oslarija,…)?

   DA NE

5. Kolikokrat na teden obiščete notranje igralne parke (Džungla, Oslarija,…)?

   - 1 krat tedensko
   - 1 krat mesečno
   - 2 krat mesečno

6. Kaj vam je najbolj in kaj najmanj všeč na igralnih parkih?

   _____

7. Ali ste že uporabili oziroma ali uporabljate storitev organiziranih rojstnodnevnih zabav za otroke?

   DA NE

8. Kaj vam je najbolj všeč pri storitvi organiziranih rojstnodnevnih zabav in kaj najmanj?

_____

9. Kako pomembne so Vam posamezne komponente pri organizirani rojstnodnevni zabavi za otroka? Razvrstite od 1 do 7, pri čemer je 1 pomeni NAJMANJ pomembno, 7 pa NAJBOLJ pomembno komponento.

   _ ponudba zdrave, polnovredne prehrane
   _ možnost izbire teme praznovanja
   _ možnost uporabe notranjih in / ali zunanjih igral hkrati
   _ dodatne ponudbe (poslikava obraza, izdelava rekvizitov, fotografiranje zabave,…)
   _ cena praznovanja
   _ trajanje praznovanja

10. Ali se vam zdijo cene organiziranih praznovanj primerne oziroma KOLIKO bi odšteli za dvourno praznovanje za manjše skupine (5-12) in večje skupine (12-20) otrok?

    DA NE

_____

11. Koliko bi bili pripravljeni odšteti za časovno neomejeno uporabo igralnice na otroka, kjer so hkrati na voljo zunanja in notranja igrala z gostinskim kotičkom za odrasle?

_____

12. Koliko otrok imate?

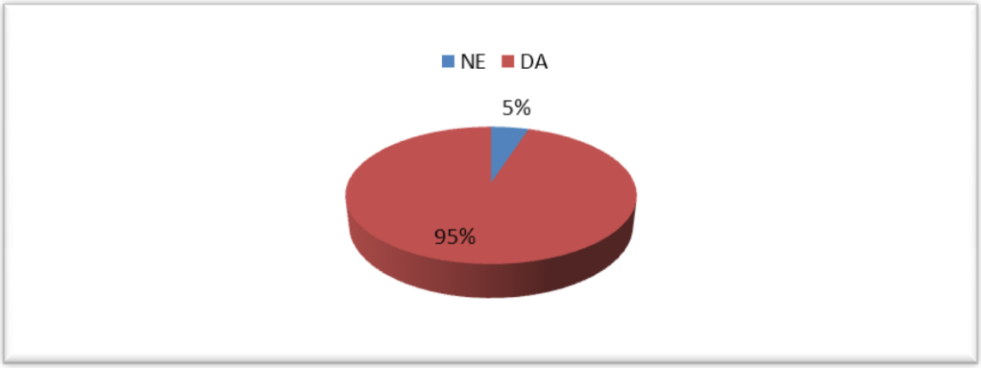
    - 1
    - 2
    - 3 ali več

13. Koliko so stari Vaši otroci?

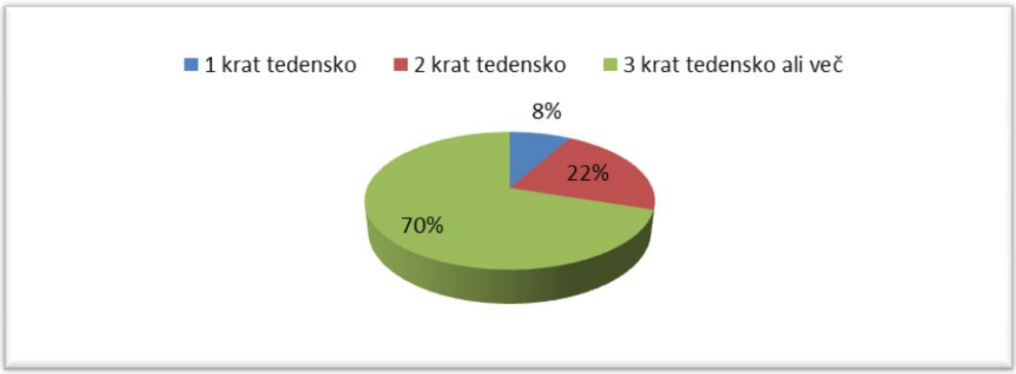
_____

PRILOGA 3: Rezultati ankete

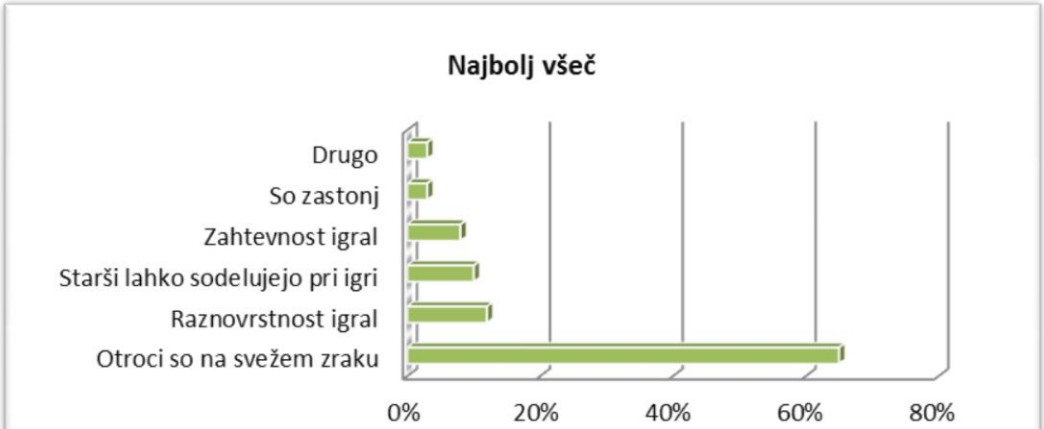
1. Ali obiskujete javna igrala na prostem?



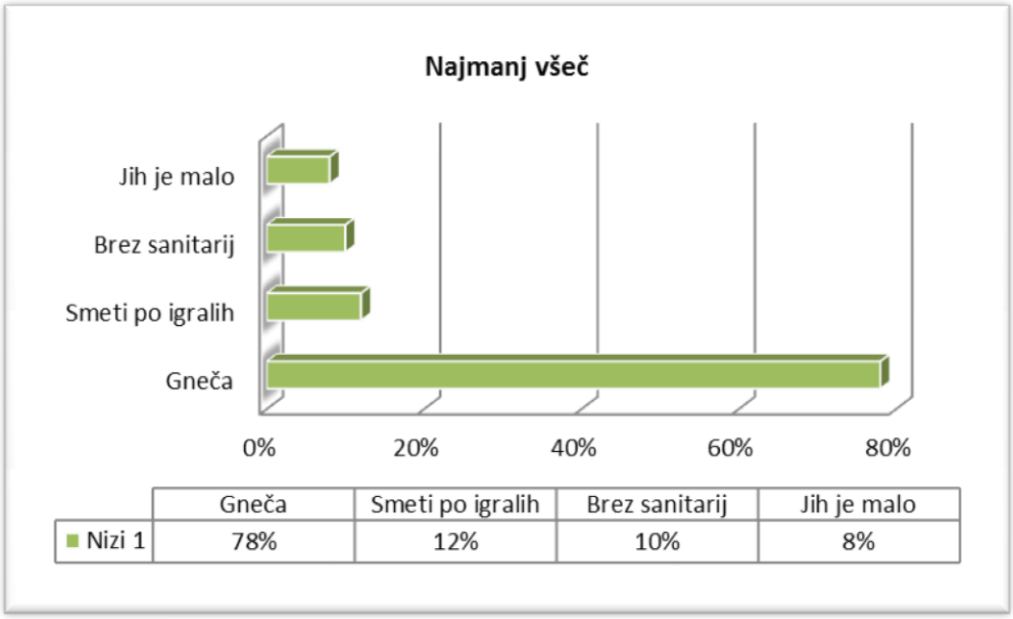
2. Kako pogosto obiskujete javna igrala na prostem?



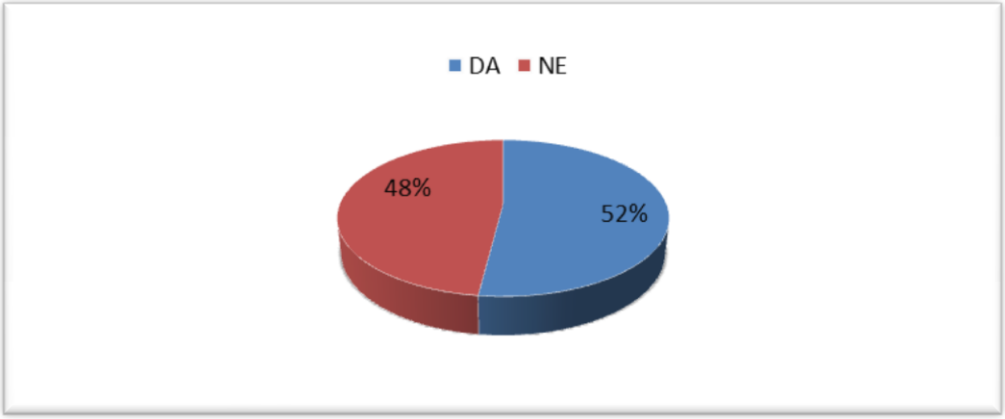
3. Kaj vam je NAJBOLJ in kaj NAJMANJ všeč na javnih igralih na prostem?



	Otroci so na svežem zraku	Raznovrstnost igral	Starši lahko sodelujejo pri igri	Zahtevnost igral	So zastonj	Drugo
Nizi 1	65%	12%	10%	8%	3%	3%

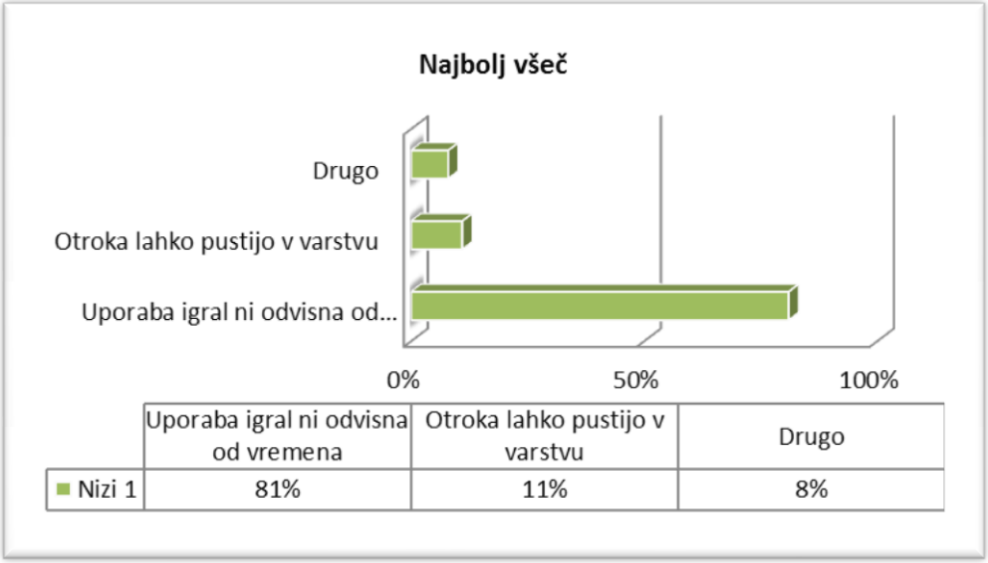


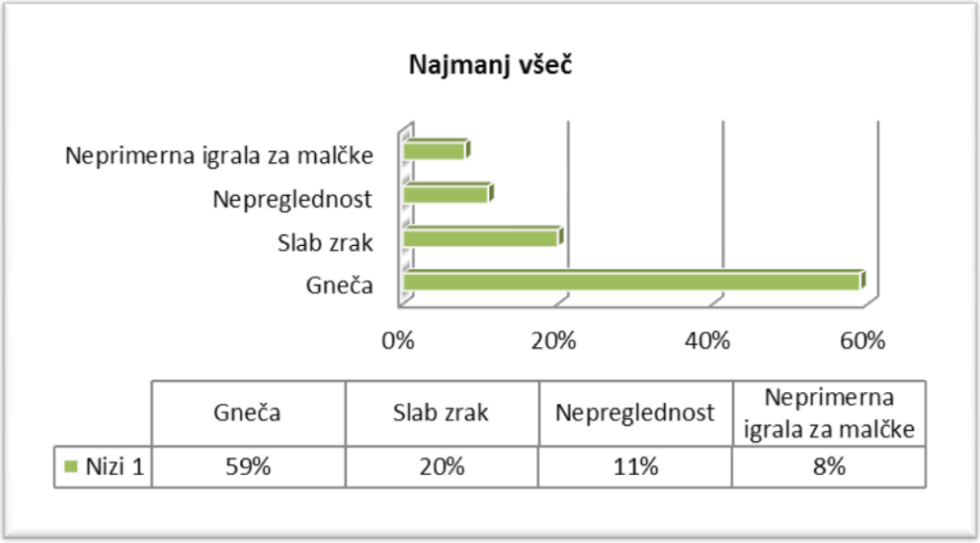
4. Ali z otroki obiskujete notranje igralne parke (Džungla, Oslarija,…)?



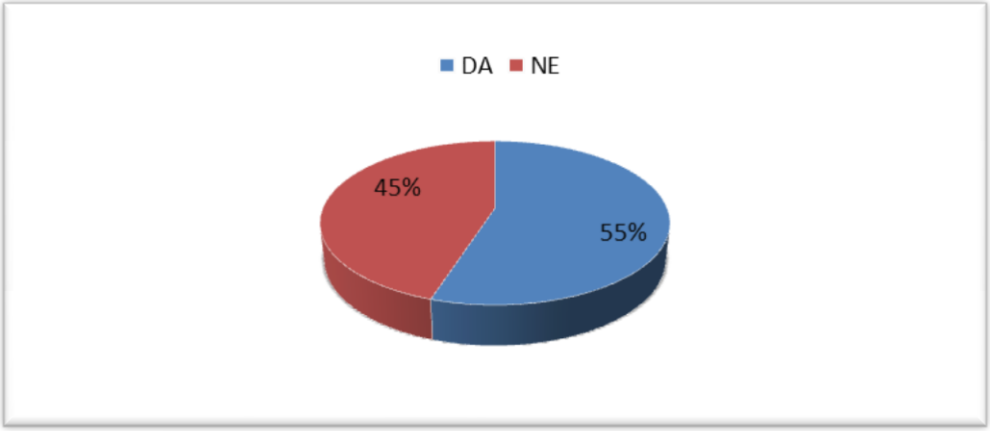
5. Kako pogosto obiskujete notranje igralne parke (Džungla, Oslarija,…)?

6. Kaj vam je NAJBOLJ in kaj NAJMANJ všeč na notranjih igralnih parkih (Džungla, Oslarija,…)?

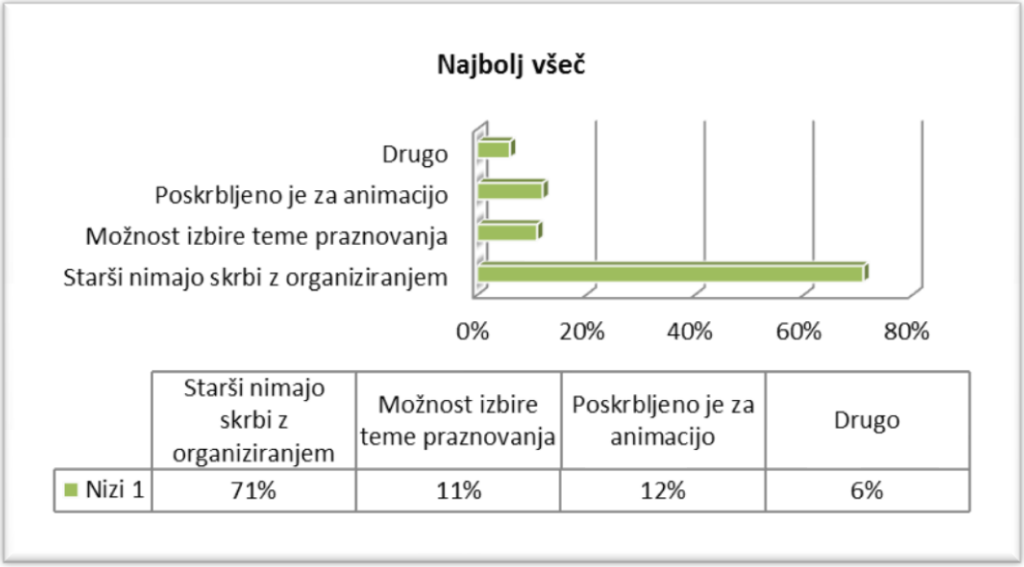




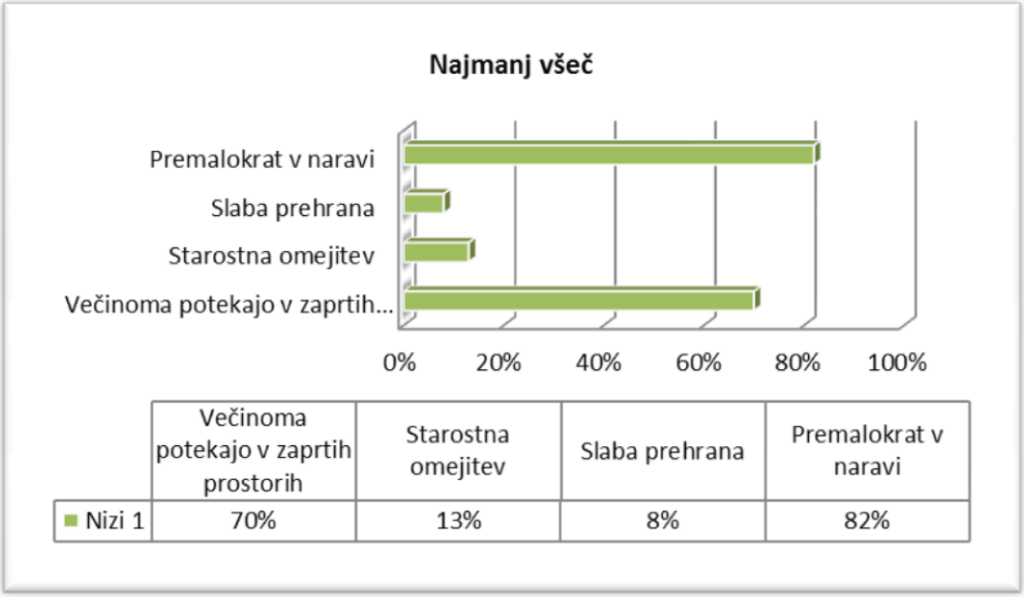
7. Ali ste že uporabili oziroma uporabljate storitev organiziranih rojstnodnevnih zabav?



8. Kaj vam je NAJBOLJ in kaj NAJMANJ všeč pri storitvi organiziranja rojstnodnevnih zabav?

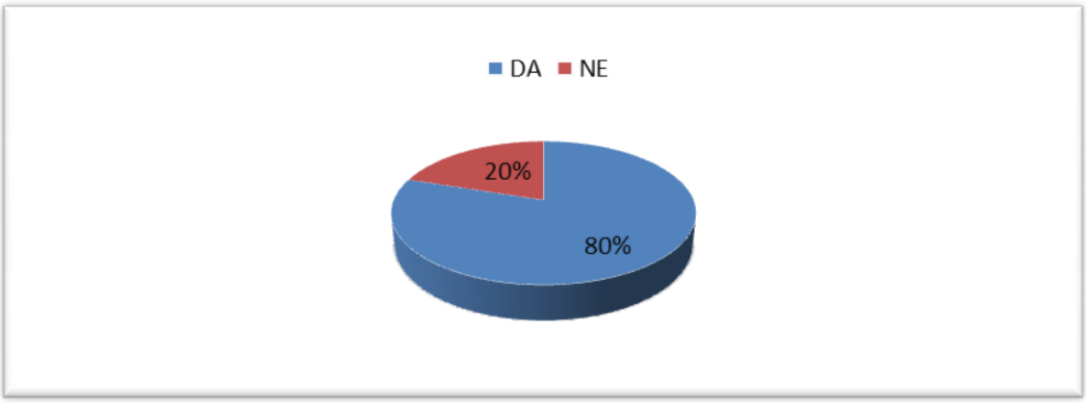


	Starši nimajo skrbi z organiziranjem	Možnost izbire teme praznovanja	Poskrbljeno je za animacijo	Drugo
Nizi 1	71%	11%	12%	6%

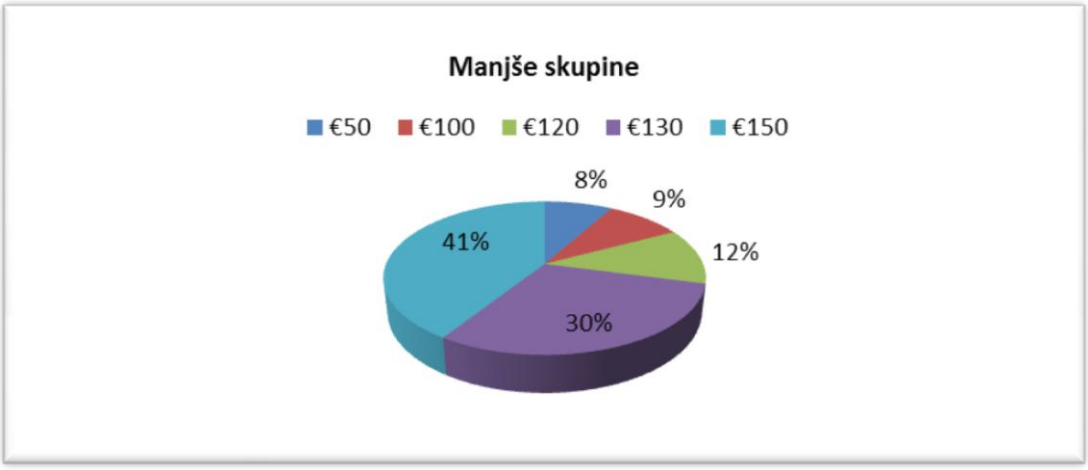


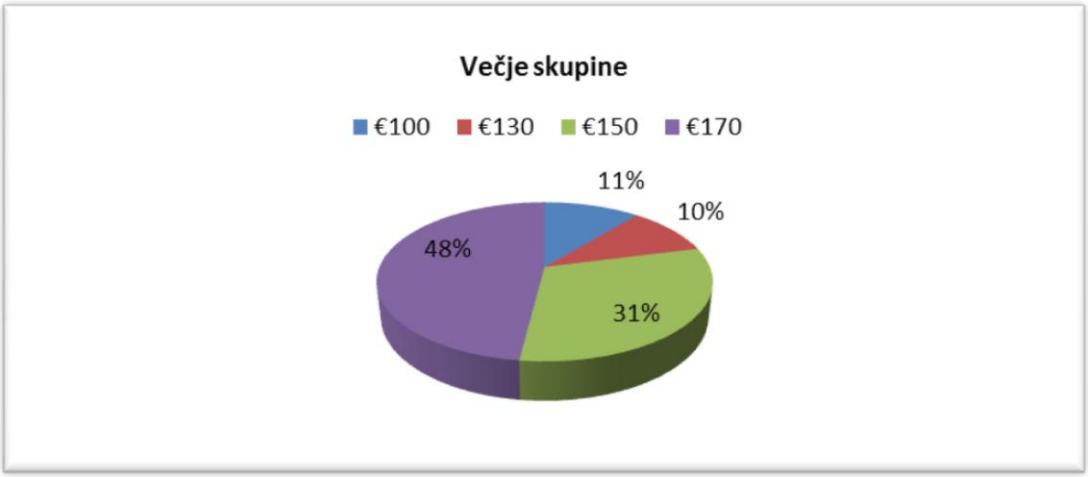
	Večinoma potekajo v zaprtih prostorih	Starostna omejitev	Slaba prehrana	Premalokrat v naravi
Nizi 1	70%	13%	8%	82%

9. Ali se vam zdijo cene organiziranih praznovanj rojstnih dni primerne?

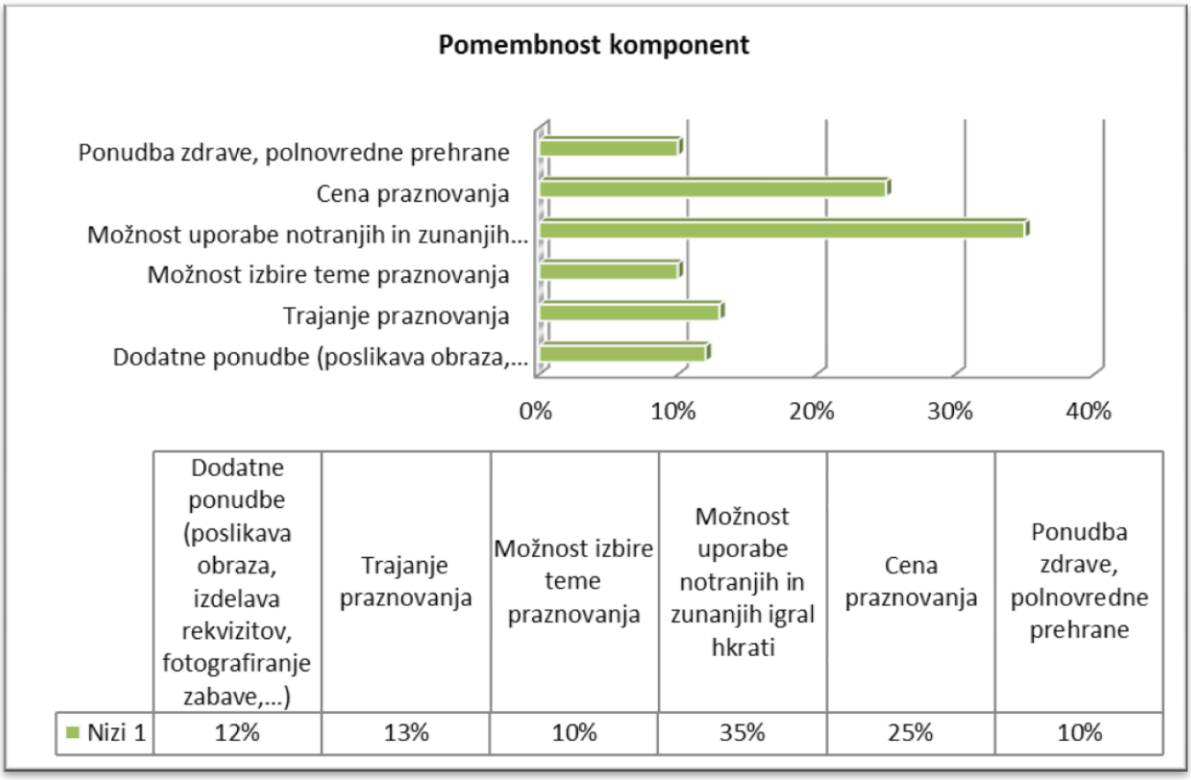


Koliko bi bili pripravljeni odšteti za dvourno praznovanje za manjše skupine (5-12 otrok) in večje skupine (12-20) otrok?



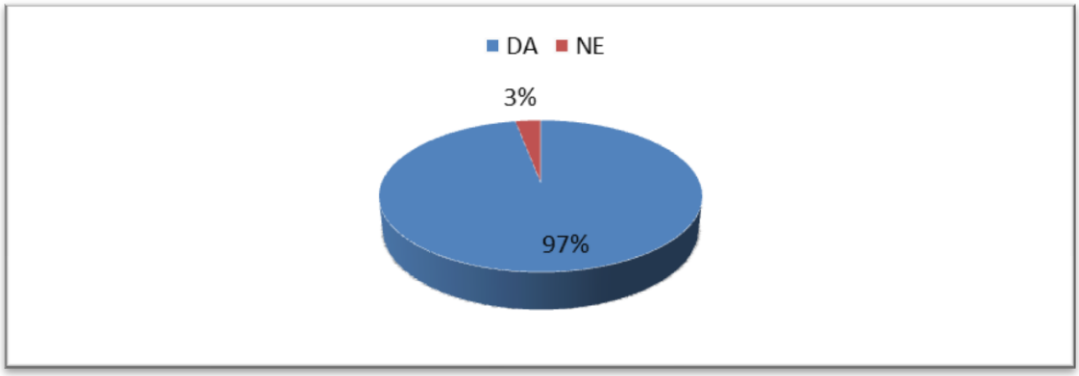


10. Kako pomembne so vam posamezne komponente pri organizirani rojstnodnevni zabavi za otroke? 1 pomeni NAJBOLJ pomembno, 7 pa NAJMANJ pomembno komponento.

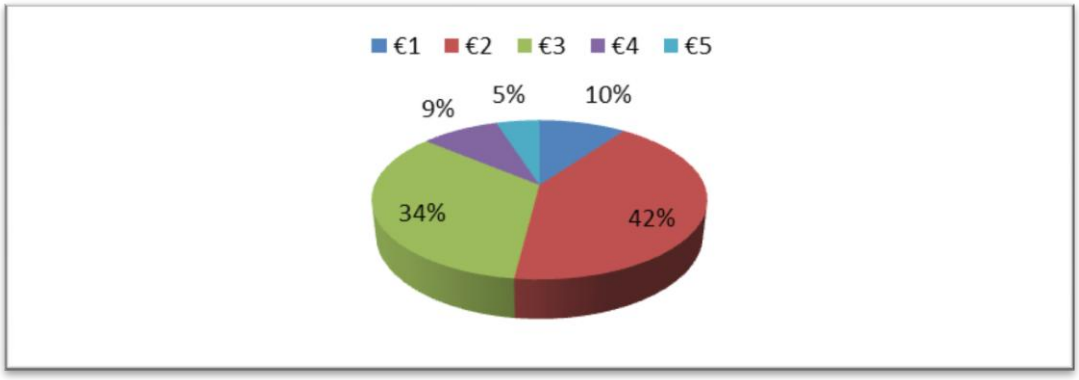


	Dodatne ponudbe (poslikava obraza, izdelava rekvizitov, fotografiranje zabave,...)	Trajanje praznovanja	Možnost izbire teme praznovanja	Možnost uporabe notranjih in zunanjih igral hkrati	Cena praznovanja	Ponudba zdrave, polnovredne prehrane
Nizi 1	12%	13%	10%	35%	25%	10%

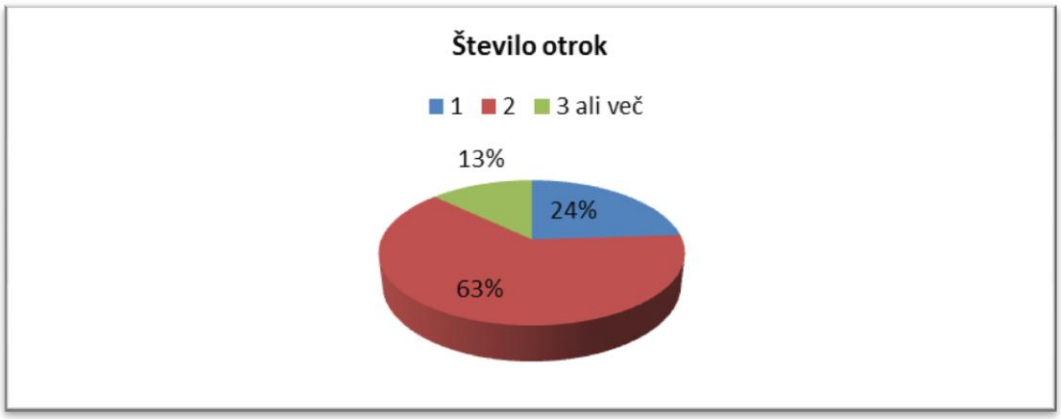
11. Ali bi obiskali igralni park, ki ima na voljo uporabo notranjih in zunanjih igralnih površin za mlajše in starejše otroke ter gostinski kotiček za odrasle?



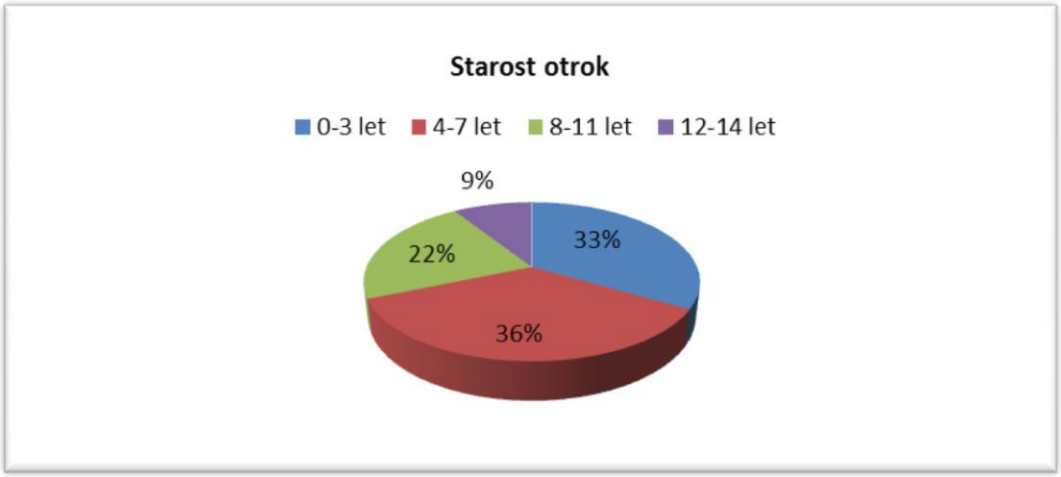
12. Koliko bi bili pripravljeni odšteti za vstop v igralni park, kjer so na voljo hkrati zunanja in notranja igrala in gostinski kotiček, čas uporabe igral pa ni omejen?



13. Koliko otrok imate?



Starost otrok



PRILOGA 4: Cenik podjetja Afnarija d.o.o.

Storitev	**Cena**
Vstop	
Brezplačen vstop za otroke, mlajše od 4 let	
Enkraten vstop (otrok s spremljevalcem)	3 EUR
Družinska vstopnica (sorojenci s spremljevalcem)	5 EUR
Rojstnodnevne zabave	
-manjše skupine (5-12 otrok)	120 EUR
-večje skupine (12-20 otrok)	170 EUR
Posebni dogodki (delavnice, bralne urice, mini kino)	5 EUR
Varstvo otrok	
Ura varstva	6 EUR
Tedensko počitniško varstvo	100 EUR
Žetoni	
Igralni avtomati 2 žetona	1 EUR
Spominki (majčke, kape, nalepke,…) z logotipom	
Otroške majčke	4 EUR
Otroške kapice	2 EUR
Zvezki	1 EUR
Gostinski lokal	
Topli napitki	1 EUR
Hladne brezalkoholne pijače	2 EUR
Hladne alkoholne pijače	2,20 EUR
Sendviči	2,50 EUR
Solate	3,00 EUR
Tortice	2,70 EUR
	Vse cene vključujejo DDV

PRILOGA 5: Primer reklamnega letaka

PRILOGA 6*:* Fiksni in variabilni stroški podjetja

Tabela: Fiksni stroški podjetja (v EUR)

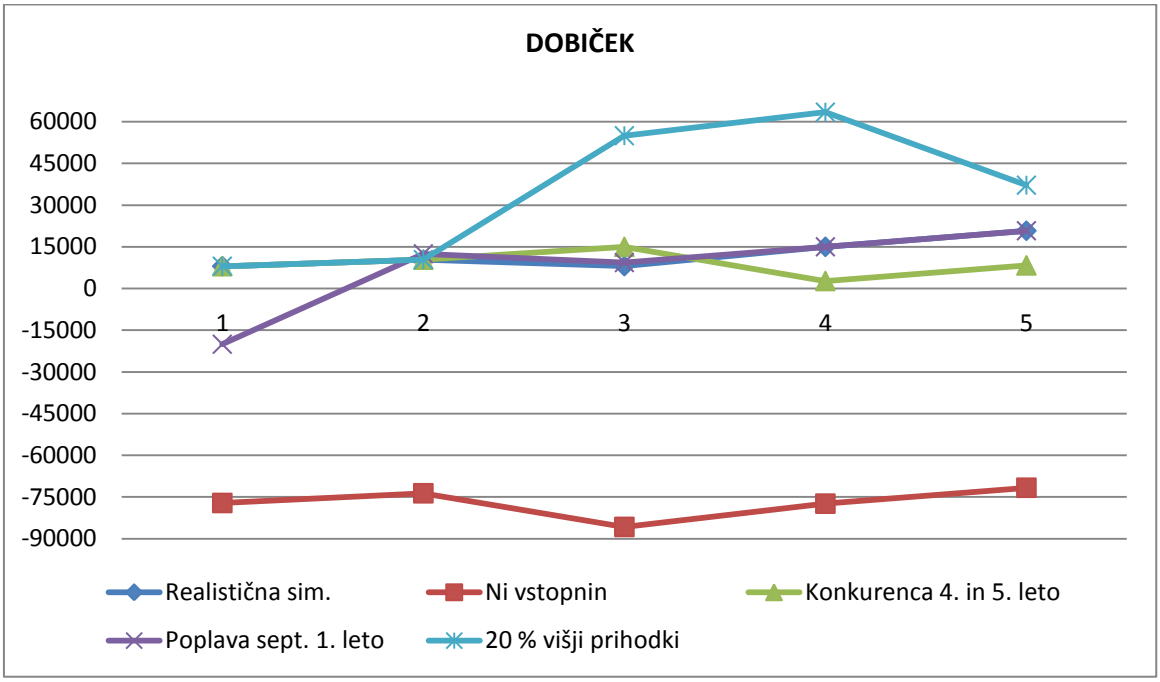
	Leto				
Strošek	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Čistilni servis	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Računovodski servis	3.360	3.360	3.360	3.360	3.360
Catering	17.500	17.750	18.750	18.250	18.250
Telefonska naročnina + komunalne storitve	960	960	960	960	960
Zavarovanje	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Najemnina	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Plače + študentsko delo	171.552	189.552	211.152	211.152	211.152
Obresti od kredita	1.800	1.400	1.000	600	400
Amortizacija	10.710	11.110	11.310	11.510	11.710

Tabela: Variabilni stroški podjetja (v EUR)

	Leto				
Strošek	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Oglaševanje	13.100	12.000	12.000	12.000	12.000
Elektrika	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800
Ogrevanje	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Vodovod	600	600	600	600	600
Vzdrževanja	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Zaloga lokala	3.000	3.719	3.217	3.299	3.962
Zaloga spominkov	790	810	800	810	790

PRILOGA 7: Simulacije

Grafikon: Občutljivost dobička



PRILOGA 8: Finančne projekcije

PODATKI	Izpis podatkov												IME PODJETJA:	AFNARIJA D.O.O.						
													SKUPINA:	S.00.00 - vnesi šifro skupine						
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU																				
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	6	6	6		
ANALIZA RAZMERIJ DO DRŽAVE IZ NASLOVA DDV																				
TERJATVE ZA DDV KONEC OBDOBJA		23734	1671	1741	1696	1653	1596	1478	1415	1631	1710	1748	1746	1746	1716	1748	1792	1830		
OBVEZNOSTI ZA DDV KONEC OBDOBJA		5817	6335	6439	6013	5822	4734	4053	3368	5274	6026	6444	6408	6408	5986	6391	6588	6739		
SALDO IZ NASLOVA DDV		17917	-4663	-4698	-4317	-4169	-3138	-2575	-1952	-3643	-4316	-4696	-4662	-4662	-4270	-4643	-4796	-4909		
NEOPREDMETENA SREDSTVA														Število enot:		1				
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550		
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	110	110	110	110	110		
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	9	18	28	37	46	55	64	73	83	92	101	110	110	220	330	440	550		
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	550	541	532	523	513	504	495	486	477	468	458	449	440	440	330	220	110	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		
SPLETNA STRAN																				
NABAVNA VREDNOST	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550		
AMORTIZACIJA		9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	110	110	110	110	110	0,20	Amortizacijska stopnja
POPRAVEK VREDNOSTI		9	18	28	37	46	55	64	73	83	92	101	110	110	220	330	440	550		
NEODPISANA VREDNOST	550	541	532	523	513	504	495	486	477	468	458	449	440	440	330	220	110	0		
NABAVE V OBDOBJU		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,22	Stopnja DDV
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	0,00	Amortizacijska stopnja
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	0,00	Stopnja DDV
OPREMA														Število enot:		3				
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	102000	103000	104000	105000		
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	883	883	883	883	883	883	883	883	883	883	883	883	10600	11000	11200	11400	11600		
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	883	1767	2650	3533	4417	5300	6183	7067	7950	8833	9717	10600	10600	21600	32800	44200	55800		
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	99117	98233	97350	96467	95583	94700	93817	92933	92050	91167	90283	89400	89400	80400	70200	59800	49200		
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	100000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100000	2000	1000	1000	1000		
SKUPAJ VSTOPNI DDV		22000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22000	440	220	220	220		
OPREMA PISARNIŠKA																				
NABAVNA VREDNOST	0	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	8000	9000	10000	11000		
»AMORTIZACIJA		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200	1600	1800	2000	2200	0,20	Amortizacijska stopnja
POPRAVEK VREDNOSTI		100	200	300	400	500	600	700	800	900	1000	1100	1200	1200	2800	4600	6600	8800		
NEODPISANA VREDNOST	0	5900	5800	5700	5600	5500	5400	5300	5200	5100	5000	4900	4800	4800	5200	4400	3400	2200		
NABAVE V OBDOBJU		6000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6000	2000	1000	1000	1000	0,22	Stopnja DDV

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

OPREMA IGRALA																					
NABAVNA VREDNOST	0	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000	94000			
AMORTIZACIJA		783	783	783	783	783	783	783	783	783	783	783	783	9400	9400	9400	9400	9400		0,10	Amortizacijska stopnja
POPRAVEK VREDNOSTI		783	1567	2350	3133	3917	4700	5483	6267	7050	7833	8617	9400	9400	18800	28200	37600	47000			
NEODPISANA VREDNOST	0	93217	92433	91650	90867	90083	89300	88517	87733	86950	86167	85383	84600	84600	75200	65800	56400	47000			
NABAVE V OBDOBJU		94000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	94000	0	0	0	0		0,22	Stopnja DDV
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		0,00	Amortizacijska stopnja
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		0,00	Stopnja DDV
FINANČNE NALOŽBE														**Število enot:**			1				
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		0,00	Letna obrestna mera
TERJATVE IZ POSLOVANJA														**Število enot:**			1				
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		0,00	Letna obrestna mera
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 1		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
KAPITAL																					
SKUPAJ GIBANJE KAPITALA	100000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100000	0	0	0	0			
POVEČANJE / ZMANJŠANJE KAPITALA	100000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100000	0	0	0	0			
DELITEV DOBIČKA														0	0	0	0	0			
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA														**Število enot:**			1				
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	20000	19667	19334	19001	18668	18335	18002	17669	17336	17003	16670	16337	16000	16000	12000	8000	4000	4000			
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	337	4000	4000	4000	4000	0			
SKUPAJ DANE OBRESTI IPD.	0	165	163	160	157	154	151	149	146	143	140	138	135	1800	1400	1000	600	400			
KREDIT																					
OBVEZNOST	20000	19667	19334	19001	18668	18335	18002	17669	17336	17003	16670	16337	16000	16000	12000	8000	4000	4000			
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI		333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	337	4000	4000	4000	4000	0			
DANE OBRESTI IPD.	0	165	163	160	157	154	151	149	146	143	140	138	135	1800	1400	1000	600	400		0,10	Letna obrestna mera
"OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA														**Število enot:**			1				
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			

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

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	0,00	Letna obrestna mera
PRIHODKI POSLOVANJA / SPREMENLJIVI STROŠKI														**Število enot:**			14			
SKUPAJ PRIHODKI	0	26443	28795	29267	27330	26463	21518	18421	15307	23974	27391	29289	29126	303324	326510	348583	359327	367605		
SKUPAJ IZSTOPNI DDV	0	5817	6335	6439	6013	5822	4734	4053	3368	5274	6026	6444	6408	66731	71832	76688	79052	80873		
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0	2969	3755	3877	3563	3358	3007	2547	2273	3190	3234	3753	3659	39184	40725	42114	42375	41151		
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	0	1500	1383	1625	1750	1633	1500	1250	1133	1625	1933	1875	1883	19090	20999	23099	25409	27950		
SKUPAJ STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ ZALOGE PROIZVODOV	0	3374	3678	3832	3679	3710	3674	3580	3578	3731	3677	3878	3790	3790	4529	4017	4109	3962		
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	660	707	776	775	732	675	557	495	711	789	827	825	8529	9101	9708	10233	10693		
VSTOPNINA POSAMEZNI																				
NETO PRODAJNA CENA		2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5		
PRODANA KOLIČINA		2639	2544	2279	1824	1788	988	836	684	1444	1999	2367	2128	21520	25879	28561	28563	28977	0,00	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		6598	6360	5698	4560	4470	2470	2090	1710	3610	4998	5918	5320	53800	63662	70260	70265	71283		
IZSTOPNI DDV		1451	1399	1253	1003	983	543	460	376	794	1099	1302	1170	11836	14006	15457	15458	15682	0,22	Stopnja DDV
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		0,00	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	0,00	0,00	0,00		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
VSTOPNINA DRUŽINSKE																				
NETO PRODAJNA CENA		2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1		
PRODANA KOLIČINA		311	456	399	330	325	312	280	244	456	312	322	283	4030	3680	4199	4196	4201	0,00	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		653	958	838	693	683	655	588	512	958	655	676	594	8463	7728	8818	8812	8822		
IZSTOPNI DDV		144	211	184	152	150	144	129	113	211	144	149	131	1862	1700	1940	1939	1941	0,22	Stopnja DDV
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		0,00	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	0,00	0,00	0,00		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

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			
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
GOST.PON. TOPLI NAPITKI IN KAVA																				
NETO PRODAJNA CENA		0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8		
PRODANA KOLIČINA		1918	1950	1741	1400	1373	845	725	603	1235	1502	1748	1567	16608	19213	21294	21293	21566		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		990	980	980	990	990	970	980	990	980	980	990	990	990	12220	1310	1310	1290		
PRIHODEK		1572	1599	1427	1148	1126	693	595	495	1013	1232	1433	1285	13618	15755	17461	17461	17684		
IZSTOPNI DDV		346	352	314	253	248	152	131	109	223	271	315	283	2996	3466	3841	3841	3890	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA		96	98	87	70	69	42	36	30	62	75	87	78	830	961	1065	1065	1078		
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		50	49	49	50	50	49	49	50	49	49	50	50	50	611	66	66	65		
VSTOPNI DDV		9	9	8	7	7	4	3	3	6	7	8	7	79	91	101	101	102		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	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		
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		
SUROVINE		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	0,10	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00		1,00	1,00	1,00	1,00		
Se		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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
GOST.PON.HLADNI BREZALK. NAPITKI																				
NETO PRODAJNA CENA		1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8		
PRODANA KOLIČINA		1123	1456	1945	1966	1678	1645	1456	1369	1747	1355	1581	1418	18740	19450	19978	20133	20154		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		980	1120	1310	1330	1330	1330	1310	1290	1460	1250	1330	1210	1210	1360	1350	1390	1390		
PRIHODEK		2021	2621	3501	3539	3020	2961	2621	2464	3145	2440	2846	2553	33732	35010	35960	36239	36277		
IZSTOPNI DDV		445	577	770	779	664	651	577	542	692	537	626	562	7421	7702	7911	7973	7981	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA		865	1121	1498	1514	1292	1267	1121	1054	1345	1044	1218	1092	14430	14977	15383	15502	15519		
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		755	862	1009	1024	1024	1024	1009	993	1124	963	1024	932	932	1047	1040	1070	1070		
VSTOPNI DDV		82	107	142	144	123	120	107	100	128	99	116	104	1371	1423	1461	1473	1474		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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		
NAKUP BA NAPITKOV GROS.		0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8		0,8	0,8	0,8	0,8	0,10	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77	0,77		0,77	0,77	0,77	0,77		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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	0,00	Stopnja DDV

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
GOST.PON.HLADNI ALK NAPITKI																				
NETO PRODAJNA CENA		1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9		
PRODANA KOLIČINA		978	1627	1453	1168	1146	945	899	784	1245	1314	1678	1714	14951	15678	16205	16233	13456		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		950	1320	1290	1050	1060	960	870	850	930	1150	1340	1390	1390	1410	1520	1580	1420		
PRIHODEK		1858	3092	2761	2220	2177	1796	1708	1490	2366	2497	3188	3257	28407	29788	30790	30843	25566		
IZSTOPNI DDV		409	680	607	488	479	395	376	328	520	549	701	716	6250	6553	6774	6785	5625	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA		587	976	872	701	688	567	539	470	747	788	1007	1028	8971	9407	9723	9740	8074		
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		570	792	774	630	636	576	522	510	558	690	804	834	834	846	912	948	852		
VSTOPNI DDV		56	93	83	67	65	54	51	45	71	75	96	98	852	894	924	925	767		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	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		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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		
NAKUP ALK. NAPITKOV GROS		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	0,10	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60		0,60	0,60	0,60	0,60		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
GOST.PON. SENDVIČI																				
NETO PRODAJNA CENA		2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1		
PRODANA KOLIČINA		211	233	210	186	178	98	56	56	102	199	223	204	1956	2113	2241	2248	2287		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		433	478	431	381	365	201	115	115	209	408	457	418	4010	4332	4594	4608	4688		
IZSTOPNI DDV		95	105	95	84	80	44	25	25	46	90	101	92	882	953	1011	1014	1031	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA		317	350	315	279	267	147	84	84	153	299	335	306	2934	3170	3362	3372	3431		
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		32	35	32	28	27	15	8	8	15	30	33	31	293	317	336	337	343		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	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		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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		
NAKUP GROS		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	0,10	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50		1,50	1,50	1,50	1,50		

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
GOST.PON. SOLATE																				
NETO PRODAJNA CENA		2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5		
PRODANA KOLIČINA		87	158	132	125	128	156	167	139	142	151	164	155	1705	1756	1875	1947	2056		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		214	389	325	308	315	384	412	342	349	371	403	381	4193	4320	4613	4790	5058		
IZSTOPNI DDV		47	86	71	68	69	84	91	75	77	82	89	84	923	950	1015	1054	1113	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA		131	237	198	188	192	234	251	209	213	227	246	233	2557	2634	2813	2921	3084		
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		13	24	20	19	19	23	25	21	21	23	25	23	256	263	281	292	308		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	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		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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		
NAKUP GROS		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	0,10	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50		1,50	1,50	1,50	1,50		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
GOST.PON. TORTICE																				
NETO PRODAJNA CENA		2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2		
PRODANA KOLIČINA		455	463	389	312	322	214	154	143	211	269	311	321	3564	3623	3692	3745	3788		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		1006	1023	860	690	712	473	340	316	466	594	687	709	7876	8007	8159	8276	8371		
IZSTOPNI DDV		221	225	189	152	157	104	75	70	103	131	151	156	1733	1762	1795	1821	1842	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA		637	648	545	437	451	300	216	200	295	377	435	449	4990	5072	5169	5243	5303		
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		64	65	54	44	45	30	22	20	30	38	44	45	499	507	517	524	530		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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		
NAKUP GROS		1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4		1,4	1,4	1,4	1,4	0,10	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40		1,40	1,40	1,40	1,40		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
»ROJ.DNEVI MANJ. IN VEČ. SKUPINE																				
NETO PRODAJNA CENA		106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6	106,6		
PRODANA KOLIČINA		60	55	65	70	65	60	50	45	65	77	75	75	762	838	922	1014	1116	1,10	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		6394	5861	6926	7459	6926	6394	5328	4795	6926	8205	7992	7992	81199	89319	98250	108075	118883		
IZSTOPNI DDV		1407	1289	1524	1641	1524	1407	1172	1055	1524	1805	1758	1758	17864	19650	21615	23777	26154	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
STROŠKI STORITEV		1500	1375	1625	1750	1625	1500	1250	1125	1625	1925	1875	1875	19050	20955	23051	25356	27891		
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		330	303	358	385	358	330	275	248	358	424	413	413	4191	4610	5071	5578	6136		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
ZUNANJE STORITVE	0,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0		
VSTOPNI DDV V STORITVAH		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		
STORITEV		25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0		25,0	25,0	25,0	25,0	0,22	Stopnja DDV
CENA STORITVE		25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00		25,00	25,00	25,00	25,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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	1	1	1		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
VARSTVO OTROK DNEVNO																				
NETO PRODAJNA CENA		4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9		
PRODANA KOLIČINA		3	7	14	15	16	15	5	10	15	20	25	25	170	175	193	212	233	1,10	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		15	34	69	74	79	74	25	49	74	98	123	123	836	861	947	1042	1146		
IZSTOPNI DDV		3	8	15	16	17	16	5	11	16	22	27	27	184	189	208	229	252	0,22	Stopnja DDV
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		0,00	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	0,00	0,00	0,00		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
VARSTVO OTROK POČIT.																				
NETO PRODAJNA CENA		82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0		
PRODANA KOLIČINA		0	4	0	0	4	0	0	4	0	4	0	4	20	22	24	27	29	**1,10**	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		0	328	0	0	328	0	0	328	0	328	0	328	1639	1803	1984	2182	2400		
IZSTOPNI DDV		0	72	0	0	72	0	0	72	0	72	0	72	361	397	436	480	528	**0,22**	**Stopnja DDV**
STROŠKI MATERIALA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
STROŠKI STORITEV		0	8	0	0	8	0	0	8	0	8	0	8	40	44	48	53	59		
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	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	4	4	5	5	6		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00		
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		
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	**0,00**	**Stopnja DDV**
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
ZUNANJE STORITVE	0,0	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		
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		
STROŠEK CATERINGA		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	**0,10**	**Stopnja DDV**
CENA STORITVE		2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00		2,00	2,00	2,00	2,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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	1	1	1		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
POSEBNI DOGODKI																				
NETO PRODAJNA CENA		4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1		
PRODANA KOLIČINA		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480	552	635	730	840	**1,15**	
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	1968	2263	2603	2993	3442		
IZSTOPNI DDV		36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	433	498	573	658	757	**0,22**	**Stopnja DDV**
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		0,00	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	0,00	0,00	0,00		
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		
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	**0,00**	**Stopnja DDV**
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	**0,00**	**Stopnja DDV**
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
SPOMINKI																				

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

NETO PRODAJNA CENA		5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3		
PRODANA KOLIČINA		135	130	145	150	160	180	120	90	150	170	170	189	1789	1802	1840	1813	1865		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		800	790	800	790	800	810	800	810	800	790	800	790	790	810	800	810	790		
PRIHODEK		716	689	769	795	848	954	636	477	795	901	901	1002	9482	9551	9752	9609	9885		
IZSTOPNI DDV		157	152	169	175	187	210	140	105	175	198	198	220	2086	2101	2145	2114	2175	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA		338	325	363	375	400	450	300	225	375	425	425	473	4473	4505	4600	4533	4663		
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		2000	1975	2000	1975	2000	2025	2000	2025	2000	1975	2000	1975	1975	2025	2000	2025	1975		
VSTOPNI DDV		74	72	80	83	88	99	66	50	83	94	94	104	984	991	1012	997	1026		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO		2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0,0	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		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		
NABAVA SPOMINKOV GROS		2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5		2,5	2,5	2,5	2,5	0,22	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50		2,50	2,50	2,50	2,50		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
MASAŽNI STOLI, INTERAKTIVNE IGRE																				
NETO PRODAJNA CENA		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		
PRODANA KOLIČINA		4800	5200	5500	5300	5250	4300	3800	2050	3900	4500	4500	5000	54100	54112	54392	54132	54099		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		4800	5200	5500	5300	5250	4300	3800	2050	3900	4500	4500	5000	54100	54112	54392	54132	54099		
IZSTOPNI DDV		1056	1144	1210	1166	1155	946	836	451	858	990	990	1100	11902	11905	11966	11909	11902	0,22	Stopnja DDV
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		0,00	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	0,00	0,00	0,00		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (MATERIALA NA 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		
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		
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	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (STORITEV NA 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		
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		
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	0,00	0,00		
POTROŠEK (DELA NA 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		
PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI																				
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	0	14981	14981	14981	14981	14981	14981	14981	14981	14981	14981	14981	14981	179772	197772	197772	197772	197772		
SKUPAJ VSTOPNI DDV		701	701	701	701	701	701	701	701	701	701	701	701	8408	8408	8408	8408	8408		
NAJEMNINA		1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000	18000	18000	18000	18000	0,22	Stopnja DDV
ELEKTRIKA		400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800	4800	4800	4800	4800	0,22	Stopnja DDV

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

VODA		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600	600	600	600	600	0,22	Stopnja DDV
KOMUNALNE IN TEL. STORITVE		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	960	960	960	960	0,22	Stopnja DDV
OGREVANJE		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	1800	1800	1800	1800	0,22	Stopnja DDV
STROŠEK STREŽBA ZAPOSLENI		1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000	36000	36000	36000	36000	0,00	Stopnja DDV
STROŠEK ŠTUDENTJE		6996	6996	6996	6996	6996	6996	6996	6996	6996	6996	6996	6996	83952	83952	83952	83952	83952	0,00	Stopnja DDV
STROŠEK KOORDINATOR ZAPOS.		1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	20400	20400	20400	20400	20400	0,00	Stopnja DDV
STROŠEK ANIMATOR ZAPOSLENI		1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	19200	19200	19200	19200	19200	0,00	Stopnja DDV
STROŠEK RAČUNOV.SERVISA		280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	3360	3360	3360	3360	3360	0,22	Stopnja DDV
ČISTILNI SERVIS		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000	6000	6000	6000	6000	0,22	Stopnja DDV
ZAVAROVANJE		125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	1500	1500	1500	1500	1500	0,22	Stopnja DDV
STROŠEK TEKOČEGA VZDRŽEVA.		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200	1200	1200	1200	1200	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI PRODAJE																				
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	0	1700	1200	1200	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	13100	12000	12000	12000	12000		
SKUPAJ VSTOPNI DDV		374	264	264	220	220	220	220	220	220	220	220	220	2882	2640	2640	2640	2640		
GLAŠEVANJE		1700	1200	1200	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	13100	12000	12000	12000	12000	0,22	Stopnja DDV
STROŠKI UPRAVE																				
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	0	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	30000	30000	51600	51600	51600		
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
STROŠEK DIREKTOR		2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	30000	30000	30000	30000	30000	0,00	Stopnja DDV
STROŠEK ASISTENT		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21600	21600	21600	0,00	Stopnja DDV
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	0,00	Stopnja DDV
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		
ODHODEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	Stopnja DDV

KAZALNIKI Izpis kazalnikov

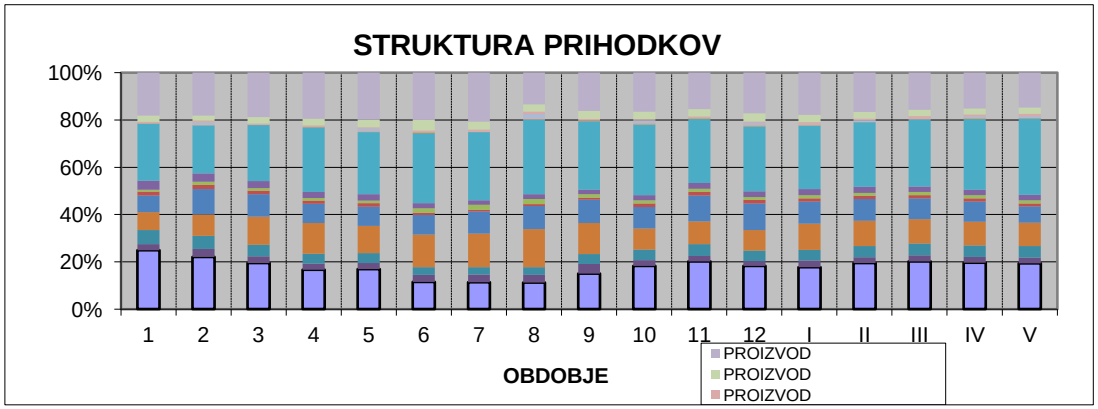
CILJNE SPREMENLJIVKE

KAPITAL	100000	101621	105285	109053	111376	113192	110679	105780	98163	97805	100338	104216	108025	108025	118403	126445	141436	162205	
DOBIČEK	0	1621	3664	3768	2323	1816	-2514	-4898	-7618	-358	2533	3878	3809	8025	10379	8041	14991	20769	
DENAR	119450	453	27210	31683	34501	36826	33876	29068	21389	23128	27126	32015	36700	36700	49897	64172	87636	119136	
STRUKTURA PRIHODKOV (v %)																			
SKUPAJ PRIHODKI		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
SKUPAJ PRIHODKI OD PRODAJE		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
PROIZVOD		25,0	22,1	19,5	16,7	16,9	11,5	11,3	11,2	15,1	18,2	20,2	18,3	17,7	19,5	20,2	19,6	19,4	
PROIZVOD		2,5	3,3	2,9	2,5	2,6	3,0	3,2	3,3	4,0	2,4	2,3	2,0	2,8	2,4	2,5	2,5	2,4	
PROIZVOD		5,9	5,6	4,9	4,2	4,3	3,2	3,2	3,2	4,2	4,5	4,9	4,4	4,5	4,8	5,0	4,9	4,8	
PROIZVOD		7,6	9,1	12,0	12,9	11,4	13,8	14,2	16,1	13,1	8,9	9,7	8,8	11,1	10,7	10,3	10,1	9,9	
PROIZVOD		7,0	10,7	9,4	8,1	8,2	8,3	9,3	9,7	9,9	9,1	10,9	11,2	9,4	9,1	8,8	8,6	7,0	
PROIZVOD		1,6	1,7	1,5	1,4	1,4	0,9	0,6	0,7	0,9	1,5	1,6	1,4	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

PROIZVOD	0,8	1,3	1,1	1,1	1,2	1,8	2,2	2,2	1,5	1,4	1,4	1,3	1,4	1,3	1,3	1,3	1,4
PROIZVOD	3,8	3,6	2,9	2,5	2,7	2,2	1,8	2,1	1,9	2,2	2,3	2,4	2,6	2,5	2,3	2,3	2,3
PROIZVOD	24,2	20,4	23,7	27,3	26,2	29,7	28,9	31,3	28,9	30,0	27,3	27,4	26,8	27,4	28,2	30,1	32,3
PROIZVOD	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,1	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
PROIZVOD	0,0	1,1	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	2,1	0,0	1,2	0,0	1,1	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7
PROIZVOD	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,8	0,9	1,1	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9
PROIZVOD	2,7	2,4	2,6	2,9	3,2	4,4	3,5	3,1	3,3	3,3	3,1	3,4	3,1	2,9	2,8	2,7	2,7
PROIZVOD	18,2	18,1	18,8	19,4	19,8	20,0	20,6	13,4	16,3	16,4	15,4	17,2	17,8	16,6	15,6	15,1	14,7
PRIHODKI FINANCIRANJA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
IZREDNI PRIHODKI	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

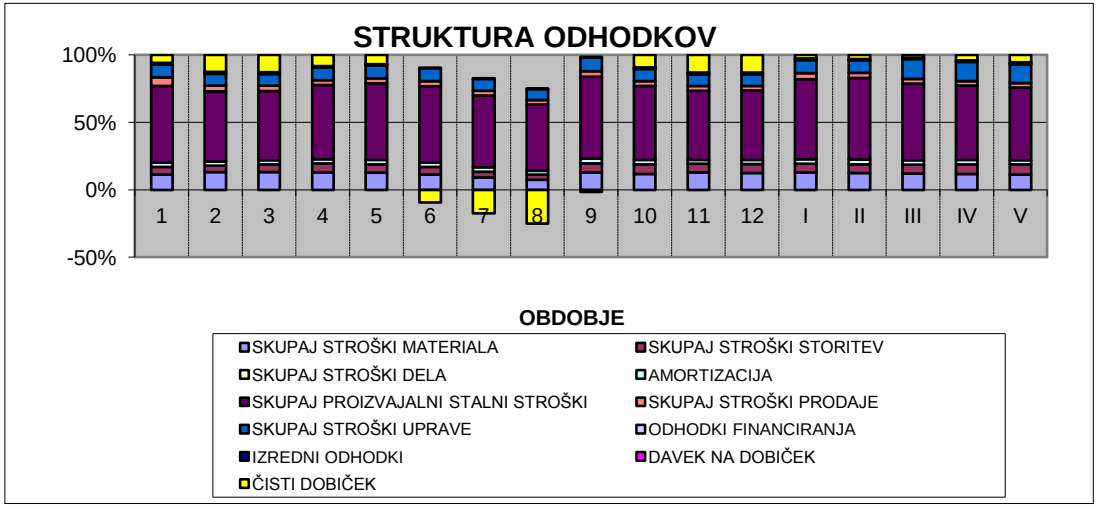


»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

STRUKTURA ODHODKOV (v %)

SKUPAJ PRIHODKI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	11,2	13,0	13,2	13,0	12,7	14,0	13,8	14,8	13,3	11,8	12,8	12,6	12,9	12,5	12,1	11,8	11,2
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	5,7	4,8	5,6	6,4	6,2	7,0	6,8	7,4	6,8	7,1	6,4	6,5	6,3	6,4	6,6	7,1	7,6
SKUPAJ STROŠKI DELA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
AMORTIZACIJA	3,4	3,1	3,0	3,3	3,4	4,1	4,8	5,8	3,7	3,3	3,0	3,1	3,5	3,4	3,2	3,2	3,2
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	56,7	52,0	51,2	54,8	56,6	69,6	81,3	97,9	62,5	54,7	51,1	51,4	59,3	60,6	56,7	55,0	53,8
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	6,4	4,2	4,1	3,7	3,8	4,6	5,4	6,5	4,2	3,7	3,4	3,4	4,3	3,7	3,4	3,3	3,3
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	9,5	8,7	8,5	9,1	9,4	11,6	13,6	16,3	10,4	9,1	8,5	8,6	9,9	9,2	14,8	14,4	14,0
ODHODKI FINANCIRANJA	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,7	0,8	1,0	0,6	0,5	0,5	0,5	0,6	0,4	0,3	0,2	0,1
IZREDNI ODHODKI	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
DAVEK NA DOBIČEK	0,4	0,9	0,9	0,6	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,9	0,9	0,5	0,7	0,5	0,9	1,2
ČISTI DOBIČEK	6,1	12,7	12,9	8,5	6,9	-11,7	-26,6	-49,8	-1,5	9,2	13,2	13,1	2,6	3,2	2,3	4,2	5,6

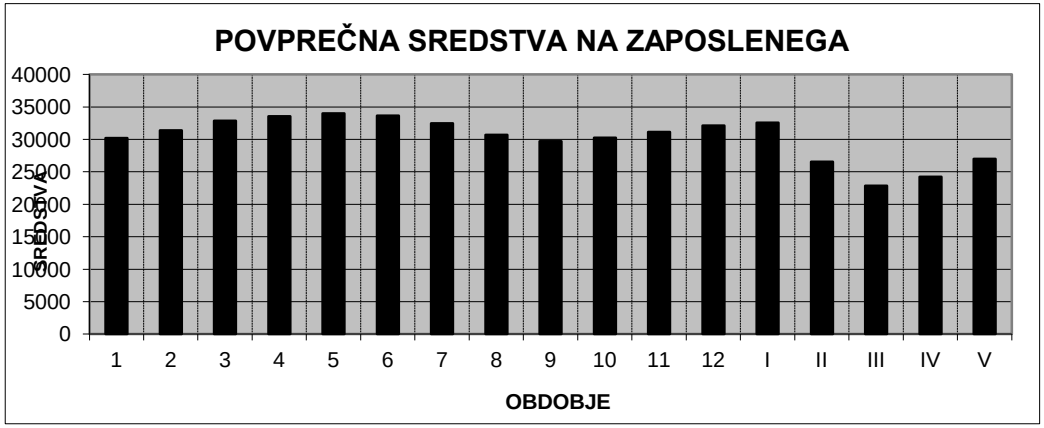


»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

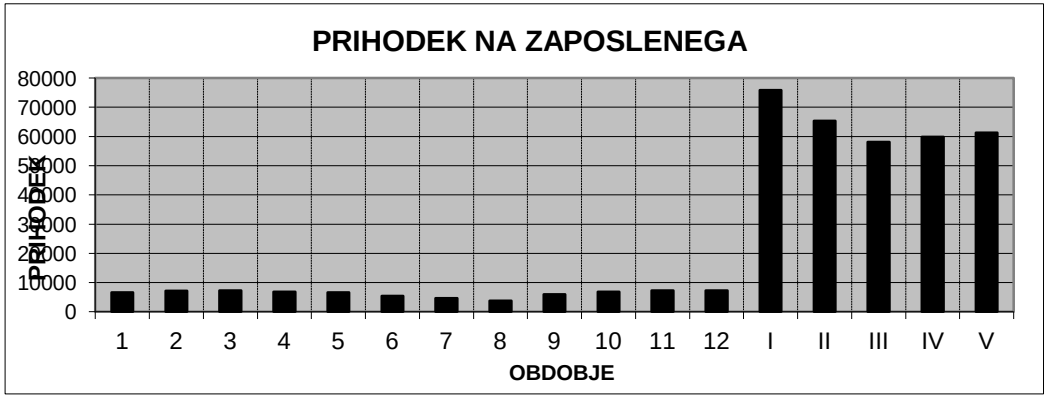
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA V OBDOBJU

POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA	30175	31382	32880	33568	33973	33671	32462	30666	29719	30226	31132	32119	32583	26549	22854	24229	26996



PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA

PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA	6611	7199	7317	6832	6616	5379	4605	3827	5994	6848	7322	7282	75831	65302	58097	59888	61268

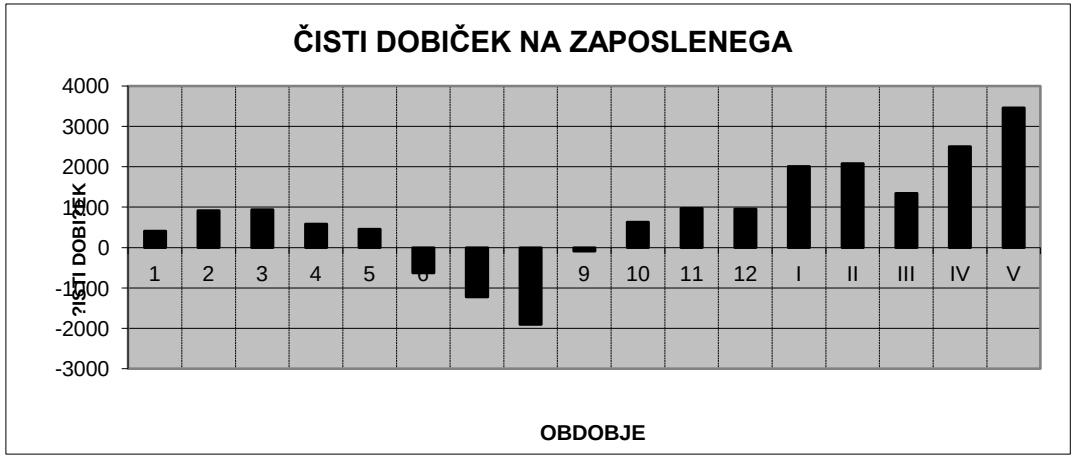


»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA

ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA	405	916	942	581	454	-628	-1225	-1904	-89	633	970	952	2006	2076	1340	2498	3462

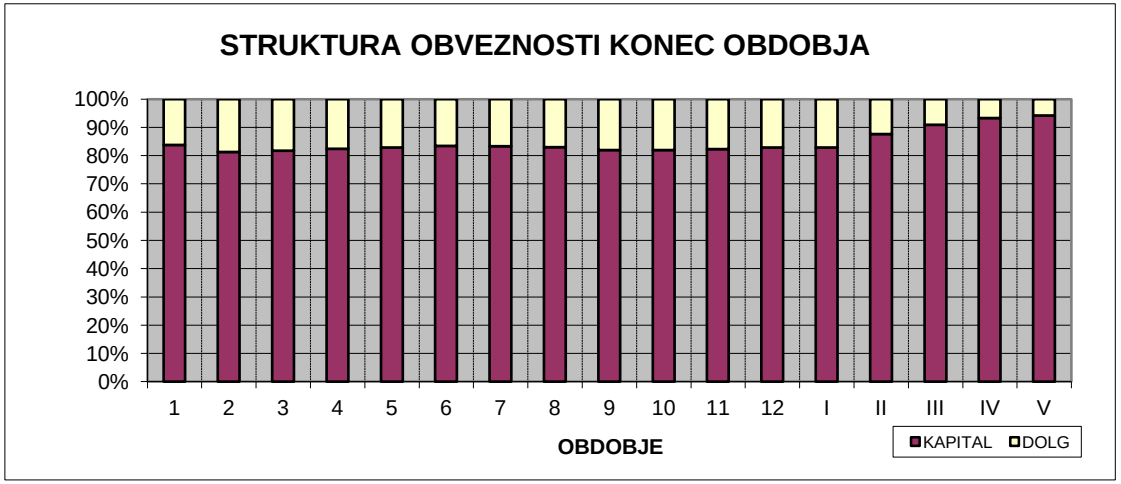


»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA (V %)

CELOTNE OBVEZNOSTI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
KAPITAL		83,7	81,2	81,8	82,4	82,9	83,4	83,3	82,9	81,9	82,0	82,3	82,9	82,9	87,6	90,9	93,3	94,1
DOLG		16,3	18,8	18,2	17,6	17,1	16,6	16,7	17,1	18,1	18,0	17,7	17,1	17,1	12,4	9,1	6,7	5,9

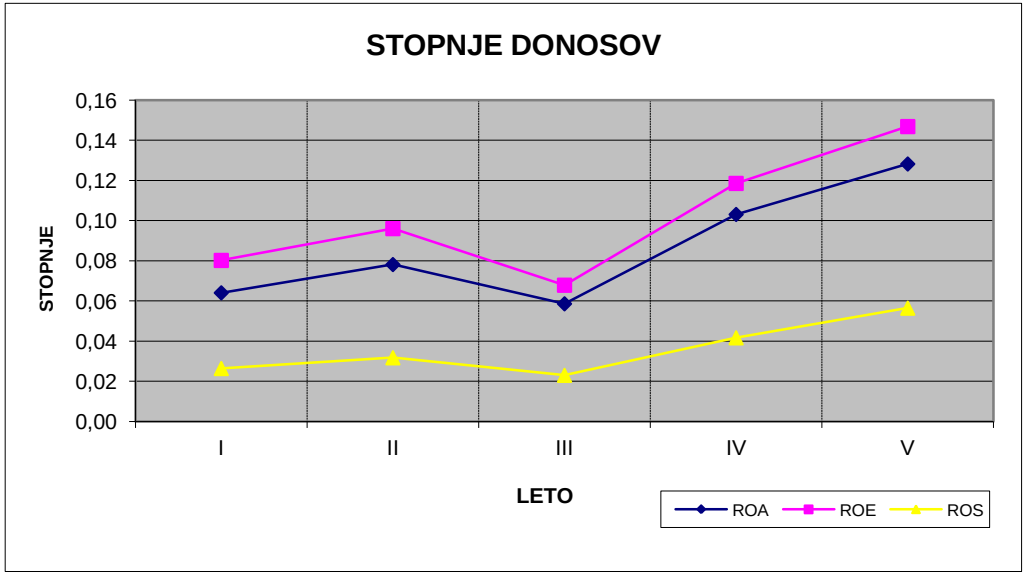


»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

STOPNJE DONOSOV

ROA (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNA SREDSTVA)	ROA	0,16	0,35	0,34	0,21	0,16	-0,22	-0,45	-0,75	-0,04	0,25	0,37	0,36	0,06	0,08	0,06	0,10	0,13
ROE (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNI KAPITAL)	ROE	0,19	0,42	0,42	0,25	0,19	-0,27	-0,54	-0,90	-0,04	0,31	0,46	0,43	0,08	0,10	0,07	0,12	0,15
RETURN ON SALES (ČISTI DOBIČEK / PRIHODEK)	ROS	0,06	0,13	0,13	0,09	0,07	-0,12	-0,27	-0,50	-0,01	0,09	0,13	0,13	0,03	0,03	0,02	0,04	0,06



INTERNA STOPNJA DONOSA (IZ PODATKOV PO LETIH)		0	I	II	III	IV	V
INTERNA STOPNJA DONOSA	10,2%	######	0	0	0	0	162205