

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE  
POSLOVNI NAČRT ZA KAMP ORANS KOT DOPOLNILNA DEJAVNOST  
NA KMETIJI

BOŠTJAN MOŠET

## IZJAVA

Študent Boštjan Mošet izjavljam, da sem avtor te zaključne strokovne naloge, ki sem jo napisal pod mentorstvom dr. Patricije Kotnik in dovolim njeno objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

# KAZALO

UVOD.....	1
1 POVZETEK POSLOVNEGA NAČRTA .....	2
2 PANOGA DEJAVNOSTI, PODJETJE, PROIZVODI IN STORITVE .....	3
2.1 Panoga dejavnosti.....	3
2.2 Podjetje.....	3
2.3 Proizvodi oziroma storitve .....	4
2.4 Strategija vstopa in rasti .....	6
3 TRŽNA RAZISKAVA IN ANALIZA .....	7
3.1 Kupci in segmentacija .....	7
3.2 Obseg trga in trendi .....	8
3.3 Konkurenca .....	8
4 EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA .....	9
4.1 Kosmati dobiček in dobiček iz poslovanja.....	9
4.2 Donosnost in dobiček .....	10
4.3 Fiksni, variabilni in polvariabilni stroški .....	10
4.4 Variabilni stroški .....	11
4.5. Upravljanje z denarnim tokom podjetja .....	11
5 NAČRT TRŽENJA .....	11
5.1 Celotna trženjska strategija .....	11
5.2 Cenovna strategija .....	13
5.3 Tržno komuniciranje .....	13
5.4 Prodajne poti .....	14
5.5 Posebni poudarki v trženju storitev .....	14
6 PROIZVODNI IN STORITVENI NAČRT .....	15
6.1 Geografska lokacija kampa Orans.....	15
6.2. Poslovni prostori .....	15
6.3 Operativni cikel .....	15
6.4 Pravne zahteve, dovoljenja in vprašanja okolja .....	16
7 NAČRT RAZVOJA .....	16
7.1 Trenutni status razvoja storitev in naloge do dokončanja razvoja .....	16
7.2 Sistem izboljševanja in uvajanja novih storitev .....	16
7.3 Sredstva namenjena razvoju.....	17
8 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI .....	17
8.1 Organizacijska struktura.....	17
8.2 Ključno vodstveno osebje in ključni kadri .....	18
8.3 Politika zaposlovanja in nagrajevanja v kampu .....	18
8.4 Upravni odbor .....	18
8.5 Drugi lastniki in investitorji, njihove pravice in omejitve .....	18
8.6 Profesionalni svetovalci in storitve .....	18
9 SPLOŠNI TERMINSKI NAČRT .....	19
9.1 Ključne poslovne aktivnosti v prvem poslovnem letu .....	19
10 KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI .....	20
10.1 Makro raven .....	20
10.2 Raven podjetja.....	21
10.3 Simulirana poslovna tveganja .....	21
11 FINANČNI NAČRT .....	21

11.1 Predračun izkaza uspeha .....	21
11.2 Predračun bilance stanja .....	22
11.3 Predračun izkaza finančnih tokov .....	22
11.4 Davčni status .....	22
11.5. Kontrola stroškov .....	22
11.6 Kazalci uspešnosti poslovanja.....	23
<b>12 PRIDOBIVANJE IN UPRAVLJANJE Z VIRI.....</b>	<b>23</b>
12.1 Zaželeno financiranje .....	23
12.2 Pridobivanje virov financiranja.....	23
12.3 Upravljanje z obratnim kapitalom Kampa Orans.....	23
<b>SKLEP .....</b>	<b>24</b>
<b>LITERATURA IN VIRI .....</b>	<b>25</b>

## **KAZALO SLIK**

Slika 1: Število prenočitev v hotelih, apartmajih in kampih v Sloveniji od leta 2005 do 2009 .....	8
Slika 2: Organizacijska struktura .....	18

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1: Opis primarne konkurence.....	9
Tabela 2: Prikaz kosmatega dobička iz prodaje in dobička iz poslovanja v Kampu Orans za prvih pet let.....	10
Tabela 3: Terminski načrt ključnih aktivnosti za prvo leto poslovanja .....	20

## UVOD

Vsak izmed nas išče različne možnosti, kje in kako kvalitetno preživeti prosti čas. Turistični kraji so namenjeni prav temu, saj so sestavljeni iz turističnih objektov in nudijo dejavnosti različnih vrst, namenjene turistom na ožjem območju. Dejstvo je, da imajo turisti pravico do izbire, predvsem pa imajo pravico reči: »Ne!« in oditi tja, kjer jim te osnovne možnosti ne omejujejo.

V svoji zaključni strokovni nalogi sem obravnaval izdelavo poslovnega načrta Kampa Orans, ki bo dopolnilna dejavnost na kmetiji. Kamp Orans, kategorije treh zvezdic, s petindvajsetimi kampirnimi prostori, bo predstavljal velik del turistične ponudbe v Bistrici ob Sotli. Prednost našega kampa bo predvsem v legi, kajti obdajala ga bo pristna neokrnjena narava, ki bo gostom ponujala veliko aktivnosti. Poleg tega bodo imeli možnost ogleda kulturnih znamenitosti in začutiti utrip kozjanskega podeželja. Ker v Bistrici ob Sotli še ni možnosti prenočitve, sem videl priložnost, da jim to ponudimo. Družini Mošet, ki ima v lasti kmetijo, nam bo ustanovitev Kampa Orans kot dopolnilne dejavnosti predstavljala velik izziv in priložnost za odkrivanje nekaj novega.

Namen zaključne strokovne naloge je bil s poslovnim načrtom kampa preveriti in raziskati upravičenost investicije v ta projekt, ki je potreben del turistične infrastrukture v našem okolišu. Cilj je bil izdelati poslovni načrt, na osnovi katerega je mogoče sprejeti odločitev o investiciji.

Pri pisanju poslovnega načrta je smiselno izbrati določeno strukturo in jo upoštevati, saj bomo le tako prepričani, da smo zajeli vsa področja, ki so pomembna za vrednotenje poslovne priložnosti. V tej zaključni strokovni nalogi sem posamezne teme zaključnega poslovnega načrta obdelal po strukturi, ki temelji na predlogu Jeffreya A. Timmonsa (Timmons, 1990). V poslovnem načrtu si poglavja sledijo po naslednjem zaporedju: panoga dejavnosti, tržna raziskava in analiza, ekonomika poslovanja podjetja, načrt trženja, proizvodni in storitveni načrt, načrt razvoja, vodstvena skupina in kadri, splošni terminski načrt, kritična tveganja in problemi, finančni načrt ter pridobivanje in upravljanje z viri.

Za izdelavo poslovnega načrta sem uporabil tudi finančne projekcije, s pomočjo katerih sem prikazal finančno sliko prihodnjih dogodkov. Finančne projekcije so narejene na podlagi modela, ki je bil za namene podjetniških predmetov razvit na Ekonomski fakulteti v Ljubljani (Drnovšek&Stritar, 2007).

Želel bi poudariti, da je poslovni načrt narejen na podlagi ocen, ki so se poskušale čim bolj približati realnim na podlagi raziskave primarnih in sekundarnih virov podatkov. V kolikor mi ne bo uspelo realizirati tega projekta, bo poslovni načrt dobro izhodišče za nekoga s podobnimi interesi.

# 1 POVZETEK POSLOVNEGA NAČRTA

Kamp Orans, ki bo dopolnilna dejavnost kmetije Mošet, bo lociran v Črešnjevcu ob Bistrici 17, v Bistrici ob Sotli. Kamp bo ustrezal kriterijem za doseganje treh zvezdic ter bo nudil 25 kampirnih prostorov. Posamezen kampirni prostor bo meril 90 m<sup>2</sup>, skupna površina zemljišča pa meri 1,5 hektarja. Kamp Orans bo odprt samo pet mesecev na leto, in sicer od meseca maja do konca meseca septembra.

V radiju 70 km ni nobenega kampa v isti cenovni kategoriji, kot tudi ni kampa, ki bi bil tako intimno naravnano ter nudil zasebnost in domačnost gostom. Zato se mi je porodila ideja za ustanovitev kampa, ki je dobra poslovna priložnost tako za prepoznavnost naše kmetije Mošet kot tudi za občino Bistrica ob Sotli. Naš kamp bo cenejši od konkurence, saj bo nočitev za odraslo osebo stala 8 evrov, za otroke 5–15 let 6 evrov, otroci mlajši od 5 let pa bodo imeli nočitve brezplačno. Za stalne stranke bomo nudili razne popuste.

Pričakujem, da bodo največje zanimanje za bivanje v Oransu pokazale predvsem mlade družine in starejši pari ali posamezniki, ki so željni dopustovati v naravi in na podeželju. Kot druga pomembnejša skupina naših gostov pa bodo razne športne, verske skupine in tranzitni gostje, ki se bodo vračali z dopustovanja na Hrvaškem ali pa bodo raziskovali naš del Slovenije.

Edino konkurenco predstavljata dva velika turistična centra, in sicer Kamp Natura v Podčetrtku, ki je oddaljen 12 kilometrov, ter Terme Čatež v Čatežu ob Savi, ki je oddaljen 30 kilometrov. Oba kampa sta v kategoriji petih zvezdic in ponujata pester program aktivnosti za turiste. Ker sta kampa velika, oba imata od 100–500 kampirnih prostorov, lahko sklepam, da gostje niso popolnoma osebno obravnavani, nimajo miru, zasebnosti, stika z naravo in občutka domačnosti, kar bodo lahko dobili pri nas.

Investicija v Kamp Orans bo znašala 60.000,00 evrov. Uporabiti bo potrebno obnovitvena dela obstoječih objektov in urediti zemljišče. Celotno investicijo bo kril lastnik kmetije Mošet, v tem primeru je to moj brat Primož Mošet. Predvidevam, da bo kamp že prvo leto beležil dobiček v znesku 1.503 evrov, drugo leto bo kamp posloval z bistveno večjim dobičkom v znesku 5.262 evrov. Interna stopnja donosa v prvih petih letih pa bo znašala 8,5 %. V roku najkasneje šestih let pa pričakujem, da bi bila začetna investicija pokrita.

Dopolnilna dejavnost na kmetiji pomeni, da so vsi zaposleni pri takšni dejavnosti člani družine oziroma v našem primeru kmetije Mošet. Kamp Orans bo upravljalo 6 oseb, od tega 5 članov družine Mošet in eden zunanji sodelavec. Ker gre za dopolnilno dejavnost na kmetiji v manjšem obsegu in s točno opredeljenimi nalogami med zaposlenimi, bomo strmeli za dobro klimo v timu, da bodo to lahko občutili tudi naši gostje.

## **2 PANOGA DEJAVNOSTI, PODJETJE, PROIZVODI IN STORITVE**

### **2.1 Panoga dejavnosti**

Turistična dejavnost na kmetiji je v Sloveniji opredeljena kot dopolnilna dejavnost na kmetiji. Gre za eno zahtevnejših dopolnilnih dejavnosti na kmetiji, ki jo opredeljujeta Zakon o kmetijstvu in Zakon o gostinstvu. Podzakonski predpisi določajo minimalne tehnične pogoje in minimalni obseg storitev za opravljanje turistične dejavnosti na kmetiji, pogoje glede kategorizacije turističnih kmetij z nastanitvijo, sanitarno zdravstvene pogoje za prostore, opremo, naprave in osebe ter veterinarsko sanitarne pogoje za proizvodnjo živil živalskega izvora (Slovensko podeželje, 2007).

Dopolnilna dejavnost, ki jo bomo izvajali na kmetiji Mošet, se uvršča po stari standardni klasifikaciji dejavnosti iz leta 2002 v dejavnosti hotelov in kampov ter druge nastanitve (Statistični urad Republike Slovenije, 2002, v nadaljevanju SURS). Po spremembi standardnih klasifikacij v letu 2008 pa bo sodila dopolnilna dejavnost naše kmetije v dejavnost avtokampov in taborov (SURS, 2008). To pomeni, da bo primarna dejavnost našega kampa oddajanje oziroma najem prostora za kampiranje s šotorom, stanovanjsko prikolico ali avtodomom (Zakon o kmetijstvu, 2006).

Vsak izmed nas išče različne možnosti, kako in kje kvalitetno preživeti prosti čas. Turistični kraji so namenjene prav temu, saj so sestavljeni iz turističnih objektov in dejavnosti različnih vrst, namenjenih turistom. Bistrica ob Sotli je kraj z velikimi možnostmi razvoja turizma, vendar ima malo izkoriščenih nastanitvenih zmogljivosti. Lega kampa je lahko dostopna, kajti v bližini je regionalna cesta Maribor–Brežice.

Trend v kampskem turizmu je glamping. Ta oblika kampiranja prihaja iz ZDA v Evropo. Izraz je sestavljen iz besed glamorous in camping ter pomeni čarobno privlačno taborjenje. To je kamp, ki je v stiku z naravo in ponuja udobje hotela, kot neko mobilno hotelsko sobo. Čeprav pravih glampingov v Sloveniji še ni, nastajajo njihovi zametki v obliki bungalovov, mobilnih hišic in opremljenih šotorov za najem (Škerbinc, 2010). Glamping predstavlja za našo dopolnilno dejavnost možnost širitve v prihodnosti, vendar pa zaenkrat še ne razmišljamo v tej smeri.

### **2.2 Podjetje**

Kmetija Mošet, ki se primarno ukvarja z živinorejo, svinjerejo in vinogradništvom, se bo z dopolnilno dejavnostjo ukvarjala s ponujanjem prenočišč v kampu ter drugimi dopolnilnimi dejavnostmi. Kamp z imenom Orans bo nudil svoje storitve na naslovu Črešnjevce ob Bistrici 17, v Bistrici ob Sotli, oddaljen od regionalne ceste 1 km. Zemljišče, na katerem bomo opravljali našo dejavnost, je veliko 1,5 hektarja in ima že vso potrebno infrastrukturo za

opravljanje takšne dopolnilne dejavnosti. Potrebna bodo le obnovitvena dela na obstoječih objektih in delna ureditev okolice.

Kamp bo nudil gostom 25 kampirnih prostorov, od tega bodo lahko gostje postavili na njih šotore, stanovanjske prikolice oziroma avtodome. V kampu bo tudi prostor za parkiranje osebnih vozil. Ker gre za dopolnilno dejavnost na kmetiji, ki je dodatek primarni, to je živinoreji, svinjereji in vinogradništvu, bo kamp odprt samo pet mesecev na leto. Kamp bo gostom odprl vrata v začetku maja, sezono pa bomo zaključili konec septembra. Poleg nočitev bomo nudili našim obiskovalcem tudi možnost izposoje šotorov, koles, taborniške opreme. Naši obiskovalci bodo imeli možnost koristiti masažne usluge izkušene maserke in obisk savne. V kampu bo tudi otroško igrišče in igrala, namenjena najmlajšim. Kot zanimivost bomo v kampu nudili možnost dvodnevnega preživetja v naravi pod vodstvom izkušenega tabornika in biologa.

Kamp bi bil primerna rešitev za razširitev prepoznavnosti našega kraja ter bi hkrati zagotovil prenočišča tistim turistom, ki se radi vračajo k naravi, ne le zaradi izletov, temveč tudi zaradi bivanja pod vedrim nebom.

### 2.3 Proizvodi oziroma storitve

Dejavnosti, s katerimi se bo kamp ukvarjal in ustvarjal prihodke, so:

- oddajanje prostora za kampiranje (postavitev šotora, stanovanjske prikolice in avtodoma);
- wellnes storitev (masaža, jacuzzi, savna);
- program preživetja v naravi;
- izposoja koles.

Najpomembnejši element kampa je oddajanje prostora za kampiranje, saj bo dal možnost 25-im uporabnikom postavitve šotora, kamp prikolice ali avtodoma na kar 1,5 hektarjev veliki travnati površini. Parcela, ki naj bi bila spremenjena v kamp, je v lasti mojega brata Primoža, lastnika kmetije Mošet. V neposredni bližini bo urejeno tudi parkirišče za goste, le to je že vnaprej določeno z zakonom. Ta določa, da mora biti vsako kampirno mesto veliko najmanj 90 kvadratnih metrov. To pomeni, da mora celoten kamp oziroma prostor, ki je namenjen tovrstnemu preživljanju prostega časa, skupaj z dovoznimi cestami in objekti, meriti približno 0,5 ha. Trenutna namembnost parcele je gospodarsko poslopje in travnik, kar je dobra preddispozicija za postavitev kampa, kajti ni nam potrebno spreminjati namembnosti zemljišča. Gospodarsko poslopje nameravamo obnoviti in preurediti, na travnati parceli pa bo prostor za kampiranje z vsemi priključki, potrebnimi za doseganje standarda treh zvezdic.

Poleg bivalnega prostora, namenjenega kampistom v prikolicah, šotorih, avtodomih, se mora pri opremljanju in pri minimalnih storitvah upoštevati standarde, ki jih določajo predpisi.

Prostori na turistični kmetiji morajo biti urejeni v skladu s Pravilnikom o minimalnih tehničnih pogojih, ki se nanašajo na poslovne prostore, opremo in naprave, ter o pogojih glede



minimalnih storitev v posameznih vrstah gostinskih obratov, pri sobodajalcih in na kmetijah (Ur. list RS, št. 88/00 in 114/04), ki predpisuje opremljenost posameznih prostorov (sob, apartmajev, kuhinje, kampa ...). Pri urejanju sob in apartmajev pravilnik določa minimalno velikost sob in minimalno opremljenost.

Kamp mora biti primerno osvetljen predvsem ponoči in ustrezno zavarovan z vrati oziroma z zapornico. V kampu mora biti poskrbljeno za varnost ljudi, za osebno lastnino morajo obiskovalci poskrbeti sami, za osebna vozila mora biti na voljo parkirišče, ki ga pa bomo tudi imeli. Poleg tega mora biti v vsakem kampu primerno poskrbljeno za udobje kampistov in za zadovoljitev minimalnih življenjskih potreb, kot je oskrba z elektriko (električni priključki za minimalno 80% kampirnih prostorov), tekočo vodo (250 litrov na kampirni prostor na dan) in ustreznimi sanitarijami. V kampu mora biti postavljen objekt s sanitarijam (umivalnica, stranišča, prostor, namenjen pranju posode in perila, ter prostor za odpadke) povprečna velikost kampirnega prostora pa mora biti v izmeri 90 kvadratnih metrov.

V kampu mora biti pitna voda na vseh pipah in tuših. Odločil sem se, da bodo sanitarije opremljene s šamponi, mili, toaletnimi papirji ter papirnatimi brisačami. Naš cilj bodo predvsem zadovoljni obiskovalci, ki se bodo v našem kampu počutili sproščeno in okusili v času dopusta tudi z našo pomočjo kanček brezskrbnosti.

Pogoji za doseganje standardov treh zvezdic in ki jih bo kamp Orans tudi imel, so naslednji:

Notranja raba prostorov in opreme bo zahtevala naslednje:

- 5 umivalnikov (5 s toplo in 5 z mrzlo vodo, 1 s pregradno steno ali kabino);
- 4 tuši, vsi z zaprto kabino in toplo vodo;
- 7 stranišč od tega 4 ženska in 3 moška;
- 1 pisoar;
- zaprt prostor za čistila in sanitetni material.

Zunanja raba opreme pod nadstreškom bo naslednja:

- 2 dvodelni pomivalni koriti z odcejalnikom in toplo vodo;
- 1 pralnik s toplo vodo;
- 1 pralni stroj;
- poseben prostor za praznjenje fekalij, čiščenje in polnjenje novih zalog vode za avtodome;
- prostor za odpadke, ki bo ločen s pregradno steno.

Prostor za recepcijo, ki bo odprta in bo sprejemala goste 16 ur na dan.

Oprema recepcije:

- pisalna miza dolga 1 meter;
- stol z naslonjalom;
- prenosni računalnik;
- omara;

- faks, kopirni stroj in tiskalnik;
- javni telefon za zunanje klice s celico.

Cena nočitve za odraslo osebo glede na vse nudene standarde je 8 evrov, za otroke 5–15 let 6 evrov na nočitev, otroci, mlajši od 5 let, pa bodo imeli nočitve brezplačno. Cene naših storitev bodo nižje od konkurence, tako da bo naš kamp resnično ugoden in ekonomsko dostopen vsem socialnim skupinam. Za stalne stranke pa bomo nudili tudi različne popuste.

Druga najbolj pridobitna dejavnost v kampu bo wellnes storitev. Ker se bomo nagibali k sproščenosti turistov in k zadovoljevanju njihovih potreb, nismo pozabili tudi na notranje zadovoljstvo. Imeli bodo možnost, da koristijo masažo v naravi, v prijetnem ambientu ob sproščujoči glasbi. Cena 45 minutne masaže bo 35 evrov, cena 15 minutne masaže pa bo znašala 15 evrov. Enkratna uporaba jaccuzija bo našega gosta stala 3 evre. Velik del prihodkov oziroma tretja izmed pridobitnih dejavnosti, ki je še v Sloveniji vedno v povojih, bo program preživetja v naravi.

Trikrat mesečno oziroma po potrebi bomo pod vodstvom izkušenega vodnika organizirali dvodnevni izlet v naravo, s pomočjo katerega bodo naši gostje spoznali pomembnost narave in preživetje v naravi. Cena na osebo bo znašala 50 evrov.

V kampu bo možnost izposoje koles. Na voljo bosta dva odrasla kolesa in dva otroška kolesa. Cena dnevnega najema odraslega in otroškega kolesa bo 10 evrov.

## 2.4 Strategija vstopa in rasti

Zakaj ravno kamp? Če primerjamo Slovenijo s sosednjima državama, kot sta Avstrija in Italija, lahko zasledimo, da ima skoraj vsaka vas oziroma občina svoj kamp. Ti kampi so nastali predvsem zaradi raznolike ponudbe, ki jo ponuja vsak posamezen kraj. Vsak kraj je enota, ki dopolnjuje celotno regijo. Lahko govorimo o nekakšni decentralizaciji turistične ponudbe, vsak posamezen kraj pa zase poskrbi, kako bo zadržal in navdušil gosta. Če sta nam sosednji državi za vzgled, moramo tudi sami postopati na takšen oziroma podoben način.

Za tovrstno turistično dejavnost oziroma za odprtje kampa, sem se odločil, ker kampa, ki bi nudil takšne storitve, ni v radiju 70 kilometrov. Naš kamp bo kilometer oddaljen od regionalne ceste Maribor–Brežice, ki je zelo prometna cesta, saj povezuje tri večja zdravilišča v Sloveniji. Kampa s tremi zvezdicami, v takšni obliki kot je Orans, v bližini ni, kar nam predstavlja dodatno prednost, saj bomo nudili prenočišča, ki bodo dostopna vsem ekonomskim razredom. Najbližja s podobno ponudbo, ki predstavljata potencialno konkurenco, sta kampa s petimi zvezdicami, in sicer Kamp Natura v Podčetrtku (12 km) in kamp Terme Čatež v Čatežu ob Savi (30 km).

Kamp kot dopolnilna dejavnost na kmetiji pomeni nekaj novega in širši populaciji še ne dobro poznanega preživljanja prostega časa. Na svoj račun bodo prišli kampisti, ki si bodo zaželeli

pobližje spoznati vsakdanjik kmečkega življenja. Zato menim, da bi s samo novostjo na tem področju lahko bila takšna dejavnost prava zanimivost. K dobremu prodoru na tržišče bo prispevala atraktivna spletna stran in pa seveda samo ime kampa, to je Orans. Zaslediti pa nas bo mogoče tudi na nekaterih spletnih straneh, na katerih bomo gostovali. Na nas bodo opozarjali tudi veliki obcestni plakati pri vstopu v našo občino.

Moja strategija vstopa na trg je, da s celovito in kvalitetno ponudbo ter s predvsem ugodno ceno ponudim storitve mojim ciljnim strankam, ki pa bodo v prihodnje postale tudi redne stranke, in bodo zaradi zadovoljstva pri nas tudi širile reklamo in dobro ime našega Kampa Orans.

### **3 TRŽNA RAZISKAVA IN ANALIZA**

#### **3.1 Kupci in segmentacija**

Ciljna skupina gostov, ki bodo prenočevali v Kampu Orans v Bistrici ob Sotli, so turisti, ki so pripravljeni živeti preprosto, skromno, hkrati pa se prepustiti toku našim ponudb in preživeti dopust na drugačen način.

Dejstvo je, da bodo tudi zaradi konkurenčnih cen in kvalitetne ponudbe naše storitve koristili starejši pari in posamezniki, ki bodo lahko obujali spomine na svojo mladost, mlade družine, kolesarska društva (letošnje leto 2010 je bila uradno odprta Bistriška kolesarska pot, ki je dolga 46 km in povezuje največje znamenitosti našega okoliša), romarji (namenjeni na Svete gore, oddaljene 3 kilometre) in motoristi. Računam tudi na tranzitne goste, ki se bodo ustavili po dolgem potovanju in si zaželeli miru ali zgolj prenočiti. Naš namen bo, da jih bomo zadržali čim dlje v kampu, da bodo podaljšati svoje bivanje za kakšen dan in se posluževali naših uslug in ponudbe.

Ponudba kampa je dobro zastavljena, tako da bomo lahko uspešno prepričali goste, da ostanejo kakšen dan dlje. Ker bo možnost direktne internetne rezervacije preko spletne strani oziroma turističnih agencij, apeliramo tudi na to ciljno skupino ljudi, ki svojo pot ter prenočitve že vnaprej planirajo. V ta segment lahko vključimo vse stranke, ki se ukvarjajo z ribištvom, gobarjenjem, lovstvom, kolesarjenjem, igranjem golfa ter podobnimi aktivnostimi.

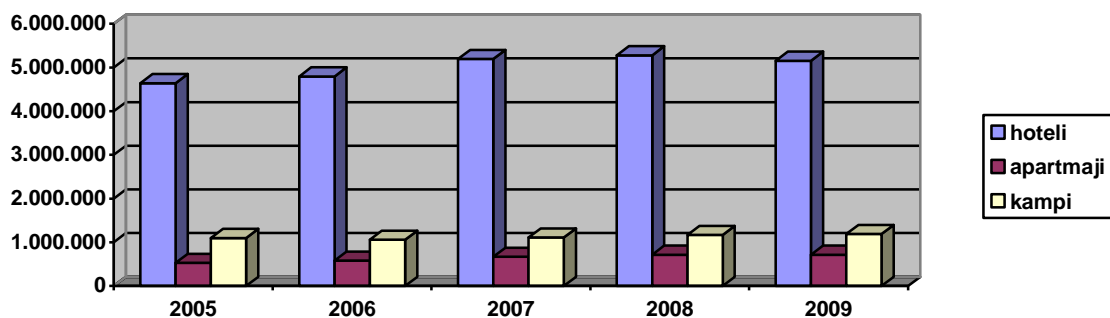
Vsi segmenti imajo skupne potrebe. Kakovostno preživljanje prostega časa za sorazmerno malo denarja na odlični lokaciji in z veliko ponudbo aktivnosti. Za naše ciljne skupine turistov bodo vsi ti faktorji odločilnega pomena pri izbiri kampa. Z velikim naborom uporabnih storitev bomo poskusili zadovoljiti potrebe vseh naših ciljnih strank.

Glede na našo lokalno konkurenco lahko sklepam, da bomo pridobili dokaj velik tržni delež turistov, ki želijo več zasebnosti in stika s pristno naravo.

### 3.2 Obseg trga in trendi

Na spletni strani Statističnega urada Republike Slovenije (Slika 1) sem našel podatke o številu prenočitev v hotelih, apartmajih in kampih v Sloveniji od leta 2005 do leta 2009. Na podlagi podatkov je razvidno, da je obiskanost turistov v hotelih še vedno največja, saj je število nočitev skozi vsa leta okoli 5 milijonov. Drugo mesto glede na število nočitev, zasedajo kampi. Leta 2005 je bilo zabeleženih 1.096.599 nočitev, leta 2009 pa je bilo nočitev 1.186.039. Na podlagi tega opazimo, da so statistično gledano prenočitve v kampih v 5 letih narasle za 8,1 odstotka.

Slika 1: Število prenočitev v hotelih, apartmajih in kampih v Sloveniji od leta 2005 do 2009



Vir: Statistični urad Republike Slovenije 2009.

Koliko kampov premore Slovenija, ne ve nihče. 35 jih je včlanjenih v Gospodarsko zbornico, na spletnih straneh STO jih najdemo 57, nekateri pa trdijo, da jih je več kot 70. Mimogrede, na straneh STO (Slovenska turistična organizacija) boste zaman iskali podatek, kateri kampi so odprti vse leto (Zorko, 2009). Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije je v dejavnosti (H55.1+55.2) hoteli in kampi ter druge nastanitve za krajši čas leta 2004 delovalo 511 podjetij, 7.353 zaposlenih pa je v istem letu ustvarilo za 330.867.000 evrov prihodkov. Leta 2005 je bilo v tej dejavnosti 636 podjetij z 9.066 zaposlenimi, ustvarili pa so za 410.140.000 evrov prihodkov. Leta 2006 je bilo 722 podjetij z 9.579 zaposlenimi, ustvarjenih pa je bilo za 467.900.000 evrov prihodkov. Leta 2007 je bilo 798 podjetij z 9.645 zaposlenimi ustvarili pa so 524.607.000 evrov prihodkov. V letu 2008 pa je prišlo do sprememb v standardnih klasifikacijah dejavnosti, zato uvrščamo našo dejavnost v dejavnost avtokampov in taborov (I55.30). V letu 2008 je bilo zabeleženih 29 podjetij, ki so se ukvarjala s to dejavnostjo, skupni prihodki pa so znašali 3.130.000 evrov (SURS, 2008). Na podlagi zgornjih podatkov je razvidno, da je trend naše dejavnosti v porasti, vrednosti po posameznih letih pa nakazujejo, da se dejavnost iz leta v leto širi in predstavlja pozitivno smernico razvoja v prihodnosti. Vrednost trga ocenjujem na 3.130.000 evrov letno.

### 3.3 Konkurenca

Na vsakem trgu je nujno potrebno prepoznati konkurenco, kar je pogoj za uspešno poslovanje. Nikoli ne gre podcenjevati ali onemogočati konkurence. Potrebno je sodelovati, si

pomagati in se od konkurence tudi kaj naučiti. Dejstvo je, da je navzočnost konkurence na trgu izziv.

Pri analizi sem upošteval podatke konkurenčnih kampov, ki so se nanašali na ceno nočitve, koliko imajo razpoložljivih kampirnih mest ter na njihovo ponudbo v kampu. Hkrati pa me je tudi zanimalo število nočitev v letu 2009. Te podatke sem pridobil z osebnim obiskom v obeh kampih.

V Kampu Natura v Podčetrku, s 5 zvezdicami in 110 razpoložljivimi kampirnimi prostori, stane nočitev za odraslo osebo 12 evrov. V letu 2009 so imeli 55.040 nočitev turistov (Terme Olimia d.d., 2010). V kampu Terme Čatež v Čatežu ob Savi, ki ima prav tako 5 zvezdic, so imeli v letu 2009 kar 322.487 nočitev. Cena nočitve v tem kampu znaša 19 evrov. V kampu Terme Čatež, ki je od Bistrice ob Sotli oddaljen 30 kilometrov, imajo na razpolago kar 490 kampirnih prostorov (Terme Čatež d.d., 2010). Oba kampa sta v neposredni bližini kopališč, restavracij in trgovin.

Tabela 1: Opis primarne konkurence

Kamp	Število zvezdic	Lokacija	Cena nočitve za odraslo osebo (v evrih)	Število nočitev v letu 2009	Število kampirnih prostorov
Kamp Natura	5	Podčetrtek (12 kilometrov oddaljen od Bistrice ob Sotli)	12	55.040	110
Kamp Terme Čatež	5	Čatež ob Savi (30 kilometrov oddaljen od Bistrice ob Sotli)	19	322.487	490

Kamp Orans se bo od konkurenčnih kampov razlikoval že po velikosti, saj sta kamp Natura in kamp Terme Čatež po velikosti kar nekajkrat večja. To pomeni, da omenjena kampa zaradi svoje velikosti ne moreta ponujati takšne domačnosti in miru. Kamp Orans bo eden izmed manjših ponudnikov tovrstnih storitev na našem tržišču, saj bo naš tržni delež ocenjen na 0,75 odstotkov.

## 4 EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA

### 4.1 Kosmati dobiček in dobiček iz poslovanja

Na začetku poglavja je smiselno razložiti način, po katerem sem prišel do števila prodanih nočitev in ostalih dejavnosti, ki bodo polnile blagajno našega kampa. Ker so kampi, ki so ustanovljeni kot dopolnilna dejavnost na kmetiji v Sloveniji, prava redkost, je zelo težko pridobiti kakršne koli informacije glede nočitev in zasedenosti. Statistični urad pa žal še ne vodi nobene statistike glede zasedenosti le-teh. Podatke je bilo mogoče dobiti le direktno od

lastnikov takšnih kampov. Za pridobitev dodatnih informacij sem kontaktiral lastnike kampa Lijak ter kampa na Dujčevi domačiji, kjer delujejo po načinu, za katerega sem se tudi odločil sam. Povprečna letna zasedenost obeh kampov je v prvih treh letih obratovanja znašala okoli 20 % (Kamp Lijak, 2010 in Dujčeva Domačija, 2010).

Na podlagi pridobljenih podatkov sem sklepal velikost prihodkov po dejavnostih, ki jih bo nudil Kamp Orans. Na osnovi izkušenj in predvidevanj lahko sklepam, da bo v prvih petih letih povprečna zasedenost kampa 15 %, in sicer v prvem letu pričakujemo 1517 nočitev, drugo leto 1620 nočitev, tretje leto 1720 nočitev, četrto leto 1822 nočitev in peto leto 1923 nočitev.

Kamp Orans bo obratoval samo pet mesecev na leto, takrat bodo nastali vsi prihodki in večina stroškov, to je razvidno tudi iz finančnih projekcij (Priloga 5). Kosmati dobiček in dobiček iz poslovanja bosta povprečno gledano pozitivna že prvo leto. Vendar bosta v mesecih, ko kamp ne posluje, to je od januarja do maja in od oktobra do konec decembra, negativna. Kosmati dobiček in dobiček iz poslovanja sta prikazana v naslednji tabeli:

Tabela 2: Prikaz kosmatega dobička iz prodaje in dobička iz poslovanja v Kampu Orans za prvih pet let

Dobiček po letih v evrih	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
Kosmati dobiček iz prodaje	2.329,0	6.852,0	8.000,0	8.238,0	10.917,0
Dobiček iz poslovanja	1.503,0	5.262,0	6.590,0	7.658,0	9.146,0

## 4.2 Donosnost in dobiček

Točka preloma bo glede na podatke, ki se nahajajo v Prilogi 5, v mesecu maju 2011. Od takrat bo kamp beležil dobiček. Ta dobiček bo pozitiven vse do konca meseca septembra, ko bo kamp za tekočo sezono zaprl vrata, nato bo dobiček ponovno negativen. S pričetkom nove sezone pa se bo ta dobiček ponovno povzpел na pozitivno ravan in vsako leto naraščal. Izguba se bo pojavljala v obdobjih izven sezone, kajti kljub temu bo potrebno pokrивati določene fiksne stroške. V Kamp Orans bo vloženi 60.000 evrov, donosnost na vloženi kapital znaša v povprečju 8 odstotkov, interna stopnja donosa pa 8,5 odstotkov (glej Prilogo 5). Donosnost je odvisna od zasedenosti obstoječih zmogljivosti in se lahko v primeru večje zasedenosti tudi temu primerno poveča.

## 4.3 Fiksni, variabilni in polvariabilni stroški

Sestava fiksnih in variabilnih stroškov ter opis so natančno prikazani v Prilogi 1. Večina stroškov, ki bodo nastajali v kampu, je fiksnih in so naslednji:

- stroški komunale, elektrike, interneta, telefona, televizije;
- stroški zavarovanj; zavarovanje objektov in zavarovanje oseb pri programu preživetje v naravi;

- stroški računovodskih storitev;
- stroški zaposlenih; strošek dela vodje kampa, delo pomočnika vodje, delo vzdrževalca in delo čistilke;
- stroški drobnega inventarja.

Sledijo variabilni stroški, ki sem jih razdelil na:

- stroške dela programa preživetja v naravi;
- stroške dela za masažne storitve.

Med stroške prodaje sem umestil stroške oblikovanja internetne strani, zakupa internetnega prostora, domene, tiskanje letakov, plakatov in vizitk, ter stroške zakupa oglasnega prostora na drugih spletnih staneh.

#### 4.4 Variabilni stroški

Pri našem poslovanju bodo nastajali tudi variabilni stroški, ki bodo v primerjavi s fiksnimi stroški manjši. Natančno so prikazani v Prilogi 1 (Tabela 2). Odstotno gledano bodo variabilni stroški glede na celotne stroške znašali prvo leto 10,9 %, drugo leto 16,6 %, tretje leto 16,4 %, četrto leto 16,1 % in peto leto 15,8 %.

Variabilni stroški so razdeljeni na (Priloga 1, Tabela 2):

- vodenje preživetja v naravi;
- masažne storitve.

#### 4.5. Upravljanje z denarnim tokom podjetja

Prvi pozitivni denarni tok se pričakuje s prvimi pozitivnimi poslovnimi rezultati. Kar se tiče prodaje storitev, je prednost ta, da je potrebno storitev plačati takoj. Tako v našem primeru nimamo odloga plačila in se pozitivni denarni tok pojavi že v drugem mesecu (mesecu juniju) poslovanja kampa. Zaradi občutljivosti povpraševanja in nepričakovanih sprememb bomo imeli na transakcijskemu računu pripravljen denar za pokrivanje fiksnih stroškov.

## 5 NAČRT TRŽENJA

### 5.1 Celotna trženjska strategija

Na podlagi trendov, ki jih napovedujejo strokovnjaki in jih zasledimo v raznih člankih, da se čedalje več turistov vrača v naravo, je bil velika vzpodbuda zame, da opravi raziskavo trga na to temo.

Namen tržne raziskave in ocene trga je bil ugotoviti, katere skupine kupcev bodo izbrane kot ciljne skupine za trženje storitev, ki jih bo nudil naš kamp.

Predhodno sem že v točki (3.1 Kupci in segmentacija) natančno opredelil naše ciljne skupine. Če te goste razdelimo v skupine, bi lahko rekli, da so to družine (z mlajšimi in starejšimi otroci), tranzitni gostje, ki bodo potrebovali počitek in večje skupine (kolesarji, romarji, motoristi). Bistvo naše ponudbe pa bo, da bodo naši gostje občutili, kako biti hkrati v centru dogajanja in doživeti intimo obenem. To jim bo kamp Orans omogočal na takšen način, da bodo do samega centra Bistrice ob Sotli potrebovali le 5 minut vožnje, do Podčetrka pa 15 minut. Iz naše kapacitete kampa je tudi jasno razvidno, da dajemo poudarek kvaliteti, domačnosti in ne toliko kvantiteti. Če želimo zajeti takšen spekter gostov, kakršnega smo si zamislili, pa moramo nuditi predvsem naše storitve po konkurenčnih cenah. Zavedamo pa se, da je zadovoljna stranka še kako pomembna za samo promocijo Kampa Orans.

V Sloveniji je kamp kot dopolnilna dejavnost na kmetiji popolnoma novi način dopolnilne dejavnosti na kmetiji. To pomeni, da smo neomejeni z novimi idejami, kako zadržati obstoječe in pridobiti nove goste. Nenehno moramo razmišljati o inovacijah in biti drugačni od standarda.

Zato bomo v Kampu Orans poskusili z naslednjimi inovacijami namenjenimi našim gostom:

- Brezplačen ogled vinske kleti: ker živimo v vinorodnem okolišu, naše vino pa slovi po zelo dobri kvaliteti, bo v Kampu Orans našim gostom omogočeno brezplačno pokušanje vseh vrst vin različnih vinogradnikov v naši občini. Vsaka cisterna z vinom bo imela podrobno predstavitev, specifikacijo vina in kontakt pridelovalca.
- Brezplačno pokušanje domačih salam: naša občina je poznana po odličnih izdelovalcih domačih suhih mesnih izdelkov. Zato bodo naši gostje imeli možnost brezplačnega okušanja domačih salam, ki bodo podobno predstavljene kot vino.
- V Oransu se bomo zavedali ekologije: Kamp Orans bo vidno prispeval k čistemu okolju. Nameravamo reciklirati odpadke, imamo že lastno čistilno napravo, v prihodnosti pa želimo čim več energije pridobiti iz obnovljivih virov.
- Nagrajevanje zvestih gostov: gostje, ki se bodo ponovno vrnil v naš kamp, bodo deležni 5 % popusta pri nočitvah.
- Nagrajevanje starih in novih gostov: ker je statistično znano, da v povprečju vsaka oseba prenoči v takšnem kampu 2,5 krat, bomo v kampu goste spodbudili, da v primeru, če pri nas ostanejo pet dni, imajo šesti dan bivanja brezplačen.

Prej navedeni pristopi bodo omogočili večje zanimanje za obisk kampa in učinkovitejši prodor na trg. Istočasno nam bo s temi pristopi lažje obdržati že obstoječe goste. V sosednjih državah takšne oprijeme že prakticirajo, pri nas pa bodo takšne spremembe prav tako potrebne, če bomo želeli slediti trendom in biti zanimivi za potrošnike.



## 5.2 Cenovna strategija

Pri določanju cenovne politike mora podjetje preučiti številne dejavnike. Proces določanja cenovne politike poteka v naslednjih fazah: najprej podjetje izbere cenovni cilj, sledijo opredelitev povpraševanja, ocenitev stroškov, analiza stroškov, cen in ponudb konkurentov, temu sledi odločitev o izboru metode določanja cen in na koncu določitev končne cene (Kotler, 2004, str. 473).

Pri oblikovanju cen nočitev Kampa Orans so bile upoštevane cene dveh primerljivih kampov, sicer iz primorske regije, kajti kampov, ustanovljenih kot dopolnilna dejavnost, na Štajerskem in ostalih slovenskih območjih zaenkrat še ni. Nisem pa zanemaril konkurence v okolihu, in sicer konkurenčna kampa iz Podčetrтка in Čateža ob Savi, ki sta bila prav tako pod drobnogledom. Odločil sem se, da bom nudil najcenejše nočitve v Sloveniji, in sicer odrasla oseba bo za nočitev odštela 8 evrov, otroci od 5 do 15 leta 6 evrov in otroci, mlajši od 5 let bodo v našem kampu bivali popolnoma brezplačno. V te cene je že vračunana voda, elektrika in morebitna domača žival.

Ker svetovna gospodarska kriza pušča vedno večji pečat na zapravlljivosti turistov, sem mnenja, da bo v obdobju naslednjih petih let najpomembneje se osredotočiti na pokrivanje sprotnih stroškov poslovanja in pokriti investicijo. Ugodne cene pa bodo našim gostom omogočale preživljanje prostega časa cenejše in kvalitetnejše. Odločil sem se, da bodo cene nočitev v prvih petih letih ostale nespremenjene, oziroma bi se cene nočitev povišale sorazmerno glede na stroške poslovanja.

## 5.3 Tržno komuniciranje

Pravilni pristop pri trženju Kampa Orans je zelo poglobitnega pomena. Turistom oziroma potencialnim obiskovalcem našega kampa je bistveno navesti tehten razlog, da obišejo ravno naš kamp, ter jih prepričati z dobro reklamo, ki bo temeljila na kvalitetni ponudbi. Prvo leto bomo namenili za oglaševanje 968 evrov, drugo leto 920 evrov, tretje leto 930 evrov, četrto leto 930 evrov in peto leto 1090 evrov. V primeru potrebe po večjem in širšem oglaševanju se bo ta cena spremenila.

Na štirih lokacijah imamo namen postaviti velike plakate, ki bodo postavljeni na zemljiščih, ki so v lasti kmetije Mošet. V tem primeru bomo imeli stroške samo z izdelavo plakatov in ne bo potrebno najeti prostora za postavitev le-teh. Izdelali bomo tudi zloženke oziroma kratke predstavitve kampa v obsegu 8.000 izvodov. Na leto predstavlja tiskana verzija oglaševanja 500 evrov stroškov. Zloženke bo mogoče dobiti na večih turistično informacijskih centrih, na primer v Podčetrtku, Kozjem, občini Bistrica ob Sotli ter v Kumrovcu na Hrvaškem. Od tovrstne reklame pričakujem tudi velik odziv, saj veliko turistov obiše Kozjanski park – povprečno 25.000 obiskovalcev na leto (Kozjanski park, 2010), in Staro selo v Kumrovcu obiše povprečno 45.000 obiskovalcev na leto (Državni zavod za statistiku, 2009). Poleg

tiskanih verzij oglaševalskega materiala bomo namenili tudi viden poudarek virtualnemu trženju. Za to bo poskrbela naša redno ažurirana spletna stran in gostovanje na drugih portalih. Prvo leto bomo imeli za najem internetnega prostora in prisotnost na portalih 268 evrov stroškov, drugo leto 300 evrov, tretje leto 310 evrov, četrto leto 310 evrov in peto leto 350 evrov. Vsi stroški oglaševanja po letih so tudi jasno razvidni v Prilogi 1 (Tabela 3).

#### 5.4 Prodajne poti

Za prodajno pot našega kampa bom uporabil internetno stran ([www.kamporans.si](http://www.kamporans.si)) na kateri bo Kamp Orans svoje storitve tržil v slovenskem in evropskem spletnem prostoru. Večina popotnikov že pred svojim potovanjem razišče pot, po kateri bodo potovali, predvsem preko interneta. Na podlagi tega bo naše tržno komuniciranje temeljilo predvsem na dobro oblikovani internetni strani, na kateri bo gostom predstavljen naš kamp, lokacija, zemljevid kampa, vse storitve, cenik in naša priporočila za obisk turističnih znamenitosti v okolici.

Kdor se bo odločil rezervirati kampirni prostor v našem Kampu Orans, bo imel možnost dodatno tudi rezervirati natančno določeno lokacijo kampirnega prostora, ki bodo predhodno oštevilčene in prikazane na zemljevidu.

Poleg lastne internetne strani bomo oglaševali tudi preko spletnih portalov:

- Slovenska turistična organizacija, [www.slovenia.info](http://www.slovenia.info);
- Skink, d. o. o., [www.avtokampi.si](http://www.avtokampi.si);
- Acenta, d. o. o., [www.sloveniaholidays.com](http://www.sloveniaholidays.com);
- Europe Camping guide, [www.europe-camping-guide.com](http://www.europe-camping-guide.com).

Stroški povezani z internetnim oglaševanjem, so v primerjavi z ostalimi mediji bistveno cenejši, tako da spletno oglaševanje predstavlja enega izmed cenovno najučinkovitejših oglaševalskih medijev.

#### 5.5 Posebni poudarki v trženju storitev

Pri trženju storitev so pomembni sami izvajalci, ki so fizični dokaz ter so vključeni v proces izvajanja. Pomembno konkurenčno prednost predstavlja prijazen in izobražen kader. Vsi v družini, ki bodo opravljali delo v Oransu, bodo podrobno poučeni o naši ponudbi, turističnih znamenitostih v naši okolici in seveda bodo znali svetovati gostom kam in kdaj naj se odpravijo ogledat določeno znamenitost.

Vsi v kampu bomo nemudoma reševali vse probleme, pripravljeni bomo priskočiti na pomoč in bomo ves čas na dosegu, kajti to je le nekaj oprijemov, kako ravnati, da se bodo naši gostje počutili dobrodošli, zadovoljni, varni in bodo v končni fazi predali sporočilo ostalim, naj obišejo naš kamp.

## 6 PROIZVODNI IN STORITVENI NAČRT

### 6.1 Geografska lokacija kampa Orans

Kamp Orans bo lociran v štajerski regiji, natančneje v osrčju Kozjanskega parka. Točen naslov Kampa Orans bo Črešnjevce ob Bistrici 17, v Bistrici ob Sotli. Kamp bo od matične kmetije Mošet oddaljen 2 kilometra. Dostop bo mogoč z regionalne ceste Brežice–Maribor. Lokacija je dobra, saj bo kamp od regionalne ceste oddaljen samo 1 kilometer.

Prednost naše lokacije vidim v mirnem, zelo redko poseljenem območju, tako da bodo lahko gostje kampa nemoteno bivali in se jim ne bo potrebno ozirati na okoliške prebivalce. Prav tako pa tudi občani, s svojimi poljedeljskimi dejavnostmi v poletni sezoni, ne bodo motili gostov. Poseben poudarek namenjam sožitju občanov ter obiskovalcev kampa, kajti tudi občani bodo lahko imeli korist od naših gostov.

Kamp bo oddaljen 5 minut vožnje do centra Bistrice ob Sotli, kjer bodo imeli gostje možnost obiska trgovine Marjan Market, bara Fendre, gostilne Šempeter, pošte, zdravstvenega doma in bencinske črpalke. Prav tako imamo v samem centru tudi frizerski studio, mladinski center, športni park, mednarodno strelišče in fitness.

### 6.2. Poslovni prostori

Celotna parcela obsega 6 hektarjev, od tega je predvideno 1,5 hektarja za ograjen kamp. Zaradi velikosti zemljišča nimamo prostorske omejitve, tako da bomo v prihodnosti lahko tudi širili ponudbo aktivnosti v kampu. Preostale parcele, ki bodo obkrožale kamp, so urejene travnate površine, na katerih bodo naši gosje lahko preživljali prosti čas.

Celoten objekt, ki že stoji na zemljišču, bo obnovljen in preurejen v vinsko klet v kletnem prostoru, klubski prostor in kuhinjo v pritličju, v prvem nadstropju pa bo senik, na katerem bodo naši gostje lahko prenočili. V tem objektu bo tudi pisarna za sprejem, iz katere bodo gostje imeli tudi dostop do uporabe savne in prostora za sprostitev, kjer se bodo opravljale tudi masažne storitve. V neposredni bližini stoji trenutno strojna lopa, ki bo preurejena v sanitarije in pralnico.

### 6.3 Operativni cikel

Nadzor in vodenje v Kampu Orans si bova delila z bratom Primožem Mošetom, ki je tudi lastnik kmetije Mošet. Skrbela bova za komuniciranje z javnostjo, trženje in oblikovanje strateških planov za prihodnje poslovanje kampa. Glede na potrebe po masaži in programu preživetja v naravi se bodo ustvarjali tudi urniki teh dejavnosti.

Operativni cikel v našem kampu, ki ga bomo opravljali vsi člani družine Mošet (Anton, Mihaela, Primož in Boštjan Mošet ter Anja Šeško), prevzema prav tako dela, kot so sprejem gostov, predstavitev našega kampa, aktivnosti v kampu in v okolici, sprejetje plačila in beleženje rezervacij, ki bodo prišle preko interneta. Za čistočo sanitarij in ureditev okolice bodo skrbele Anja Šeško in Mihaela Mošet, za vsa vzdrževalna dela pa bomo poskrbeli preostali člani družine. Za dodatne storitve, ki jih ponuja kamp, bosta zadolženi dve osebi. Delo maserke bo prevzela Anja Šeško, ki ima opravljen tečaj masaže in je članica družine Mošet. Za preživetje v naravi bo zadolžen Zoran Borovšak, ki bo poskrbel za celoten projekt preživetja v naravi.

Lastnik kampa bo imel možnost spremljati vse stroške, naložbe in nastale prihodke, vendar bo to delo prepustil svojemu računovodskemu servisu. Skrbel bo tudi za ažurno spremljanje finančnega stanja dopolnilne dejavnosti, pravočasno plačevanje obveznosti, usmerjanje reklamnih akcij in omogočanje popustov stalnim strankam.

#### 6.4 Pravne zahteve, dovoljenja in vprašanja okolja

Ker so vsi objekti na zemljišču že postavljeni, ne potrebujemo nobenih dodatnih lokacijskih, projektnih dokumentacij in sprememb namembnosti zemljišča. Za pridobitev dovoljenja opravljanja te dejavnosti bo potrebno upoštevati standarde, ki jih določajo predpisi, ki so podrobneje opisani v točki 2.3. Po zaključku vseh gradbenih del in opremljanja je potrebno pridobiti soglasje na upravni enoti za dovoljenje opravljanja dopolnilne dejavnosti na kmetiji. Na podlagi ureditve kampa in zahtev, ki jih narekuje Ministrstvo za gospodarstvo, nam bo dodeljena kategorizacija kampa. Po naših predvidevanjih bo Kamp Orans imel tri zvezdice. Lega, postavitve kampa in opravljanje te dopolnilne dejavnosti ni sporna za okolje, zato pri tem nimamo zadržkov.

## 7 NAČRT RAZVOJA

### 7.1 Trenutni status razvoja storitev in naloge do dokončanja razvoja

V mesecu oktobru 2010 je predvideno, da bomo začeli s čiščenjem zemljišča in zemeljskimi deli, kajti na posestvu je potrebno odstraniti odvečna drevesa in grmovje. Obnoviti je potrebno dovozno cesto in parkirišče. Po zaključku teh del so predvidena gradbena dela za obnovo obstoječih objektov, vzporedno s tem pa pridobivanje dovoljenj za opravljanje dopolnilne dejavnosti na kmetiji. Naš cilj je, da bo Kamp Orans začel predvidoma poslovati prvega maja prihodnje leto.

### 7.2 Sistem izboljševanja in uvajanja novih storitev

Na doseganje kvalitete storitev v največji meri vplivajo strankam vidni elementi storitev, kot so na primer kontaktno osebje, primerno urejena okolica in izbor ponudbe v kampu. Ponudbo

v kampu je potrebno vedno prilagajati, dopolnjevati ali spreminjati, če želimo ostati na tržišču. Zadovoljstvo gostov bomo redno spremljali, tako da bomo gosta naprosili, da izpolni vprašalnik o zadovoljstvu in pripombah o kampu. Odgovori bodo dobra smernica za nas za prihodnje poslovanje, saj bomo s tem dobili direktno povratno informacijo. Ta informacija bo dobro izhodišče, da bomo boljši, kvalitetnejši in inovativni v vseh pogledih.

Že sam kamp na kmetiji, predstavlja širitev naše kmetije. Kljub temu, da bo Kamp Orans dopolnilna dejavnost na kmetiji, ji bomo posvečali dovolj pozornosti, da se bo investicija v šestih letih povrnila. V primeru, da bo v prihodnosti povečana potreba po večji ponudbi športnih dejavnosti (bazena, igrišča za odbojko, širitev savne), se lahko širimo v tej smeri, saj nam prostorske zmogljivosti to omogočajo.

### 7.3 Sredstva namenjena razvoju

Skupna investicija v Kamp Orans bo znašala 60.000 evrov, ki jo bo v celoti pokrila kmetija Mošet. Celotna investicija bo izpeljana z lastnimi sredstvi, brez kreditov oziroma kakršnih koli drugih oblik izposoje denarja. Pričakujemo, da bo naš kamp potreboval kar nekaj časa, da bo postal prepoznaven po svoji dejavnosti in storitvah, tako da o nadaljnjih investicijah v prihodnosti ne razmišljamo. Kot sem pa že opisal v prejšnji točki (7.2 Sistem izboljševanja in uvajanja novih storitev), pa dopuščamo možnost dodatnih investicij v razširitev programa storitev v Kampu Orans.

## 8 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI

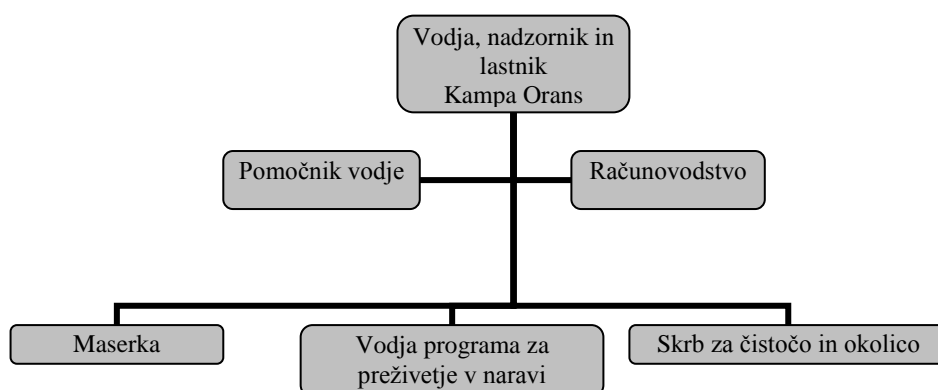
### 8.1 Organizacijska struktura

Kmetija Mošet ima zelo enostavno organizacijsko strukturo. Aktivno bomo sodelovali in delali v kampu prav vsi člani družine Mošet in en zunanji sodelavec.

V kampu se ločijo naslednje funkcije (Slika 2):

- vodja, nadzornik in lastnik Kampa Orans bo moj brat Primož Mošet, ki je prav tako lastnik kmetije Mošet;
- funkcijo pomočnika vodje bom prevzel sam in bom skrbel tudi za komuniciranje, usmerjanje in nadzorovanje sodelujočih v kampu, vodenje ter skrb za promocijo kampa;
- računovodske storitve bo opravil računovodski servis Aza plus d. o. o.;
- maserka bo Anja Šeško, ki bo opravljala delo preko honorarne pogodbe;
- vodenje programa za preživetje v naravi bo prevzel Zoran Borovšak, ki bo prav tako opravljal delo preko honorarne pogodbe;
- skrb za čistočo in okolico si bomo delili prav vsi člani družine (oče Anton, ki bo imel na skrbi tudi tekoče vzdrževanje v kampu, mati Mihaela, Anja Šeško, brat Primož ter jaz).

Slika 2: Organizacijska struktura



## 8.2 Ključno vodstveno osebje in ključni kadri

Lastnik kampa Primož Mošet, ki je prav tako vodja, je najpomembnejša oseba v kampu. Koordiniral bo preostale člane v družini in skrbel za nemoten potek izvajanja storitev v kampu. Z idejami bo prispeval k razvoju in opravljal nadzor nad zunanjim sodelavcem, financami ter doseganju zelenih ciljev za dobrobit kampa.

## 8.3 Politika zaposlovanja in nagrajevanja v kampu

Skleпам, da bomo vsi člani družine sami po sebi dovolj motivirani za čim boljše poslovanje, zato posebne oblike nagrad ne bodo potrebne. Strmeli bomo, da bo v čim hitrejšem času investicija (ki znaša 60.000 evrov) v Kamp Orans povrnjena. To pa bo predstavljalo nagrado za nas, kajti s tem bomo imeli potrdilo, da posluјemo dobro ter da je bila investicija upravičena.

## 8.4 Upravni odbor

Kamp Orans bo dopolnilna dejavnost kmetije Mošet, zato ne bo imel upravnega odbora.

## 8.5 Drugi lastniki in investitorji, njihove pravice in omejitve

Kmetija Mošet bo 100 % lastnik Kampa Orans. Kamp ne bo imel drugih lastnikov ter zunanjih investitorjev.

## 8.6 Profesionalni svetovalci in storitve

Profesionalni svetovalci in storitve, ki jih bomo za Kamp Orans potrebovali, so naslednji:

- Kmetijska svetovalna služba Šmarje pri Jelšah, pod okriljem Kmetijsko–gozdarske zbornice Slovenije (brezplačno svetovanje na področju pravilnikov, smeri razvoja in vseh vprašanj glede samega obratovanja);
- Zoran Borovšak, uni. dipl. biolog (vodenje programa preživetje v naravi);
- podjetje Matrica (oblikovanje promocijskega materiala, plakatov, vizitk);
- Tref, d. o. o. (izdelava in oblikovanje spletne strani);
- Aza Plus, d. o. o. (računovodske storitve).

## **9 SPLOŠNI TERMINSKI NAČRT**

### **9.1 Ključne poslovne aktivnosti v prvem poslovnem letu**

Kmetija Mošet ima v lasti potrebno zemljišče, ki je namenjeno Kampu Orans, prav tako so na parceli že vsi priključki za vso potrebno infrastrukturo, kot so voda, elektrika, kanalizacija, internet in telefon. Do parcele je urejena asfaltirana cesta.

Terminsko razdeljene aktivnosti, ki so ključnega pomena za prvo leto poslovanja, so prikazane v Tabeli 3. Povsod je upoštevana tudi časovna rezerva, saj moramo misliti tudi na nepredvidene ovire, ki lahko nastanejo med samim procesom aktivnosti.

Predpostavke terminskega plana so sledeče:

- poslovni načrt bo narejen do konca oktobra 2010;
- pridobivanje potrebne dokumentacije bomo urejali oktobra in novembra 2010;
- vzporedno z urejanjem dokumentacije bomo pričeli z zemeljskimi deli, grobimi gradbenimi deli, naročilom opreme, pohištva in izdelavo spletne strani;
- zaključna gradbena dela in zemeljska dela, ki vključujejo ureditev okolice, vodovodno in elektro-inštalacijo, napeljavo interneta, ureditev prostorov in beljenje, bomo izvajali od januarja 2011 do aprila 2011;
- v začetku februarja 2011 bomo začeli s promocijo kampa;
- odprtje kampa pričakujem maja 2011.

Tabela 3: Terminski načrt ključnih aktivnosti za prvo leto poslovanja

AKTIVNOSTI PO MESECIH	2010												2011								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Birokracija</b>																					
Priprava poslovnega načrta																					
Ureditev potrebne dokumentacije																					
<b>Obnovitvena dela</b>																					
Zemeljska dela																					
Groba gradbena dela																					
Zaključna gradbena in zemeljska dela																					
<b>Notranje opremljanje</b>																					
Naročilo opreme in pohištva																					
Namestitev opreme pohištva																					
<b>Priprave na poslovanje</b>																					
Izdelava spletne strani																					
Izdelava reklamnega materiala																					
Prevzem objektov																					
Pridobitev kategorizacije kampa																					
<b>Poslovanje</b>																					
Odprtje kampa																					
Plačilo prvih računov																					
Prilivi sredstev																					

## 10 KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI

### 10.1 Makro raven

Na makro ravni se soočamo s problemi, na katere nimamo direktnega vpliva. Možna tveganja, s katerimi se soočamo, so povezana z makroekonomskimi gibanji, državnimi ukrepi, vojnami, naravnimi katastrofami.

Trenutno pa največje tveganje predstavlja gospodarska kriza. Negativen vpliv gospodarske krize se kaže predvsem v manjšem obsegu potovanj turistov. Kljub dobrim napovedim za prihodnost v naši dejavnosti, se zavedamo, da lahko vpliva na manjšo obiskanost kampa že ena slaba izkušnja gosta izven kampa.

Obstaja tudi visoko tveganje, da se v naši okolici pojavi turistična kmetija, ki bo nudila sobe ali apartmaje, oziroma da se v neposredni bližini odpre konkurenčni kamp. Našemu kampu bi predstavljalo problem tudi slabo vreme. Ker bo kamp odprt samo v poletnih mesecih, lahko slabo vreme v celotni sezoni zelo negativno vpliva na obisk.



## 10.2 Raven podjetja

Na ravni podjetja lahko lažje vplivamo na potek dogodkov, vendar so tudi na tem področju velike možnosti tveganja. Kot prvi problem bi izpostavil obnovitvena dela v kampu. Iz terminskega načrta je razvidno, da se bodo skoraj vsa zemeljska in gradbena dela izvajala od novembra 2010 pa do aprila 2011. Težava se pojavi v primeru, da gradbeniki ne bodo mogli opraviti svojega dela, če jim vremenske razmere tega ne bodo dopuščale. V terminskem planu sem to upošteval in vsaki aktivnosti dodal še rezervni čas. Tveganje predstavlja tudi preseganje predvidenih stroškov v sama obnovitvena dela obstoječih objektov. Velik problem predstavlja tudi manjša obiskanost kampa od predvidenega števila. Prav v ta namen sem raziskal trg in ugotovil, da bi 40 % naključno anketiranih želelo obiskati kamp s takšno ponudbo. Anketirancem sem dal možnost, da jih lahko obvestim ob odprtju Kampa Orans, in kar 75 % anketirancev je navedlo svoj elektronski naslov za obveščanje.

## 10.3 Simulirana poslovna tveganja

Zaradi spremenljivih razmer na trgu ter tako pozitivnih kot negativnih nihanjih v gospodarstvu sem izdelal tri možne scenarije in sicer: realističnega, pesimističnega in optimističnega.

Pri finančnih projekcijah sem kot odločilno spremenljivko vzel povprečno zasedenost v Kampu Orans. Na podlagi povprečne zasedenosti kapacitet sem ugotovil povprečno število oseb, ki bodo obiskale naš kamp. Po verjetnosti, da bo vsak gost pri nas prespal povprečno dvakrat in pol, sem dobil število nočitev. Prav tako sem po ocenjeni verjetnosti določil, da se bo 10 % gostov posluževalo dolge masaže, 15 % kratke masaže, 40 % gostov bo uporabljalo jacuzzi in trikrat mesečno bo organiziran program preživetja v naravi. Na podlagi teh predpostavk sem napravil najverjetnejšo, pesimistično ter optimistično finančno simulacijo (Priloga 5). V optimistični poslovni simulaciji sem upošteval 20 % zasedenost kapacitet. V pesimistični poslovni simulaciji pa 5 % zmanjšanje zasedenosti kapacitet glede na realistično simulacijo, v kateri sem upošteval 15 % zasedenost. Pri 15 % zasedenosti kampa, to je realistični scenarij, znaša notranja stopnja donosa 8,5 %. Pri 20 % zasedenosti kampa, to je optimistični scenarij, znaša notranja stopnja donosa 14,9 %. Pri zadnjem pesimističnem scenariju, pri katerem je zasedenost kampa 10 % pa znaša notranja stopnja donosa 1,2 %.

# 11 FINANČNI NAČRT

## 11.1 Predračun izkaza uspeha

Iz predračuna izkaza uspeha je razviden dobiček oz. izguba, ki jo bomo dosegali v prvih petih letih poslovanja. Za najbolj nazoren prikaz dobička sem realno ocenil vse fiksne in variabilne stroške, ki bodo nastajali z obratovanjem Kampa Orans. Zajeti so stroški prodaje in vsi

proizvajalni stroški (voda, električna, telefon, zavarovanja, stroški plač, drobni inventar itd.). Predračun izkaza poslovnega izida je v Prilogi 5.

Kamp Orans bo že prvo leto posloval z dobičkom v višini 1.503 evrov. V naslednjih petih letih pa se bo ta dobiček povečeval, in sicer v drugem letu bo kamp beležil 5.694 evrov, v tretjem letu 7.046 evrov, v četrtem letu 8.142 evrov in v petem letu 9.658 evrov dobička.

## 11.2 Predračun bilance stanja

V točki 2.2. sem že omenil, da stavba in zemljišče ne predstavljata stvarnega vložka za dopolnilno dejavnost. Potrebno pa bo objekte obnoviti in nabaviti vso potrebno opremo za kvalitetno izvajanje naših storitev. Ustanovitveni kapital bo znašal 60.000,00 evrov. Od tega bo 30.000 evrov namenjenih za obnovitev obstoječih objektov in ureditev okolice, 17.433,00 evrov bo namenjenih za nakup celotne opreme in preostali denar, to je 12.567,00 evrov, bo namenjen za reševanje likvidnostnih težav. Presežke denarnih sredstev pa bomo razporedili v finančne naložbe v obliki vezanih depozitov, višina obrestne mere pa bo znašala 3 %.

## 11.3 Predračun izkaza finančnih tokov

Kamp Orans kot dopolnilna dejavnost na kmetiji je odvisen od sezonske dejavnosti, to pomeni da bo v petih mesecih, ko bo kamp aktiven potrebno zagotoviti sredstva za kritje fiksnih stroškov za obdobje, ko kamp ne bo obratoval. Za ta namen bo na transakcijskem računu pripravljena denarna rezerva. V prvem letu je denarni tok negativen v znesku 58.909 evrov, že v drugem letu pa se pričakuje pozitiven denarni tok v znesku 2.652 evrov. Prav tako se pričakuje pozitiven denarni tok še za preostala tri leta.

## 11.4 Davčni status

Kmetija Mošet je davčni zavezanec in plačuje davek na dodano vrednost skladno z Zakonom o dodani vrednosti (Zakon o DDV, drugi odstavek 94. člen ZDDV-1). V skladu z drugim odstavkom 94. člena ZDDV-1, bomo obračunavali storitev možnost prenočitve na kmetiji po 8,5 odstotni stopnji DDV za ostale storitve, kot so masaža, preživetje v naravi, uporaba jacuzzija in izposoja koles, pa bomo obračunavali 20 odstotno stopnjo DDV. Za vse ostale storitve, ki jih bo kmetija najemala, bo potrebno plačati 20 odstotni DDV.

## 11.5. Kontrola stroškov

Vodja Kampa Orans bo sprotno spremljal velikost in upravičenost stroškov. Mesečno bo stroške nadzoroval vodja kampa, letna poročila pa bo izdajal računovodski servis. V primeru neutemeljeno visokih stroškov bo možno v posameznih obdobjih nemudoma ukrepati za zniževanje le-teh.

## 11.6 Kazalci uspešnosti poslovanja

Ob predvideni povprečni letni 15 % zasedenosti, bo Kamp Orans že v prvem letu ustvaril 1.503 evrov dobička. Ob koncu petega leta pa bomo beležili dobiček v višini 9.658 evrov in imeli 8,5 % interno stopnjo donosa. Ostali kazalci stopnje donosov (ROA, ROE, ROS) se bodo v kampu gibal skozi vsa leta pozitivno. ROA (čisti dobiček/povprečni kapital) znaša prvo leto 2 %, drugo leto 8 %, tretje leto 9 %, četrto leto 10 % in peto leto znaša 11 %. ROE (čisti dobiček/povprečni kapital) znaša prvo leto 3 %, drugo leto 9 %, tretje leto 10 %, prav tako četrto leto 10 % in peto leto pa znaša 11 %. ROS (čisti dobiček/prihodek) od prvega leta, ki znaša 7 %, do petega leta konstantno narašča in peto leto doseže vrednost 32 %. Rast ROS-a pomeni, da kamp pri višji zasedenosti kampirnih prostorov dosega višji dobiček, kar pa pomeni, da se pri tem znižujejo tudi fiksni stroški.

Povprečna sredstva na zaposlenega v prvem letu poslovanja kampa znašajo 15.470 evrov. V kampu ne predvidevamo v naslednjih petih letih novih zaposlencev oziroma povečanje družinskih članov, zato povprečna sredstva na zaposlenega rastejo, in sicer drugo leto 16.219 evrov, tretje leto 17.717 evrov, četrto leto 19.415 evrov in peto leto 21.524 evrov. Prihodek na zaposlenega prvo leto znaša 5.273 evrov in vsa leta raste, v petem letu pa znaša 7.055 evrov. Dobiček na zaposlenega znaša prvo leto 376 evrov in prav tako vsa leta raste, v petem letu pa znaša 2.286 evrov na zaposlenega.

## 12 PRIDOBIVANJE IN UPRAVLJANJE Z VIRI

### 12.1 Zaželeno financiranje

Za dobro poslovanje bo potreben kapital v višini 60.000,00 evrov. Od tega bo 30.000 evrov namenjenih za obnovo obstoječih objektov in ureditev okolice, 17.433 evrov bo namenjenih za nabavo opreme, preostalih 12.567 evrov pa bo namenjenih za pokrivanje fiksnih stroškov in negativnega denarnega toka za obdobja, ko kamp ne bo obratoval.

### 12.2 Pridobivanje virov financiranja

Kamp Orans kot dopolnilna dejavnost na kmetiji bo v celoti financiran s strani kmetije Mošet. Zato bo lastnik kmetije tudi celoten lastnik Kampa Orans.

### 12.3 Upravljanje z obratnim kapitalom Kampa Orans

Naše storitve (oddajanje prostora za postavitve šotora, masaže, program preživetje v naravi, uporaba jacuzzija in izposoja koles) se bodo plačevale na isti dan oziroma z nekaj dnevnim zamikom od njihove uporabe. Dobaviteljev ne bo, razen če upoštevamo dobavitelje z električno energijo, komunalo itd. Zato predvidevam, da Kamp Orans ne bo imel

likvidnostnih težav. Od odprtja kampa pa do prvih prihodkov so za pokrivanje obveznosti pripravljena denarna sredstva v višini 12.567 evrov.

## **SKLEP**

V strokovni zaključni nalogi sem predstavil poslovni načrt za Kamp Orans, kot dopolnilno dejavnost na kmetiji. Skozi nalogo sem prikazal, da je ustanovitev kampa kot dopolnilne dejavnosti na kmetiji popolnoma smiselna in da bo takšna dopolnilna dejavnost na kmetiji prinašala dodatna sredstva. Dobiček bo že prvo leto pozitiven in se bo vsako leto povečeval. Pomembno dejstvo pa je tudi to, da so bile pri kalkulacijah uporabljene možne in nekoliko konzervativne ocene, kar pomeni, da bi lahko bili kazalci uspešnosti dopolnilne dejavnosti nekoliko višji.

Raziskava konkurence je pokazala, da sta blizu dva zelo velika konkurenta, ki nudita veliko več storitev, kot jih lahko ponudi Kamp Orans. Vendar pa konkurenta ne ponujata bistvenega, kar bo ponujal naš kamp, in to je pristna domačnost, mir in ugodne storitve. Trendi kažejo, da bo v prihodnosti vedno več zanimanja za preživljanje prostega časa v naravi na deželi, kjer si bodo lahko gosti oddahnili od vsakodnevnega mestnega vrveža, hitrega življenjskega tempa in stresa, ki je vedno bolj prisoten. Zbujanje v mirnih jutrih, poslušanje ptičjega petja, nešteto možnosti za rekreacijo, okušanje domačih dobrot, obiskovanje muzejev, možnost razvajanja v samem kampu in pa nepozabni večeri ob ognju in živi glasbi bodo glavni atributi, ki jih bomo nudili.

Samo poslovanje in prepoznavnost kampa sta odvisna ne samo od števila gostov, temveč tudi od zaposlenih v njem. Zaposleni bomo gostom neprestano na razpolago, svetovali jim bomo glede preživljanja prostega časa in jim pustili nepozaben vtis, da se bodo ponovno vračali v Kamp Orans in pri tem širili dobro ime naših storitev.

Cilj odprtja Kampa Orans je v prvi vrsti pridobitev dodatnega zaslužka kmetije Mošet, razviti kmetijo v neko novo panogo in postati viden član pri turističnem razvoju slovenskega podeželja. Kot prva kmetija na celjskem in posavskem področju pa želimo dokazati, da je mogoče takšno dopolnilno dejavnost v realnosti kljub težkim trenutnim gospodarskim razmeram realizirati in jo narediti trendovsko.

## LITERATURA IN VIRI

1. Drnovšek, M.&Stritar, R. (2007). Podjetništvo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
2. Državni zavod za statistiku - Statistična izjvešća turizam 2009. Najdeno 10. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.dzs.hr/>
3. Dujčeva Domačija. (2010). Intervju z gospo Emilijano Lipovšek.
4. Kamp Lijak. (2010). Intervju z gospodom Aleksandrom Mladovan.
5. Kotler (2004).: Managent trženja. Ljubljana: GV založba.
6. Kozjanski park. Poročila parka. Najdeno 28. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.kozjanski-park.si/sl/dejstva-in-podatki/poroila>
7. Slovensko podeželje. Turistična dejavnost kot dopolnilna dejavnost na kmetiji 2007. Krašovec J. Najdeno 10. oktobra 2010 na spletnem naslovu <http://www.turisticnekmetije.si/pogoji.asp>
8. Statistični urad Republike Slovenije. Poslovanje podjetij po dejavnosti (SKD 2002), Slovenija, letni podatki do leta 2007. Najdeno 10. oktobra 2010 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
9. Statistični urad Republike Slovenije. Poslovanje podjetij po dejavnosti (SKD 2008), Slovenija, letno. Najdeno 10. oktobra 2010 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/klasje/tabela.aspx?cvn=4978>
10. Statistični urad Republike Slovenije. Prihodi in prenočitve turistov po vrstah nastanitvenih objektov in po državah 2009, Slovenija, letno. Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
11. Škerbinc S. (2010, 16. marec). Informacije, trendi in zanimivosti turistične panoge. Najdeno 15. julija 2010 na spletnem naslovu [http://www.gzs.si/slo/panoge/turisticno\\_gostinska\\_zbornica\\_slovenije/48858](http://www.gzs.si/slo/panoge/turisticno_gostinska_zbornica_slovenije/48858)
12. Terme Čatež d.d. (2010). Število nočitev leta 2009 v podjetju Terme Čatež d.d. (interno gradivo). Brežice: Terme Čatež d.d.
13. Terme Olimia. Kamp Natura. Najdeno 3. julija 2010 na spletnem naslovu <http://www.termes-olimia.com/si/hotels/natura/>
14. Timmons J.A. (1990). New Venture Creation. Homewood. Irwin.
15. Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih. Ur. list RS št. 88/00 in 114/04. Najdeno 10. oktobra na spletnem naslovu [http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Pravilnik\\_kategorizacija\\_\\_NPB\\_.pdf](http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Pravilnik_kategorizacija__NPB_.pdf)
16. Zorko, B. (2009, 19, november). Nazaj pod vedro nebo. Najdeno 15. julija na spletnem naslovu <http://www.vecer.com/clanek2009111905487292>

17. Zakon o DDV, drugi odstavek 94 člen ZDDV-1. Najdeno 10. oktobra na spletnem naslovu <http://www.uradni-list.si/1/content?id=76403>
18. Zakon o kmetijstvu: Zakon o kmetijstvu 29. člen (Uradni list RS št. 51/06). Najdeno 10. oktobra na spletnem naslovu <http://www.uradni-list.si/1/content?id=73399>

## PRILOGE

**Priloga 1:** Fiksni, variabilni in stroški prodaje

**Priloga 2:** Struktura investicije za Kamp Orans

**Priloga 3:** Drobni inventar, ki se nabavi ob odprtju Kampa Orans

**Priloga 4:** Geografska lokacija Kampa Orans

**Priloga 5:** Tabele in finančni prikazi za Kamp Orans

**Priloga 6:** Prikaz simulacij za Kamp Orans

## Priloga 1: Fiksni, spremenljivi in stroški prodaje

Tabela 1: Fiksni stroški po vrstah na leto v evrih

FIKSNI STROŠKI	Stroški v evrih po letih				
	2011	2012	2013	2014	2015
Telefon, TV, internet	320,0	480,0	480,0	480,0	480,0
Komunala in voda	1.040,0	1.200,0	1.500,0	1.600,0	1.700,0
Elektrika	1.000,0	1.200,0	1.300,0	1.400,0	1.500,0
Zavarovanje	1.319,0	1.315,0	1.280,0	1.280,0	1.260,0
Računovodstvo	360,0	360,0	420,0	420,0	420,0
Drobni inventar	5.520,0	200,0	300,0	360,0	480,0
Vzdrževanje	350,0	360,0	360,0	600,0	800,0
Stroški dela	3.060,0	3.060,0	3.060,0	3.060,0	3.060,0
<b>SKUPAJ</b>	<b>12.969,0</b>	<b>8.175,0</b>	<b>8.700,0</b>	<b>9.200,0</b>	<b>9.700,0</b>

Tabela 2: Spremenljivi stroški po vrstah na leto v evrih

VARIABILNI STROŠKI	Stroški v evrih po letih				
	2011	2012	2013	2014	2015
Vodenje preživetja v naravi	750,0	750,0	750,0	750,0	750,0
Masažne storitve	840,0	900,0	955,0	1.010,0	1.070,0
<b>SKUPAJ</b>	<b>1.590,0</b>	<b>1.650,0</b>	<b>1.705,0</b>	<b>1.760,0</b>	<b>1.820,0</b>

Tabela 3: Prikaz stroškov promocije v prvih petih letih

STROŠKI OGLAŠEVANJA V EVRIH	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
Izdelava in ažuriranje spletne strani	200,0	120,0	120,0	120,0	240,0
Najem internetnega prostora in prisotnost na portalih	268,0	300,0	310,0	310,0	350,0
Oblikovanje in tiskanje plakatov, zloženek in vizitk	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0
<b>SKUPAJ</b>	<b>968,0</b>	<b>920,0</b>	<b>930,0</b>	<b>930,0</b>	<b>1090,0</b>



## Priloga 2: Struktura investicije za Kamp Orans

Tabela 1: Struktura investicije za Kamp Orans

Delovna sredstva	Proizvajalec	Količina	Cena 1 komada v €	Cena v € skupaj
1. Obnova obstoječega objekta in ureditev okolice	Gradlin d.o.o.	1	30.000,0	30.000,0
2. Čistilna naprava	Anton Špes s.p.	1	1.500,0	1.500,0
<b>3. Oprema (skupaj)</b>				<b>15.933,8</b>
<b>Kuhinja Orans</b>				<b>4.334,3</b>
• Kuhinjski elementi	Lesnina	1	1.320,4	1.320,4
• Kuhinjska miza in stoli	Lesnina	1	619,0	619,0
• Vrtna garnitura	Lesnina	1	279,9	279,9
• Pečica	Gorenje	1	300,0	300,0
• Hladilnik	Gorenje	2	409,9	819,8
• Zmrzovalna skrinja	Bosch	1	429,0	429,0
• Kuhinjski pribor	Merkur			298,4
• Vrtni žar	Damjan Korpnik s.p.	1	147,8	147,8
• Kuhinjski lesteneč	Merkur	6	20,0	120,0
<b>Sanitarni prostori Orans</b>				<b>4.839,5</b>
• Tuš 90x90	Merkur	4	449,9	2.249,5
• Umivalnik	Merkur	4	115,0	460,0
• WC školjka	Merkur	4	80,0	320,0
• Pisoar	Merkur	1	100,0	100,0
• Bide	Merkur	2	70,0	140,0
• Pralni stroj	Gorenje	1	600,0	600,0
• Sušilni stroj	Gorenje	1	500,0	500,0
• Lojster	Merkur	8	15,0	120,0
• Kopalniško ogledalo	Merkur	4	50,0	200,0
• Ostala sanitarna oprema	Merkur			150,0
<b>Wellnes Orans</b>				<b>5.960,0</b>
• Jacuzzi	Maat1, d.o.o.	1	5.200,0	5.200,0
• Finska savna	Bolha.com	1	600,0	600,0
• Masažna miza	Tadej Malaj s.p.	1	160,0	160,0
<b>Računalniška oprema</b>				<b>800,0</b>
• Računalnik (prestigo office 3)	Trgovina ZIP	1	530,0	550,0
• Monitor LCD 19"	Trgovina ZIP	1	106,0	150,0
• Tiskalnik Konica Minolta	Trgovina ZIP	1	59,0	100,0
<b>INVESTICIJA SKUPAJ</b>				<b>47.433,8</b>

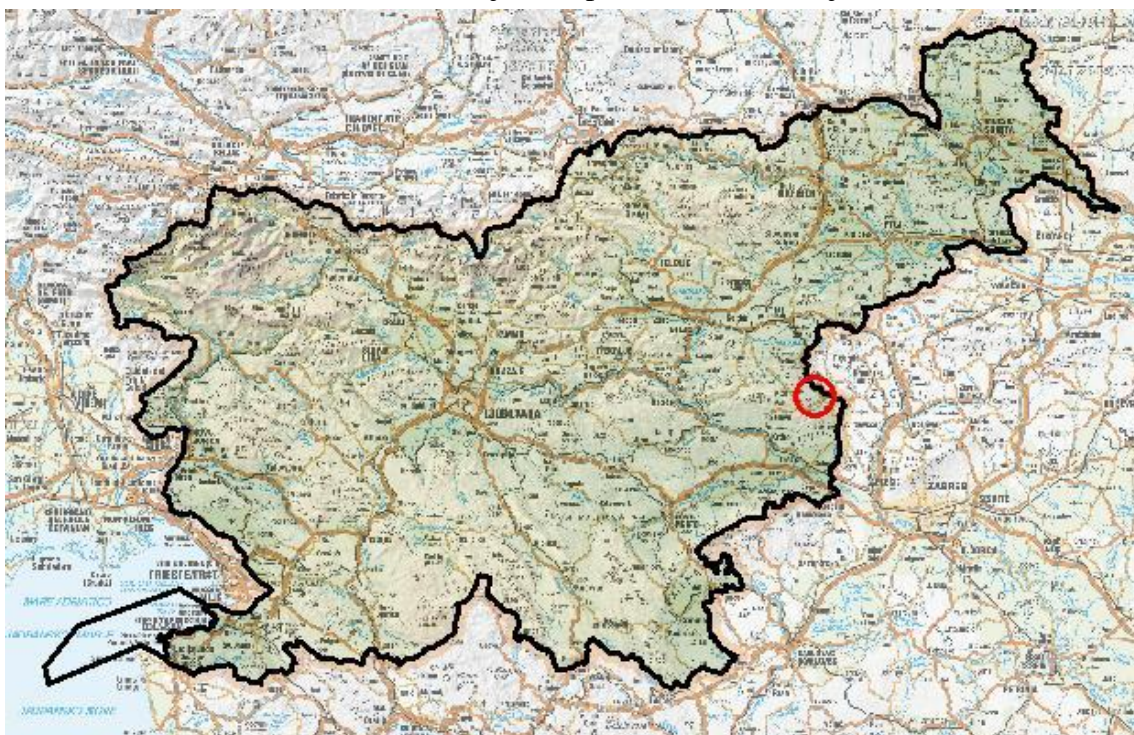
Priloga 3: Drobní inventar, ki se nabavi ob odprtju Kampa Orans

Tabela 1: Drobní inventar, ki se nabavi ob odprtju Kampa Orans

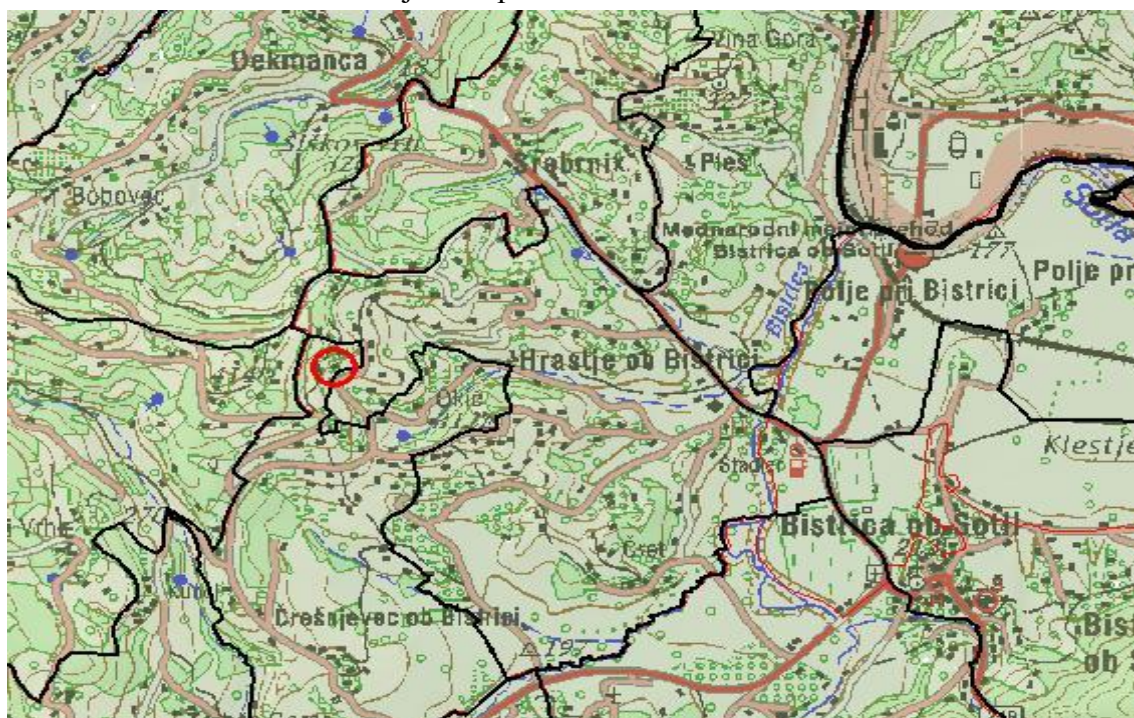
Vrsta drobnega inventarja	Proizvajalec	Količina	Cena 1 komada v €	Cena v € skupaj
• Vrvíce 5m	Mixi Caravaning	5	10	50
• Šotorska krila	Mixi Caravaning	5	30	150
• Zložljiva lopatka	Mixi Caravaning	5	15	75
• Kotlo za kuhanje	Mixi Caravaning	2	79	158
• Kompas	Mixi Caravaning	5	15,9	79,5
• Otroška gugalnica	Merkur	1	95,92	95,92
• Otroško igralo	Merkur	1	293,93	293,93
• Trampolin	Merkur	1	146,99	146,99
• Gorsko kolo (moško)	Gost Scandium	1	400	400
• Gorsko kolo (žensko)	Ananda	1	433	433
• Gorsko kolo (otroško)	Felt	2	239,2	239,2
• LCD TV Sony KDL-37	Trgovina ZIP	1	669	669
• Ozvočenje TEAC	Trgovina ZIP	1	50	50
• Šotor veliki (6 oseb)	Mixi Caravaning	2	259,6	519,2
• Šotor mali (3 osebe)	Mixi Caravaning	2	64,98	129,96
• Spalna vreča	Mimo vrste	10	18	180
• Armaflex	Merkur	10	10	100
• Ležalnik	Merkur	5	41,23	206,15
• Mizica za izposajo (110x70)	Mixi Caravaning	2	35	70
• Športna žoga	Enko šport	3	19,73	59,21
• Pisalna miza	Merkur	2	147,6	295,2
• Pisarniški stol	Merkur	2	39,99	79,98
• Omarica za prvo pomoč	Trgovina Conrad	2	190	380
• Gasilni aparat (veliki 6kg)	Trgovina Conrad	3	154,1	462,3
• Gasilni aparat (mali 1kg)	Trgovina Conrad	3	25	75
<b>SKUPAJ</b>				<b>5397,54</b>

## Priloga 4: Geografska lokacija Kampa Orans

Slika 1: Lokacija Kampa Orans v Sloveniji



Slika 2: Lokacija Kampa Orans v občini Bistrica ob Sotli





# Priloga 5: Tabele in finančni prikazi

## Tabela 1: Prikaz finančnih projekcij za Kamp Orans

PROJEKCIJE 2007	Simulacija: 1												Leto				
	OBDOBJE: -1	Mesec												I	II	III	IV
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12						
<b>BILANCE</b>																	
<b>BILANCA STANJA</b>																	
<b>SREDSTVA</b> 60000	59812	59660	59515	53922	54005	56448	60226	64748	64308	63355	62618	61879	61879	67876	73862	81459	90735
<b>SREDSTVA (RAZEN DENARJA)</b>	58945	58870	58795	52808	52991	55287	58864	63441	63018	62636	61211	60788	60788	64672	70362	77435	86509
NEOPREDMETENA SREDSTVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	29925	29850	29775	29700	46710	46287	45864	45441	45018	44595	44172	43749	43749	38672	34362	30435	26509
FINANČNE NALOŽBE	23000	29000	29000	22000	3000	9000	13000	18000	18000	18000	17000	17000	17000	26000	36000	47000	60000
TERJATVE IZ POSLOVANJA	6020	20	20	1108	3281	0	0	0	0	41	39	39	39	0	0	0	0
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>DENAR</b> 60000	866	789	720	1114	1014	1161	1362	1307	1290	719	1407	1091	1091	3204	3500	4023	4226
<b>OBVEZNOSTI DO VIROV</b> 60000	59812	59660	59515	53922	54005	56448	60226	64748	64308	63355	62618	61879	61879	67876	73862	81459	90735
<b>SREDSTEV</b>																	
<b>KAPITAL</b> 60000	59812	59660	59515	53922	54002	55928	59378	63632	63725	62979	62242	61503	61503	66765	73356	81014	90160
OSNOVNI KAPITAL	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000
ZADRŽANI DOBIČEK	-188	-340	-485	-6078	-5998	-4072	-622	3632	3725	2979	2242	1503	1503	6765	13356	21014	30180
<b>DOLG</b>	0	0	0	0	0	520	847	1116	582	376	376	376	376	1110	506	445	575
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	0	0	0	3	520	847	1116	582	376	376	376	376	1110	506	445	575
<b>IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA</b>																	
PRIHODKI POSLOVANJA	0	0	0	0	1990	4108	5783	6686	2005	0	0	0	20572	21754	22953	24144	26614
PROIZVAJALNI STROŠKI	142	142	142	5582	1394	1579	1684	1764	1409	247	237	237	14559	9825	10405	10960	11770
AMORTIZACIJA	75	75	75	75	423	423	423	423	423	423	423	423	3684	5077	4310	3927	3927
<b>KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE</b>	-217	-217	-217	-5657	173	2106	3676	4499	173	-670	-660	-660	2329	6852	8238	9257	10917
STROŠKI PRODAJE	0	0	0	0	121	121	121	121	121	121	121	121	968	920	930	930	1090
STROŠKI UPRAVE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>DOBIČEK IZ POSLOVANJA</b>	-217	-217	-217	-5657	52	1985	3555	4378	52	-791	-781	-781	1361	5932	7308	8327	9827
PRIHODKI FINANCIRANJA	29	65	73	64	31	15	28	39	45	44	43	519	645	930	1245	1605	
ODHODKI FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA</b>	-188	-152	-145	-5593	83	2000	3582	4417	97	-746	-737	-739	1879	6577	8238	9572	11432
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
<b>DOBIČEK PRED DAVKI</b>	-188	-152	-145	-5593	83	2000	3582	4417	97	-746	-737	-739	1879	6577	8238	9572	11432
DAVEK OD DOHODKA	0	0	0	0	3	74	132	163	4	0	0	0	376	1315	1648	1914	2286
<b>ČISTI DOBIČEK</b>	-188	-152	-145	-5593	80	1926	3450	4254	93	-746	-737	-739	1503	5262	6590	7658	9146
<b>IZKAZ DENARNIH TOKOV</b>																	
<b>DENAR KONEC OBDOBJA</b> 60000	866	789	720	1114	1014	1161	1362	1307	1290	719	1407	1091	1091	3204	3500	4023	4226
ČISTI DOBIČEK	-188	-152	-145	-5593	80	1926	3450	4254	93	-746	-737	-739	1503	5262	6590	7658	9146
AMORTIZACIJA	75	75	75	75	423	423	423	423	423	423	423	423	3684	5077	4310	3927	3927
POVEČANJE DOLGA	0	0	0	0	3	517	327	268	-533	-206	0	0	376	735	-604	-61	130
POVEČANJE KAPITALA (BREZ DOBIČKA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Nadaljevanje Tabele 1: Prikaz finančnih projekcij za Kamp Orans

PROJEKCIJE 2007	Mesec												Leto					DRUGI PODATKI	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V		
POVEČANJE SREDSTEV (BREZ DENARJA)	59020	0	0	-5912	606	2719	4000	5000	0	41	-1002	0	64472	8961	10000	11000	13000		
DENARNI TOK	-59134	-77	-70	394	-100	147	201	-55	-17	-571	688	-316	-58909	2112	296	523	203		
PODATKI	IME PODJETJA: Vnesi firmo podjetja																		
	SKUPINA: S 00.00																		
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU																			
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
ANALIZA RAZMERIJ DO DRŽAVE IZ NASLOVA DDV																			
TERJATVE ZA DDV KONEC OBDOBJA	6020	20	20	1108	3578	107	111	117	93	41	39	39	39	71	80	88	97		
OBVEZNOSTI ZA DDV KONEC OBDOBJA	0	0	0	0	297	550	750	861	300	0	0	0	0	242	254	267	300		
SALDO IZ NASLOVA DDV	6020	20	20	1108	3281	-443	-539	-743	-206	41	39	39	39	-171	-174	-178	-203		
NEOPREDMETENA SREDSTVA	Število enot: 1																		
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	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		
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	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		
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	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		
NEOPREDMETENO SREDSTVO																			
NABAVNA VREDNOST	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	Amortizacijs
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		
NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	Stopnja DDV
NEPREMIČNINE	Število enot: 2																		
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000		
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900	900	900	900	900		
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	75	150	225	300	375	450	525	600	675	750	825	900	1800	2700	3600	4500		
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	29225	29850	29775	29700	29625	29550	29475	29400	29325	29250	29175	29100	29100	28200	27300	26400		
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	30000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	6000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6000	0	0	0	0		
NEPREMIČNINA Glavna stavba																			
NABAVNA VREDNOST	0	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000		
AMORTIZACIJA	0	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600	600	600	600	600	0,03	Amortizacijs
POPRAVEK VREDNOSTI	0	50	100	150	200	250	300	350	400	450	500	550	600	1200	1800	2400	3000		
NEODPISANA VREDNOST	0	19950	19900	19850	19800	19750	19700	19650	19600	19550	19500	19450	19400	18800	18200	17600	17000		
NABAVE V OBDOBJU	0	20000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20000	0	0	0	0	0,20	Stopnja DDV
NEPREMIČNINA Sanitarni objekt																			
NABAVNA VREDNOST	0	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000		
AMORTIZACIJA	0	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300	300	300	300	300	0,03	Amortizacijs
POPRAVEK VREDNOSTI	0	25	50	75	100	125	150	175	200	225	250	275	300	600	900	1200	1500		
NEODPISANA VREDNOST	0	9975	9950	9925	9900	9875	9850	9825	9800	9775	9750	9725	9700	9700	9400	9100	8800		
NABAVE V OBDOBJU	0	10000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10000	0	0	0	0	0,20	Stopnja DDV
OPREMA	Število enot: 5																		
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	17433	17433	17433	17433	17433	17433	17433	17433	17433	17433	17433	17433		
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	348	348	348	348	348	348	348	348	2784	4177	3410	3027		
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	348	696	1044	1392	1740	2088	2436	2784	2784	6961	10371	13398		
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	17085	16737	16389	16041	15693	15345	14997	14649	14649	10472	7062	4035		
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	17433	0	0	0	0	0	0	0	17433	0	0	0		
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	3487	0	0	0	0	0	0	3487	0	0	0	0		
OPREMA Kuhinja Orans																			
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	4334	4334	4334	4334	4334	4334	4334	4334	4334	4334	4334	4334		
AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	72	72	72	72	72	72	72	578	667	667	667	667	0,20	Amortizacijs
POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	72	144	217	289	361	433	506	578	578	1445	2311	3178		
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	4262	4190	4117	4045	3973	3901	3828	3756	3756	2889	2023	1156		
NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	4334	0	0	0	0	0	0	4334	0	0	0	0	0,20	Stopnja DDV
OPREMA Sanitarna oprema																			
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	4839	4839	4839	4839	4839	4839	4839	4839	4839	4839	4839	4839		
AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	81	81	81	81	81	81	81	645	968	968	968	968	0,20	Amortizacijs
POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	81	161	242	323	403	484	565	645	645	1613	2581	3549		
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	4758	4678	4597	4516	4436	4355	4274	4194	4194	3226	2258	1290		
NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	4839	0	0	0	0	0	0	4839	0	0	0	0	0,20	Stopnja DDV
OPREMA Mini wellnes																			
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	5960	5960	5960	5960	5960	5960	5960	5960	5960	5960	5960	5960		
AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	99	99	99	99	99	99	99	795	1192	1192	1192	1192	0,20	Amortizacijs
POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	99	199	298	397	497	596	695	795	795	1987	3179	4371		
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	5861	5761	5662	5563	5463	5364	5265	5165	5165	3973	2781	1589		
NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	5960	0	0	0	0	0	0	5960	0	0	0	0	0,20	Stopnja DDV
OPREMA Računalniška oprema																			
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800		
AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	33	33	33	33	33	33	33	267	400	133	0	0	0,50	Amortizacijs
POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	33	67	100	133	167	200	233	267	267	667	800	800		
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	767	733	700	667	633	600	567	533	533	133	0	0		
NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	800	0	0	0	0	0	0	800	0	0	0	0	0,20	Stopnja DDV
OPREMA Čistilna naprava																			
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500		
AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	63	63	63	63	63	63	63	500	750	250	0	0	0,50	Amortizacijs
POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	63	125	188	250	313	375	438	500	500	1250	1500	1500		
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	1438	1375	1313	1250	1188	1125	1063	1000	1000	250	0	0		
NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	1500	0	0	0	0	0	0	1500	0	0	0	0	0,20	Stopnja DDV
FINANČNE NALOŽBE	Število enot: 1																		
SKUPAJ NALOŽBE	0	23000	29000	29000	22000	3000	9000	13000	18000	18000	18000	17000	17000	17000	26000	36000	47000		
SKUPAJ ZMANJŠANJE NALOŽB	0	-23000	-6000	0	7000	19000	-6000	-4000	-5000	0	0	1000	0	-17000	-9000	-10000	-11000		
SKUPAJ PREJETE OBRESTI IPD.	0	29	65	73	64	31	15	28	39	45	45	44	43	519	645	930	1245		
NALOŽBA																			

Nadaljevanje Tabele 1: Prikaz finančnih projekcij za Kamp Orans

PROJEKCIJE 2007	Mesec												Leto					DRUGI PODAT		
	OBDOBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV			V
NALOŽBA	0	23000	29000	29000	22000	3000	9000	13000	18000	18000	18000	17000	17000	17000	26000	36000	47000	60000		
ZMANJŠANJE NALOŽBE		-23000	-6000	0	7000	19000	-6000	-4000	-5000	0	0	1000	0	-17000	-9000	-10000	-11000	-13000		
PREJETE OBRESTI IPD	0	29	65	73	64	31	15	28	39	45	45	44	43	519	645	930	1245	1605	0,03	Letna obrest
<b>TERJATVE IZ POSLOVANJA</b>														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		
<b>TERJATEV</b>																				
TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
ZMANJŠANJE TERJATEV	0	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 obrest
<b>ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA</b>																				
SKUPAJ VREDNOST ZALOGE MAT	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	0		
<b>KAPITAL</b>																				
SKUPAJ GIBANJE KAPITALA	60000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60000	0	0	0	0		
POVEČANJE / ZMANJŠANJE KAPIT	60000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60000	0	0	0	0		
DELITEV DOBIČKA														0	0	0	0	0		
<b>OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA</b>														Število enot: 1						
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ FINANCIR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ DANE OBRESTI IPD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
<b>OBVEZNOST</b>																				
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	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 obrest
<b>OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA</b>														Število enot: 1						
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ POSLOVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ DANE OBRESTI IPD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
<b>OBVEZNOST</b>																				
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	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 obrest
<b>PRIHODKI POSLOVANJA / SPREMENLJIVI STROŠKI</b>														Število enot: 7						
SKUPAJ PRIHODKI	0	0	0	0	0	1990	4108	5783	6686	2005	0	0	0	20572	21754	22953	24144	26614		
SKUPAJ IZSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	297	550	750	861	300	0	0	0	2757	2902	3052	3199	3603		
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	210	315	400	450	215	0	0	0	1590	1650	1705	1760	2070		
SKUPAJ ZALOGE PROIZVODOV	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	0		
<b>Prodaja nočitve 18let+</b>																				
NETO PRODAJNA CENA		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	8,0		
PRODANA KOLIČINA		0	0	0	0	101	270	405	473	101	0	0	0	1350	1440	1530	1620	1710		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		0	0	0	0	808	2160	3240	3784	808	0	0	0	10800	11520	12240	12960	13680		
IZSTOPNI DDV		0	0	0	0	69	184	275	322	69	0	0	0	918	979	1040	1102	1163	0,09	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		
<b>SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO</b>		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
<b>MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO</b>		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
MATERIAL		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,00	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
<b>POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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		
VSTOPNI DDV V STORITVAH		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
STORITEV		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,00	Stopnja DDV
CENA STORITVE		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
<b>POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
<b>NEPOSREDNO DELO</b>		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
DELO		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
CENA DELA		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
<b>POTROŠEK (DELA NA ENOTO)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
<b>Prodaja nočitve od 5 do 15 let</b>																				
NETO PRODAJNA CENA		6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0		
PRODANA KOLIČINA		0	0	0	0	12	33	50	60	12	0	0	0	167	180	190	202	213		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		0	0	0	0	72	198	300	360	72	0	0	0	1002	1080	1140	1212	1278		
IZSTOPNI DDV		0	0</																	









Nadaljevanje Tabele 1: Prikaz finančnih projekcij za Kamp Orans

PROJEKCIJE 2007		Mesec												Leto					DRU
OBDOBJE: -1		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V	
<b>KAZALNIKI</b>																			
<b>CILJNE SPREMENLJIVKE</b>																			
KAPITAL	60000	59812	59660	59515	53922	54002	55928	59378	63632	63725	62979	62242	61503	61503	66765	73356	81014	90160	
DOBICEK	0	-188	-152	-145	-5593	80	1926	3450	4254	93	-746	-737	-739	1503	5262	6590	7658	9146	
DENAR	60000	866	789	720	1114	1014	1161	1362	1307	1290	719	1407	1091	1091	3204	3500	4023	4226	
<b>STRUKTURA PRIHODKOV (v %)</b>																			
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		0,0	0,0	0,0	0,0	98,5	99,6	99,5	99,4	97,8	0,0	0,0	0,0	97,5	97,1	96,1	95,1	94,3	
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	40,0	52,4	55,8	56,3	39,4	0,0	0,0	0,0	51,2	51,4	51,2	51,0	48,5	
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	3,6	4,8	5,2	5,4	3,5	0,0	0,0	0,0	4,8	4,8	4,8	4,8	4,5	
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	8,7	11,0	12,0	12,5	8,5	0,0	0,0	0,0	11,1	11,3	11,3	11,2	10,7	
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	5,2	7,3	7,7	8,0	5,9	0,0	0,0	0,0	7,2	7,2	7,2	7,1	6,8	
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	37,1	18,2	12,9	11,2	36,6	0,0	0,0	0,0	17,8	16,7	15,7	14,8	17,7	
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	4,0	4,2	4,2	2,9	0,0	0,0	0,0	3,8	3,9	3,8	3,8	3,6	
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,9	1,7	1,9	1,0	0,0	0,0	0,0	1,7	1,8	2,1	2,4	2,5	
PRIHODKI FINANCIRANJA		100,0	100,0	100,0	100,0	1,5	0,4	0,5	0,6	2,2	100,0	100,0	100,0	2,5	2,9	3,9	4,9	5,7	
IZREDNI PRIHODKI		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	

### STRUKTURA PRIHODKOV

The chart illustrates the composition of total income over time. Months 1-4 show 100% income from financing. From month 5 onwards, income is split between production (PROIZVOD) and financing. The production share increases significantly from month 5 to month 9, peaking at 97.8% in month 8, before declining and stabilizing around 95-97% in the following quarters.

Nadaljevanje Tabele 1: Prikaz finančnih projekcij za Kamp Orans

PROJEKCIJE 2007	Mesec												Leto					DRU
	OBDOBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	
Simulacija: 1																		
<b>STRUKTURA ODHODKOV (v %)</b>																		
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	100,0
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SKUPAJ STROŠKI DELA	0,0	0,0	0,0	0,0	10,4	7,6	6,9	6,7	10,5	0,0	0,0	0,0	0,0	7,5	7,4	7,1	6,9	7,3
AMORTIZACIJA	260,9	115,4	103,4	117,6	20,9	10,3	7,3	6,3	20,6	940,1	967,0	995,4	17,5	22,7	18,0	15,5	13,9	
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	493,9	218,5	195,9	8756,1	58,6	30,7	22,1	19,5	58,2	548,9	541,7	557,6	61,5	36,5	36,4	36,2	34,4	
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	0,0	0,0	0,0	0,0	6,0	2,9	2,1	1,8	5,9	268,9	276,6	284,7	4,6	4,1	3,9	3,7	3,9	
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
ODHODKI FINANCIRANJA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
DAVEK NA DOBIČEK	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	1,8	2,3	2,4	0,2	0,0	0,0	0,0	1,8	5,9	6,9	7,5	8,1	
CISTI DOBIČEK	-654,8	-233,6	-199,3	-8773,7	4,0	46,7	59,4	63,3	4,6	-1657,9	-1685,3	-1737,8	7,1	23,5	27,6	30,2	32,4	

**STRUKTURA ODHODKOV**

**OBDOBJE**

<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #000080; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> SKUPAJ STROŠKI MATERIALA</li> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #000000; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> SKUPAJ STROŠKI DELA</li> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #800000; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI</li> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #000080; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> SKUPAJ STROŠKI UPRAVE</li> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #000000; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> IZREDNI ODHODKI</li> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #000000; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> ČISTI DOBIČEK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #800000; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> SKUPAJ STROŠKI STORITEV</li> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #000080; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> AMORTIZACIJA</li> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #800000; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> SKUPAJ STROŠKI PRODAJE</li> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #000080; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> ODHODKI FINANCIRANJA</li> <li><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #000080; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> DAVEK NA DOBIČEK</li> </ul>
--	--

Nadaljevanje Tabele 1: Prikaz finančnih projekcij za Kamp Orans

PROJEKCIJE 2007	Mesec												Leto					DRU	
	OBDOBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV		V
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA V OBDOBJU																			
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA		14976	14934	14897	14180	13491	13807	14584	15622	16132	15958	15747	15562	15470	16219	17717	19415	21524	
<b>POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA</b>																			
PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA																			
PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA		7	16	18	16	505	1031	1453	1681	513	11	11	11	5273	5600	5971	6347	7055	
<b>PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA</b>																			

Nadaljevanje Tabele 1: Prikaz finančnih projekcij za Kamp Orans

PROJEKCIJE 2007	Mesec												Leto					DRU	
	OBDOBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV		V
ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA																			
ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA		-47	-38	-36	-1398	20	482	863	1063	23	-187	-184	-185	376	1315	1648	1914	2286	

### ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA

OBDOBJE

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	100,0
KAPITAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	99,1	98,6	98,3	99,1	99,4	99,4	99,4	99,4	98,4	98,4	99,3	99,5	99,4	99,4
DOLG	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	1,4	1,7	0,9	0,6	0,6	0,6	0,6	1,6	0,7	0,5	0,6	0,6	0,6

### STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA

OBDOBJE

■ KAPITAL ■ DOLG

Nadaljevanje tabele 1: Prikaz finančnih projekcij za Kamp Orans

PROJEKCIJE 2007		Mesec												Leto					DRU
OBDOBJE: -1		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	V	
Simulacija: 1																			
<b>STOPNJE DONOSOV</b>																			
ROA (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNA SREDSTVA)	ROA	-0,04	-0,03	-0,03	-1,18	0,02	0,42	0,71	0,82	0,02	-0,14	-0,14	-0,14	0,02	0,08	0,09	0,10	0,11	
ROE (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNI KAPITAL)	ROE	-0,04	-0,03	-0,03	-1,18	0,02	0,42	0,72	0,83	0,02	-0,14	-0,14	-0,14	0,03	0,09	0,10	0,10	0,11	
RETURN ON SALES (ČISTI DOBIČEK / PRIHODEK)	ROS	-6,55	-2,34	-1,99	-87,74	0,04	0,47	0,59	0,63	0,05	-16,58	-16,85	-17,38	0,07	0,23	0,28	0,30	0,32	

**STOPNJE DONOSOV**

LETO	ROA	ROE	ROS
I	0,02	0,03	0,07
II	0,08	0,08	0,24
III	0,09	0,09	0,28
IV	0,10	0,10	0,30
V	0,11	0,11	0,32

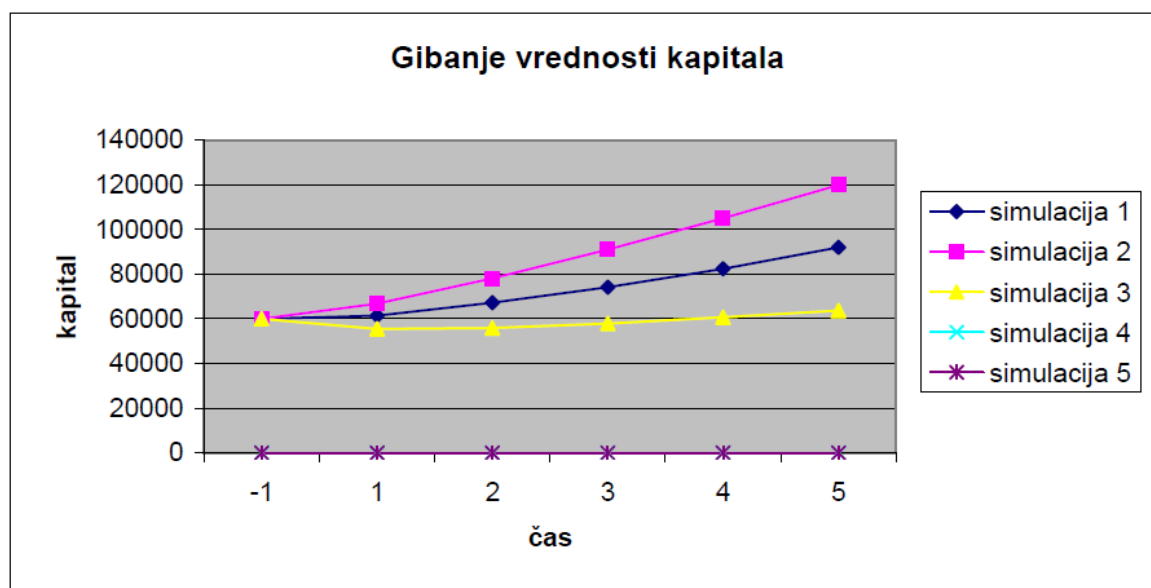
  

INTERNA STOPNJA DONOSA (IZ PODATKOV PO LETIH)		0	I	II	III	IV	V
INTERNA STOPNJA DONOSA	8,5%	-60000	0	0	0	0	90160

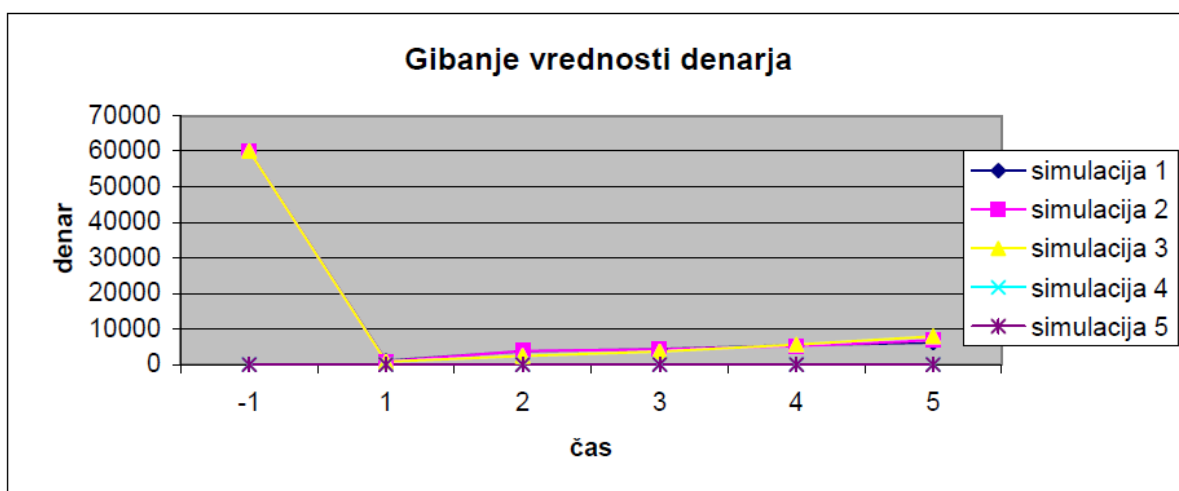
## Priloga 6: Prikaz simulacij za Kamp Orans

Tabele 1: Prikaz finančnih simulacij za Kamp Orans

KAPITAL	Obdobje					
Številka simu	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	60000	61503	67197	74244	82386	92044
simulacija 2	60000	66861	78175	90983	105021	119904
simulacija 3	60000	55557	55957	57887	60761	63729
simulacija 4	0	0	0	0	0	0
simulacija 5	0	0	0	0	0	0

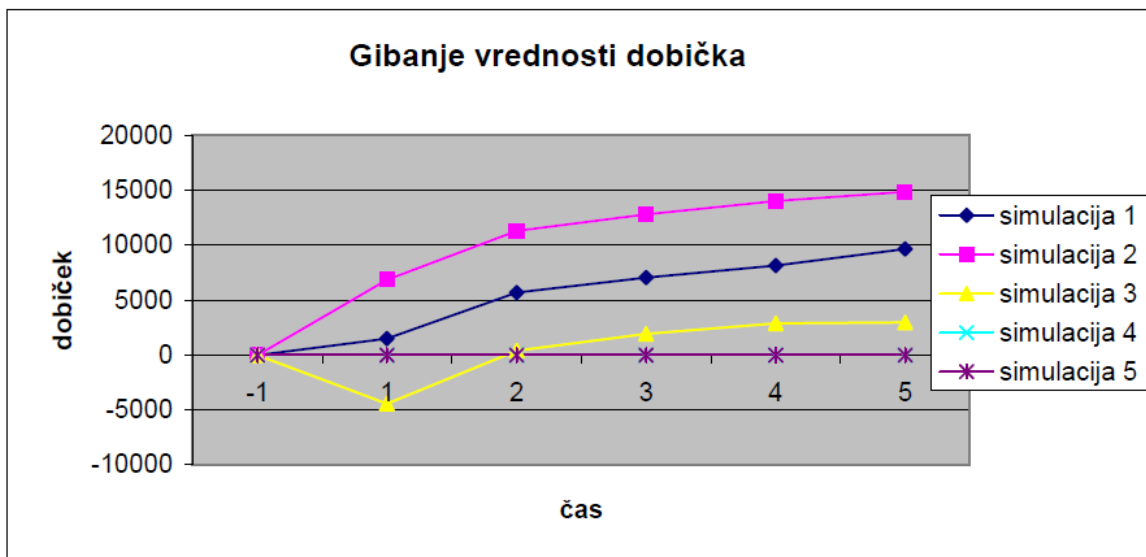


DENAR	Obdobje					
Številka simu	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	60000	1091	3744	4394	5402	6117
simulacija 2	60000	788	3868	4250	5152	6870
simulacija 3	60000	769	2380	3623	5616	7876
simulacija 4	0	0	0	0	0	0
simulacija 5	0	0	0	0	0	0

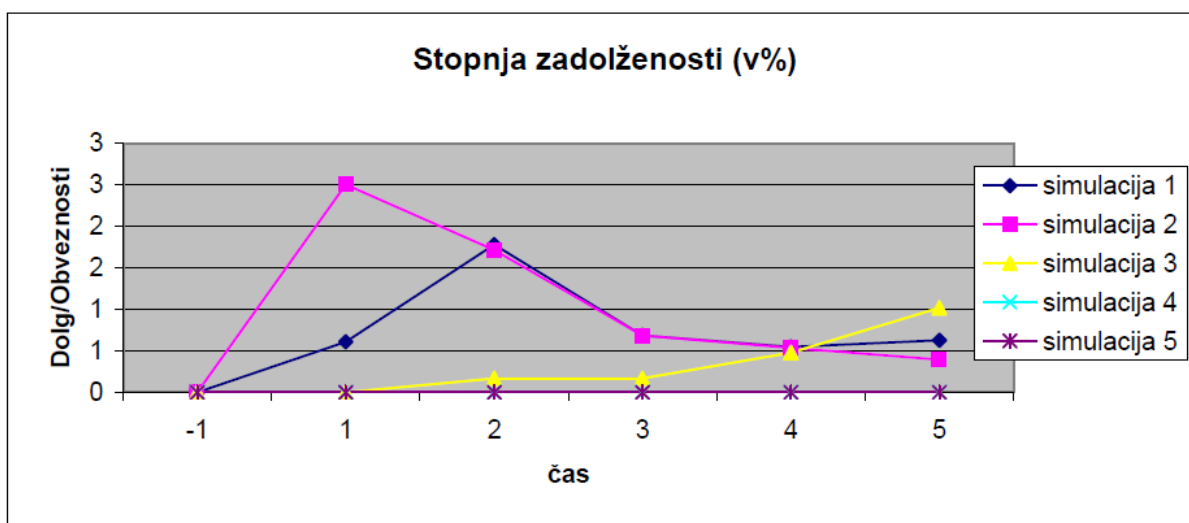


Nadaljevanje tabele 1: Prikaz finančnih simulacij za Kamp Orans

DOBIČEK	Obdobje						
Številka simu	-1	1	2	3	4	5	
simulacija 1	0	1503	5694	7046	8142	9658	
simulacija 2	0	6861	11314	12808	14038	14884	
simulacija 3	0	-4443	400	1930	2873	2968	
simulacija 4	0	0	0	0	0	0	
simulacija 5	0	0	0	0	0	0	

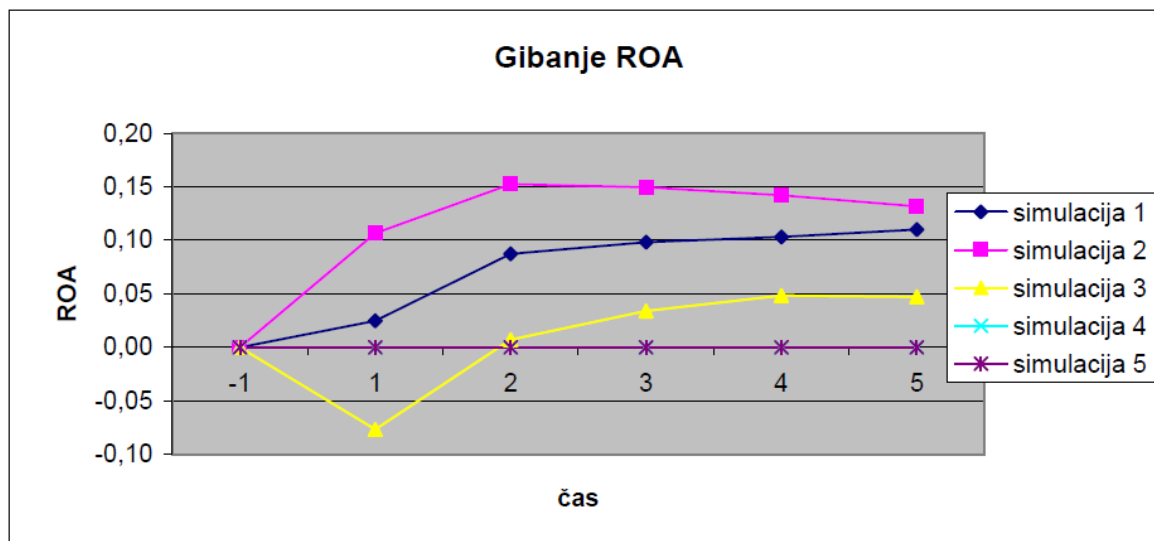


Dolg/Obvezn	Obdobje						
Številka simu	-1	1	2	3	4	5	
simulacija 1	0	1	2	1	1	1	
simulacija 2	0	3	2	1	1	0	
simulacija 3	0	0	0	0	0	1	
simulacija 4	0	0	0	0	0	0	
simulacija 5	0	0	0	0	0	0	



Nadaljevanje tabele 1: Prikaz finančnih simulacij za Kamp Orans

ROA	Obdobje					
Številka simu	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	0,02	0,09	0,10	0,10	0,11
simulacija 2	0,00	0,11	0,15	0,15	0,14	0,13
simulacija 3	0,00	-0,08	0,01	0,03	0,05	0,05
simulacija 4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
simulacija 5	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00



ROE	Obdobje					
Številka simu	-1	1	2	3	4	5
simulacija 1	0,00	0,03	0,09	0,10	0,11	0,12
simulacija 2	0,00	0,11	0,17	0,16	0,15	0,14
simulacija 3	0,00	-0,07	0,01	0,03	0,05	0,05
simulacija 4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
simulacija 5	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

