

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
POSLOVNI NAČRT ZA POTOVALNO AGENCIJO INGREŠ

Ljubljana, junij 2017

ALJAŽ NUČIČ SKOK

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Aljaž Nučič Skok, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom Poslovni načrt za potovalno agencijo InGreš, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko doc. dr. Patricio Kotnik

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravil samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobil vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označil;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnal v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobil soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študenta(ke): _____

KAZALO

UVOD	1
1 OPIS REŠITVE	1
1.1 Storitve podjetja.....	1
1.2 Prototip.....	2
1.3 Testiranje prototipa	2
2 ANALIZA KUPCEV.....	3
2.1 Potrebe, ki jih podjetje naslavlja.....	3
2.2 Kupci.....	3
2.3 Tržni segmenti in tipični kupci	4
2.4 Ugotovitve glede naših kupcev.....	4
3 KONKURENČNA PREDNOST IN STRATEGIJA	4
3.1 Konkurenčna prednost	4
3.2 Vizija in poslanstvo	5
3.3 Opredelitev merljivih ciljev za prvih 5 let poslovanja	5
3.4 Identificiranje priložnosti za rast podjetja	6
4 ANALIZA TRGA IN KONKURENCE.....	6
4.1 Konkurenca.....	6
4.2 Opredelitev in obseg trga in trendi	8
4.3 Velikost tržnih deležev	9
5 NAČRT TRŽENJA	9
5.1 Ime podjetja in blagovne znamke	9
5.2 Izdelki in storitve (s poudarkom na trženjskem delu)	10
5.3 Cenovna strategija	10
5.4 Tržne poti.....	10
5.5 Trženjsko komuniciranje	10
5.6 Trženje storitev	11
6 NAČRT STORITVENEGA PROCESA.....	11
6.1 Ključni faktorji poslovnega procesa	11
6.2 Izvedbeni procesi.....	12

6.3	Potrebe po zaposlenih in delovni čas	13
6.4	Kosovnica.....	13
6.5	Pravna vprašanja in potrebna dovoljenja	14
6.6	Zunaj najeta podjetja	14
7	SPLOŠNI TERMINSKI PLAN.....	15
7.1	Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu	15
7.2	Terminski načrt	15
8	VODSTVENA SKUPINA IN KADRI	16
8.1	Vodstvo podjetja	16
8.2	Ključni kadri.....	16
8.3	Načrt zaposlovanja	17
8.4	Organizacijska struktura	17
8.5	Plače zaposlenih	18
9	FINANČNI NAČRT.....	18
9.1	Prihodki in predpostavke za izračun: cena, količina.....	18
9.2	Variabilni stroški.....	20
9.3	Fiksni stroški	21
9.4	Točka preloma.....	22
9.5	Dobiček	22
9.6	Opredelitev opreme in denarja, potrebnega za zagon podjetja	22
9.7	Viri financiranja in deleži v podjetju	22
9.8	Analiza donosnosti	22
10	ANALIZA OBČUTLJIVOSTI.....	23
10.1	Kritična tveganja in problemi	23
	SKLEP.....	24
	LITERATURA IN VIRI.....	25
	PRILOGE	

KAZALO TABEL

Tabela 1: Pregled potencialnih kupcev na slovenskem trgu.....	3
Tabela 2: Opredelitev merljivih ciljev za prvih 5 let poslovanja podjetja InGreš, d.o.o.....	5
Tabela 3: Prihodki in dobiček podjetja Tentours, d.o.o.....	7
Tabela 4: Prihodki in dobiček podjetja Carintia, d.o.o.....	7
Tabela 5: Prihodki in dobiček podjetja Adventours, Marko Barle, s.p.	7
Tabela 6: Povečanje prihodkov tujih klubov, katerih ogleda tekem bomo organizirali.....	9
Tabela 7: Kosovnica.....	13
Tabela 8: Terminski načrt.....	15
Tabela 9: Strošek plač zaposlenih v podjetju InGreš, d.o.o.	18
Tabela 10: Prodajne cene paketov	18
Tabela 11: Predpostavke o količini prodanih paketov podjetja InGreš d.o.o.....	20
Tabela 12: Prihodki in predpostavke za izračuna: cena, količina.....	20
Tabela 13: Povprečni in celotni variabilni stroški po posameznih paketih	21
Tabela 14: Fiksni stroški	21
Tabela 15: Dobiček.....	22
Tabela 16: ROE in ROA v celotni dobi poslovanja	23

KAZALO SLIK

Slika 1: Organizacijska struktura.....	17
--	----

UVOD

Nogomet! Najbolj pomembna postranska stvar na svetu in predvsem za moške udeležence pogovora marsikdaj najpomembnejša tema vsakodnevne družbe. Nekateri spremljajo nogomet vsakodnevno, zato se velikokrat pojavi želja po ogledu tekme v živo. Vzdušje, navijanje in prepevanje ob zmagi je nepozaben trenutek za vsakega navijača ne glede na to, od kod prihaja in kateremu klubu namenja največ zanimanja. Evropski klubski nogomet še vedno prinaša poslovne priložnosti, ki jih je vredno izkoristiti in s tem povečati zanimanje za nogomet ter nadaljnji razvoj športa.

Namen zaključne strokovne naloge je oceniti poslovno priložnost, ki bi obogatila ponudbo organizacije vodenih ogledov nogometnih tekem evropskih klubskih velikanih in pomagala nogometnim navdušencem izpolniti željo po ogledu nogometne tekme evropskega klubskega velikana v živo.

Cilj zaključne strokovne naloge je preizkusiti poslovno idejo o organizaciji vodenih ogledov tekem v živo. Z izdelavo poslovnega načrta smo preučili trg, prikazali izvedbo storitve in ocenili stopnje donosa.

Pri pisanju zaključne strokovne naloge sem uporabil okvir in navodila za izdelavo poslovnega načrta, finančne projekcije in priročnik za pisanje poslovnega načrta, ki se uporablja pri podjetniških predmetih na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani.

V povzetku je opisana poslovna ideja, sledi podrobnejši opis storitev in predstavitev kupcev naših storitev. Nadalje sem analiziral trg in konkurente, ki nastopajo na ciljnim trgu. Sledi načrt trženja in načrt storitvenega procesa. V zadnjem delu zaključne strokovne naloge so predstavljeni kadri, potrebni za izvajanje storitve, finančni načrt poslovanja s pomočjo finančnih projekcij in analiza občutljivosti s kritičnimi tveganji pri poslovanju podjetja. Anketa, izvedena za potrebe analize trga in finančne projekcije, je v prilogah.

1 OPIS REŠITVE

1.1 Storitve podjetja

Nogomet po svetu obožuje ogromno ljudi. Obstajajo tudi ljudje, ki svojo reprezentanco ali klub spremljajo dnevno prek televizijskih zaslonov ali celo odidejo na tekmo, kjer v živo navijajo za svoje izbranec. Storitve podjetja InGreš, d.o.o., so torej organizacija ogleda nogometne tekme v živo na stadionu evropskega klubskega velikana. Naša storitev črpa svojo priložnost tako iz radovednosti posameznika kot tudi njegove čustvene navezanosti na nogomet in z njo povezano željo po ogledu nogometne tekme v živo.

Naša storitev bo obsegala celoten paket od prevoza posameznika ali skupine navijačev iz Slovenije po različnih stadioni evropskih nogometnih velikanov. Ker je zanimanja za nekatere klube precej večje kot za druge, smo se osredotočili na 8 klubov, ki so se največkrat uvrstili med najboljših 8 v Evropi: Real Madrid, FC Barcelona, Manchester United, Liverpool FC, Chelsea FC, Arsenal FC, Juventus FC in Bayern Munchen FC (Deloitte Touche Tohmatsu Limited, b.l.).

1.2 Prototip

Vedno, ko se podjetje odloča za lansiranje novega proizvoda ali storitve na trg, je predhodno potrebno izdelek ali v našem primeru storitev predhodno testirati. Za namen poslovnega načrta v podjetju InGreš, d.o.o., smo se odločili oditi v Italijo, in sicer v Torino na tekmo večnih rivalov Juventusa in AC Milana. Tako smo izvedbo testirati preko lastne izkušnje.

Predhodno smo rezervirali vstopnice na spletni strani nogometnega kluba Juventus FC. To smo storili nekaj tednov pred samim odhodom, saj so kapacitete velikokrat polno zasedene. Odhod na tekmo ni bil zgolj oddih od napornega delovnega tedna, pač pa nam je dal znanje in izkušnje za naše podjetje.

1.3 Testiranje prototipa

Tekma se je začela ob 20.45 kar je v navadi za derbi italijanske lige. Pri ponudniku avtobusnih storitev smo izvedeli, da če želimo biti na stadionu v Torinu 2 uri prej, moramo iz Ljubljane kreniti ob 10.00. Zagotovili so nam, da imajo izkušnje s podobnimi izleti in da lahko manjšo skupino navijačev pripeljejo tik do samega stadiona. Sicer je naša pot potekala z osebnim avtomobilom, a smo se držali povprečne hitrosti 100 km/h, da bi vsaj približno izračunali dolžino poti.

Pred torinski stadion smo prispeli prej in se odpravili po bližnjih ulicah ter preverjali ponudbo hrane, pijače in možnosti nakupov različnih spominkov, ogledali pa smo si tudi muzej nogometnega kluba Juventus FC. Predhodno smo preverili možnost namestitve v bližini stadiona oziroma namestitve z ugodno povezavo do stadiona.

Ker je šlo na derbi in je bil stadion skoraj poln, smo za vstop v stadion in namestitve na sedeže potrebovali eno uro. Tudi to je bil za nas pomemben podatek.

Po tekmi smo si vzeli še nekaj časa za sprehod po okolici stadiona in našli nekaj privlačnih restavracij, kjer se po tekmi zadržujejo privrženci domačega kluba in proslavljajo zmago svojih ljubljencev.

2 ANALIZA KUPCEV

2.1 Potrebe, ki jih podjetje naslavlja

V podjetju InGreš, d.o.o., nekaterim posameznikom omogočamo udeležbo na tekmi svojega priljubljenega moštva in jim olajšamo pot do zelenega cilja. Veliko ljudi v današnjem vrvežu vsakdana nima časa in volje, da bi si sami organizirali potovanja na tekmo. Naša storitev omogoča tudi neke vrste sprostitev, saj nima skoraj nobenih povezav z vsakdanjim življenjem. Nogometni navdušenci lahko za nekaj časa zamenjajo svoje okolje, spoznavajo nove ljudi, ki imajo enak hobi, ter se popolnoma sproščeno prepustijo skupnemu cilju, ki je ogled nogometne tekme evropske lige.

2.2 Kupci

Naši kupci so ljudje, ki imajo željo po ogledu tekme nogometnega moštva, za katerega navijajo, čeprav le-ta ni domačin oziroma »lokalec«.

Vsekakor se osredotočamo na ljudi, ki živijo v Sloveniji in aktivno spremljajo enega ali več velikanov evropskega nogometa. Nekateri izmed njih so včlanjeni tudi v društva podpornikov klubov in imajo že izkušnje z vodenim ogledom tekem.

Večina naših kupcev je odločena, da si vsaj enkrat v življenju ogleda tekmo na legendarnem stadionu svojega najljubšega kluba in si to želijo doživeti s svojimi prijatelji ali družino.

V Tabeli 1 so prikazani podatki o slovenskih navijačih tujih nogometnih klubov, ki so glavne potencialne stranke našega podjetja. Na trgu obstaja več ponudnikov, ki ponujajo organizirane ogledne tekme, kar pomeni, da računamo na del potencialnih kupcev.

Tabela 1: Pregled potencialnih kupcev na slovenskem trgu

Klub	Real	FCB	Man Utd	LFC	AFC	CFC	BFC	Juventus
Facebook všečki	2.505	2.261	2.888	1.514	1.584	4.480	1.849	1.705

Vir: Priloga I.

2.3 Tržni segmenti in tipični kupci

Glede za zelo osredotočeno storitev našega podjetja smo v tržni raziskavi namesto naključno izbranih posameznikov našo anketo in njeno analizo izvedli med posamezniki, ki navijajo za enega od velikanov evropskega nogometa in redno spremljajo njegove tekme.

Terenski del tržne raziskave smo opravili v centru Ljubljane v barih, kjer so prenašali tekme klubov, katerih ogleda tekme imamo namen organizirati. Osredotočili smo se na goste bara, ki jih tekma zanima z navijaškega stališča. Pred samo tekmo in med polčasom so odgovarjali na tiskano verzijo ankete.

Anketa, ki smo jo izvedli na spletu, je imela enaka vprašanja in smo jo s pomočjo Enaklik anketa. Na naša vprašanja je skupno odgovarjalo 111 anketirancev. Podrobnejši podatki o izvedeni anketi so v Prilogi 3.

V anketi smo izvedeli, da so najpriljubljenejši klubi v Sloveniji Manchester United, Chelsea FC, Real Madrid in Barcelona FC. Velika večina anketiranih je bila moških, starih med 20 in 40 let. Večina si želi ogledati tekmo svoje ekipe v živo in bi za tak izlet odšteli med 200 in 400 evri (v nadaljevanju EUR). Glavni faktor pri tem, da imajo željo oditi na tekmo svojega kluba, je vsaj enkrat doživeti vzdušje legendarnega stadiona, kot je naprimer Anfield Road v Liverpoolu. Na podlagi ankete sklepamo, da se naši aranžmaji dobro prilagajajo željam in zahtevam naših potencialnih strank.

2.4 Ugotovitve glede naših kupcev

Največ anketiranih aktivno spremlja angleške nogometne klube. Največ anketiranih aktivno spremlja Manchester United F.C. Velika večina (70 %) anketiranih se je v zadnjih dveh letih že udeležila nogometne tekme v tujini. Najpogostejše prevozno sredstvo za organiziran odhod na tekmo je avtobus (organiziran prevoz z avtobusom). Večina anketiranih ni zadovoljna s pestrostjo ponudbe slovenskih ponudnikov organiziranih izletov na tekme evropskih klubov.

3 KONKURENČNA PREDNOST IN STRATEGIJA

3.1 Konkurenčna prednost

V našem podjetju kot glavno konkurenčno prednost zaznavamo predvsem v osebnem stiku s strankami, kar je velikokrat v manjših podjetjih zelo pomembna lastnost. Zanesljivost in hitrost je temelj dobrega stika s stranko, zato stremimo k odprtemu odnosu in s tem

krepimo svojo konkurenčno prednost pred našimi konkurenti. Naša storitev je namenjena končnemu kupcu, zato je pomembna njena kakovost, celovitost in osebni pristop. K temu prispevajo seveda zaposleni, ki tudi sami radi spremljajo tekme različnih nogometnih moštev in zato bolje razumejo potrebe strank ter jim na svojstven način predstavijo našo storitev.

3.2 Vizija in poslanstvo

V veliki večini manjših podjetij je normalno, da je podjetnik oziroma ustanovitelj tisti motor ekipe ter ponavadi edini, ki sprejema tehtne odločitve in vodi smer podjetja v svojo smer.

Vizija našega podjetja je, da bo postalo glavni potovalni partner vsem navijačem velikanov evropskega nogometa, jim pomagalo pri uresničevanju njihovih želja in jim nudilo nepozabno doživetje.

Poslanstvo podjetja je, da ponujamo celovito rešitev in zanesljivo storitev ter tako stremimo k izpolnitvi sanj posamezne stranke in prek njihovega zadovoljstva prepričamo nove potencialne kupce, da izberejo prav naše storitve.

3.3 Opredelitev merljivih ciljev za prvih 5 let poslovanja

V naslednji tabeli so ponazorjeni dolgoročni cilji za naše nadaljnje poslovanje. V prvem letu poslovanja pričakujemo izgubo. V naslednjih poslovnih letih pričakujemo dobiček, ki konstantno raste, razen v 3. letu poslovanja, ko doživimo rahel upad prihodkov in posledično manjši dobiček. Pričakujemo hiter povratek v naslednjih dveh poslovnih letih in povečanje plač študentoma, ki sodelujeta pri izvedbi storitev podjetja. Vsi dobički so zadržani znotraj podjetja in porabljeni za izboljšanje naših storitev.

V Tabeli 2 so predstavljeni merljivi cilji podjetja InGreš, d.o.o.

Tabela 2: Opredelitev merljivih ciljev za prvih 5 let poslovanja podjetja InGreš, d.o.o.

Poslovno leto	1	2	3	4	5
Prihodki (v EUR)	188.890,00	191.540,00	186.970,00	192.562,00	202.555,00
Dobiček (v EUR)	(1.266,00)	779,00	48,00	3.101,00	4.232,00
ROE (v %)	-0,17	0,12	0,01	0,44	0,42
ROA (v %)	-0,18	0,11	0,01	0,32	0,31

3.4 Identificiranje priložnosti za rast podjetja

Podjetje mora v vsakem obdobju svojega delovanja stremeti k pozitivnemu razmišljanju znotraj kolektiva in svojo energijo prenesti na svoje stranke. Kljub manjšemu trgu oziroma tržnemu potencialu podjetja je potrebno strategijo usmeriti v nadaljnjo rast.

Kultura spremljanja nogometne igre je zelo razvita v naši bližnji geografski okolici, in sicer širom celotne bivše republike Jugoslavije, zato bi si sčasoma skušali pridobiti stranke tudi s tega področja. Kot vsak nov podvig bi tudi širitev na Balkan oziroma po državah bivše Jugoslavije predstavljala nove izzive in tveganja.

Veljalo bi se potruditi in pod svoje okrilje prevzeti balkanski trg, saj je precej večji od slovenskega. Menimo, da njihovo poznavanje športa, predvsem nogometa, prekaša naše znanje. V ponudbo bi dodali nove klube, ki bi bili skrbno izbrani glede na povpraševanje naših strank.

Potrebno je zagotoviti konstantno rast prihodkov, saj bi to omogočilo boljše nagrajevanje in dodatno kadrovanje.

V večini mladih podjetij zaposleni ne uživajo posebnih finančnih ugodnosti, čeprav imajo zelo razgiban in naporen delavnik. Če so znotraj podjetja zaposleni zadovoljni, svojo pozitivnost prenesejo na delo, kar v našem primeru pomeni stranke, zato so zaposleni primarna skrb.

4 ANALIZA TRGA IN KONKURENCE

4.1 Konkurenca

Na vsakem trgu je prisotna konkurenca, ki je v tržnem gospodarstvu zaželjena predvsem zato, ker spodbuja vsa podjetja in njihove zaposlene k boljšemu opravljanju dela, boljši skrbi za stranke in izboljšanju celotnega storitvenega procesa.

V nadaljevanju prikazujemo podjetja, ki so naši neposredni konkurenti:

Tentours, d.o.o.: na slovenskem trgu so prisotni že od leta 1991. Podjetje Tentours, d.o.o., ponuja poleg ogleda nogometnih tekem tudi ogleda drugih športnih prireditev, in sicer so prisotni na MotoGP dirkah motoristov in tekmovanjih v Formuli 1, nudijo ogleda teniških tekem in v zimskem času ponujajo tudi aranžmaje, povezane s smučarskimi skoki in poleti. Na zelo dobro oblikovani spletni strani si lahko vso športno ponudbo, ki jo nudijo v danem trenutku, ogledamo na zavihku ŠPORT. Poleg ponudbe ogledov športnih dogodkov je na

njihovi spletni strani mogoča tudi rezervacija klasičnih turističnih potovanj, počitnic na morju in ostalih izletniških potovanj (Tentours d.o.o., b.l.).

Tabela 3: Prihodki in dobiček podjetja Tentours, d.o.o.

Poslovno leto	2012	2013	2014	2015
Prihodki (v EUR)	2.329.616,00	2.233.514,00	3.104.980,00	3.296.427,00
Dobiček (v EUR)	11.170,00	14.925,00	15.869,00	18.638,00

Vir: Tentours turistična agencija d.o.o., AJPES, Javna objava letnih poročil, 2016.

Carintia, d.o.o.: na slovenskem trgu so prisotni že 25 let. Izhajajo iz Prevalj na Koroškem. Njihova glavna ponudba je sodeč po obliki spletne strani bolj namenjena izletnikom kot navijačem. V zadnjih letih poslujejo z izgubo (Carintia, b.l.).

Tabela 4: Prihodki in dobiček podjetja Carintia, d.o.o.

Poslovno leto	2012	2013	2014	2015
Prihodki (v EUR)	236.882,00	255.725,00	283.752,00	244.569,00
Dobiček (v EUR)	(20.595,00)	(16.878,00)	(15.459,00)	(15.459,00)

Vir: Co Carintia podjetje za turizem in gostinstvo d.o.o., AJPES, Javna objava letnih poročil, 2016.

Adventours, Marko Barle, s. p.: Adventours posluje na slovenskem trgu že vrsto let. Ponujajo tako izletniške in počitniške destinacije kot tudi organizacijo ogledov športnih tekem. Gre sicer za samostojnega podjetnika iz Velenja. Skozi zadnja poslovna leta uspešno posluje in ima vsako leto dobiček (*O Adventours, b.l.*).

Tabela 5: Prihodki in dobiček podjetja Adventours, Marko Barle, s.p.

Poslovno leto	2012	2013	2014	2015
Prihodki (v EUR)	19.926,00	17.909,00	38.702,00	33.700,00
Dobiček (v EUR)	3.043,00	1.914,00	4.373,00	3.998,00

Vir: Potovalna agencija Adventours Marko Barle s.p., AJPES, Javna objava letnih poročil, 2016.

Na našem prostoru so prisotni tudi navijaški klubi, ki za svoje člane v primeru plačane članarine in ob zadovoljivem zanimanju poskrbijo za ogled nekatere domače tekme, ki so vnaprej določene s strani kluba. Njihova ponudba je omejena na tekme posameznega kluba, ki ga navijaški klub podpira. Ker so v svoji poslovni funkciji navedena kot društva, jim ni potrebno javno objavljati svojih poslovnih rezultatov.

V podjetju InGreš, d.o.o., kot posrednega konkurenta zaznavamo posameznika samega, ki bi si sam organiziral skoraj enako storitev, kot mu jo ponujamo sami. Poskrbel bi za nakup letalskih kart, vstopnic za tekmo in si organiziral prenočevanje, če bi bila tekma organizirana v Angliji ali Španiji.

Povzeli bi lahko s petimi trditvami, ki veljajo za našo konkurenco, in sicer podjetje Tentours, d.o.o., je na našem trgu prisotno že skoraj 30 let. V zadnjih letih je za podjetje Tentours, d.o.o., opažena velik porast prihodkov. Podjetje Carintia, d.o.o., se sooča s težavami na trgu. Navijaški klubi svojim članom ponujajo ugodnosti in pomoč pri ogledu tekem svojih klubov. Organizacija aranžmajev je velikokrat v domeni posameznika in ne potovalne agencije ali navijaškega kluba.

4.2 Opredelitev in obseg trga in trendi

V našem podjetju kot ciljni trg pojmuje vse tiste ljudi, ki jim je nogomet del vsakodnevnega življenja in ga aktivno spremljajo. Osredotočali se bomo na vse tiste navijače, ki v Sloveniji navijajo za tuj nogometni klub in je njihova pripadnost tako velika, da bi si radi njihovo tekmo ogledali v živo na enem izmed legendarnih stadionov.

Pri ocenjevanju trendov na tem področju lahko uporabimo kot merilo pri opredeljevanju trenda rast nogometa in posla okoli njega. Zaradi svetovnega spleta je danes možno vse informacije, ki jih navijači potrebujejo, najti na spletu. Priljubljenost klubov se meri v všečkih na Facebooku in ostalih družbeno-socialnih omrežjih. Rast je vidna tudi pri prihodkih klubov na letnih ravneh. Real Madrid že vrsto let slovi kot najbogatejši klub na svetu. Njegovi prihodki so bili v sezoni 2004/05 znašali 275,4 milijona EUR, v sezoni 2014/15 pa so znašali 577,0 milijonov EUR (Deloitte Touche Tohmatsu Limited, b.l.).

Za naše podjetje to pomeni, da se moramo vključiti v socialno mrežo nogometnih klubov in navijače iz naslonjača privabiti na stadione. Tudi gledanost na stadionih je v porastu, kar je dober pokazatelj za naše podjetje. Manchester United FC je letos na domačih tekmah v povprečju gostil 75.530 navijačev (England historical attendance and performance, b.l.), kar v povprečju pomeni 98 % udeležbo. V sezoni 2005/06 pa je povprečna zasedenost stadiona znašala 65.195 gledalcev (England historical attendance and performance, b.l.).

Ker se domača prvenstva po Evropi odvijajo od avgusta do maja, ki je najbolj ključen mesec za večino velikanov po Evropi (finale Lige prvakov, Lige Evrope, zadnji krogi domačih prvenstev), je tudi v našem primeru prisotna močna sezonska komponenta.

Rast prihodkov je podobna tudi pri drugih klubih in je prikazana v Tabeli 6.

Tabela 6: Povečanje prihodkov tujih klubov, katerih ogleda tekem bomo organizirali

Klub	Prihodki (v mio EUR) sezona 2004/05	Prihodki (v mio EUR) sezona 2014/15
Real Madrid	275,7	577,0
FC Barcelona	207,9	560,8
Man Utd	246,4	519,5
FC Bayern Munchen	189,5	474,4
Arsenal FC	171,3	435,5
Chelsea FC	220,8	420,0
Liverpool FC	181,2	391,8
Juventus FC	229,4	323,9

Vir: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, Top of the table Football Money League, b.l.

4.3 Velikost tržnih deležev

Velikost tržnih deležev je v našem primeru težko oceniti, saj so sekundarni podatki zelo skopi. Na spletnem portalu AJPES so podatki za celotne prihodke naših konkurentov, in sicer Tentours, d. o. o, Carintia, d.o.o., in Adventours, ki jih ocenjujemo za naše primarne konkurente. Za potrebe poslovnega načrta smo naš tržni delež izračunali na podlagi ocenjenih prihodkov v letu 2016 in ga primerjali s konkurenco. Glede na to da naše podjetje ponuja zgolj storitve ogledov nogometnih tekem, naši konkurenti pa imajo v svoji ponudbi tudi izlete in počitniške aranžmaje, so podatki o njihovih prihodkih glede na naše izkrivljeni. Slovenski trg ima po naših ocenah 3,76 milijonov prihodkov. Tržni delež podjetja InGreš, d.o.o., bi bil torej okrog 5 %.

Uporabili smo zgolj podatke, ki so preverljivi, in jih upoštevali pri izračunu. Izračun ne kaže prave slike tržnih deležev tudi zaradi dejstva, da navijaški klubi svojim članom omogočajo organizacijo ogleda nogometne tekme in nekaterih ljudi, ki celotno stvar speljejo na svojo roko.

5 NAČRT TRŽENJA

5.1 Ime podjetja in blagovne znamke

Podjetje InGreš, potovalna agencija, d.o.o., je svoje ime dobilo na podlagi dejavnosti, s katero se to podjetje ukvarja. Ime predstavlja oziroma opisuje namen podjetja, torej oditi nekam. V našem primeru je to na ogled tekme svojega najljubšega kluba v drugo državo. Ime podjetja je enostavno in si ga je lahko zapomniti. Ime je v skladu z Zakon o gospodarskih družbah (Uradni list RS, št. 65/09 – uradno prečiščeno besedilo, 33/11,

91/11, 32/12, 57/12, 44/13 – odl. US, 82/13, 55/15 in 15/17) in ga je možno uporabljati v poslovne namene. Ime podjetja lahko uporabljamo pri trženju in ostalih dejavnostih podjetja. Zaradi ustvarjanja nove blagovne znamke je najbolj pomemben stik z uporabniki in kakovost storitve.

5.2 Izdelki in storitve (s poudarkom na trženjskem delu)

Naša storitev na trgu ni edinstvena, zato se moramo od svoje konkurence razlikovati predvsem v izvedbi le-te. Naši zaposleni so ključna konkurenčna prednost, saj so tako kot naše stranke tudi sami navijači nekaterih nogometnih moštev.

Naša storitev je celovita, kar pomeni, da od vstopa na avtobus vse poteka po določenem prej načrtovanem ciklu. Ker je naša storitev zelo specifična in ima specifične kupce, je glavni cilj vsakemu potniku čimbolje predstaviti ekipo in z njimi podoživeti tekmo od prve do zadnje minute.

5.3 Cenovna strategija

V našem primeru je cenovna strategija vezana predvsem na variabilne stroške, ki nam jih povroča izvedba storitve. V teoriji bi lahko našo cenovno strategijo opredelili kot strategijo razločevalnih cen (Konečnik Ruzzier, 2011, str. 187).

Cena izvedbe storitve je torej močno vezana na stroške, ki nam jih izvedba le-te povroči, kar se čuti predvsem pri cenah storitev, na katere nimamo vpliva in ki niso vnaprej znane. Letalski prevozi in hotelske usluge imajo variabilno ceno, zato je tudi naša cena lahko od termina do termina izvedbe drugačna za skoraj enako izvedbo in kakovost storitve.

5.4 Tržne poti

Naši kupci bodo lahko aranžmaje plačevali bodisi prek spleta bodisi v naši poslovalnici na Brezovici pri Ljubljani. V našem primeru, kjer gre za skupek storitev, smo močno odvisni od kakovosti izvajanja storitev naših partnerjev, zato je zelo pomembno, da z njimi gojimo dober odnos, združimo moči in skupaj z njimi strankam omogočimo kar se da lep odhod na tekmo.

5.5 Trženjsko komuniciranje

Naše podjetje se bo skozi celotno poslovanje trudilo ustvariti dobro ime. Pri tem nam bo v pomoč pregledno urejena spletna stran z vso ponudbo, ki jo naše podjetje nudi. Oglaševanje bo potekalo skozi celotno poslovanje podjetja in bo primarno usmerjeno v naše ciljne kupce. Naše podjetje in storitve bomo oglaševali na Facebooku, kjer bomo

ustvarili stran, ki bo poleg naše spletne strani eno od orodij komuniciranja s ciljnim strankami.

Ker so naše stranke dokaj specifične, se bomo povezali z lokalnimi bari in njihovimi lastniki ter prek njih nadaljevali oglaševanje. Naročili bomo izdelavo promocijskih gradiv, na katerih bo naša ponudba, cene in kontakti. Za naše redne stranke in njihove družine bomo vsako leto organizirali piknik, in sicer na temo tistega kluba, ki mu je šlo v letošnji ligi najboljše (letos je to Reač Madrid z dvema osvojenima lovorikama).

Promocijsko gradivo ne bo zajemalo zgolj tiskovin, ampak bomo v namen promocije natisnili tudi majice z našim logotipom.

5.6 Trženje storitev

Ljudje: Naši zaposleni so mladi in nadebudni fantje, ki z vsem srcem spremljajo nogometno igro. Čeprav izkušenj nimajo, bo njihov zagon premagal vse ovire in s tem našim strankam zagotovil nepozabno doživetje ob spremljanju svojega najljubšega moštva.

Proces: Pred vsako organizacijo izleta bo organiziran sestanek zaposlenih, na katerem bo jasno določen potek izleta in dolžnosti vodnika. Po vsakem izletu bo prav tako organiziran sestanek vseh zaposlenih, na katerem bodo vodniki (vključno z direktorjem) preučili potek izleta, ki so ga vodili. Po zaključenem izletu bo vodnik izdelal dnevnik, v katerem bo skrbno opisana pot, skupina, ki jo je vodil, ter njegova aktivna udeležba pri ogledu tekme.

Fizični dokazi: Naši vodniki bodo stremeli k urejenosti, zagnanosti in delavnosti, ki bo strankam dajala zaupanje in željo po novih ogledih. Prostori, ki jih bomo imeli v najemu, bodo urejeni, opremljeni z novim pohištvom, saj menimo, da bomo s tem prikazali naše podjetje kot resno in vredno strankinega zaupanja.

6 NAČRT STORITVENEGA PROCESA

6.1 Ključni faktorji poslovnega procesa

V vsakem podjetju je poslovni proces ne glede na izdelke, ki jih podjetje proizvaja, ali storitve, ki jih nudi kupcem, izjemnega pomena. Poslovni proces je tisti del podjetja, v katerega so vpeti vsi zaposleni in vsaj pri storitvah grede skozi celoten proces tudi stranke. Ko podjetju uspe izpiliti poslovni proces do te mere, da jim zagotavlja dovolj dobička, ga vsaj na kratek rok ne spreminjajo. V našem podjetju so ključni dejavniki poslovnega procesa naša spletna stran, kjer je natančno opisana naša ponudba, poslovni prostori na Brezovici pri Ljubljani, ki so prenovljeni in moderno opremljeni.

Najpomembnejši del v našem poslovnem procesu so seveda naši zaposleni oziroma naši partnerji, ki s svojim znanjem in poznavanjem nogometnih klubov ter mest, v katerih so naši izbrani klubi, stranki ponujajo osebni pristop, hitro reševanje težav in brezskrbno uživanje ob ogledu svojih junakov.

Spletna stran je naše okno v svet in prvi stik s stranko. Večina naših strank se bo poslužila naročila preko spletne strani, zato je zelo pomembna preglednost spletne strani, dizajn in jasnost navedene ponudbe. Vsak od osmih klubov bo imel svoj zavihek, v katerem bo navedena cena aranžmaja, datumi in ure odhodov, opis poti in nekatera splošna navodila potnikom.

Za potrebe poslovanja so pri izvajanju storitev prostori in njegovo okolje zelo pomembni. Prostori so novi, na dostopni lokaciji v bližini prestolnice. V poslovnih prostorih podjetja bomo imeli na voljo osebo, ki bo nudila stranki svoje znanje in informacije, potrebne za odločitev o odhodu na ogled tekme.

V prvem letu poslovanja bomo potrebovali štiri osebe, ki bodo zadolžene za vodenje ogledov nogometnih tekem. Poleg direktorja Gašperja Strune in lastnika Aljaža Nučiča Skoka, ki bosta redno zaposlena, bomo zaposlili tudi dva študenta. Vsi zaposleni bomo aktivno udeleženi pri izletih, kar pomeni, da bomo vsi vodili skupine navijačev na tekmo. Pred začetkom poslovanja bomo neizkušene mlade delavce izobrazili in jih pripravili na odgovorno delo, kar vodnik potovanja vsekakor je. Vedno bodo na voljo našim strankam preko spleta ali preko telefona. Oseben pristop in zagnanost bosta glavna motiva pri premagovanju ovir, ki jih bodo pogosto imeli na svojem delovnem mestu.

6.2 Izvedbeni procesi

Naša storitev obsega odhode na tekme v štiri tuje države, kar pomeni osem različnih lokacij in osem različnih izvedb storitve. Dve (Juventus, Bayern) ne vsebujeta letalskega transferja potnikov in trajata en dan. Za podrobnejši opis programa potovanja z avtobusom glej Prilogo 4.

Ostali izleti (Manchester, London, Liverpool, Madrid, Barcelona) imajo všteti letalski transfer, kar pomeni, da so izleti daljši od enega dneva. Za podrobnejši opis programa potovanja z letalom glej Prilogo 5.

Naše podjetje vodi na tekme manjše skupine navijačev, kar olajša delo vodnikom. Ti imajo pred vsakim izletom pripravljen načrt izleta, ki ga predstavijo strankam. Za večjo povezanost same skupine vodniki med vsakim avtobusnim izletom izvedejo tematski kviz, ki je obarvan z vprašanji o klubu, katerega tekmo si bodo stranke ogledale. Za najboljšega poznavalca imamo pripravljeno praktično nagrado, ki je prav tako povezana z izbranim

klubom. Glede na dolžino avtobusnega prevoza je smotrna tudi analiza pred tekmo, kjer bodo vodniki izmenjevali mnenja z navijači. Pred samo tekmo je načrtovan obisk bara, v katerem bi se naši navijači povezali s somišljeniki iz drugih držav. Pri odhodu na izlet v kombinaciji prevoza avtobus/letalo je ob predhodnem dogovoru možen ogled mesta oziroma najbolj pomembnih točk v mestu. Vodnik je predhodno pripravljen in ima odgovore na možna vprašanja. Naši vodniki po tekmi organizirajo manjše druženje v lokalnem baru ali hotelu, če je to mogoče, in z navijači izmenjajo mnenje o tekmi.

6.3 Potrebe po zaposlenih in delovni čas

V podjetju InGreš, d.o.o., bo potrebe po zaposlenih določalo povpraševanje naših strank po naših storitvah, kar pomeni, da bomo prilagajali svoje kapacitete po naročilih. To seveda pomeni, da bosta dve osebi redno zaposleni, in sicer direktor podjetja, Gašper Struna, in lastnik podjetja, Aljaž Nučič Skok, ostale zaposlene pa bo direktor poiskal med študenti. V prvem letu poslovanja je najbolj pomemben obstoj podjetja, saj mnoga že takoj po začetku zaidejo v težave. Delovni čas je v našem primeru precej bolj razgibane narave. Direktor bo vodil svoje podjetje iz pisarne, v kateri bo med tednom delovni čas od 9.00 do 17.00. Ker se podjetje ukvarja s storitvami in ima opravka s končnim uporabnikom storitve, pa bo potrebno biti na voljo več časa, kot to opredeljuje uradni delovni čas. Med vikendi bo možno kontaktirati na osebno mobilno številko direktorja, ki bo na voljo potencialni stranki.

6.4 Kosovnica

V Tabeli 7 so predstavljeni variabilni stroški (kosovnica) organizacije ogleda tekme v tujini. Vsi stroški so na enoto, razen dela, ki je obračunan po delovnih urah in ne po številu izvedenih storitev.

Tabela 7: Kosovnica

Klub	Vstopnica (V EUR)	Letalo (V EUR)	Bus (V EUR)	Hotel (V EUR)	Delo (V EUR)	Skupaj
MUFC	49,39	153,00	20,80	115,00	180,00	518,19
LFC	57,19	153,00	20,80	88,00	180,00	498,99
AFC	48,48	68,00	0,00	80,00	120,00	316,48
CFC	75,39	68,00	0,00	79,00	120,00	342,39
FCB	65,00	134,48	20,80	55,00	120,00	395,28
REAL	65,00	180,48	20,80	65,00	180,00	511,28
BAYFC	45,00	0,00	32,80	0,00	90,00	167,80
JUVEFC	45,00	0,00	56,00	0,00	90,00	191,00

Vir: Priloga 2.

6.5 Pravna vprašanja in potrebna dovoljenja

Ključna zakonodaja, ki opredeljuje naše področje poslovanja, je zapisana v Zakon o spodbujanju razvoja turizma (Uradni list RS, št. 2/04, 57/12, 17/15 in 52/16 – ZPPreb-1) Zakon določa, da moramo pri pridobivanju licence izpolniti pogoje za pridobitev licence, kot so v našem primeru najemna pogodba, potrdilo o nekaznovanosti nosilca dejavnosti oziroma direktorja, podatke o najetih prostorih, ki v primeru potovalne agencije ne smejo biti v bivalnih prostorih.

Direktor oziroma nosilec dejavnosti mora biti v primeru opravljanja funkcije direktorja tudi primerno izobražen, in sicer potrebuje najmanj višješolsko izobrazbo in 3 leta izkušenj na področju turističnih potovanj. Pri tem mora kot dokazilo imeti pogodbo o zaposlitvi. Turistični vodniki in turistični spremljevalci morajo opraviti preizkus znanja. Gospodarska zbornica Slovenije jim po opravljenem preizkusu znanja dodeli izkaznico (Zakon o spodbujanju razvoja turizma).

6.6 Zunaj najeta podjetja

V našem podjetju imamo precej zunanjih sodelavcev oziroma sodelujočih podjetij, saj je naša storitev sestavljena iz večih storitev, ki jih na trgu ponujajo različna podjetja.

Pri avtobusnih prevozi smo se odločili za podjetje Avrigo, d.o.o., in sicer za njegovo podružnico Integral Zagorje, ki naše stranke vozi na tekme ali letališče v Benetkah. Stroški so odvisni od prevoženih kilometrov, in sicer v našem primeru znašajo 0,80 EUR/kilometer za minibus in 1 EUR/kilometer za avtobus, ki ima 40 sedežev.

V primeru letalskih prevozov smo popolnoma odvisni od trga, kar pomeni, če je letalska vozovnica cenejša od pričakovane, se aranžma poceni, če pa je dražja, se podraži. Cena vstopnic je pred vsako sezono naprej določena in jasna. Razlike nastajajo samo pri tekmah izjemnega pomena, kot je španski El Clasico med Barcelono in Realom.

Cena računovodskega servisa niha glede na obseg dokumentov, ki jih podjetje daje v obdelavo. V finančnih projekcijah smo uporabili ponudbo računovodskega servisa Nina Vidic, s. p., ki znaša 150 EUR na mesec + DDV.

7 SPLOŠNI TERMINSKI PLAN

7.1 Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu

V prvem poslovnem letu je potrebna velika zbranost, natančnost in hitro odpravljanje začetnih napak za dobro nadaljevanje zgodbe. Velika odgovornost leži pred vsemi ključnimi deležniki podjetja.

Za splošni terminski plan smo organizirali seznam aktivnosti, ki so kronološko razporejene. Začeli bomo z ustanovitvijo podjetja in izborom kadra, ki bo sodeloval pri poslovanju podjetja. Nadalje se bomo osredotočili na izdelavo spletne strani in usposobili kader. Zaposlene bomo poslali na izobraževanje, ki traja 60 ur in zajema tudi zaključni izpit.

V naslednjem delu bomo skupaj z vsemi zaposlenimi oglaševali naše storitve in tržili naše podjetje. Z našimi poslovnimi partnerji v Sloveniji in tujini se bomo dogovorili o medsebojnem sodelovanju. Prvo tekmo bomo organizirali v Angliji, saj se angleška liga začne pred drugimi. Svoje poslovanje in vodenje izletov bomo kontrolirali in stremeli k temu, da bo vsak izlet boljši v očeh naših strank.

7.2 Terminski načrt

Ključne aktivnosti v prvih nekaj tednih delovanja podjetja, so predstavljene v terminskem načrtu, katerega podroben prikaz najdemo v Tabeli 8.

Tabela 8: Terminski načrt

	Gašper	Aljaž	Kristijan	Gal
1. mesec	Ustanovitev podjetja, izbor kadra, razporeditev nalog		Oglaševanje	
5. teden		Izdelava spletne strani		Izdelava spletne strani
6. teden				
7. teden		Dogovor z avtobusnim prevoznikom		
8. teden				
9. teden	Sprejem prvih strank			
10. teden				
11. teden	Obisk prve tekme v Angliji			

8 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI

8.1 Vodstvo podjetja

Podjetje InGreš, d.o.o., je manjše podjetje, vodeno s strani ustanovitelja in direktorja podjetja Gašperja Strune, ki ima višjo izobrazbo s področja turizma in večletne izkušnje z delom v turistični panogi. Vodja potovalne dejavnosti bo Aljaž Nučič Skok, medtem ko sta študenta prisotna na tekmah klubov kot vodnika.

8.2 Ključni kadri

Direktor podjetja in vodnik 1 je Gašper Struna. Njegove sposobnosti so vodenje, organiziranje in dober odnos s strankami. Izvaja kontroling v podjetju. Skupine vodi na ogled tekem Bayerna v Muenchen.

Na prejšnjem delovnem mestu v hotelu v centru Ljubljane je Gašper Struna pridobil veliko znanja in izkušenj z delom v turizmu. V tej panogi je nujen osebni stik s kupcem, dobro znanje tujih jezikov in resen pristop k delu. Sodeloval bo tudi pri ogledih tekem v Munchenu. Je edini v ekipi, ki odlično govori nemški jezik, zato se je odločil voditi tekme Bayerna. Ključna je tudi komunikacija z izvajalci zunanjih storitev, ki jih ima naše podjetje precej.

Vodja potovalne dejavnosti in vodnik 2 je ustanovitelj podjetja Aljaž Nučič Skok. Njegove sposobnosti so komunikativnost, delavnost in fleksibilnost. Skupine vodi na tekme v Anglijo in sicer v Manchester, London (Arsenal FC, Chelsea FC) in Liverpool.

Vodja potovalne dejavnosti v podjetju InGreš sicer nima izkušenj v turistični dejavnosti, a zaradi svojega elana in delavnosti nadomesti vse svoje pomankljivosti. Komunikacija in kolegialnost je ključna pri njegovem procesu izvedbe ogleda tekem. Štiri pomembne destinacije se nahajajo v Angliji, zato je znanje angleščine predpogoj za dobro organizacijo aranžmaja.

Kristijan Rovani je vodnik 3 in skupine vodi v Španijo in sicer v Madrid in Barcelono. Njegove sposobnosti so timsko delo, obvlada več tujih jezikov, je urejen in delaven.

Najmlajši izmed četverice zna tri tuje jezike, in sicer angleško, špansko in italijansko. Je velik ljubitelj španskega nogometa, tudi sam je občasno udeležen na turnirjih v nogometu. Sicer nima posebnih izkušenj v vodenju izletov, a je vpet v navijaštvo že od začetka srednje šole. Španščina je njegov drugi jezik in večkrat je bil na tekmah španske lige, zato je pravi kandidat za vodenje tekem Barcelone in Real Madrida. Gal Galonja je vodnik 4 in skupine vodi na tekme v Torino (Juventus FC). Je razgledan, organiziran in predan timu.

Naš edini neklasični navijač poleg angleščine tekoče govori italijansko in je pristaš catenaccia (v nogometnem žargonu bunker-obrambna postavitve). Ima izkušnje s turističnimi izleti in je kot študent vodil upokojece v Benetke. Je komunikativen, miren in zanesljiv.

Vsi naši zaposleni, tudi študenta, so usposobljeni in pripravljeni na vodenje manjših skupin navijačev do njihovih destinacij.

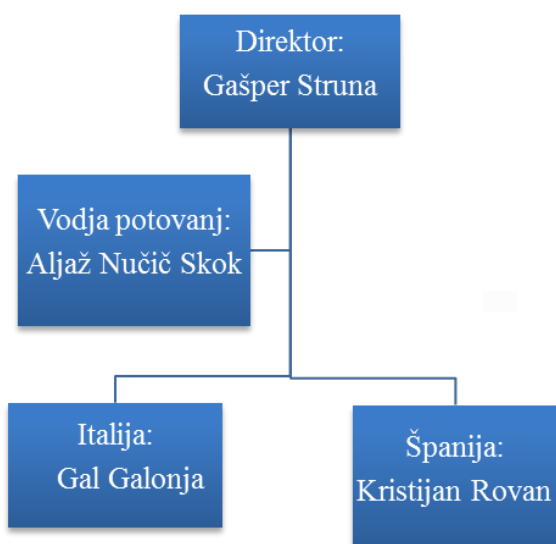
8.3 Načrt zaposlovanja

V podjetju InGreš imamo pripravljen načrt zaposlovanja, ki v prvem letu predvideva redno zaposlitev za direktorja Gašperja Struno in vodjo potovanj, Aljaža Nučiča Skoka. Obstoječi kader bomo nadgradili v tretjem letu, in sicer bomo zaposlili študenta v našem podjetju, Kristijana Rovana. V četrtem letu bomo zaposlili tudi Gala Galonjo, ki bo do takrat opravljal delo kot študent.

8.4 Organizacijska struktura

Na Sliki 1 je predstavljena organizacijska struktura podjetja InGreš, d.o.o. Na vrhu hierarhičnega drevesa je direktor, ki vodi podjetje in njegove zaposlene. Sledi mu vodja potovanj in nato delavca, ki opravljata naloge po navodilih vodje potovanj in direktorja podjetja.

Slika 1: Organizacijska struktura



8.5 Plače zaposlenih

V Tabeli 9 je prikaz dejanskega bruto izplačila posameznemu delavcu v podjetju InGreš, d.o.o. Zaradi prisotnosti sezonske komponente sta študenta plačana 8 mesecev na leto, izračun pa je letni dohodek deljen z dvanajstimi meseci.

Tabela 9: Strošek plač zaposlenih v podjetju InGreš, d.o.o.

Poslovno leto	1	2	3	4	5
Gašper	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00
Aljaž	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00
Kristijan	670,00	670,00	670,00	750,00	830,00
Gal	670,00	670,00	670,00	750,00	830,00

9 FINANČNI NAČRT

9.1 Prihodki in predpostavke za izračun: cena, količina

Podlaga za izračun prihodkov so cena in prodajne količine aranžmajev. Za izračun cene bomo variabilnim stroškom paketa dodali maržo, ki je v povprečju 47 %. Paketa Bayern in Juventus imata nižjo maržo, saj ni nočitve in ni tveganja zaradi odpovedi ali spremembe letalskega prevoza.

V Tabeli 10 so prikazane prodajne cene po paketih, ki so večinoma konstantne skozi celotno poslovanje.

Tabela 10: Prodajne cene paketov

Cena	Real	FCB	Man Utd	LFC	AFC	CFC	BFC	Juventus
1. leto	370	355	350	340	300	285	100	110
2. leto	370	355	350	340	300	285	100	110
3. leto	370	355	350	340	300	285	125	110
4. leto	370	370	375	340	300	300	125	110
5. leto	370	370	375	340	300	300	125	110

Z odebeljenim tiskom so prikazani dvigi posameznih cen paketov. Cena je v našem primeru sicer variabilna zaradi možih odpovedi s strani strank in naše strani. Možni so dvigi cen zaradi povečanja stroškov hotelskih storitev, avtobusnega prevoza in zaradi variabilnosti cene letov. Cena storitve je upoštevana tudi v finančnih projekcijah, drugi nastali stroški in sprememba cen, ki bi vplivala tako na prihodke, količino prodanih enot in dobiček pa ne.

Količine smo predvideli po analizi ankete in jih uskladili z našimi kapacitetami pri prevozu in hotelskih storitvah naših partnerjev v tujini. Paket Chelsea FC je med strankami najbolj priljubljen zaradi prave kombinacije cene, povpraševanja in lokacije, saj je London priljubljena turistična točka.

Manchester United FC je eden najbolj znanih, uspešnih in priljubljenih klubov na svetu. Imajo izjemno podporo doma, ki pa je še večja v tujini. Po analizi ankete so celo najbolj priljubljen klub med anketiranimi. Zaradi cene in oddaljenosti od Slovenije smo predvideli nižjo prodajno količino kot pri Chelsea FC. Mesto Manchester je sicer bivše industrijsko mesto, ki v zadnjih letih cveti predvsem po zaslugi večjih bančnih centrov v mestu.

Liverpool FC v zadnjih letih ni bil v najboljši formi in je izgubil veliko podpore, ostali pa so najbolj zvesti pristaši Redsov. Tudi med anketiranimi je dosegel najmanj glasov, zato je prodajna količina najnižja.

Arsenal FC je že mnogo let znan kot klub, ki goji izjemno napadalen nogomet s krasno tehniko nogometašev, a se v zadnjem obdobju niso najbolj izkazali. London kot svetovna metropola pritegne mnoge turiste in poslovneže, ki si za oddih velikokrat ogledajo nogometno predstavo Topničarjev. Nekateri navijači Arsenala si v Sloveniji pravijo nogometni romantiki, saj ni pomemben zgolj rezultat, ampak tudi izvedba nogometne tekme.

Real Madrid in Barcelona FC v zadnjem obdobju s svojimi uspehi na igrišču in igralci, kot sta Cristiano Ronaldo in Lionel Messi, pridobivata mnogo navijačev in tudi navijačic. Tako Madrid kot Barcelona sta izjemni velemesti z veliko zgodovine in ugodnim podnebjem.

Bayern Munchen je izjemno konstantna ekipa, ki pritegne veliko ljudi zaradi svoje nepopustljive igre do zadnje sekunde tekme, kar je tista prava nemška mentaliteta, po kateri se zgleduje marsikateri Slovenec. V Sloveniji in v republikah bivše Jugoslavije je izjemno priljubljen klub. Ker gre za enodnevni izlet in je posledično cenejši, pritegne več kupcev.

Stara Dama iz Torina (Juventus FC) je klub, ki je poleg AC Milana in Inter FC-ja najbolj priljubljen na apeninskem polotoku. Je večkratni zaporedni italijanski prvak in edini italijanski klub, ki lahko v evropski ligi konkurira za najvišja mesta. Po škandalu leta 2006 so potrebovali nekaj sezon za ponovno vrnitev na mesto, kamor spadajo v sam svetovni vrh nogometa in v Sloveniji imajo veliko podporo. Ker gre za enodnevni izlet in je posledično cenejši, pritegne več kupcev.

V Tabeli 11 so predpostavljene količine prodanih paketov ogledov nogometnih tekem.

Tabela 11: Predpostavke o količini prodanih paketov podjetja InGreš d.o.o.

Količina	Real	FCB	Man Utd	LFC	AFC	CFC	BFC	JUVEFC	Q letni
1. leto	92	98	101	55	66	106	83	70	671
2. leto	96	100	102	51	71	106	84	72	682
3. leto	90	97	105	53	58	107	82	67	659
4. leto	89	95	98	60	63	100	85	71	661
5. leto	98	104	100	62	67	103	79	76	689
Prodano skupaj	465	501	506	281	325	522	413	356	3.362

V Tabeli 12 so predstavljene predpostavke o prihodkih posameznih paketov v prvih petih letih poslovanja podjetja InGreš, d.o.o. Skupni prihodki v prvih petih letih poslovanja znašajo 964.880 EUR.

Tabela 12: Prihodki in predpostavke za izračuna: cena, količina

Prihodki	Real	FCB	Man Utd	LFC	AFC	CFC	BFC	Juventus
1. leto	34.040,00	34.790,00	35.350,00	18.700,00	19.800,00	30.210,00	8.300,00	7.700,00
2. leto	35.520,00	35.500,00	35.350,00	19.340,00	21.300,00	30.210,00	8.400,00	7.920,00
3. leto	33.300,00	34.435,00	35.700,00	18.020,00	17.400,00	30.495,00	10.250,00	7.370,00
4. leto	32.930,00	35.150,00	36.750,00	20.400,00	18.900,00	30.000,00	10.625,00	7.810,00
5. leto	36.260,00	38.480,00	37.500,00	21.080,00	20.100,00	30.900,00	9.875,00	8.360,00
Prihodki skupaj	172.050,00	178.355,00	181.010,00	97.540,00	97.500,00	151.815,00	47.450,00	39.160,00

9.2 Variabilni stroški

Naša storitev je sestavljena iz storitev drugih podjetij, mi pa jih združimo in dodamo vodenje izleta.

Skupni variabilni stroški so v prvem poslovnem letu znašali 130.953€. Stroški dela, ki so navedeni v kosovnici, so v našem primeru del fiksnih stroškov in torej ne vplivajo na variabilne stroške in niso všteti v tabelo.

V Tabeli 13 so pojasnjeni povprečni in celotni variabilni stroški, razdeljeni po posameznih paketih.

Tabela 13: Povprečni in celotni variabilni stroški po posameznih paketih

Stroški (v EUR)	Real	FCB	Man Utd	LFC	AFC	CFC	BFC	Juventus
Najem avtobusa	42.903,00	42.903,00	42.903,00	42.903,00	0,00	0,00	42.762,00	46,20
Karta za tekmo	53,28	110,20	40,50	47,00	39,74	55,74	45,00	36,90
Letalska karta	147,00	53,28	125,40	125,40	55,75	55,75	0,00	0,00
Hotel	53,28	45,10	94,26	72,13	69,00	65,00	0,00	0,00
AVC (v EUR)	271,20	226,20	277,76	262,13	164,49	176,49	72,10	83,10
Q prodanih	92,00	98,00	101,00	55,00	66,00	106,00	83,00	70,00
VC (v EUR)	24.950,00	22.167,00	28.054,00	14.417,00	10.856,00	18.708,00	5.984,00	5.817,00

9.3 Fiksni stroški

V Tabeli 14 so predstavljeni fiksni stroški po letih.

Tabela 14: Fiksni stroški

Fiksni stroški (v EUR):	POSLOVNO LETO				
	I	II	III	IV	V
Spletno gostovanje (domena, strežnik)	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Plače 2x (dveh zaposlenih)	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00
Najemnina	7.080,00	7.080,00	7.080,00	7.080,00	7.080,00
Obrat. str. (elektrika, voda, komunala)	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
Oglaševanje	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Računovodstvo	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Opti-print najem tiskalnika	590,00	590,00	590,00	590,00	590,00
Tečajji	344,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Izpit za tur. delavca	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Študent 1	8.000,00	8.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00
Študent 2	8.000,00	8.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00

Vir: Agencija Palladio, Seminar za Turistične Vodnike, b.l.; Meganet d.o.o., Nepremičnine, oddaja, poslovni prosto, b.l.; Mimovrste, Spletna Trgovina d.o.o., Prenosni računalniki, b.l.; Optiprint d.o.o., Paketi najema, b.l.; Turistično gostinska zbornica Slovenije, Cenik za opravljanje izpita za turistične vodnike/ce in spremljevalce/ke, 2016.; Naj splet d.o.o., web5.si .Cenik storitev, b.l.

9.4 Točka preloma

Paket Chelsea FC:

$$Q = \frac{FC}{P-AVC} = \frac{59.514}{285-182,74} = 581,98 \quad (1)$$

Paket Chelsea FC je naš najbolje prodajan paket in ima točko preloma, ki jo izračunamo po enačbi (1), pri količini 582 prodanih aranžmajev. Skupno podjetje v enem poslovnem letu proda 671 paketov, kar pomeni, da točko preloma doseže v 11. mesecu poslovanja (316. dan).

9.5 Dobiček

V naslednji tabeli so navedeni dobički v prvih petih delovanja podjetja.

Tabela 15: Dobiček

Poslovno leto	1	2	3	4	5
Dobiček v EUR	(1.266)	779	48	3.101	4.232

9.6 Opredelitev opreme in denarja, potrebnega za zagon podjetja

Podjetje bo za ustanovitev in začetek poslovanja potrebovalo 7.500 EUR, ki bodo namenjeni za nakup prenosnega računalnika v višini 735 EUR (Prenosni računalnik Lenovo Ideapad), plačila prve plače zaposlenim v višini 2.500 EUR in plačilo prve najemnine v višini 720 EUR. V prilogi 4 je podrobna bilanca stanja.

9.7 Viri financiranja in deleži v podjetju

Podjetje InGreš, d.o.o., bo imelo enega investitorja, in sicer Aljaža Nučiča Skoka, ki bo lastnik in eden od dveh redno zaposlenih v podjetju. Podjetje se bo financiralo zgolj z lastniškim kapitalom lastnika.

9.8 Analiza donosnosti

V podjetje bo v začetku poslovanja vloženi 7.500 EUR. Konec prvega leta poslovanja znaša kapital podjetja 6.234 EUR, konec petega leta pa 14.393 EUR. Interna stopnja donosa znaša 13,9 %. Ocene kazalnikov donosnosti so v Prilogi 4. Donosnost lastniškega kapitala (*return on equity*, v nadaljevanju ROE), ki nam pove, koliko čistega dobička ustvari enota lastniškega kapitala, znaša v prvem letu -0,17, v petem pa 0,42.

Tabela 16: ROE in ROA v celotni dobi poslovanja

Poslovno leto	1	2	3	4	5
ROE	-0.17	0.12	0.01	0.44	0.42
ROA	-0.18	0.11	0.01	0.32	0.31

Return on assets (donosnost sredstev, v nadaljevanju ROA) nam pove, koliko enot čistega dobička je ustvarilo podjetje na denarno enoto sredstev. V prvem letu bi ROA znašal po ocenah -0,18 (za vsak EUR sredstev je -0,18 EUR čistega dobička), v petem letu pa ROA znaša 0,31.

10 ANALIZA OBČUTLJIVOSTI

10.1 Kritična tveganja in problemi

Obvladovanje tveganj je ključen proces v vsakem podjetju po celem svetu. V našem primeru največje tveganje predstavlja situacija, v kateri ne zberemo dovolj potnikov za odhode na ogledne tekme. V tem primeru bo celotna priprava aranžmaja povzročila stroške našemu podjetju, ne bomo pa imeli prihodkov, ki smo jih predvideli. V našem primeru je pogoj, da imamo vsaj 6 potnikov na tekmo.

Naša storitev je zbirka storitev drugih podjetij, kar pomeni, da v primeru slabe izvedbe storitve poslovnega partnerja v našem poslovnem procesu nastane problem, saj moramo zagotoviti nadomestno storitev, na kar smo pripravljene z bodisi zamenjavo termina oglada tekme bodisi zamenjavo partnerja pri izvajanju storitve, če bi se situacija pojavila večkrat. Zelo pomembno je podrobno spremljati trg letalskih poletov na naše ciljne destinacije in se zavarovati z dodatnim terminom in – če je le mogoče – rezervirati letalske vozovnice za dodatni termin.

Pri izvajalcih naših storitev oziroma naših vodnikih predstavlja največje tveganje njihova nezmožnost obvladovanja situacije. Potrebno jih je dobro izuriti in jim dati jasna navodila pred vsakim odhodom na ogledne tekme. Vsekakor je vsako potovanje svoja zgodba in zato morajo biti pripravljene odreagirati na vsako situacijo profesionalno. Menimo, da več kot imaš izkušenj, bolj uspešen si v svojem poklicu.

SKLEP

Namen zaključne strokovne naloge je bil pripraviti poslovni načrt za preizkus poslovne ideje o ustanovitvi turistične agencije, ki bo ponujala vodene ogledne nogometnih tekem evropskih klubskih velikanov.

Glede na opazovane trende v nogometnem poslu in na podlagi izvedene raziskave trga menim, da je na slovenskem trgu dovolj povpraševanja za pozitivno poslovanje podjetja.

Za ustanovitev podjetja in začetek poslovanja je potreben vložek 7.500 EUR, ki bi jih kot ustanovitelj podjetja priskbel sam. S pomočjo finančnih projekcij sem ocenil interno stopnjo donosa. Ta znaša 13,9 %, kar ocenjujem kot dovolj visok donos, da je to podjetniško priložnost smiselno izpeljati. V prvem letu poslovanja podjetje posluje z manjšo izgubo, v ostalih letih pa z dobičkom. V petem poslovnem letu ima podjetje 4.232 EUR dobička.

Če podjetje za svoje kupce kakovostno opravlja storitve, ni bojazni za neuspeh na trgu. Težavne začetke je v poslu, ki te veseli, lažje prenesti. Če imaš okoli sebe dobro in vzpodbudno ekipo zaposlenih, je lažje poiskati prave rešitve za uspešno poslovanje.

LITERATURA IN VIRI

1. Adventours. (b.l.). *O Nas*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.adventours.si/o-nas/>
2. Agencija Palladio. (b.l.). *Seminar za Turistične Vodnike*. Najdeno 10. maja na spletnem naslovu http://www.agencija-palladio.si/turisticni_vodniki.html
3. Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve. (b.l.). *Javna objava letnih poročil*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu http://www.ajpes.si/jol/podjetje.asp?maticna=3837670000&id_prikaza=2&id=236183
4. Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve. (b.l.). *Javna objava letnih poročil*. Najdeno 10. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.ajpes.si/jolp/podjetje.asp?maticna=5550262000&id_prikaza=2&id=2343253
5. Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve. (b.l.). *Javna objava letnih poročil*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/podjetje.asp?maticna=5518199000>
6. Arsenal Football Club plc. (b.l.). *Non-Member Ticket Prices*. Najdeno 6. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.arsenal.com/tickets/non-member-ticket-prices>
7. Arsenal Slovenia. (b.l.). *Arsenal Slovenija*. Najdeno 30. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.facebook.com/ASCSlovenia/?fref=ts>
8. Carintia. (b.l.). *Osnovni podatki (info in odpiralni čas)*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu http://www.cocarintia.si/index.php?option=shop&task=article_list&mid=117
9. Chelsea Football Club. (b.l.). *Ticket prices*. Najdeno 6. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.chelseafc.com/tickets-membership/general-ticket-info/ticket-prices.html>
10. Deloitte Touche Tohmatsu Limited. (b.l.). *Top of the table Football Money League*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/sports-business-group/uk-deloitte-sport-football-money-league-2016.pdf>
11. Drnovšek, M., & Stritar, R. (2007). *Podjetništvo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
12. Društvo Navijačev FC Barcelona Slovenija. (b.l.). *FC Barcelona Supporters-Slovenija*. Najdeno 30. novembra 2016 na spletnem naslovu https://www.facebook.com/groups/316011001937878/?ref=br_rs
13. EDreams ODIGEO. (b.l.). *EDreams, Flights*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.edreams.com/travel/?mktportal=google&gclid=CjwKEAajw1Iq6BRDY_tK-9OjdmBESJABlzoY7Y2ISyK4nMTXFiaUr0ltI4xCV9p5YvE9izR8n9956zBoCE0_w_wcB#/results/type=R;dep=2016-06-11;from=LJU;to=LON;ret=2016-06-12;collectionmethod=false;airlinescodes=false;internalSearch=true
14. EDreams ODIGEO. (b.l.). *EDreams, Flights*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.edreams.com/travel/?mktportal=google&gclid=CjwKEAajw1Iq6BRDY_tK-9OjdmBESJABlzoY7Y2ISyK4nMTXFiaUr0ltI4xCV9p5YvE9izR8n9956zBoCE0_w_wcB#/results/type=R;dep=2016-06-11;from=LJU;to=LON;ret=2016-06-12;collectionmethod=false;airlinescodes=false;internalSearch=true

15. EDreams ODIGEO. (b.l.). *EDreams, Flights*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.viamichelin.com/web/Routes/Route-Ljubljana-1293-Slovenija-Slovenia-to-Venice--Venezia-Italy?strStartLocid=32NDIxY2s0MTI5MzEwY05EVXVPVGswTVRZPWNNVF1TmPVd056Zz0=&strDestLocid=31NDFvdm4xMGNO RFV1TkRNME5UZz1jTVRJdU16TTROemM9>
<http://www.viamichelin.com/web/Routes/Route-Ljubljana-1293-Slovenija-Slovenia-to-Venice--Venezia-Italy?strStartLocid=32NDIxY2s0MTI5MzEwY05EVXVPVGswTVRZPWNNVF1TmPVd056Zz0=&strDestLocid=31NDFvdm4xMGNO RFV1TkRNME5UZz1jTVRJdU16TTROemM9>
16. FC Barcelona. (b.l.). *Football tickets*. Najdeno 6. maja 2016 na spletnem naslovu <https://www.fcbarcelona.com/tickets/football/football-tickets>
17. FC Bayern München AG. (b.l.). *Sale of single tickets*. Najdeno 6. maja 2016 na spletnem naslovu https://www.fcbayernmunich.com/media/native/tickets/Preisliste%2015_16_010316.pdf
18. *England historical attendance and performance*. Najdeno 15. januarja 2017 na spletnem naslovu <http://www.european-football-statistics.co.uk/attnclub/manu.htm>
19. Integral Zagorje. d.o.o. (b.l.). *Cenik*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.integral-zagorje.si/integral_zagorje/obcasni_prevozi/cenik/
20. Juventus Football Club S.p.A.. (b.l.). *Prices & Purchasing*. Najdeno 6. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.juventus.com/en/tickets/prices-and-purchasing/index.php>
21. Klub navijačev Juventus Slovenija. (b.l.). *Juventus Slovenija*. Najdeno 30. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.facebook.com/JuventusSLO/?fref=ts>
22. Klub navijačev Liverpool FC Slovenija. (b.l.). *Liverpool FC Supporters Slovenija*. Najdeno 30. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.facebook.com/group/s/17719124135/?fref=ts>
23. Klub navijačev Manchester United FC Slovenije. (b.l.). *Manchester United Slovenija Supporters*. Najdeno 30. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.facebook.com/manutdslo/?fref=ts>
24. Klub navijačev Real Madrid Slovenija. (b.l.). *Real Madrid CF Slovenija Supporters*. Najdeno 30. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.facebook.com/RealMadridSlovenija>
25. Konečnik Ruzzier, M. (2011). *Temelji trženja, Pristop k trženjskemu načinu razmišljanja v 21. stoletju*. Ljubljana: Meritum.
26. Manchester United Ltd. (b.l.). *Tickets & Hospitality*. Najdeno 6. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.manutd.com/en/Tickets-And-Hospitality/Ticket-Prices/Premier-League.aspx>
27. Meganet d.o.o. (b.l.). *Nepremičnine, oddaja, poslovni prostor*. Najdeno 4. Maja 2016 na spletnem naslovu http://www.nepremicnine.net/oglasil-oddaja/brezovica-pri-ljubljani-poslovni-prostor_5848554/
28. Mimovrste d.o.o. (b.l.). *Prenosni računalniki*. Najdeno 24. maja 2016 na spletnem naslovu <https://www.mimovrste.com/prenosniki/lenovo-prenosnik-ideapa-d-700-i716gb1tbdos>
29. Naj spleť d.o.o. (b.l.). *web5.si Cenik storitev*. Najdeno 5. maja 2016 na spletnem naslovu <http://web5.si/cenik.html>

30. Navijaški klub Chelsea Slovenija. (b.l.). *Official Chelsea Slovenia Supporters Club*. Najdeno 30. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.facebook.com/CFC.SloveniaFanPage>
31. Navijaški klub FC Bayern Slovenija. (b.l.). *FC Bayern München Slovenija*. Najdeno 30. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.facebook.com/fcbmslo/?fref=ts>
32. Optiprint d.o.o. (b.l.). *Paketi najema*. Najdeno 5. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.optiprint.si/Paketi-najema>
33. Real Madrid. (b.l.). *Football First Team Tickets*. Najdeno 6. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.madrid-tourist-guide.com/en/football/real-madrid-tickets.html>
34. Tentours d.o.o. (b.l.). *Kdo in kaj je TENTOURS*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.tentours.si/default.asp?mid=sl&pid=loremipsum1>
35. The Liverpool Football Club and Athletic Grounds Limited. (b.l.). *Match-Day Premier League Prices*. Najdeno 6. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.liverpoolfc.com/tickets/match-day-premier-league-prices-2016-17>
36. TripAdvisor LLC. (b.l.). *Anfield Stadium Guest House*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g186337-d2231493-Reviews-Anfield_Stadium_Guest_House-Liverpool_Merseyside_England.html
37. Trivago GmbH. (b.l.). *Espahotel Plaza Basilica, Madrid*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu [http://www.trivago.si/?iPathId=32027&iGeoDistanceItem=40016&aDateRange\[arr\]=2016-06-05&aDateRange\[dep\]=2016-06-06&iRoomType=7&cpt=4001602&iViewType=0&bIsSeoPage=false&bIsSitemap=false&](http://www.trivago.si/?iPathId=32027&iGeoDistanceItem=40016&aDateRange[arr]=2016-06-05&aDateRange[dep]=2016-06-06&iRoomType=7&cpt=4001602&iViewType=0&bIsSeoPage=false&bIsSitemap=false&)
38. TripAdvisor LLC. (b.l.). *Hotels near Arsenal Stadium Tours & Museum*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu https://www.tripadvisor.com/HotelsNear-g186338-d1775127-Arsenal_Stadium_Tours_Museum-London_England.html
39. TripAdvisor LLC. (b.l.). *Hotels near Camp Nou*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu https://www.tripadvisor.com/HotelsNear-g187497-d271009-Camp_Nou-Barcelona_Catalonia.html
40. TripAdvisor LLC. (b.l.). *Hotels near Stamford Bridge Stadium*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu https://www.tripadvisor.com/HotelsNear-g186338-d6426418-Stamford_Bridge_Stadium-London_England.html
41. Trivago GmbH. (b.l.). *Premier Inn Manchester Old Trafford, Manchester*. Najdeno 7. maja 2016 na spletnem naslovu [http://www.trivago.si/?iPathId=38961&iGeoDistanceItem=12582&aDateRange\[arr\]=2016-06-05&aDateRange\[dep\]=2016-06-06&iRoomType=7&cpt=1258202&iViewType=0&bIsSeoPage=false&bIsSitemap=false&](http://www.trivago.si/?iPathId=38961&iGeoDistanceItem=12582&aDateRange[arr]=2016-06-05&aDateRange[dep]=2016-06-06&iRoomType=7&cpt=1258202&iViewType=0&bIsSeoPage=false&bIsSitemap=false&)
42. Turistično gostinska zbornica Slovenije. (2016). *Cenik za opravljanje izpita za turistične vodnike/ce in spremljevalce/ke*. Najdeno 10. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.tgzs.si/sl/cenik-izpitov>
43. Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT). *Uradni list RS* št. 2/2004, 57/2012 in 17/2015.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Seznam virov za pripravo tabele 1	1
Priloga 2: Seznam virov za pripravo tabele 7	2
Priloga 3: Program poti z avtobusom	3
Priloga 4: Program poti z letalom.....	4
Priloga 5: Anketa	5
Priloga 6: Preglednice in finančni prikazi	8

PRILOGA 1: Seznam virov za pripravo tabele 1

Arsenal Slovenia, Arsenal Slovenija, b.l.; Društvo Navijačev FC Barcelona Slovenija, FC Barcelona Supporters-Slovenija, b.l.; Klub navijačev Juventus Slovenija, Juventus Slovenija. b.l.; Klub navijačev Liverpool FC Slovenija, Liverpool FC Supporters Slovenija.b.l.; Klub navijačev Manchester United FC Slovenije, Manchester United Slovenija Supporters.b.l.; Klub navijačev Real Madrid Slovenija. Real Madrid CF Slovenija Supporters. b.l.; Navijaški klub Chelsea Slovenija, Official Chelsea Slovenia Supporters Club. b.l.; Navijaški klub FC Bayern Slovenija, FC Bayern München Slovenija.b.l.

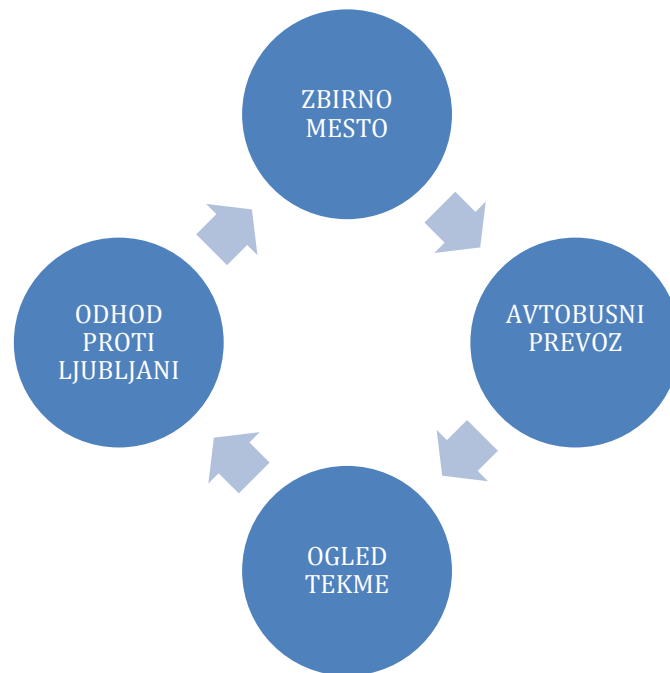
PRILOGA 2: Seznam virov za pripravo tabele 7

Arsenal Football Club plc, Non-Member Ticket Prices, b.l.; Chelsea Football Club, Ticket prices, b.l.; FC Barcelona, Football tickets, b.l.; FC Bayern München AG, Sale of single tickets, b.l.; Juventus Football Club S.p.A., Prices & Purchasing, b.l.; Manchester United Ltd, Tickets & Hospitality, b.l.; Real Madrid, Football First Team Tickets, b.l.; The Liverpool Football Club and Athletic Grounds Limited, Match-Day Premier League Prices, b.l.; EDreams ODIGEO, EDreams, Flights, b.l.; Integral Zagorje d.o.o., Cenik, b.l.; TripAdvisor LLC, Anfield Stadium Guest House, b.l.; trivago GmbH, Espahotel Plaza Basilica, b.l.; TripAdvisor LLC, Hotels near Arsenal Stadium Tours & Museum, b.l.; TripAdvisor LLC, Hotels near Camp Nou, b.l.; TripAdvisor LLC, Hotels near Stamford Bridge Stadium, b.l.; trivago GmbH, Premier Inn Manchester Old Trafford, b.l.

PRILOGA 3: Program poti z avtobusom

Bayern Munchen

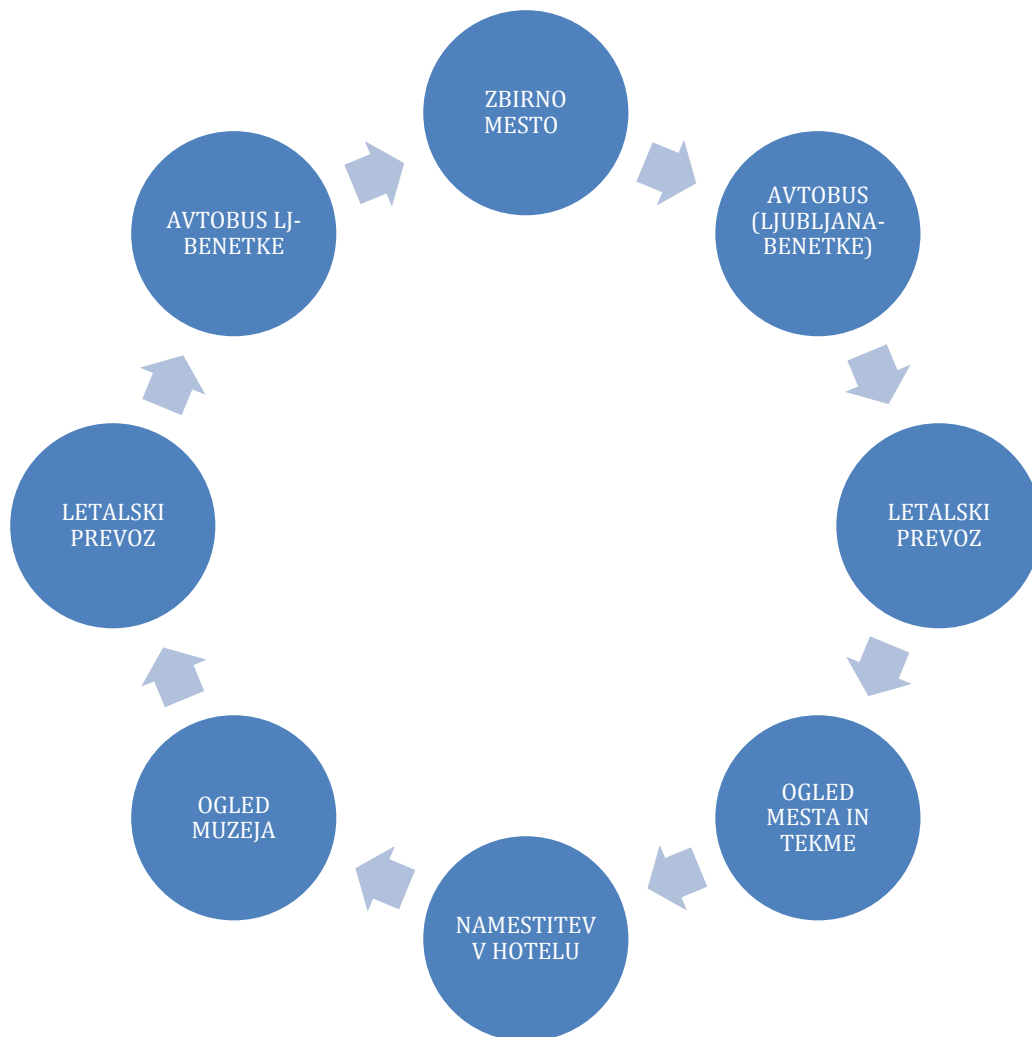
Slika 2: Opis poti do Munchena, ogled tekme in nato pot iz Munchena v Ljubljano



Avtobusni prevoz iz Ljubljane do Munchena traja približno 6 ur, zato je za ogled tekme, ki je v Nemčiji ponavadi pozno popoldne, potrebno oditi zgodaj zjutraj. V Munchen bi prispeli okoli 14.00 in se nato okrepčali ter imeli čas za kratek sprehod po mestu. Ogled tekme traja približno 3 ure. Po koncu tekme bi imeli še čas za pozno večerjo ali pivo. Nato odhod proti domu v poznih večernih urah in prihod domov v zgodnjih jutranjih urah naslednjega dne. Pot v Manchester je ena od daljših, zato je zelo primerna za njeno ponazoritev v diagramu.

PRILOGA 4: Program poti z letalom

Slika 3: Opis poti do Manchestra, ogled tekme in nato pot iz Manchestra v Ljubljano.



1. Zbirno mesto (parkirišče Tivoli)
2. Prevoz do beneškega letališča
3. Letalski prevoz do Manchestra (Barcelone, Madrida)
4. Ogled mesta in ogled tekme
5. Namestitev v hotelu v večernih urah
6. Ogled klubskega muzeja (po želji)
7. Letalski prevoz od Manchestra do Benetk
8. Prevoz iz Benetk v Ljubljano

PRILOGA 5: Anketa

Tabela 17: Anketa

Vprašanja in odgovori	Odstotki [%]
Q1 - Ali aktivno spremljate/ste spremljali katero od navedenih nogometnih moštev? (delež anketirancev, ki je odgovoril z DA)	
Liverpool FC	
Chelsea FC	16
Manchester United FC	17
Arsenal FC	6
Bayern Munchen FC	15
FC Barcelona	14
Real Madrid CF	13
Juventus FC	6
AC Milan	2
Drugo	5.5
Q2 - Ali ste že kdaj bili na nogometni tekmi v tujini?	
Da	71
Ne	29
Q3 - Ali ste se/bi vas zanimal ogled tekme v živo katerega od naslednjih moštev? (delež anketirancev, ki je odgovoril z DA)	
(Možna dva odgovora)	
Liverpool FC	7
Chelsea FC	15
Manchester United FC	16
Bayern Munchen FC	11
FC Barcelona	14
Real Madrid CF	14
Juventus FC	8
AC Milan	3
Arsenal FC	7
Drugo	5
Q4 - Če ste se udeležili nogometne tekme v tujini, na kakšen način ste potovali?	
Osebni avto	10
Letalo	23
Avtobus	27
Kombinacija avtobus-letalo	17
Nisem se udeležil tekme v tujini	23

se nadaljuje

Tabela 17: Anketa (nad.)

Vprašanja in odgovori	Odstotki [%]
Q5 - Ali ste na tekmo odšli? (delež anketirancev, ki je odgovoril z DA)	
Lastna režija	37
Potovalna agencija (npr. tentours)	38
Fan klub (organizacija s strani navijaškega kluba)	25
Q6 - Kolikokrat ste se v zadnjih dveh letih udeležili nogometne tekme v tujini? (delež anketirancev, ki je odgovoril z DA)	
1-3	46
3-5	21
5-10	7
10 ali več	2
tekme se nisem udeležil(a)	26
Q7 - Koliko bi bili pripravljeni plačati za ogled nogometne tekme v živo v evrih?	
do 200	27
200-400	59
400 ali več	14
Q8 - Ali bi zaupali organizacijo ogleda nogometne tekme manj izkušenemu podjetju?	
Da	21
Ne	37
Ne vem	42
Q9 - Ali se nameravate v prihodnje udeležiti ogleda nogometne tekme v tujini?	
Da	77
Ne	23
Q10 - Če ste si ogled tekme v tujini organizirali preko potovalne agencije, kaj vas je motilo? (delež anketirancev, ki je odgovoril z DA)	
slabo vodenje vodiča	25
slaba namestitvev	23
slab transfer	22
aranžma je bil predrag	11
še nikoli nisem bil(a)	19
Q11 - Ali je po vaših izkušnjah ponudba v Sloveniji za organizirane ogleda nogometnih tekem dovolj pestra?	
Da	27
Ne	48
Ne vem	25

se nadaljuje

Tabela 17: Anketa (nad.)

Vprašanja in odgovori	Odstotki [%]
Q12 - Kaj je glavno merilo, ko se odločate za odhod na tekmo v tujino? (delež anketirancev, ki je odgovoril z DA)	
Na tekme ne hodim	23
Cena aranžmaja	31
Pomembnost tekme za klub	19
Izpolniti svojo željo	27
Q13 - Kaj vam je po prihodu s tekme domov ostalo najbolj v spominu?	
Vzdušje na stadionu	50
Rezultat tekme	22
Mesto, v katerem se je tekma odvijala	28
Drugo:	
Spol:	
Moški	88
Ženski	12
V katero starostno skupino spadate?	
do 20 let	29
21 - 40 let	57
41 - 60 let	12
61 let ali več	2

Priloga 6: Preglednice in finančni prikazi

PROJEKCIJE 2016	Mesec												Leto					DRUGI PODATKI
	OBD OBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	
BILANCE																		
BILANCA STANJA																		
SREDSTVA	7500	8498	9715	12122	13719	14260	16753	18649	21280	16322	12927	9580	6234	6234	7855	7880	11637	15707
SREDSTVA (RAZEN DENARJA)	0	1253	1221	1189	1157	1124	1092	1060	1028	1281	1249	1206	1174	1174	514	643	294	74
NEOPREDMETENA SREDSTVA	0	536	523	509	495	481	468	454	440	426	413	399	385	385	220	55	0	0
OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	0	717	698	680	662	643	625	606	588	570	551	533	515	515	294	588	294	74
FINANČNE NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATVE IZ POSLOVANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	286	286	275	275	275	0	0	0	0
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DENAR	7500	7245	8495	10934	12562	13135	15661	17589	20252	15041	11677	8374	5060	5060	7341	7237	11343	15633
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	7500	8498	9715	12122	13719	14260	16753	18649	21280	16322	12927	9580	6234	6234	7855	7880	11637	15707
KAPITAL	7500	7613	8507	10641	12335	13083	15262	17209	19717	16322	12927	9580	6234	6234	7013	7060	10161	14393
OSNOVNI KAPITAL	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500
ZADRŽANI DOBIČEK	0	113	1007	3141	4835	5583	7762	9709	12217	8822	5427	2080	-1266	-1266	-487	-440	2661	6893
DOLG	0	886	1208	1481	1384	1176	1491	1440	1563	0	0	0	0	0	842	820	1476	1314
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	886	1208	1481	1384	1176	1491	1440	1563	0	0	0	0	0	842	820	1476	1314
IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA																		
PRIHODKI POSLOVANJA	21585	21530	24790	24010	20595	25660	24575	26145	0	0	0	0	188890	191540	186970	192565	202555	
PROIZVAJALNI STROŠKI	21161	20324	22345	22005	19535	23170	22317	23326	3214	3214	3214	3214	187041	187646	183586	185840	194505	
AMORTIZACIJA	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	386	386	606	349	221	
KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE	392	1173	2413	1972	1028	2458	2226	2787	-3246	-3246	-3246	-3246	1464	3509	2778	6376	7829	
STROŠKI PRODAJE	279	279	279	279	279	279	279	279	149	149	100	100	2730	2730	2730	2730	2730	
STROŠKI UPRAVE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DOBIČEK IZ POSLOVANJA	113	894	2134	1693	749	2179	1947	2508	-3395	-3395	-3346	-3346	-1266	779	48	3646	5099	
PRIHODKI FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ODHODKI FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA	113	894	2134	1693	749	2179	1947	2508	-3395	-3395	-3346	-3346	-1266	779	48	3646	5099	
IZREDNI PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IZREDNI ODHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DOBIČEK PRED DAVKI	113	894	2134	1693	749	2179	1947	2508	-3395	-3395	-3346	-3346	-1266	779	48	3646	5099	
DAVEK OD DOHODKA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	545	867	
														-215	-83	-75	0	0
ČISTI DOBIČEK	113	894	2134	1693	749	2179	1947	2508	0	0	0	0	12217					
	113	894	2134	1693	749	2179	1947	2508	-3395	-3395	-3346	-3346	-1266	779	48	3101	4232	
IZKAZ DENARNIH TOKOV																		
DENAR KONEC OBDOBJA	7500	7245	8495	10934	12562	13135	15661	17589	20252	15041	11677	8374	5060	5060	7341	7237	11343	15633
ČISTI DOBIČEK		113	894	2134	1693	749	2179	1947	2508	-3395	-3395	-3346	-3346	-1266	779	48	3101	4232
AMORTIZACIJA		32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	386	386	606	349	221	
POVEČANJE DOLGA		886	323	273	-97	-208	315	-51	123	-1563	0	0	0	0	842	-23	656	-162
POVEČANJE KAPITALA (BREZ DOBIČKA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
POVEČANJE SREDSTEV (BREZ DENARJA)		1285	0	0	0	0	0	0	286	0	-11	0	1560	-275	735	0	0	
DENARNI TOK		-255	1249	2439	1629	573	2526	1928	2664	-5212	-3363	-3303	-3314	-2440	2281	-104	4106	4291

se nadaljuje

Nadaljevanje

PODATKI	IME PODJETJA: InGreš																		
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU																			
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBDOBJU	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
ANALIZA RAZMERIJ DO DRŽAVE IZ NASLOVA DDV																			
TERJATVE ZA DDV KONEC OBDOBJA	3863	3528	3973	3898	3355	4154	3967	4189	286	286	275	275	275	2669	2608	2599	2722		
OBVEZNOSTI ZA DDV KONEC OBDOBJA	4749	4737	5454	5282	4531	5645	5407	5752	0	0	0	0	0	3512	3428	3530	3714		
SALDO IZ NASLOVA DDV	-886	-1208	-1481	-1384	-1176	-1491	-1440	-1563	286	286	275	275	275	-842	-820	-931	-992		
NEOPREDMETENA SREDSTVA													Število enot: 1						
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	165	165	165	55	0	
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	14	28	41	55	69	83	96	110	124	138	151	165	165	330	495	550	550	
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	536	523	509	495	481	468	454	440	426	413	399	385	385	220	55	0	0	
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	550	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	550	0	0	0	0	
SKUPAJ VSTOPNI DDV		121	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	121	0	0	0	0	
Spletna stran																			
NABAVNA VREDNOST	0	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	
AMORTIZACIJA		14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	165	165	165	55	0	
POPRAVEK VREDNOSTI		14	28	41	55	69	83	96	110	124	138	151	165	165	330	495	550	550	
NEODPISANA VREDNOST	0	536	523	509	495	481	468	454	440	426	413	399	385	385	220	55	0	0	
NABAVE V OBDOBJU	0	550	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	550	0	0	0	0	
NEPREMIČNINE													Število enot: 1						
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NEPREMIČNINA																			
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
OPREMA													Število enot: 2						
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	1470	1470	1470	
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	221	221	441	294	221	
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	18	37	55	74	92	110	129	147	165	184	202	221	221	441	882	1176	1397	
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	717	698	680	662	643	625	606	588	570	551	533	515	515	294	588	294	74	
SKUPAJ NABAVE V OBDOBJU	0	735	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	735	0	735	0	0	
SKUPAJ VSTOPNI DDV		162	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	162	0	162	0	0	
PC 1																			
NABAVNA VREDNOST	0	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	
AMORTIZACIJA		18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	221	221	221	74	0	
POPRAVEK VREDNOSTI		18	37	55	74	92	110	129	147	165	184	202	221	221	441	662	735	735	
NEODPISANA VREDNOST	0	717	698	680	662	643	625	606	588	570	551	533	515	515	294	74	0	0	
NABAVE V OBDOBJU	0	735	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	735	0	0	0	0	
PC 2																			
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	735	735	735	
AMORTIZACIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	221	221	221	
POPRAVEK VREDNOSTI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	221	441	662	
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	515	294	74	
NABAVE V OBDOBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	735	0	0	
FINANČNE NALOŽBE													Število enot: 1						
SKUPAJ NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ ZMANJŠANJE NALOŽB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NALOŽBA																			
NALOŽBA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZMANJŠANJE NALOŽBE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

se nadaljuje

Nadaljevanje

TERJATVE IZ POSLOVANJA													Število enot: 1						
SKUPAJ TERJATVE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ ZMANJŠANJE TERJATEV	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		
TERJATEV																			
TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
ZMANJŠANJE TERJATVE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00 Letna obrestna mera	
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA																			
SKUPAJ VREDNOST ZALOGE MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
VREDNOST MATERIALA 1		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
KAPITAL																			
SKUPAJ GIBANJE KAPITALA	7500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
POVEČANJE / ZMANJŠANJE KAPITALA	7500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
DELITEV DOBIČKA																			
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA													Število enot: 1						
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
OBVEZNOST																			
OBVEZNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI		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	0.00 Letna obrestna mera	
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA													Število enot: 1						
SKUPAJ OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ ZMANJŠANJE OBVEZNOSTI	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		
OBVEZNOST																			
OBVEZNOST	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		
DANE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00 Letna obrestna mera	
PRIHODKI POSLOVANJA / SPREMENLJIVI STROŠKI													Število enot: 8						
SKUPAJ PRIHODKI	0	21585	21530	24790	24010	20595	25660	24575	26145	0	0	0	0	0	188890	191540	186970	192565	202555
SKUPAJ IZSTOPNI DDV	0	4749	4737	5454	5282	4531	5645	5407	5752	0	0	0	0	0	41566	42139	41133	42364	44562
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	0	14503	14610	16631	16291	13821	17456	16603	17612	0	0	0	0	0	127526	129076	125016	125270	131935
SKUPAJ STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	3191	3214	3659	3584	3041	3840	3653	3875	0	0	0	0	0	28056	28397	27504	27559	29026

se nadaljuje

Nadaljevanje

Paket Bayern																				
NETO PRODAJNA CENA	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	125.0	125.0	125.0		
PRODANA KOLIČINA	12	13	11	11	0	12	11	13	0	0	0	0	0	83	84	82	85	79		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK	1200	1300	1100	1100	0	1200	1100	1300	0	0	0	0	0	8300	8400	10250	10625	9875		
IZSTOPNI DDV	264	286	242	242	0	264	242	286	0	0	0	0	0	1826	1848	2255	2338	2173	0.22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
STROŠKI STORITEV	865	937	793	793	0	865	793	937	0	0	0	0	0	5981	6053	5909	6125	5693		
STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
VSTOPNI DDV	190	206	174	174	0	190	174	206	0	0	0	0	0	1316	1332	1300	1348	1252		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06	72.06		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
MATERIAL	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.00	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
ZUNANJE STORITVE	0.0	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1		
VSTOPNI DDV V STORITVAH	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9	15.9		
Najem avtobusa	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	27.1	0.22	Stopnja DDV
CENA STORITVE	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06	27.06		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1		
Karta za tekmo	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	0.22	Stopnja DDV
CENA STORITVE	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1		
STORITEV	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.00	Stopnja DDV
CENA STORITVE	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0	0	0	0	0		
NEPOSREDNO DELO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
DELO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
CENA DELA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		

se nadaljuje

Nadaljevanje

Paket Real Madrid																		
NETO PRODAJNA CENA	370.0	370.0	370.0	370.0	370.0	370.0	370.0	370.0	370.0	0.0	0.0	0.0	0.0	370.0	370.0	370.0	370.0	370.0
PRODANA KOLIČINA	10	13	12	11	7	12	14	13	0	0	0	0	0	92	96	90	89	98
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK	3700	4810	4440	4070	2590	4440	5180	4810	0	0	0	0	0	34040	35520	33300	32930	36260
IZSTOPNI DDV	814	1058	977	895	570	977	1140	1058	0	0	0	0	0	7489	7814	7326	7245	7977
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI STORITEV	2712	3526	3254	2983	1898	3254	3797	3526	0	0	0	0	0	24950	26035	24408	24137	26578
STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VSTOPNI DDV	597	776	716	656	418	716	835	776	0	0	0	0	0	5489	5728	5370	5310	5847
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20	271.20
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MATERIAL	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CENA ENOTE MATERIALA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ZUNANJE STORITVE	0.0	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2	271.2
VSTOPNI DDV V STORITVAH	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7	59.7
Najem avtobusa	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6
CENA STORITVE	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1
letalska karta	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0	147.0
CENA STORITVE	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1
Hotel	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3
CENA STORITVE	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1
Karta za tekmo	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3
CENA STORITVE	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1
STORITEV	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CENA STORITVE	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0	0	0	0	0
NEPOSREDNO DELO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
DELO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CENA DELA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

se nadaljuje

Nadaljevanje

Paket Barcelona																				
NETO PRODAJNA CENA	355.0	355.0	355.0	355.0	355.0	355.0	355.0	355.0	355.0	0.0	0.0	0.0	0.0	355.0	355.0	355.0	370.0	370.0		
PRODANA KOLIČINA	11	10	12	13	11	13	14	14	0	0	0	0	0	98	100	97	95	104		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK	3905	3550	4260	4615	3905	4615	4970	4970	0	0	0	0	0	34790	35500	34435	35150	38480		
IZSTOPNI DDV	859	781	937	1015	859	1015	1093	1093	0	0	0	0	0	7654	7810	7576	7733	8466	0.22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
STROŠKI STORITEV	2489	2262	2715	2941	2489	2941	3167	3167	0	0	0	0	0	22171	22623	21944	21492	23528		
STROŠKI DELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
VREDNOST ZALOGE PROIZVODA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
VSTOPNI DDV	547	498	597	647	547	647	697	697	0	0	0	0	0	4878	4977	4828	4728	5176		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23	226.23		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
VSTOPNI DDV V MATERIALIH	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
MATERIAL	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.00	Stopnja DDV
CENA ENOTE MATERIALA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
ZUNANJE STORITVE	0.0	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2	226.2		
VSTOPNI DDV V STORITVAH	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8	49.8		
Najem avtobusa	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	0.22	Stopnja DDV
CENA STORITVE	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0		
Iletalska karta	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	110.2	0.22	Stopnja DDV
CENA STORITVE	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23	110.23		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0		
Hotel	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	45.1	0.22	Stopnja DDV
CENA STORITVE	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10	45.10		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0		
Karta za tekmo	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	53.3	0.22	Stopnja DDV
CENA STORITVE	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30	53.30		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0		
NEPOSREDNO DELO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
DELO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
CENA DELA	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00		
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		

se nadaljuje

Nadaljevanje

Paket Juventus																	
NETO PRODAJNA CENA	110.0	110.0	110.0	110.0	110.0	110.0	110.0	110.0	0.0	0.0	0.0	0.0	110.0	110.0	110.0	110.0	110.0
PRODANA KOLIČINA	7	8	7	6	11	11	9	11	0	0	0	0	70	72	67	71	76
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK	770	880	770	660	1210	1210	990	1210	0	0	0	0	7700	7920	7370	7810	8360
IZSTOPNI DDV	169	194	169	145	266	266	218	266	0	0	0	0	1694	1742	1621	1718	1839
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI STORITEV	582	665	582	499	914	914	748	914	0	0	0	0	5817	5983	5568	5900	6316
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	128	146	128	110	201	201	165	201	0	0	0	0	1280	1316	1225	1298	1389
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10	83.10
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MATERIAL	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CENA ENOTE MATERIALA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ZUNANJE STORITVE	0.0	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1	83.1
VSTOPNI DDV V STORITVAH	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3	18.3
Najem autobusa	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2	46.2
CENA STORITVE	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20	46.20
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Karta za tekmo	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9	36.9
CENA STORITVE	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
STORITEV	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CENA STORITVE	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
NEPOSREDNO DELO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
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	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Paket Manchester United																	
NETO PRODAJNA CENA	350.0	350.0	350.0	350.0	350.0	350.0	350.0	350.0	0.0	0.0	0.0	0.0	350.0	350.0	350.0	375.0	375.0
PRODANA KOLIČINA	11	15	13	9	11	16	14	12	0	0	0	0	101	101	102	98	100
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRIHODEK	3850	5250	4550	3150	3850	5600	4900	4200	0	0	0	0	35350	35350	35700	36750	37500
IZSTOPNI DDV	847	1155	1001	693	847	1232	1078	924	0	0	0	0	7777	7777	7854	8085	8250
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STROŠKI STORITEV	2610	3559	3084	2135	2610	3796	3322	2847	0	0	0	0	23963	23963	24201	23251	23726
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	574	783	679	470	574	835	731	626	0	0	0	0	5272	5272	5324	5115	5220
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26	237.26
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
VSTOPNI DDV V MATERIALIH	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MATERIAL	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CENA ENOTE MATERIALA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ZUNANJE STORITVE	0.0	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3	237.3

se nadaljuje

Nadaljevanje

Paket Chelsea																			
NETO PRODAJNA CENA	285.0	285.0	285.0	285.0	285.0	285.0	285.0	285.0	0.0	0.0	0.0	0.0	285.0	285.0	285.0	300.0	300.0		
PRODANA KOLIČINA	12	8	14	15	16	11	15	15	0	0	0	0	106	106	107	100	103		
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK	3420	2280	3990	4275	4560	3135	4275	4275	0	0	0	0	30210	30210	30495	30000	30900		
IZSTOPNI DDV	752	502	878	941	1003	690	941	941	0	0	0	0	6646	6646	6709	6600	6798	0.22	Stopnja DDV
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
STROŠKI STORITEV	2193	1462	2558	2741	2924	2010	2741	2741	0	0	0	0	19370	19370	19553	18274	18822		
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	482	322	563	603	643	442	603	603	0	0	0	0	4261	4261	4302	4020	4141		
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74	182.74		
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
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	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
ZUNANJE STORITVE	0.0	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7	182.7		
VSTOPNI DDV V STORITVAH	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2	40.2		
Karta za letalo	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	55.7	0.22	Stopnja DDV
CENA STORITVE	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74	55.74		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0		
Karta za tekmo	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	62.0	0.22	Stopnja DDV
CENA STORITVE	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0		
hotel	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	0.22	Stopnja DDV
CENA STORITVE	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0		
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	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
NEPOSREDNO DELO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
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	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		

se nadaljuje

Nadaljevanje

Paket Liverpool																				
NETO PRODAJNA CENA	340.0	340.0	340.0	340.0	340.0	340.0	340.0	340.0	340.0	0.0	0.0	0.0	0.0	340.0	340.0	340.0	340.0	340.0		
PRODANA KOLIČINA	6	4	7	11	7	9	4	7	0	0	0	0	55	51	53	60	62			
ZALOGA KONEC OBDOBJA (KOLIČINA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
PRIHODEK	2040	1360	2380	3740	2380	3060	1360	2380	0	0	0	0	18700	17340	18020	20400	21080			
IZSTOPNI DDV	449	299	524	823	524	673	299	524	0	0	0	0	4114	3815	3964	4488	4638	0.22	Stopnja DDV	
STROŠKI MATERIALA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
STROŠKI STORITEV	1573	1049	1835	2883	1835	2359	1049	1835	0	0	0	0	14417	13369	13893	15728	16252			
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	346	231	404	634	404	519	231	404	0	0	0	0	3172	2941	3056	3460	3575			
SPREMENLJIVI STROŠKI / ENOTO	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13	262.13			
MATERIAL / TRGOVSKO BLAGO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0			
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	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00			
POTROŠEK (MATERIALA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0			
ZUNANJE STORITVE	0.0	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1	262.1			
VSTOPNI DDV V STORITVAH	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7	57.7			
Najem avtobusa	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	0.22	Stopnja DDV	
CENA STORITVE	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60	17.60			
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1			
letalska karta	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	125.4	0.22	Stopnja DDV	
CENA STORITVE	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40			
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1			
Karta za tekmo	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	47.0	0.22	Stopnja DDV	
CENA STORITVE	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00			
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1			
hotel	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	72.1	0.22	Stopnja DDV	
CENA STORITVE	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13	72.13			
POTROŠEK (STORITEV NA ENOTO)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1	1	1	1	1			
NEPOSREDNO DELO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0			
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	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00			
POTROŠEK (DELA NA ENOTO)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0			

se nadaljuje

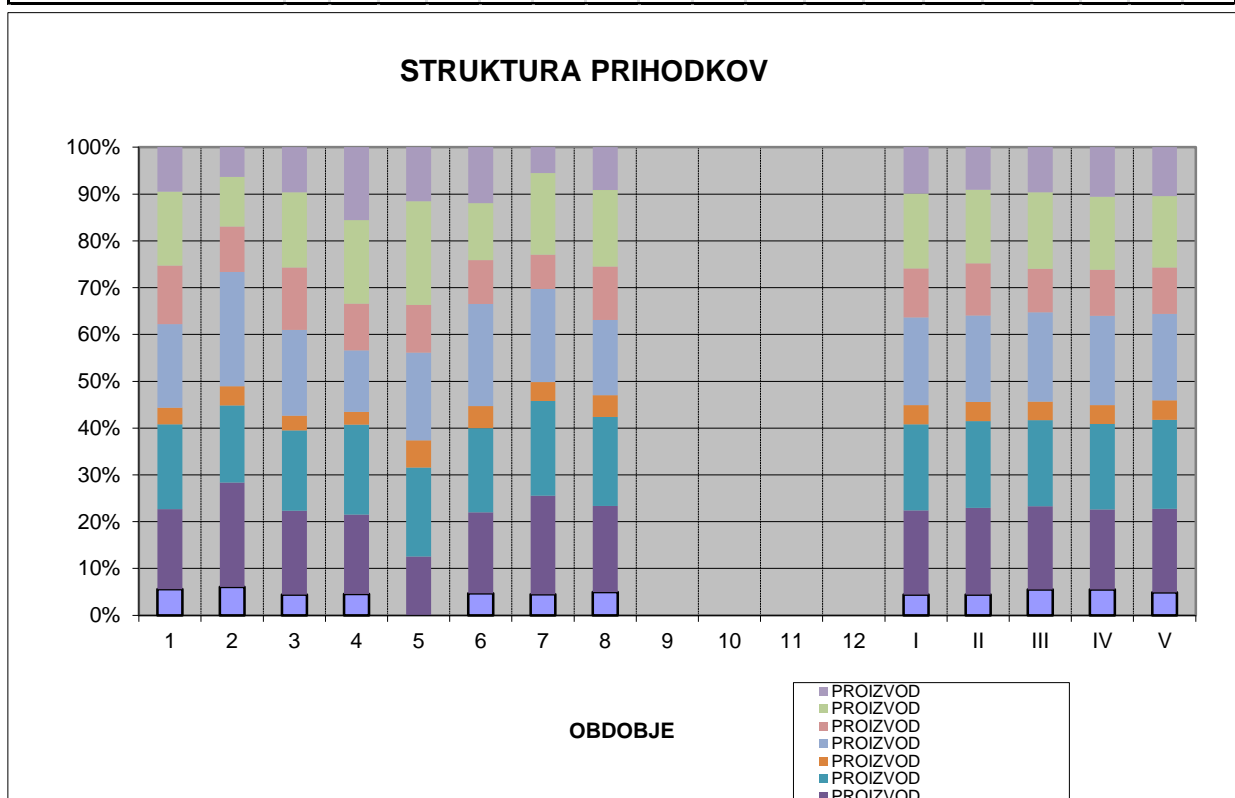
Nadaljevanje

PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI																				
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	0	6658	5714	5714	5714	5714	5714	5714	5714	3214	3214	3214	3214	59514	58570	58570	60570	62570		
SKUPAJ VSTOPNI DDV		328	253	253	253	253	253	253	253	253	253	253	253	3109	3033	3033	3033	3033		
Spletno gostovanje (domena, strežnik)		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120	120	120	120	120		0.22 Stopnja DDV
Plače 2x		2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2000	2000	2000	2000	2000	28000	28000	28000	28000	28000		0.00 Stopnja DDV
Najemnina		590	590	590	590	590	590	590	590	590	590	590	590	7080	7080	7080	7080	7080		0.22 Stopnja DDV
Obrat. Str. (elektrika, voda, komunala)		115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	1380	1380	1380	1380	1380		0.10 Stopnja DDV
Oglaševanje		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600	3600	3600	3600	3600		0.22 Stopnja DDV
Računovodstvo		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	1800	1800	1800	1800		0.22 Stopnja DDV
Opti-print najemni tiskalnika		49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	590	590	590	590	590		0.22 Stopnja DDV
Tečaji		344	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	344	0	0	0	0		0.22 Stopnja DDV
Izpit za tur. Delavca		600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	600	0	0	0	0		0.00 Stopnja DDV
Plača Gal		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	0	0	0	0	8000	8000	8000	9000	10000		0.00 Stopnja DDV
Plača Kristijan		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	0	0	0	0	8000	8000	8000	9000	10000		0.00 Stopnja DDV
STROŠKI PRODAJE																				
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	0	279	279	279	279	279	279	279	279	149	149	100	100	2730	2730	2730	2730	2730		
SKUPAJ VSTOPNI DDV		61	61	61	61	61	61	61	61	33	33	22	22	601	601	601	601	601		
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0.00 Stopnja DDV
Stroški promocijskega gradiva-majice		130	130	130	130	130	130	130	130	0	0	0	0	1040	1040	1040	1040	1040		0.22 Stopnja DDV
Stroški promocijskega gradiva-letaki		49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	0	0	490	490	490	490	490		0.22 Stopnja DDV
Stroški promocijskega gradiva-piknik		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600	600	600	600	600		0.22 Stopnja DDV
		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600	600	600	600	600		0.22 Stopnja DDV
STROŠKI UPRAVE																				
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	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		
STROŠEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0.00 Stopnja DDV
IZREDNI PRIHODKI																				
SKUPAJ IZREDNI PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
PRIHODEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0.00 Stopnja DDV
IZREDNI ODHODKI																				
SKUPAJ IZREDNI ODHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SKUPAJ VSTOPNI DDV		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
ODHODEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0.00 Stopnja DDV

se nadaljuje

Nadaljevanje

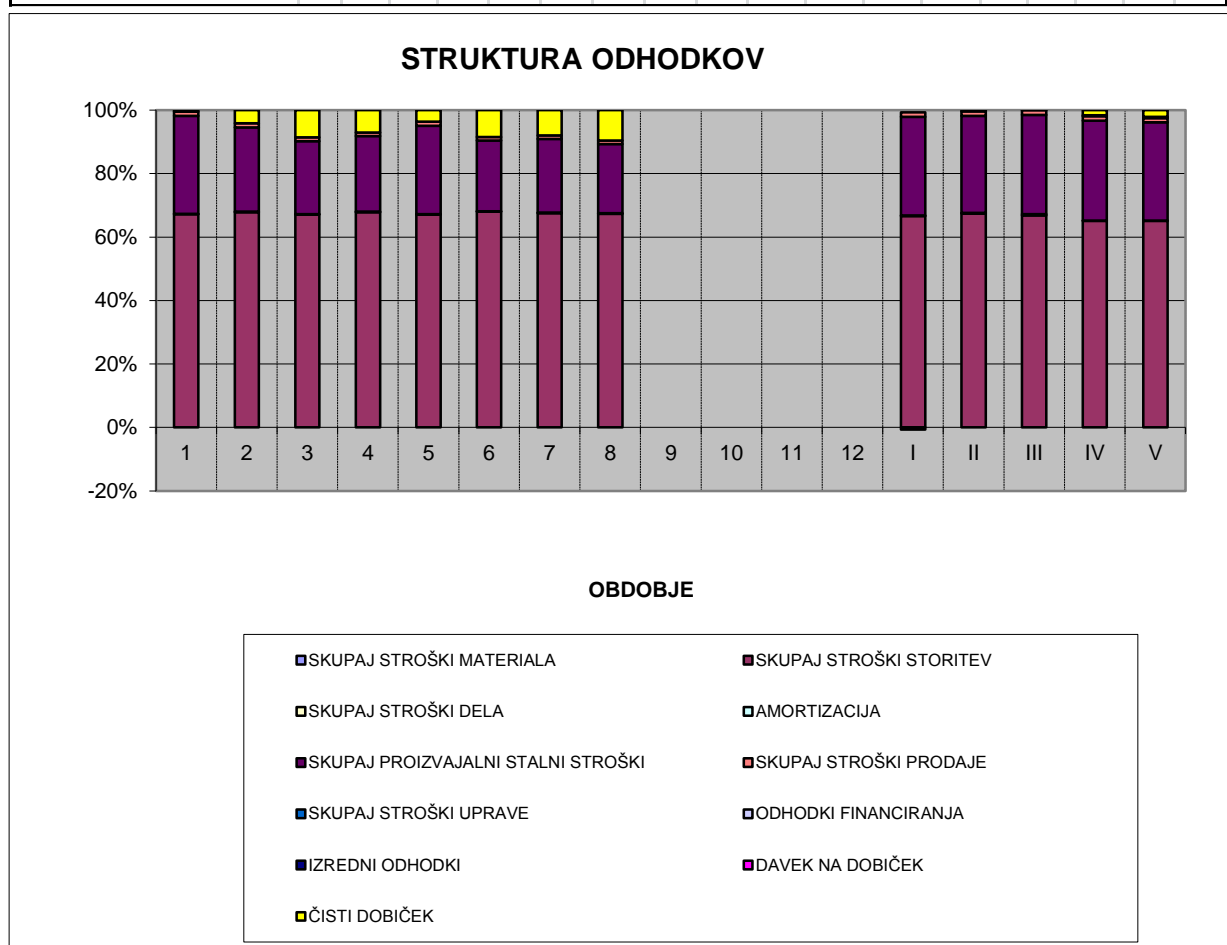
KAZALNIKI																		
CILJNE SPREMENLJIVKE																		
KAPITAL	7500	7613	8507	10641	12335	13083	15262	17209	19717	16322	12927	9580	6234	6234	7013	7060	10161	14393
DOBIČEK	0	113	894	2134	1693	749	2179	1947	2508	-3395	-3395	-3346	-3346	-1266	779	48	3101	4232
DENAR	7500	7245	8495	10934	12562	13135	15661	17589	20252	15041	11677	8374	5060	5060	7341	7237	11343	15633
STRUKTURA PRIHODKOV (v %)																		
SKUPAJ PRIHODKI	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SKUPAJ PRIHODKI OD PRODAJE	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
PROIZVOD	5.6	6.0	4.4	4.6	0.0	4.7	4.5	5.0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	4.4	4.4	5.5	5.5	4.9	4.9
PROIZVOD	17.1	22.3	17.9	17.0	12.6	17.3	21.1	18.4	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	18.0	18.5	17.8	17.1	17.9	17.9
PROIZVOD	18.1	16.5	17.2	19.2	19.0	18.0	20.2	19.0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	18.4	18.5	18.4	18.3	19.0	19.0
PROIZVOD	3.6	4.1	3.1	2.7	5.9	4.7	4.0	4.6	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	4.1	4.1	3.9	4.1	4.1	4.1
PROIZVOD	17.8	24.4	18.4	13.1	18.7	21.8	19.9	16.1	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	18.7	18.5	19.1	19.1	18.5	18.5
PROIZVOD	12.5	9.8	13.3	10.0	10.2	9.4	7.3	11.5	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	10.5	11.1	9.3	9.8	9.9	9.9
PROIZVOD	15.8	10.6	16.1	17.8	22.1	12.2	17.4	16.4	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	16.0	15.8	16.3	15.6	15.3	15.3
PROIZVOD	9.5	6.3	9.6	15.6	11.6	11.9	5.5	9.1	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	9.9	9.1	9.6	10.6	10.4	10.4
PRIHODKI FINANCIRANJA	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
IZREDNI PRIHODKI	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0



se nadaljuje

Nadaljevanje

STRUKTURA ODHODKOV (v %)																	
SKUPAJ PRIHODKI	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	67.2	67.9	67.1	67.9	67.1	68.0	67.6	67.4	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	67.5	67.4	66.9	65.1	65.1
SKUPAJ STROŠKI DELA	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
AMORTIZACIJA	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	0.2	0.2	0.3	0.2	0.1
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	30.8	26.5	23.1	23.8	27.7	22.3	23.3	21.9	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	31.5	30.6	31.3	31.5	30.9
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	1.3	1.3	1.1	1.2	1.4	1.1	1.1	1.1	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	1.4	1.4	1.5	1.4	1.3
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/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	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/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	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
DAVEK NA DOBIČEK	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	0.0	0.0	0.0	0.3	0.4
ČISTI DOBIČEK	0.5	4.2	8.6	7.1	3.6	8.5	7.9	9.6	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	-0.7	0.4	0.0	1.6	2.1

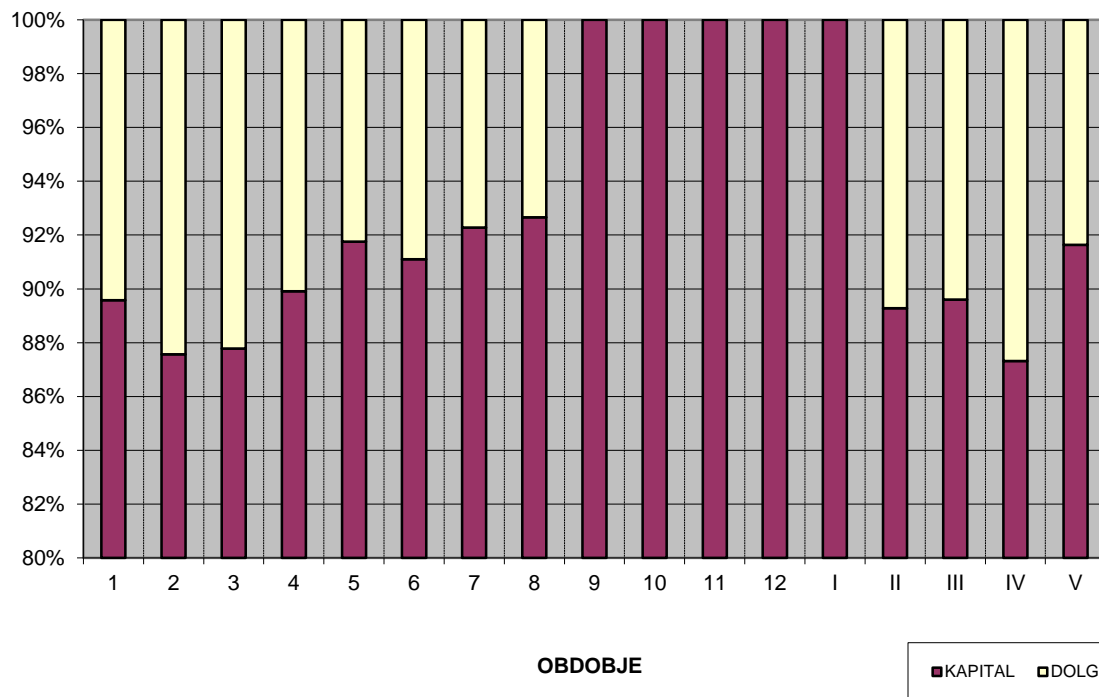


se nadaljuje

Nadaljevanje

STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA (V %)																			
CELOTNE OBVEZNOSTI	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
KAPITAL	89.6	87.6	87.8	89.9	91.8	91.1	92.3	92.7	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	89.3	89.6	87.3	91.6	
DOLG	10.4	12.4	12.2	10.1	8.2	8.9	7.7	7.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.7	10.4	12.7	8.4	

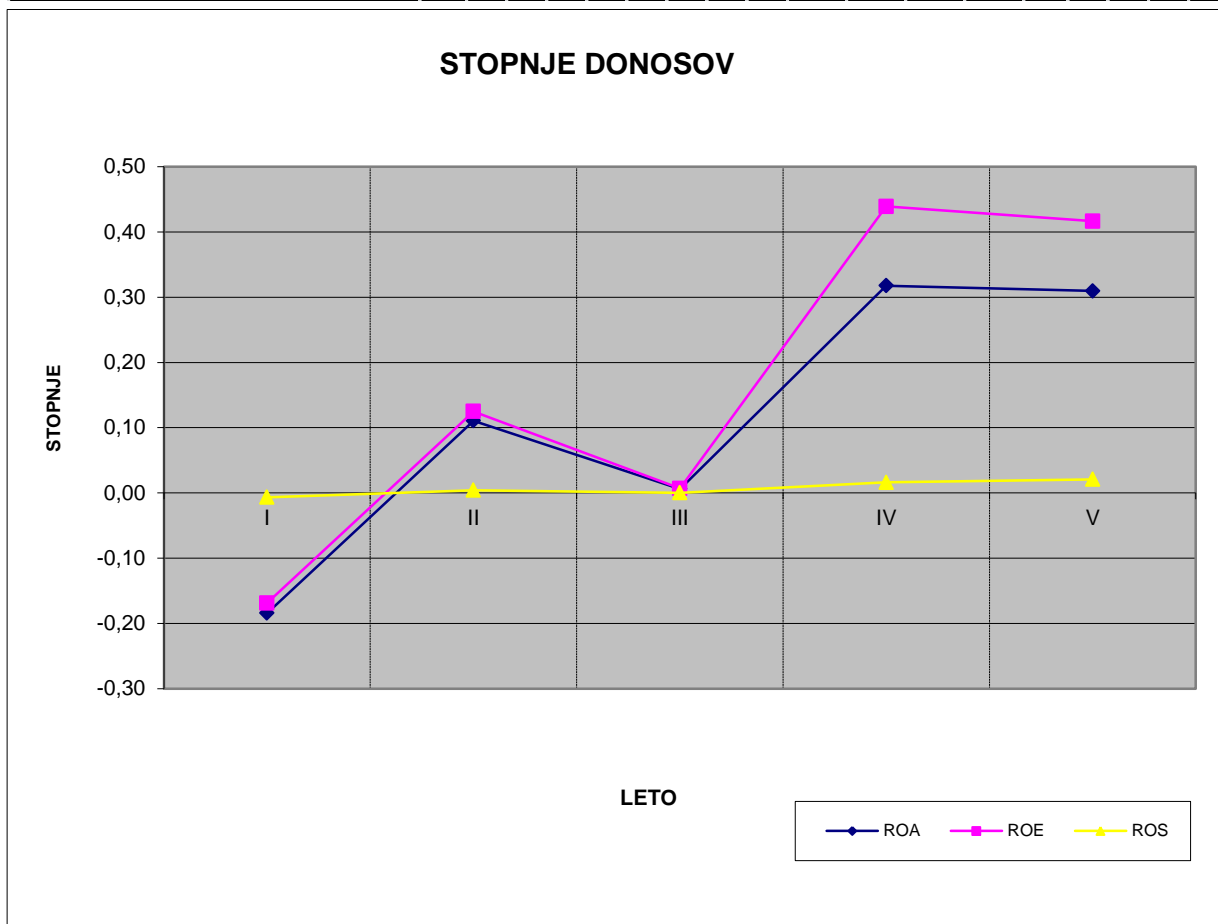
STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA



se nadaljuje

Nadaljevanje

STOPNJE DONOSOV																		
ROA (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNA SREDSTVA)	ROA	0.17	1.18	2.35	1.57	0.64	1.69	1.32	1.51	-2.17	-2.79	-3.57	-5.08	-0.18	0.11	0.01	0.32	0.31
ROE (ČISTI DOBIČEK / POVPREČNI KAPITAL)	ROE	0.18	1.33	2.67	1.77	0.71	1.84	1.44	1.63	-2.26	-2.79	-3.57	-5.08	-0.17	0.12	0.01	0.44	0.42
RETURN ON SALES (ČISTI DOBIČEK / PRIHODEK)	ROS	0.01	0.04	0.09	0.07	0.04	0.08	0.08	0.10	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	-0.01	0.00	0.00	0.02	0.02



INTERNA STOPNJA DONOSA (IZ PODATKOV PO LETIH)														0	I	II	III	IV	V
INTERNA STOPNJA DONOSA	13.9%													-7500	0	0	0	0	14393