

**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA MARIBOR**

**DIPLOMSKO DELO**

**ANALIZA IGRALNIŠTVA IN NAČRT USTANOVITVE  
LASTNEGA SALONA Z IGRALNIMI AVTOMATI NA  
PTUJSKEM GRADU**

Kandidat: Matjaž Potočnik

Študent študija ob delu

Številka indeksa: 11190122537

Program: komercialist

Mentor: Franjo Šauperl, univ. dipl. ekon

Maribor, december 2007

## **IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA**

Študent Matjaž Potočnik izjavljam, da sem (v skladu z Zakonom o avtorskih in sorodnih pravicah – UL št. 16/2007) avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal-a pod mentorstvom Franja Šauperla, univ. dipl. ekon. .

V Mariboru, dne 14. 12. 2007

.....  
podpis:

## ZAHVALA

Zahvalo bi najprej namenil mentorju gospodu **Franju Šauperlu**, ki mi je dal idejo za temo diplomske naloge in me vodil pri pisanju le te, ter gospej **Mirjani Ivanuša-Bezjak** za vodenje in dvigovanje morale skozi dve leti študija, vse do diplome.

Zahvaljujem se tudi vsem profesorjem **Academie**, ki so vsak s svojim predavanjem dodali košček v mozaik diplomske naloge in pripomogli k širjenju mojih znanj.

Hvala tudi gospej **Saši Ajdnik** za pomoč pri zbiranju podatkov, lektorici **Aleksandri Znuderl** in prevajalki **Piki Patriciji Stewart**.

Zahvalo dolgujem tudi družini, ki je ob študiju bila prikrajšana za mojo prisotnost, ter vsem tistim, ki so mi pomagali, me vzpodbujali in jih nisem omenil.

Še enkrat HVALA!

Matjaž Potočnik

**SAMO DVA TRDNA AKSIOMA DRŽITA:**

**SAMO EN NAČIN JE, KAKO IMETI DOBIČEK OD  
IGER NA SREČO – DA SI KUPIŠ IGRALNICO! IN  
SAMO EN NAČIN JE, DA NE IZGUBIŠ DENARJA – DA  
SPLOH NE IGRAŠ!**

*Dr. Sanja Rozman*

## **POVZETEK**

Leta 1997 je bila v Sloveniji sprejeta Strategija razvoja igralništva. V tem dokumentu je bilo opredeljeno, da je produkt iger na srečo in spremljajočih dejavnosti pomemben del turistične ponudbe v državi.

Nedvomno družbe, ki se na območju naše države (pa tudi izven) ukvarjajo s prirejanjem posebnih iger na srečo, sledijo igralniškim trendom, saj vse ostrejša konkurenca zahteva neprestano prilagajanje željam uporabnikov.

Na področju vzhodne Štajerske je (tako kot drugod po Sloveniji) bilo z novim zakonom zasebnikom (zasebnemu kapitalu) omogočeno odpiranje novih salonov z igralnimi avtomati. V kratkem bo podjetje HIT iz Nove Gorice odprlo sodoben in trendovski igralniško-zabavišni kompleks v Šentilju. Če želi neka nova družba preživeti ob vsej tej konkurenci, mora obiskovalcem ponuditi nekaj več; ne samo visoko kvaliteto izvajanja igralniških storitev, temveč tudi pestro dodatno ponudbo (restavracija, koncertna dejavnost, diskoteka, nočni bar, športne aktivnosti, lepotni salon ...).

Ali je možno, da kljub konkurenci, na primerni lokaciji in s pravo ponudbo, lahko zaživi in preživi novi salon z igralnimi avtomati?

Z bogatimi izkušnjami na področju igralniškega turizma in ob upoštevanju vseh pozitivnih in negativnih dejavnikov bomo s svojo diplomsko nalogo, v kateri smo obdelali razvoj iger na srečo, teorijo podjetništva in storitev pri igrah na srečo, opravili raziskavo stanja pri igrah na srečo in izdelali poslovni načrt lastne igralnice, s katerim dokazujemo, da lahko v naši regiji uspešno deluje še ena družba, ki se ukvarja s prirejanjem posebnih iger na srečo.

## **ABSTRACT**

In 1997, Slovenia adopted a new law in relation to the strategic development of gambling. This law was brought in to help acknowledge the fact that the product of gambling and its accompanied activities are indeed of great importance to the tourist development in the country.

Considering the fact that competition is bigger than ever and the demands of the customer are getting ever harder to satisfy, it is very important that long established companies already in the gambling business, both at home and abroad, follow the latest trends in the market.

With the adoption of this new law it is now possible for private companies with private funds and commercial capital to open up saloons with slot machines. In the very near future, the region of east Styria will get the first “Las Vegas” style casino and entertainment resort. The company, HIT from Nova Gorica, chose the town of Sentilj to build their new hot spot.

For the previously mentioned smaller (and older) companies to remain profitable in this ever changing market, they have to respect this new competition and rise to this new challenge. They too will have to offer their customers something more than just high quality gambling. The added attractions such as restaurants, night clubs, discoteques, concerts, cabaret shows, recreational facilities, beauty saloons, and late night shopping are here to stay.

Is it possible that despite this new hard competition, on a suitable location with the right plan, and the right offer, a new slot machine saloon can open up and remain in business?

I have many years experience in the casino industry. Within this paper I plan to set out both the positive and negative aspects of opening and maintaining a successful gambling business in the region of Styria.

# KAZALO

1	UVOD	10
1.1	Poslovna ideja in preveritev poslovne priložnosti	10
1.2	Opredelitev obravnavane zadeve	10
1.3	Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela	10
1.4	Predpostavke in omejitve	11
1.5	Predvidene metode raziskovanja	11
2	ZGODOVINA, RAZVOJ IN OMEJITVE PRI IGRAH NA SREČO	12
2.1	Zgodovina igralništva	12
2.2	Razvoj igralništva v Evropi in ZDA	13
2.3	Odpiranje igralnic v Sloveniji	15
2.4	Igralništvo kot dopolnilna turistična dejavnost v R Sloveniji	16
2.5	Značilnosti posebnih iger na srečo in zakonske omejitve pri prirejanju le- teh	17
2.6	Prirejanje iger na srečo v igralnih salonih	20
3	TEORETIČNO POJMOVANJE PODJETNIŠTVA IN STORITEV, TER POVEZANOSTI TURIZMA Z IGRAMI NA SREČO	21
3.1	Pojmovanje podjetništva	21
3.2	Storitve kot poslovna priložnost v turizmu	22
3.3	Storitve z igrami na srečo kot dopolnilna ponudba v turizmu	23
4	RAZISKAVA STANJA PRI IGRAH NA SREČO IN SEGMENTIRANJE UPORABNIKOV IGRALNIŠKIH STORITEV	25
4.1	Raziskava stanja in trendov iger na srečo v svetu	25
4.2	Raziskava stanja trendov iger na srečo v Sloveniji	29
4.3	Terenska raziskava potreb po igrah na srečo	31
4.3.1	Priprava raziskave potreb	31
4.3.2	Segmentiranje po državah	37
4.3.3	Segmentiranje gostov po starosti	38
4.3.4	Segmentiranje gostov po spolu	39
4.3.5	Segmentiranje po posameznih igrah na srečo	40
4.3.6	Pogostost obiska igralnic in igralnih salonov	41
4.3.7	Ali gostje obiskujejo tudi druge igralnice in igralne salone	42
4.3.8	Kako so se gosti odločili za obisk igralnice	43
4.3.9	Glavni namen obiska igralnice	44
4.4	Rezultati raziskave potreb in izbor ciljnega trga	45
4.5	Sklepne misli o raziskavi kot osnova za poslovno načrtovanje	46
5	POSLOVNI NAČRT ZA CASINO GRAD d.o.o.	47
5.1	Kratka predstavitev podjetja	47
5.1.1	Panoga	47
5.1.2	Organizacijska oblika	47
5.1.3	Predmet ponudbe	47
5.2	POSLANSTVO, CILJI IN STRATEGIJA	47
5.2.1	Poslanstvo	47
5.2.2	Cilji poslovanja	47
5.2.3	Strategija poslovanja	48
5.3	Tržišče	48

5.3.1	Analiza trga .....	48
5.3.3	Analiza konkurence .....	49
5.3.4	SWOT analiza .....	51
5.3.5	Načrt tržnih ciljev .....	52
5.3.6	Načrt tržne strategije .....	52
5.3.7	Cenovna politika .....	54
5.3.8	Napoved prodaje .....	55
5.3.9	Nabava .....	56
5.3.10	Drugi tržni dejavniki .....	57
5.4	Načrt organizacije človeških virov .....	58
5.4.1	Mikroorganizacijska oblika .....	58
5.4.2	Vodilni kader .....	59
5.4.3	Kadrovska projekcija .....	59
5.4.4	Načrt stroškov dela .....	59
5.4.5	Drugi kadrovske pogoji .....	59
5.5	Pogoji poslovanja .....	60
5.5.1	Znanje .....	60
5.5.2	Poslovni prostori .....	60
5.5.3	Načrtovana oprema .....	61
5.5.4	Drugi pogoji poslovanja .....	61
5.5.5	Finančna konstrukcija in viri za naložbe .....	62
5.6	Kritična tveganja in problemi, ter načrti ukrepov .....	64
5.6.1	Opis pričakovanih kritičnih tveganj in problemov .....	64
5.6.2	Načrt ukrepov za odpravo kritičnih tveganj in problemov .....	64
5.7	Finančni načrt .....	64
5.7.1	Izhodišča za finančno načrtovanje .....	64
5.7.2	Načrt stroškov in odhodkov .....	65
5.7.3	Načrt izkaza uspeha (poslovnega izida) .....	66
5.7.4	Načrt izkaza stanja .....	68
5.7.5	Načrt izkaza finančnih tokov .....	70
5.7.6	Načrtovani kazalci uspešnosti in praga donosnosti .....	71
5.7.7	Komentar k finančnemu načrtu .....	72
6	ZAKLJUČEK IN SKLEPNE MISLI .....	75
7	SEZNAM UPORABLJENE LITERATURE IN VIROV .....	77
8	PRILOGE .....	78
8.1	Anketni vprašalnik .....	78
8.2	Meinungsumfrage .....	81
	Tabela 1: Število zaposlenih v igralništvu – obdobje od 1985 do 2001 .....	24
	Tabela 2 : Evropske države z največjim številom igralnic .....	25
	Tabela 3 : Razlika med evropskim in ameriškim konceptom igralnic .....	26
	Tabela 4 : Preglednica pomembnih območij za sklop ciljnih produktov .....	29
	Tabela 5: Število obiskovalcev slovenskih igralnic v obdobju 1996 do 2001 .....	29
	Tabela 6: Strukturni deleži ocene posamezne storitve .....	34
	Tabela 7: Segmentiranje gostov po državah .....	37
	Tabela 8: Starostna struktura gostov .....	38
	Tabela 9: Najljubše igre gostov .....	40
	Tabela 10: Pogostost obiska .....	41



Tabela 11: Kako so se gosti odločili obiskati igralnico .....	43
Tabela 12: Izračun odplačil kredita.....	63
Tabela 13: Načrt izkaza uspeha .....	67
Tabela 14: Načrt izkaza stanja .....	69
Tabela 15: Načrt izkaza finančnih tokov .....	70
Tabela 16: Kazalci uspešnosti in prag donosnosti .....	72
Graf 1: Tržni deleži družb v letu 2000 po prirediteljih posebnih iger na srečo .....	30
Graf 2: Zadovoljstvo gostov družbe Casino Maribor .....	36
Graf 3: Segmentiranje gostov po državah.....	37
Graf 4: Starostna struktura gostov .....	38
Graf 5 : Primerjava procenta moških in ženskih obiskovalcev.....	39
Graf 6: Najljubše igre gostov.....	40
Graf 7: Pogostost obiska igralnic in igralnih salonov.....	41
Graf 8: Obisk drugih igralnic in igralnih salonov .....	42
Graf 9: Kako so se gosti odločili za obisk igralnice .....	43
Graf 10: Namen obiska igralnice .....	44
Slika 1: Zasnova načrta trženjske raziskave .....	33

# 1 UVOD

## ***1.1 Poslovna ideja in preveritev poslovne priložnosti***

Zaradi cvetočega igralniškega turizma v Sloveniji smo začutili izziv za ustanovitev lastnega salona igralnih avtomatov, pri čemer pa je zelo pomembno osredotočiti se na vse večjo konkurenco. Problem je že lotiti se takšnega projekta, zato si bomo skušali pomagati z dolgoletnimi izkušnjami v stroki.

S poslovnim in finančnim načrtom pa bomo skušali dokazati, da je poslovna ideja v primeru uresničitve zanimiva oziroma prinaša dobiček.

## ***1.2 Opredelitev obravnavane zadeve***

Raziskovalni del diplomskega dela bi zajemal namizno raziskavo, analizo igralništva v Sloveniji in trendov v svetu ter terensko raziskavo strukture gostov, kar pomeni, da bi z vprašalnikom ugotavljali njihov spol, starost, izobrazbo, katere igre na srečo najraje igrajo ipd. Tako bi pridobili podatke o ciljni skupini potencialnih gostov bodoče igralnice in na katere goste je še prav posebej potrebno usmeriti trženjske prijeme.

## ***1.3 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela***

Namen diplomske naloge je raziskati možnosti in ustvariti poslovni in finančni načrt za našo bodočo igralnico. Cilj je, čim bolj realno simulirati nastanek igralnice in dokazati, da se ukvarjanje s prirejanjem iger na srečo izplača, hkrati pa s pridobljenim znanjem na višji šoli dokazati uporabno vrednost le-tega.

Osnovne trditve zajemajo podjetništvo, raziskovanje trga, poslovno načrtovanje in ugotavljanje poslovne uspešnosti poslovne priložnosti.

#### ***1.4 Predpostavke in omejitve***

Kot že rečeno, se bomo v diplomski nalogi opirali na lastne izkušnje, omejitve pa bo v uporabi podatkov podjetja, v katerem smo trenutno zaposleni. Uporabljali bomo le tiste, ki niso poslovna skrivnost in so vsesplošno dosegljivi.

#### ***1.5 Predvidene metode raziskovanja***

Na osnovi statističnih in drugih analitičnih virov bomo preučili stanje igralnštva v republiki Sloveniji.

Z diskretno in anonimno pisno anketo bomo prišli do podatkov o strukturi gostov. Uporabljali bomo tudi statistične podatke o igralnštvu v Sloveniji. Pridobljene podatke bomo predstavili grafično in jih nato še pisno komentirali.

## **2 ZGODOVINA, RAZVOJ IN OMEJITVE PRI IGRAH NA SREČO**

### ***2.1 Zgodovina igralništva***

Če se ozremo nazaj v zgodovino, je igra na srečo oz. sama igra starejša kot človeštvo; že živali so se igrale in se še igrajo. Igra je pomenila некоč človeštvu in v večini primerov še danes krajšanje časa in zabavo. Igra zaseda v človeški kulturi enako mesto, kot sta na primer znanost in umetnost, pa vse do vojne, oziroma vojnih iger. Služi (tako danes kot некоč) razvedrilu in duševni sprostitvi. Za vsako igro, tudi za najpreprostejše, je potrebno veliko domišljije, za bolj kompleksne pa tudi veliko znanja. Veliko iger se je ohranilo iz pradavnine pa vse do danes, naj bodo to borbe, metanje kopja, konjske dirke, šah, karte in še in še bi lahko naštevali, saj so tako rekoč vse rase imele željo in domišljijo pri ustvarjanju najrazličnejših načinov zabave.

Vzporedno se je začela razvijati med igralci in gledalci strast po zmagi in kasneje želja po materialnem dobičku, pa tudi po opraviu določene dejavnosti, ki jo je poraženec moral storiti za zmagovalca. Podobne družabne igre poznamo še danes.

Igre na srečo ne razumemo kot igre na moč in spretnost, temveč kot igre naključij. Beseda hazard pomeni predvsem slepo usodo, priložnost, naključje, srečo. Izvira iz arabščine, az-zahr, kar pomeni v tem jeziku kockanje. Hazardiranje ali hazardska strast pomeni, da se igralec ne upira odločitvi usode v igri. Tako uvrščamo igre, kot so kockanje, ruleta, loterija in bakara med tiste, pri katerih o dobičku ali izgubi odločata usoda in naključje, ne pa sposobnost igralcev.

Poznamo pa tudi igre, kot so šah, dama poker in bridge; pri teh igrah gre za sposobnost igralca, da vpliva na potek in strategijo igre, zato tem igram tudi rečemo strateške igre.

Ena najpogostejših in najstarejših iger na srečo je kockanje. Že v pradavnini so metali kamne ali pa npr. kosti in tako izbirali usodo in takšno izbiranje poznamo še danes.

Največkrat pa s kazinom povezujemo ruleto oz. t. i. kolo sreče. Ruleta je že več kot sto let ena izmed najprivlačnejših iger na srečo. Njen izumitelj je francoski matematik in filozof Blaise Pascal; pri raziskovanju verjetnostnega računa je sestavil napravo, opremljeno s krožnim valjem in številkami, da bi ugotovil, ali držijo nekatere njegove ugotovitve na področju pravilnosti in naključja. Pol stoletja po njegovi smrti se je ruleta začela pojavljati v francoskih igralnicah vzporedno z igrami kart, kock in lota. Poimenovali so jo žlahtna igra, saj je bila rojena iz matematike. Do današnjih dni je krojila usodo mnogih ljudi in poskrbela za zabavo, veselje in tragedije.

Iz teh središč počitka in zabave so igre na srečo začele svoj pohod po Evropi in Ameriki. Samo zaradi igralniške strasti in želje po dobičku (trženju) je zraslo največje mesto igralništva in zabave, Las Vegas. (Grizycki, Gorny, 1972, str. 7–249).

## ***2.2 Razvoj igralništva v Evropi in ZDA***

Prostori za igranje družabnih iger naj bi obstajali že v stari Grčiji. Tu naj bi si bogataši in junaki krajšali čas z igranjem različnih iger. To navado naj bi kasneje prevzeli tudi stari Rimljani.

Prvo znano novodobno igralnico so odprli leta 1626 v Benetkah in leta 1726 v belgijskem kraju Spa.

V tem času so že igrali še danes znane igre, kot so craps in trente et quarante. Prav tako igralci niso več igrali drug proti drugemu, temveč proti prireditelju oz. igralnici.

Leta 1748 je izšel odlok, ki je določal pravila igre v Baden-Badnu, Napoleon pa je leta 1806 izdal dekret o igrah na srečo, kar je bil zametek današnjih koncesij, ki jih podeljuje država prirediteljem iger na srečo.

Revolucijo v igralništvu je s svojo marketinško potezo storil gospod Francois Leblanc, ki je v igralnici v Bad Homburgu na roulette ukinil dvojno ničlo in tako povečal možnost dobitka, kar je privabilo v igralnico veliko število gostov.

Svoje izkušnje je prenesel v Monte Carlo, kjer je leta 1863 odprl igralnico, ki je deset let kasneje beležila povprečen obisk 1500 gostov na dan.

Prva svetovna vojna je prinesla zaprtje vseh igralnic v Evropi, le-te pa so se po koncu le počasi spet postavljale na noge.

Američani so se začeli pojavljati kot turisti in kot igralci in prav oni so začeli nakazovati nove trende v igralništvu, ki pa se v Evropi uveljavljajo komaj zadnjih nekaj let.

Ta novi trend danes imenujemo ameriški tip igralnic. Medtem ko je bilo v Evropi igranje iger na srečo namenjeno le bogatejšim slojem in aristokratom, je v Ameriki bil dobrodošel vsak, ki je imel količkaj denarja. Tako se je igralništvo začelo razvijati predvsem v času zlatokopov, ko so se z igrami na srečo ukvarjali skoraj v vsakem saloonu.

Leta 1812 je po Missisippiju zaplula prva rečna ladja, igralnica, leta 1815 pa so v mestu New Orleans legalizirali igranje za denar, kar je trajalo vse do leta 1835, ko so ga spet prepovedali. To je privedlo do porasta rečnih ladij, igralnic, ki jih je bilo na koncu tega stoletja že okoli 2000.

Igranje na srečo je bilo prepovedano v vseh zveznih državah vse do leta 1931, ko so v državi Nevada igre spet legalizirali.

Velik prelom je bilo tudi odkritje igralnega avtomata (slot machine). Razvila naj bi ga nemška priseljenca Gustav Schultz in Charles Fey iz San Francisca. Pri izdelavi različnih vrst avtomatov je nastal svetovno znani model Liberty Bell, bistvo katerega so bili trije valji z različnimi znaki, ki so v različnih kombinacijah dajali nič ali pa različno visoke dobitke. Edina razlika današnjih avtomatov je v uvedbi računalniške tehnike in progresivnih nagrad (elektronska povezava več avtomatov v skupni največji dobiček, Jack pot).

Tako je v puščavi zvezne države Nevada zrasel kazino Flamingo (postavil ga je Benjamin Siegel-Bugsy), ki je zraven klasičnih iger na srečo ponujal tudi igro na igralnih avtomatih. Danes je tako na območju Las Vegasa preko 100 igralnic.

Zaradi vpletenosti mafije v igralniške posle je država Nevada leta 1969 sprejela zakon o podeljevanju koncesij in s tem privabila v ukvarjanje z igralništvom ugledne družbe, kot so Holiday Inn, MGM, Hilton ipd.

Leta 1976 so dovolili igre na srečo tudi v državi New Jersey in tako so začele odpirati vrata številne igralnice v letoviškem mestu Atlantic City, ki so po prometu v desetih letih celo presegle Las Vegas, vendar slednji še vedno ostaja sinonim za igralništvo.

Havana na Kubi je vse do prihoda Fidela Castra na oblast veljala za turistično in hazardersko Mekko. Sem so se prihajali zabavati ameriški turisti in to v hotele in igralnice, ki so bile postavljene z denarjem ameriških mafijskih družin, seveda ob privolitvi takratnega diktatorja Batiste.

Kot najbolj vneti igralci veljajo ljudje iz daljnega vzhoda. Tako naj bi delovale igralnice v mestu Macao že od leta 1850.

Najkasneje so začeli odpirati igralnice v Avstraliji, in sicer komaj leta 1985.

### ***2.3 Odpiranje igralnic v Sloveniji***

Začetki hazardiranja na ozemlju današnje Slovenije vodijo v štirinajsto stoletje, ko so kljub prepovedi kockali v Sorbijeви vinski kleti v Piranu.

V Portorožu je bilo 13. junija 1913 osnovano društvo Casino des Entrangers, ki naj bi prirejalo po zakonu dovoljene družabne igre. Sedež društva je bil v vili San Lorenzo, kjer je bilo gospodom po dvajsetem in damam po osemnajstem letu starosti omogočeno vsakodnevno shajanje in igranje družabnih iger.

Po prvi svetovni vojni je profesionalno ukvarjanje z igrami na slepo srečo po Kazenskem zakoniku Kraljevine Jugoslavije spadalo med kazniva dejanja delomrznosti skupaj s potepanjem, vlačugarstvom in beračenjem. (Mihelič, 1993, str. 46–48).

Leta 1946 je jugoslovansko Ministrstvo za finance odločilo, da se lahko igre na srečo prirejajo le v humanitarne namene.

Temeljni Zakon o igrah na srečo iz leta 1962 je določal, da sme Zvezni izvršni svet dovoliti prirejanje iger na srečo tudi v kakšen drug namen, ne samo v dobrodelni. Tako je leta 1963 nastala v Opatiji prva igralnica na tleh tedanje Jugoslavije. Drugo igralnico so odprli leta 1964 v Portorožu, in sicer kot prvo igralnico na slovenskih tleh. Leta 1965 je stopil v veljavo slovenski Zakon o igrah na srečo, čigar merilom sta ustrezala le Portorož in Bled; v slednjem je začela še istega leta obratovati nova igralnica. Prav tako je sledilo leta 1969 odprtje igralnice v Ljubljani v hotelu Slon, ki se je v začetku sedemdesetih preselila v hotel Lev, portoroška igralnica pa se je preselila iz hotela Palace v hotel Metropol, ki je zrasel na območju nekdanje vile San Lorenzo.

Podjetje Emona Ljubljana in Zavod za turizem sta leta 1971 vložila prošnjo za odprtje igralnic v mariborskem hotelu Slavija in novogoriškem hotelu Park. Obe prošnji sta bili zavrnjeni.

Pravi razmah igralništva v Sloveniji se je začel leta 1984. Istega leta je bila otvoritev igralnice v novogoriškem hotelu Park kot skupna naložba Casina Portorož in HGP Nova Gorica (današnji HIT). Leta 1989 je družba Hit odprla igralnico v Rogaški Slatini, še istega leta novembra je svojo igralnico dočakal tudi Maribor pod okriljem takratnega podjetja TGP Pohorje. Decembra je sledila še otvoritev igralnic v Lipici. Leta 1991 je svojo igralnico spet dobilo mesto Ljubljana, družba Hit pa je odprla igralnici v Kranjski Gori in na Otočcu ter leta 1993 megaigralnico Perla v Novi Gorici, ki je postavila temelj spreminjanja koncepta igralnic iz francoskega stila v ameriški.

Z zakonom o igrah na srečo iz leta 2001 je sledila prepoved in s tem umik prirejanja posebnih iger na srečo v gostinskih lokalih (npr. poker avtomati). Začelo se je odpiranje igralnih salonov, s čimer je država preko Urada za nadzor nad igrami na srečo dosegla večji nadzor in s tem tudi pridobila davek od prirejanja posebnih iger na srečo s strani malih koncesionarjev.

## ***2.4 Igralništvo kot dopolnilna turistična dejavnost v R Sloveniji***

Danes dobiva igralništvo drugačno funkcijo, kot jo je imelo v preteklosti, ko je bilo igranje iger na srečo namenjeno le petičnežem, pri čemer je šlo za čisto hazardiranje. Igralništvo se vse bolj preusmerja k igralniški zabavi, namenjeni širšim množicam; prepleta se z zabavnim programom, kulinariko in drugimi neigralniškimi dejavnostmi. S povečanjem igralniške potrošnje se povečuje tudi neigralniška, kar pomeni, da v okolju, kjer se nahaja igralnica, prosperirajo tudi drugi ponudniki turistično-gostinskih storitev oz. skoraj celotno lokalno gospodarstvo.

Strategija razvoja igralništva v R Sloveniji opredeljuje naslednje oblike turističnega produkta iger in zabave:

– **IGRALNIŠKO ZABAVIŠČNI CENTRI**, s spletom zaokrožene ponudbe, kjer je omogočeno večdnevno bivanje in je osnovni motiv prihoda gostov igra in zabava.



– **IGRALNICE V TURISTIČNIH CENTRIH**, ki so izrazito turistične destinacije, kjer je igra dopolnitev celotne turistične ponudbe območja (Portorož, Lipica, Čatež, Bled, Kranjska Gora, Rogaška Slatina).

– **MESTNE IGRALNICE** v večjih in obmejnih mestih, kjer obstaja trg in primerno število gostov (Ljubljana, Maribor).

– **IGRALNI SALONI**, v katerih gre za ponudbo posebnih iger na srečo izključno na igralnih avtomatih, namenjenih tako domačim kot tujim gostom izključno v okviru turističnih objektov.

Pri tem pa je potrebno poudariti, da turisti, ki pridejo v turistični center z igralnico, pa njihov prvotni namen ni igranje, predstavljajo 5 % igralniških gostov.

## ***2.5 Značilnosti posebnih iger na srečo in zakonske omejitve pri prirejanju le- teh***

Posebne igre na srečo so igre, ki jih igrajo igralci proti igralnici ali drug proti drugemu na posebnih igralnih mizah s pomočjo kroglic, kock, kart, igralnih panojev ali igralnih avtomatov, in stave ter druge podobne igre na srečo, ki so v skladu z mednarodnimi standardi. Prirejati se smejo izključno v igralnicah.

Vrste posebnih iger na srečo so:

1. igre, ki jih igralci igrajo drug proti drugemu (CHEMIN DE FER, POKER)
2. igre s kroglico (AMERIŠKA ali FRANCOSKA RULETA, BOULLE)
3. igre z igralnimi kartami, ki se igrajo proti igralnici (BLACK JACK, PUNTO BANCO, MINI PUNTO, CARRIBEAN POKER, 30/40, RED DOG)
4. igre s kockami (CRAPS, TAI SAI)
5. igre na igralnih panojih (BINGO, KENO BIG WHEEL, TOTO)
6. igre na igralnih avtomatih
7. stave

Za igralne avtomate se štejejo vse elektronske, mehanične in podobne naprave, pri katerih imajo igralci ob neposrednem vplačilu v avtomat ali na blagajni (žetoni ali bankovci) možnost zadeti dobiček.

Za prirejanje posebnih iger na srečo (tudi v našem načrtovanem salonu igralnih avtomatov) je potrebno pridobiti koncesijo (mala koncesija za avtomate, velika za žive igre); o podelitvi le-te odloča vlada republike Slovenije, s koncesionarjem pa jo sklene minister za finance.

Koncesija se lahko dodeli družbi, ki ima sedež v republiki Sloveniji in je registrirana za prirejanje posebnih iger na srečo.

Velika koncesija se lahko podeli le enemu koncesionarju v občini, medtem ko se lahko mala koncesija podeli več družbam. O smiselnosti podeljevanja slednjih v največji meri odloča občina.

Z Zakonom o začasni ureditvi izdajanja dovoljenj za prirejanje posebnih iger na srečo (Ur. l. RS 66/93) in Zakonom o začasni ureditvi prirejanja posebnih iger na srečo na igralnih avtomatih zunaj igralnic ter o plačevanju taks za igralne avtomate (Ur. l. RS 47/93) je slovenski parlament začel sprejemati restriktivno zakonodajo. Z začasno prepovedjo lastninskega preoblikovanja pravnih oseb, ki prirejajo posebne igre na srečo (Ur. l. RS 35/94), slovenske igralnice niso smele več vlagati v igralniške zmogljivosti, zato so zgolj obnavljale to, kar so imele.

3. junija 1995 je stopil v veljavo novi Zakon o igrah na srečo, ZIS (Ur. l. RS 27/95). Novi zakon je ukinil prepoved obiskovanja in igranja v igralnicah za rezidente, uvedel je nov nadzorni organ, ki nadzoruje prirejanje iger na srečo, opredelil področje njegovega dela in predpisal način izvajanja nadzora. Vzpostavitev Urada za nadzor prirejanja iger na srečo (UNPIS) leta 1995 nas je približala evropski urejenosti igralnic.

Kljub relativno kratkemu obdobju od uveljavitve ZIS so se kmalu pokazale potrebe po nekaterih spremembah, čeprav področje prirejanja iger na srečo ni predmet harmonizacije z evropskim pravnim redom, ampak je v pristojnosti posamezne države. Eden pomembnejših razlogov za spremembo ZIS je odprava možnosti prirejanja posebnih iger na srečo na igralnih avtomatih zunaj igralnic, kar predvideva Strategija razvoja igralništva v Sloveniji iz leta 1997.

V praksi je prirejanje posebnih iger na srečo na igralnih avtomatih zunaj igralnic kot dopolnitev gostinske dejavnosti gospodarskih družb in zasebnih podjetnikov preseglo z zakonom določene okvire in je postalo v nekaterih vidikih nelojalna konkurenca urejenim igralnicam. Namesto prirejanja posebnih iger na srečo na igralnih avtomatih zunaj igralnic, ki je bilo po dosedanji ureditvi možno že na podlagi priglasitve na krajevnem davčnem uradu, Zakon o spremembah in dopolnilih zakona o igrah na srečo (Ur. l. RS 85/01), v nadaljnjem besedilu ZIS-a, vpeljuje igralne salone, za katere je potrebno pridobiti koncesijo najkasneje eno leto od uveljavitve zakona (30. 10. 2001).

Bistvena novost bodočega nadzora v ZIS-a, ki naj bi omogočal transparentnost poslovanja in dogajanja v igralnicah in igralnih salonih, pa je zahteva, da morajo dve leti po uveljavitvi ZIS-a vse igralnice in igralni saloni vzpostaviti on-line nadzorni sistem, ki nadzornemu organu omogoča oddaljeno spremljanje in analiziranje procesov iger na srečo.

Pomemben element, ki zagotavlja konkurenčno sposobnost slovenskega igralništva, je načelo zaupanja igralcev v prirejanju posebnih iger na srečo, ki zagotavlja tehnično brezhibne igralne naprave (certifikat o ustreznosti) in profesionalno in moralno obnašanje zaposlenih v tej dejavnosti (licenca). S 3. čl. ZIS-a se uvaja certificiranje igralnih naprav najkasneje dve leti od uveljavitve zakona.

V Republiki Sloveniji je od leta 2004 obvezna pridobitev licenc za vse igralniške delavce. Te licence so nekakšno zagotovilo o primerni usposobljenosti zaposlenih in njihovih moralnih kakovostih. S tem smo se izenačili z igralnicami na področju EU, kar je še eno zagotovilo o kakovosti igralniških storitev na našem ozemlju.

## ***2.6 Prirejanje iger na srečo v igralnih salonih***

Igre na srečo v igralnih salonih (igre na avtomatih) lahko prireja delniška družba ali družba z omejeno odgovornostjo, ki ima sedež v republiki Sloveniji in je s strani vlade pridobila potrebno koncesijo za igralni salon. Takšen koncesionar mora imeti v lasti ali v upravljanju turistične objekte, kot so gostinski obrati, marine ali igralnice.

Prirejanje te vrste iger na srečo je dovoljeno v igralnicah kot dopolnilna dejavnost živim igram na srečo ali pa igralnih salonih.

Potrebna višina osnovnega kapitala za koncesionarja igralnega salona je 200.000 EUR, kar pa zadostuje le za eno koncesijo oz. za en igralni salon. Za vsako naslednjo koncesijo je potreben osnovni kapital v enaki vrednosti.

V salonu igralnih avtomatov mora biti nameščeno najmanj 50 in največ 200 igralnih avtomatov. Vsebovati mora tudi blagajno in gostinski del. Po zakonu mora biti zagotovljen neprekinjen on-line video nadzor, preko katerega lahko UNPIS kontrolira izvajanje iger v posameznih igralnicah, beleži se identiteta obiskovalcev, prav tako pa je nadzor potreben za primer spora med gostom in izvajalcem iger na srečo.

Igralni avtomati morajo biti nastavljeni tako, da vračajo najmanj 90 % od vloženega denarja. Koncesionar je dolžan goste obvestiti o minimalnem povprečnem odstotku vračanja vloženega denarja.

Koncesijska dajatev se obračuna vsak mesec na osnovi vplačanega denarja, zmanjšano za izplačane dobitke. Prav tako se za osnovo za obračun koncesijske dajatve ne štejeta vstopnina in napitnina.

S kaznijo najmanj 4000 EUR se kaznuje pravna oseba oz. koncesionar, ki prireja igra na srečo, za katere nima dovoljenja, če prireja igre na srečo na neprijavljenih napravah, internetu in drugih telekomunikacijskih sredstvih, če prireja pravila iger na srečo, nastavlja avtomate izven zakonskih določil, izdaja identiteto gostov (brez sodnega naloga) ipd.

### **3 TEORETIČNO POJMOVANJE PODJETNIŠTVA IN STORITEV, TER POVEZANOSTI TURIZMA Z IGRAMI NA SREČO**

#### ***3.1 Pojmovanje podjetništva***

Poznamo veliko definicij za besedo podjetništvo. Omenili bi dve, vsem pa je skupno ustvarjanje dobička ob podjetnosti in tveganju posameznika ali več ljudi, ki so združili svoje znanje, kapital in seveda podjetnost.

»Podjetništvo je v bistvu prizadevanje za doseg čim večjega finančnega uspeha ob čim manjšemu tveganju. To je proces ustvarjanja nove vrednosti, v katerem podjetnik preizkuša svoje poslovne sposobnosti in spretnosti.« ( Ivanuša, 1996, str. 5 ).

ali

»Podjetništvo je proces, ki mu podjetniki namenjajo svoj čas in prizadevanja, prevzemajo pripadajoča finančna, psihična in družbena tveganja za ustvarjanje nečesa novega, vrednega in prejmejo pripadajoče nagrade v obliki denarja, osebnega zadovoljstva in neodvisnosti.« (Antončič, 2002, str. 30 ).

Ob liberalizaciji zakonodaje se je veliko Slovencev odločilo za ustanavljanje svojih podjetij. Med njimi je bilo (in je še danes) veliko ljudi, ki v velikih podjetjih niso imeli možnosti uresničitve svojih poslovnih idej in ambicij. Veliki sistemi so bili preveč okoreli, predimenzionirani in mnogi med njimi so bili usmerjeni na notranji trg. Prav tako niso proizvajali veliko proizvodov in nudili storitev, po katerih je obstajalo povpraševanje. Vemo, da so manjša podjetja tudi bolj prilagodljiva, lažje sledijo spremembam na trgu in se prilagajajo novim poslovnim priložnostim.

Ob prehodu na tržno gospodarstvo je prišlo do razpada veliko podjetij, do nakupov in prevzemov. Pri tem je izgubilo službo mnogo ljudi in veliko jih je bilo prisiljenih najti rešitev za svoj obstoj, tisti s podjetniško žilico pa so se odločili za samostojno pot.

Razvoj malih podjetij se je kazal v proizvodnih, predvsem pa v storitvenih dejavnostih. Storitvena podjetja so zraven tega, da so našla nove tržne niše, nudila podporo velikim sistemom, ki so se lahko tako osredotočili izključno na proizvodnjo. Pomembno je bilo tudi odpiranje na tuja tržišča, stopiti v korak s konkurenco in zagotoviti ter izpolnjevati vse mednarodne standarde, ki so danes nuja in potreba. Malo gospodarstvo bo tako še nekaj desetletij pomembna gonilna sila slovenskega gospodarstva.

Zaradi ustanavljanja storitvenega podjetja, ki se bo ukvarjalo z igrami na srečo, nas zanima razvoj in iskanje poslovne priložnosti v gostinstvu in turizmu.

### ***3.2 Storitve kot poslovna priložnost v turizmu***

Pod pojmom storitve razumemo dogajanje, procese in aktivnosti, ki so usmerjene k zadovoljevanju želja in potreb naročnika. Nastal je iz rimske besede *servio*, kar pomeni služiti nekemu, delati za nekoga, mu pomagati in podobno. Izdelek je otipljiv, medtem ko storitve fizično niso oprijemljive. Kupujemo jih brez vsake garancije in velikokrat tudi z negotovostjo, saj so pomanjkljivosti nedokazljive. Proizvodna podjetja izdelujejo izdelke po preverjenem in nadzorovanem procesu, ki nam zagotavlja kakovost, procese s katerimi izvajamo večino storitev pa je težko nadzorovati.

Stik med izvajalcem storitve in stranko je ponavadi osebno, zato nekvalitetno opravljeno storitev vzame stranka osebno, medtem ko izdelke, ki jih kupujemo, izdelujejo ljudje, ki so zelo oddaljeni od nas in jih nikoli ne srečamo. Zato je pomembno, da zagotavljamo konstantno kvalitetno izvajanje storitve, ki se kasneje prelevi v rutino. (Beckwith, 2003, 24–29).

General Agreement on Tariffs And Trade (GATT) klasificira storitve po naslednjih skupinah:

- poslovne storitve
- komunikacijske storitve
- gradbene in njim sorodne storitve
- distribucijske storitve (prodaja na veliko, maloprodaja, franšizing, zastopanje ...)
- izobraževalne storitve
- komunalne storitve
- finančne storitve

- zdravstvene storitve in socialno varstvo
- turizem in gostinstvo
- šport in rekreacija
- transportne storitve
- ostale storitve

Igralništvo štejemo med storitve gostinstva in turizma, le-te pa so usmerjene na ljudi, ker se nanašajo na fizični in umski potencial. Pri tem je uporabnik del sistema izvajanja in uporabe storitve; tako prihaja do neposrednega stika med izvajalcem in potrošnikom.

Sestava storitve v turizmu se sestoji iz:

- dostopnosti storitev, pri čemer je pomemben čas, lociranost, informacija ipd.
- okolja storitve: stavbe, osebje, oprema ipd.
- stila storitve: prijaznost, ustrežljivost, pozornost ipd.
- paketa storitev: vrsta, način organiziranja ipd. (Florjančič, Jesenko. 1997, str. 15).

Turizem je edina gospodarska panoga, ki ji tudi v recesiji uspeva rast, kot storitev ima v celotnem svetovnem gospodarstvu vedno večji pomen in v mnogih državah postaja vse bolj primarna dejavnost gospodarstva in kazalec razvitosti neke države. Tako tudi v Sloveniji z naraščanjem privatne lastnine nastajajo nove in večje možnosti razvoja na področju storitev in s tem tudi turizma.

### ***3.3 Storitve z igrami na srečo kot dopolnilna ponudba v turizmu***

V Sloveniji postaja igralništvo oz. ponudba turističnega izdelka zabave in iger pomemben del turistične ponudbe, zato je bila nujno potrebna strategija razvoja igralništva, ki so jo pripravili na ministrstvu za gospodarske dejavnosti, natančneje v sektorju za turizem. Prav tako opažamo trend naraščanja potreb po zabaviških in igralniških centrih. Pri tem tujci predstavljajo 98 % deleža igralniške potrošnje.

Igralniškega gosta pa ne obravnavamo kot turista, saj je njegov osnovni motiv sprostitve ob igri na srečo. Vsi ostali turistični izdelki so ob tem v podrejenem položaju, kljub osnovnemu motivu pa gost troši tudi za neigralniške storitve, s čimer igralniška ponudba stimulira razvoj celotne turistične ponudbe, ki sicer ne bi imela takšnih pogojev za razvoj. Prav tako vse več tujih organizatorjev potovanj uvršča igralniški turistični izdelek v svojo igralniško ponudbo.

Kot smo že omenili, je nastala strategija razvoja igralništva v Sloveniji v sklopu razvoja turističnega gospodarstva. Pripravilo jo je Ministrstvo za gospodarske dejavnosti v sodelovanju z Ministrstvom za finance in Gospodarsko zbornico Slovenije. Cilj takšne strategije je zagotoviti optimalen in trajnostni razvoj te po večini izvozno usmerjene panoge, pri čemer mora biti poslovanje nadzorovano in transparentno.

Tovrstna turistična ponudba pa ima večje razvojne prednosti na obmejnih območjih kot pa v notranjosti države in še to na zahodni meji, saj so Italijani znani kot strastni igralci, medtem ko so Avstrijci bolj umirjeni. Ciljni potrošnik igralniških storitev pa ne troši tudi druge neigralniške storitve, pri čemer se pospešuje razvoj tudi ostalega lokalnega podjetništva. Seveda pa ima razvoj te turistične dejavnosti tako pozitivne kot negativne strani, zato mora biti v našem interesu, da maksimalno izkoristimo dane vire ob minimiranju škodljivih vplivov. Veliki igralniški kompleksi imajo tudi velike vplive na okolje, saj je potrebno urediti infrastrukturo v obliki novih hotelov, stanovanj za zaposlene, zdravstvenih ustanov, trgovin, garaž, komunalne strukture ... Največji negativni vpliv je nedvomno zasvojenost in finančni ter osebni problemi igralcev.

Igralništvo je prav tako pomembno z vidika zaposlovanja. V tej branži je danes zaposlenih približno 2000 ljudi in še vsaj enkrat toliko v spremljajočih dejavnostih. Omeniti velja še to, da so zaposleni v igralništvu vodeni kot turistično-gostinski delavci, kar ni v skladu z želenim posebnim statusom, ki ga zaposleni želijo. Pri tem jim pomaga Sindikat igralniških delavcev Slovenije, SIDS.

Leto	HIT Nova Gorica	Casino Portorož	Casino Bled	Casino Maribor	Casino Ljubljana	Skupaj
1985	79	188	41	0	0	308
1990	309	264	42	64	0	679
1995	1.440	450	53	60	52	2.055
2000	1.522	382	52	53	42	2.051

**Tabela 1: Število zaposlenih v igralništvu – obdobje od 1985 do 2001**

Vir: Vlada RS, Strategija razvoja igralništva v Sloveniji, 1997, str. 11.



## 4. RAZISKAVA STANJA PRI IGRAH NA SREČO IN SEGMENTIRANJE UPORABNIKOV IGRALNIŠKIH STORITEV

### 4.1 Raziskava stanja in trendov iger na srečo v svetu

Igralništvo je prisotno v 22 evropskih državah, v katerih posluje približno 730 igralnic, od tega jih je največ v Franciji, kjer je v preteklosti prevladoval evropski koncept igralništva. Leta 1999 pa so 88 % vseh igralniških prihodkov ustvarili na igralnih avtomatih.

DRŽAVA	ŠTEVILO IGRALNIC
Francija	171
Velika Britanija	131 (2004)
Češka Republika	53
Estonija	52
Nemčija	47

Tabela 2 : Evropske države z največjim številom igralnic

Vir: Guide to the Casinos of Europa, 1999, The gaming Board of Great Britain, 2007

Evropsko igralništvo je še vedno relativno konzervativno, saj na tem območju še vedno prevladujejo klasične igre na srečo, ki zahtevajo znanje igralca. Vendar se od leta 1990 trend spreminja, pojavlja se amerikanizacija iger na srečo. Sledi trendu oblikovanja ponudbe, ki bi jo lahko označili kot koncentracijo doživetij na enoto časa, prostora in denarja. Tako igralni avtomati vse bolj zamenjujejo igranje na mizah, saj so igralčevi vložki manjši, igranje je bolj preprosto, igralec ne čuti pritiska s strani drugih igralcev in krupjeja. Igralni avtomati so tudi lažje obvladljivi, prinašajo konstanten vir prihodka, stroški dela pa so manjši kot na mizah. Tudi prihodki evropskih igralnic so manjši, saj znašajo eno petino prihodka ameriških, približno 5 milijard dolarjev .

Sicer pa mora sodoben igralniški izdelek zadostiti vsem štirim osnovnim elementom igre, naključju, šovu in adrenalinu.

Opisali bomo stanje v ameriških igralnicah, saj njihov koncept, kot smo že omenili, hitro prodira v Evropo in s tem tudi v Slovenijo. Je trend, ki ga bo morala sprejeti večina igralnic.

	<b>EVROPSKI KONCEPT</b>	<b>AMERIŠKI KONCEPT</b>
<b>igre</b>	osnova je igranje na mizah	osnova so igralni avtomati
<b>igralci</b>	elitni sloj in turisti	za vse sloje
<b>namen</b>	izključno igranje na srečo	preživljanje prostega časa
<b>ponudba</b>	omejena na igralništvo	široka dodatna ponudba
<b>obdavčitev</b>	visoka	zmerna

**Tabela 3 : Razlika med evropskim in ameriškim konceptom igralnic**

Vir: Prašnikar in drugi, 2002

Igralniška ponudba je najbolj razvita, zato bomo opisali nekaj tipičnih primerov razvoja in trendov igralniške ponudbe v različnih okoljih in razmerah. Stanje igralništva v posameznih zveznih državah se odraža tako v gospodarstvu kot v socialnem življenju. Ko je dejavnost usmerjena pretežno na domači trg, vpliva na nižanje prihrankov gospodinjestev, na nižanje splošne in investicijske porabe in na redistribucijo dohodkov gospodinjestev; ko pa se dejavnost izvaja na domačih tleh, vendar je večina uporabnikov tujcev, je igralništvo stimulator gospodarskega razvoja območja igralnic in celotne države.

Države imajo v odnosu do igralništva pet vlog:

- prohibicija, oziroma prepoved iger na srečo
- vlada dovoljuje privatno igralništvo, vendar ne posega z regulativo (indijanski rezervati)
- vlada predpiše minimalne standarde, procedure, limite ipd., igralništvo je zasebno, takse pavšalne, sankcije pa učinkovite (Nevada)
- vlada podrobno predpiše delovanje igralnic, osebje potrebuje za vodenje in delo licence, nadzor je zunanji in ga opravljajo državni inšpektorji (Atlantic City)
- država igra podjetniško vlogo, družbe so državne, saj država meni, da dejavnost predstavlja določeno nevarnost in jo je potrebno strogo uokviriti, istočasno pa je dejavnost tudi sredstvo fiskalne in monetarne politike.

V ZDA je leta 2004 poslovalo 455 komercialnih igralnic, ki so zaposlovale 349.210 delavcev in prispevale 4,74 milijarde dolarjev koncesijskega denarja državnim in lokalnim skupnostim. Skupni prihodki komercialnih igralnic pa so istega leta znašali 28,93 milijard dolarjev.

### **Primer Las Vegas**

Igralniška dejavnost je bila v Las Vegasu uvedena v nerazvito poslovno okolje, okoli katerega je bila zgrajena celotna ekonomija. Je v celoti izvozno usmerjena. Gostje prihajajo po večini iz drugih držav, trošijo pa tudi za druge, neigralniške storitve; s tem vzpodbujajo rast domačega gospodarstva. V letu 1990 je Las Vegas investiral nad dve milijardi dolarjev v hotele in ostalo turistično infrastrukturo in s tem ustvaril na tisoče delovnih mest, ki pa niso bila vezana le na igralništvo. Danes je to vsako tretje, medtem ko je leta 1980 bilo to vsako drugo delovno mesto. To pomeni, da je Nevada s pomočjo igralništva uspešno razvila tudi druge gospodarske panoge, Las Vegas pa ostaja ne le igralniška, temveč tudi turistična destinacija.

### **Primer Atlantic City**

Atlantic City je uvedel igralništvo v urbano in dokaj razvito poslovno okolje, vendar stagnirajoče gospodarstvo. Država New Jersey je vložila velika sredstev v infrastrukturo, vendar je kljub večjemu številu gostov urejena le dobra desetina nastanitvenih zmogljivosti Las Vegasa. Večina igralniških gostov ostane v igralnicah manj kot en dan in prihajajo iz oddaljenosti petdeset do sto milj. Štirideset procentov jih je iz New Jerseyja in tako problemi igralcev ostajajo v domačem okolju ter v breme državi. Gostinska in trgovska ponudba v kazinih je poceni, zato okoliška ponudba propada. Tudi zaposleni v igralnicah živijo in trošijo izven mesta. S tem je lokalno okolje izgubilo obstoječa delovna mesta in prihodke oz. je nova poceni ekonomija požrla obstoječo.

### *Drugi ameriški primeri*

Druge ameriške države so skušale na svojem območju uvesti podoben model igralništva, kot je v Nevadi. Zaradi temeljnih razlik pa so doživele ravno obratne rezultate od zelenih, saj se je igralniška potrošnja naslanjala predvsem na domače goste in domačo ekonomijo. Do tega je prišlo predvsem zaradi neznanja politikov, ki so v neprimernih okoljih igralništvo propagirali kot inkubator novih delovnih mest in generator domače potrošnje.

Podobne rezultate kot v Las Vegasu, pa dosegajo v manjših mestih indijanskih rezervatov, kjer je nerazvita lokalna ekonomija in igralci prihajajo od drugod. Domači lastniki igralnic investirajo v domačo ekonomijo, medtem ko tuji lastniki v razvoj igralnic. Ravno zaradi tega prihaja do sporov med državo in rezervati.

V Massachusettsu so sprejeli politiko gradnje kazinov na različnih koncih države z namenom, da bi zmanjšali interes domačih igralcev po igranju v sosednjih državah in da bi slednjim preprečili gradnjo lastnih igralnic.

V Chicagu so vložili v izgradnjo zabavišnega kompleksa dve milijardi dolarjev z namenom, da bi zadržali domače igralce in pridobili tuje. Posledica je bila porast domačega igranja, leta pa postane s časom nezmožen zagotavljati isto raven prometa, potrošnja se zniža. V igralniškem žargonu pravimo, da trg zgori.

Hitra rast igralništva v ZDA ni toliko posledica velike želje igralcev po igranju; je bolj želja lastnikov igralnic po čim večjem dobičku in prav tako politikov, ki jim je v interesu, da vzpodbudijo gospodarski razvoj in pridobijo čim več davkov. Prav to je razlog, da se politika z lahkoto vključuje v podporo igralniški industriji, vlade pa se odločajo za znižanje davkov, da bi igralniška ekonomija ostala konkurenčna. Vsem dostopna igralniška ponudba pa privabi največ igralcev nižjega srednjega sloja, ki porabijo za igro več kot igralci srednjega in višjega sloja. Z večanjem obsega igralcev se veča tudi število zasvojenecv, katerih zdravljenje bremeni državne sklade. Spreminjajo se tudi življenjske vrednote, saj je v šestdesetih letih šestdeset procentov Američanov verjelo, da se trdo delo splača, danes pa v to verjame le še tretjina. (Florjančič, 1998, str. 117–122).

## 4.2 Raziskava stanja trendov iger na srečo v Sloveniji

Evropskemu gostu prilagojeni tip ameriške celostne ponudbe ima svojo prihodnost tudi pri nas, kar potrjuje dosednji uspešen razvoj igralnic ob zahodni meji, saj je severovzhodna Italija naše najpomembnejše tržišče. Sledijo ji južna Avstrija in zanemarljivo malo gostov iz Slovenije in Hrvaške.

produkti	Furlanija Julijska k.	Veneto	Emilio Romagno	Lombardia	Avstrija	Slovenija	drugi
zabava in igra	XXX	XXX	XX	X	X	X	X
gurmanstvo	XXX	X	X	X	X	X	X
sprostitev	XXX	XX	X	X	X	X	X

Tabela 4 : Preglednica pomembnih območij za sklop ciljnih produktov

Vir: Luin, Igralniški turizem, 1997, 115

Potencialni trgi za trženje igralniško-zabaviščnih storitev bodo v naslednjih letih še vedno obstoječi trgi, šlo bo le za razvijanje neizkoriščenih možnosti, pri čemer daleč prevladuje družba HIT iz Nove Gorice. Slovenski igralniški gost bo bolj pomemben na vzhodnih oziroma severnih tržiščih, kjer pokrivajo in bodo pokrivali obisk avstrijskih gostov, zmanjšan zaradi konkurence igralnic v Gradcu, Veldnu in na Hrvaškem.

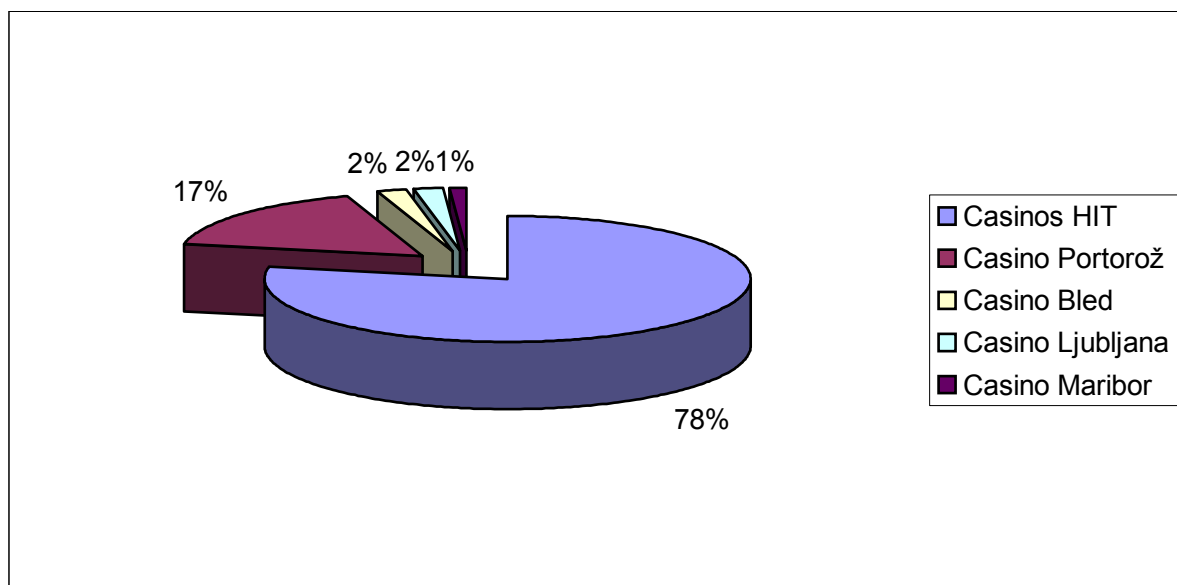
LETO	OBISK. SKUPAJ	Indeks Baza 1996	TUJI	Indeks Baza 1996	DOMAČI	Indeks Baza 1996
1996	2 558 287	100	2 423 433	100	134 854	100
1997	2 576 468	101	2 365 204	98	211 264	157
1998	2 485 391	97	1 956 603	81	528 788	392
1999	2 245 529	88	1 992 495	82	253 034	188
2000	2 218 419	87	1 993 207	82	225 212	167
2001	2 227 189	87	1 981 402	82	245 589	182

Tabela 5: Število obiskovalcev slovenskih igralnic v obdobju 1996 do 2001

Vir: Statistični urad Slovenije, Statistične informacije, 21, Gostinstvo in turizem, posamezni letniki.

V letu 2004 je v Sloveniji poslovalo pet igralniških družb, in sicer HIT Nova Gorica, Casino Portorož, Casino Ljubljana, Casino Bled in Casino Maribor, ki so pridobile 15 koncesij za kazine, podeljenih pa je bilo še 40 (od 45 možnih) koncesij za salone z igralnimi avtomati.

Povprečen gost potroši za igranje iger na srečo 100 EUR in 30 EUR za ostale turistične storitve. Igralniška dejavnost tako prispeva več kot četrtino vsega slovenskega turističnega priliva, kar znaša 375 milijonov EUR .



**Graf 1: Tržni deleži družb v letu 2000 po prirediteljih posebnih iger na srečo**

Vir: Poslovni imenik Kompas, URL=<http://www.gvin.com/Kompass/Kompass/menu.htm>

Predlog Strategije slovenskega turizma (2001–2006) predvideva za igralništvo predvsem:

- privatizacijo igralniške industrije
- gradnjo petih novih, večjih igralniško zabaviščnih centrov
- povečanje števila igralcev na 3,5 mio na leto in zaslužek 480 mio EUR na leto

Skupaj naj bi Slovenija imela petnajst igralniških centrov (do leta 2010 kar 20 centrov), štirideset večjih igralnih salonov (do leta 2010 50 koncesij), koncesije za internetne igre na srečo v okviru državnih loterij, olajšave pri razvoju ...

Igralniške centre naj bi imeli v/na:

Portorožu, Kopru (Ankaran), Sežani (Lipica), Novi Gorici, Kobaridu, Bledu, Kranjski Gori, Mariboru (Pohorje), Ljubljani, Čatežu, Moravcih in Ptuju.

Največji razvoj igralništva naj bi dosegli v letih 2004 do 2006. V naložbe naj bi pritegnili državni, zasebni in tuji kapital, investirali pa naj bi tudi v igralnice v tujini, kar HIT že počne.

V Sloveniji niso vsi navdušeni nad razvojem in ekspanzijo igralništva, vendar je v anketi CATI Centra iz Ljubljane (sicer izdelani po naročilu novogoriške družbe HIT) kar 90 % vprašanih, ki živijo na Obali, 85 % vprašanih, ki živijo na severnem Primorskem, in 89 % prebivalcev Kranjske Gore na vprašanje o odnosu do igralnic odgovorilo, da podpirajo njihovo dejavnost. Primerjalna raziskava, s katero so lani zajeli 1.075 vprašanih, je med drugim pokazala, da je kar 76 % vprašanih Slovencev mnenja, da je igralniško-zabaviščna dejavnost priložnost za razvoj slovenskega turizma. (Meršnik, 2001, str. 10).

### ***4.3 Terenska raziskava potreb po igrah na srečo***

#### ***4.3.1 Priprava raziskave potreb***

Vsaka raziskava se prične z določitvijo namena raziskovanja, kateri ponavadi izhaja iz problema in ciljev v podjetju. Zato je pred začetkom raziskave zelo pomembna natančna opredelitev problema, kar je v našem primeru odprtje igralnega salona v nam tujem območju in ob konkurenci. Odločiti se moramo tudi za način oziroma metodo zbiranja podatkov. Sekundarni viri so tisti, ki nam dajo podatke, ki so dosegljivi v podjetju (interni viri) ali pa v poslovnem okolju (eksterni viri), vendar imajo to slabost, da so lahko neažurni in je njihova uporabnost za izbrani namen vprašljiva. Kot sekundarni vir smo uporabili podatke o številu obiskovalcev iz posameznih držav v roku enega leta.

Bolj primerna za raziskavo potreb po igrah na srečo je primarna raziskava, ki zajema anketiranje, intervjuvanje in opazovanje. Kot instrument raziskovanja smo uporabili vprašalnik, pri katerem smo pazili, da so bila vprašanja skrbno izbrana in niso posegala v zasebnost obiskovalca ali ga postavila v neroden položaj.

Pravila pri določanju vsebine vprašanj:

- vprašanje naj bo res potrebno
- vprašanje naj bo nedvoumno
- vprašanje naj bo razumljivo
- vprašani mora biti zmožen odgovoriti na vprašanje

- vprašani mora biti voljan odgovoriti na vprašanje
- vprašanja naj si sledijo od splošnega k posebnemu
- uporabljamo preproste, razumljive in enopomenske besede
- vprašanja ne smejo napeljevati k odgovoru.

V našem primeru smo uporabili največ vprašanj zaprtega tipa, ki imajo vnaprej določene vse možne odgovore, med katerimi anketiranec lahko izbira.

Ločimo:

- vprašanja, na katera odgovorimo z **DA** ali **NE**
- stopnjevalna vprašanja
- vprašanja, na katera so možni različni odgovori

Seveda potrebujemo za izbiro ciljne skupine tudi bazna vprašanja, ki nam dajejo podatke o spolu, starosti, izobrazbi, ipd. anketiranca. Ker v raziskavo ne moremo vključiti vseh obiskovalcev, nam anketiranci morajo predstavljati vzorec celotne populacije, kar je pomembno za kvaliteto podatkov. (Valcl, 2006, str. 98–110).

Pri izvedbi naše ankete so nas za odprtje lastnega salona z igralnimi avtomati zanimali predvsem naslednji podatki:

- kolikšen procent gostov igra igralne avtomate in elektronsko ruleto
- katere dejavnike v kazino grajajo in katere hvalijo
- njihova starost
- njihov spol
- iz katerih držav prihajajo
- ali obiskujejo tudi druge igralne salone

Na podlagi odgovorov se bomo nato odločili, ali bomo izbrali za strategijo pokrivanja trga nediferencirano ali diferencirano trženje, saj bo naša pozicija blizu konkurenta, to je salon igralnih avtomatov Poetovio v centru Ptuja.

Ker je večina gostov iz nemško in slovensko govorečega področja, smo vprašalnike sestavili v teh dveh jezikih.



## **PROBLEM V PODJETJU**

namen raziskave  
opredelitev raziskave

## **CILJI RAZISKAVE**

opredelitev potrebnih informacij

## **VIRI PODATKOV**

sekundarni  
primarni

## **RAZISKOVALNE METODE**

vprašalnik

## **NAČRT VZORČENJA**

vzorčna enota  
velikost vzorca  
postopek vzorčenja

## **ANALIZA PODATKOV**

vrednotenje odgovorov  
pojasnjevanje rezultatov

## **OBLIKOVANJE POROČILA**

izdelava poročila  
predstavitev rezultatov

**Slika 1: Zasnova načrta trženjske raziskave**

V igralnici Maribor smo izvajali anketo od četrta 20. 9. 2007 do ponedeljka 24. 9. 2007. V terminih ob koncu tedna in čez vikend beležimo največje število gostov in ob tem pričakujemo najbolj merodajne rezultate. Anketni listi so bili na razpolago v slovenskem in nemškem jeziku.

Anketo je izpolnilo skupno 121 obiskovalcev, od tega 103 domači obiskovalci in 18 tujih obiskovalcev. Med anketiranci je bilo 72 % moških in 28 % žensk.

<b>STORITEV</b>	<b>zelo slabo</b>	<b>slabo</b>	<b>zadovoljivo</b>	<b>dobro</b>	<b>odlično</b>
<b>Lokacija</b>	0,85	1,71	14,53	55,56	27,35
<b>Dostopnost</b>	7,83	10,43	20,00	45,22	16,52
<b>Parkirišče</b>	35,34	28,45	18,10	12,93	5,17
<b>Notranja ureditev igralnice</b>	0,83	5,83	32,50	43,33	17,50
<b>Čistoča</b>	0,85	4,24	17,80	51,69	25,42
<b>Vzdušje v igralnici</b>	0,00	8,20	27,87	51,64	12,30
<b>Prijaznost osebja</b>	0,83	0,00	9,92	41,32	47,93
<b>Ponudba pijače</b>	1,65	4,13	12,40	37,19	44,63
<b>Odpiralni čas igralnice</b>	1,67	6,67	15,83	53,33	22,50
<b>Strokovnost osebja</b>	0,00	2,52	16,81	55,46	25,21
<b>Pestrost iger</b>	1,67	10,00	22,50	49,17	16,67
<b>Razvedrilni program</b>	5,36	22,32	29,46	36,61	6,25

Tabela 6: Strukturni deleži ocene posamezne storitve

Lokacija: 56 % obiskovalcev je lokacijo označilo z oceno dobro, 27 % z oceno odlično in 15 % je lokacijo igralnice ocenilo kot zadovoljivo. Samo 3 % obiskovalcev niso zadovoljni z lokacijo igralnice.

Dostopnost: 45 % obiskovalcev je dostopnost igralnice ocenilo z dobro, 17 % z odlično in 20 % z zadovoljivo. Ostalih 18 % pa z dostopnostjo igralnice ni zadovoljno.

Parkirišče: 35 % je možnost parkiranja v okolici igralnice označilo za zelo slabo, 28 % za slabo in 18 % z zadovoljivo. Le 18 % obiskovalcev je z možnosti parkiranja zadovoljna.

Notranja ureditev igralnice: 43 % obiskovalcev je ocenilo notranjo ureditev z dobro, 33 % z zadovoljivo in 18 % z odlično. 7 % obiskovalcev z notranjo ureditvijo ni zadovoljno. Mnenje o notranji ureditvi igralnice so obiskovalci tudi navedli pod vprašanjem št. 8.

Čistoča: 52 % obiskovalcev meni, da je čistoča v igralnici dobra, 18 % meni, da je odlična in 18 %, da je zadovoljiva. 7 % obiskovalcev meni, da je potrebno na tem področju še mnogo postoriti. Nekateri anketiranci so pod to točko podali opombo, da se negativno mnenje o čistoči nanaša predvsem na sanitarije igralnice.

Vzdušje v igralnici: z dobro je vzdušje v igralnici ocenilo 52 % obiskovalcev, 28 % z zadovoljivo, 12 % z odlično in 8 % s slabo. Vzdušje v igralnici ni bilo niti enkrat označeno kot zelo slabo. Prav tako so obiskovalci v odgovoru št. 8 podali svoje mnenje o tej točki.

Prijaznost osebja: z 48 % odlično in z 41 % dobro so obiskovalci ocenili prijaznost osebja. 10 % obiskovalcev je prijaznost osebja označilo z zadovoljivo in 1 % z zelo slabo. Nihče ni podal ocene slabo.

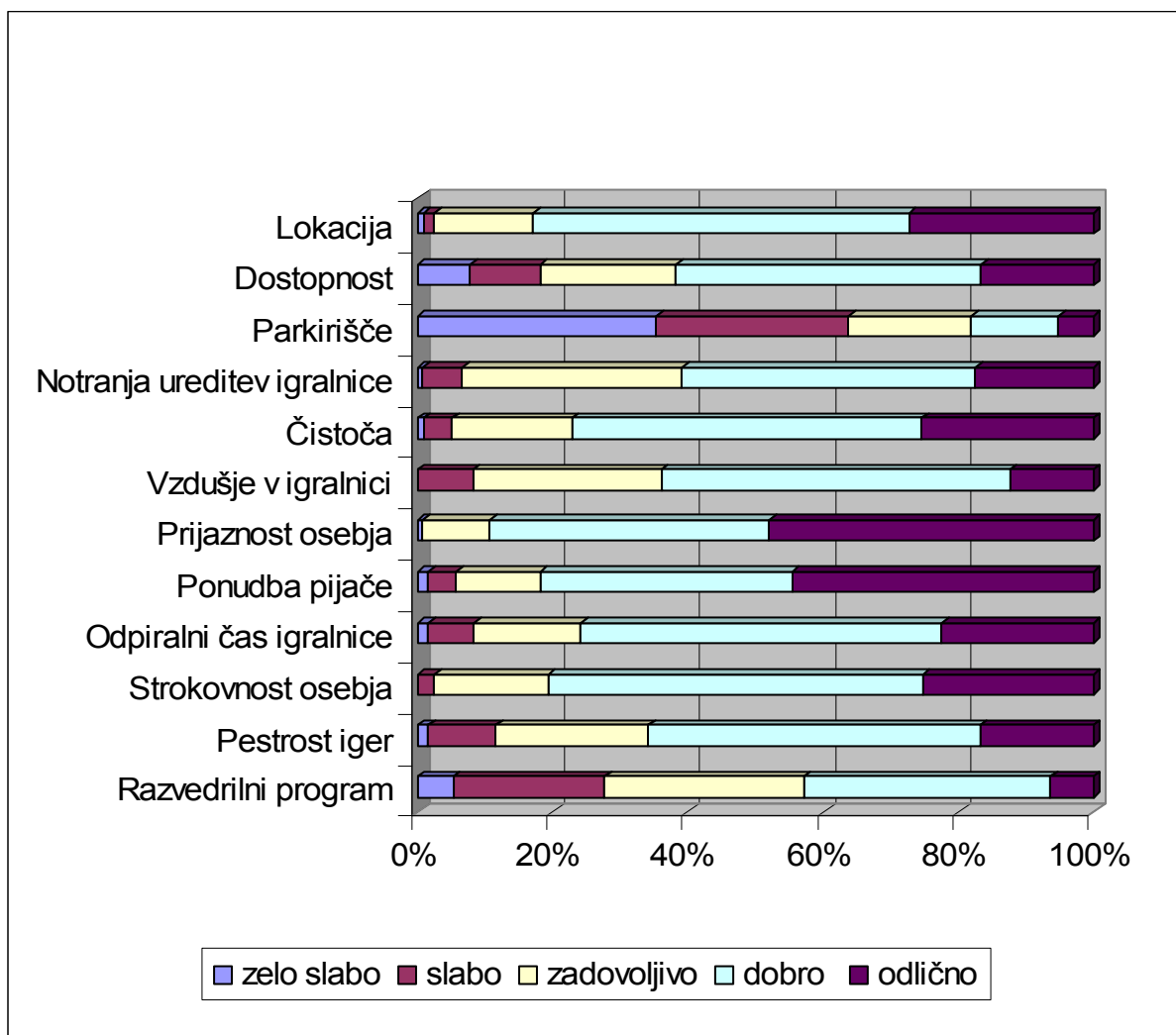
Ponudba pijače: obiskovalci so zelo zadovoljni s ponudbo pijače. 45 % je ponudbo pijače ocenilo z odlično, 37 % z dobro, 12 % z zadovoljivo, 4 % s slabo in 2 % z zelo slabo. Zanimivo je, da so vsi tuji gostje s ponudbo pijače zadovoljni (nihče ni ocenil z zelo slabo ali slabo).

Odpiralni čas igralnice: 53 % obiskovalcev je odpiralni čas igralnice označilo z oceno dobro, 23 % z oceno odlično in 16 % je lokacijo igralnice ocenilo kot zadovoljivo, medtem ko 9 % obiskovalcev ni zadovoljnih z odpiralnim časom igralnice.

Strokovnost osebja: s strokovnostjo osebja so obiskovalci v večini zadovoljni (ocene: 55 % dobro, 25 % odlično in 17 % zadovoljivo). Samo 3 % obiskovalcev meni, da je strokovnost osebja slaba.

Pestrost iger: Kar 49 % obiskovalcev meni, da je pestrost iger dobra, 23 %, da je zadovoljiva in 17 %, da je odlična. 12 % obiskovalcev pa meni, da bi lahko še popestrili izbiro iger.

Razvedrilni program: Obiskovalci so le pogojno zadovoljni z razvedrilnim programom igralnice, ocene so sledeče: 37 % dobro, 29 % zadovoljivo in 22 % slabo in 6 % odlično ter 5 % zelo slabo.

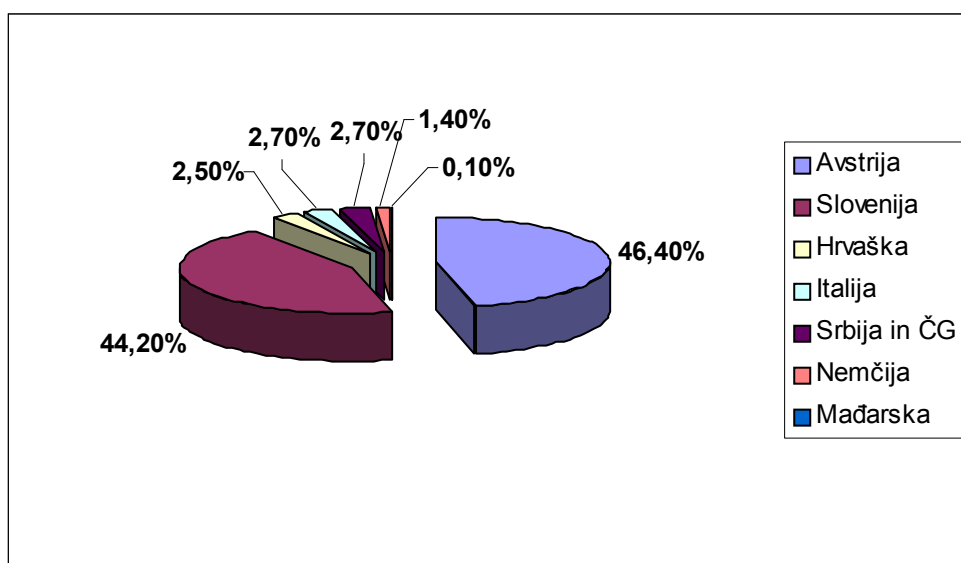


**Graf 2: Zadovoljstvo gostov družbe Casino Maribor**

### 4.3.2 Segmentiranje po državah

Avstrija	46,40%
Slovenija	44,20%
Hrvaška	2,50%
Italija	2,70%
Srbija in ČG	2,70%
Nemčija	1,40%
Mađarska	0,10%

Tabela 7: Segmentiranje gostov po državah



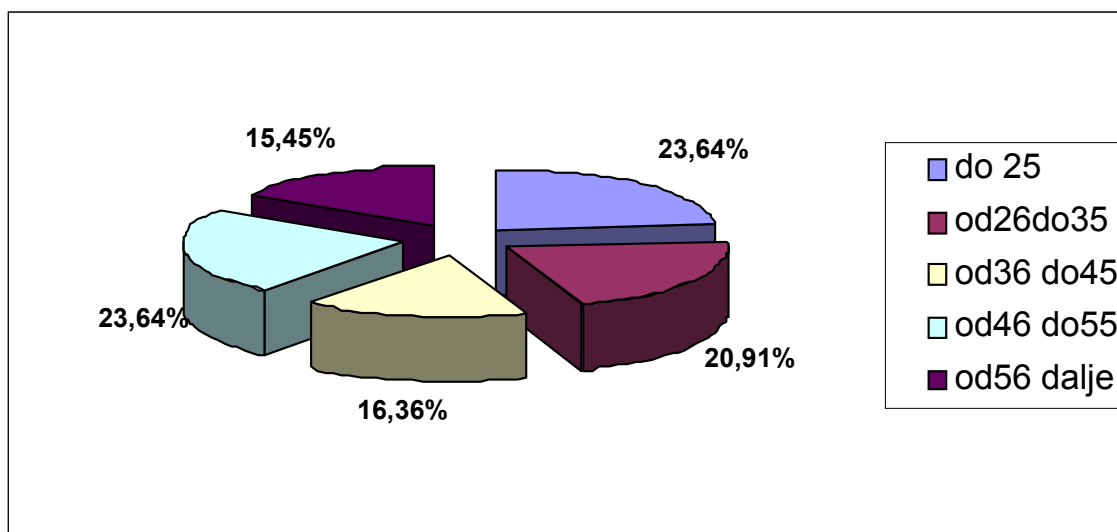
Graf 3: Segmentiranje gostov po državah

Od leta 1989 se je s spremembo zakona (v začetku je dovoljeval obisk igralnic le tujim državljanom) procent domačih gostov povečal skoraj na raven obiska tujcev, pretežno Avstrijcev. Problem igralnic v notranjosti države je v tem, da so odvisni pretežno od domačih igralcev iger na srečo, saj je procent tujih turistov, ki bi želeli obiskati igralnico, zelo majhen, tako da tudi problemi domačih igralcev ostajajo v domačem okolju in v breme državi.

### 4.3.3 Segmentiranje gostov po starosti

starost	%
do 25	23,64
od 46 do 55	23,64
od 26 do 35	20,91
od 56 dalje	15,45
od 36 do 45	16,36

Tabela 8: Starostna struktura gostov

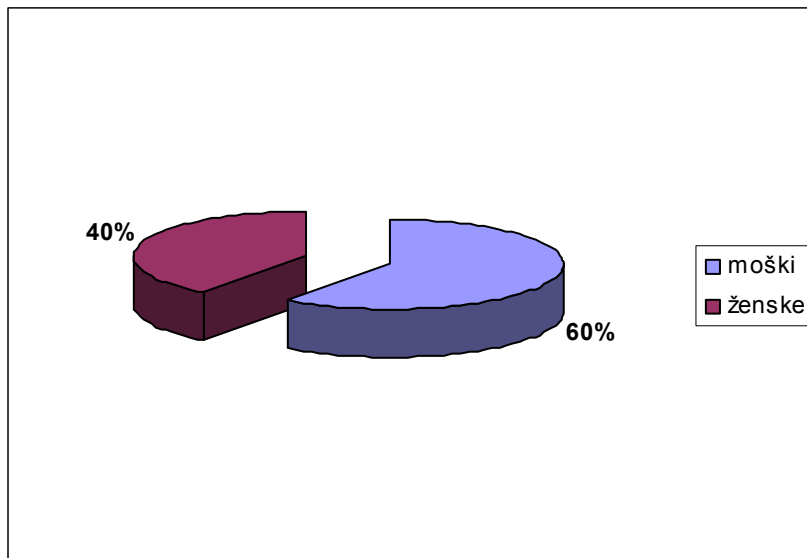


Graf 4: Starostna struktura gostov

Starostna struktura anketirancev je nekako enakomerno porazdeljena po starostnih kategorijah. Največ in sicer 24 % anketirancev je bilo starih do 25 let in od 46 let do 55 let. Najmanj je bilo obiskovalcev starejših od 56 let. Sklenemo lahko, da s ponudbo v naši igralnici pokrivamo želje ljudi vseh starosti.

V zadnjem času je veliko zanimanja med igralci, starimi do 30 let, za novo igro Texas Hold'em, ki jo bomo v kratkem uvedli. Tako se bo starostna struktura gostov malenkost spremenila.

#### 4.3.4 Segmentiranje gostov po spolu



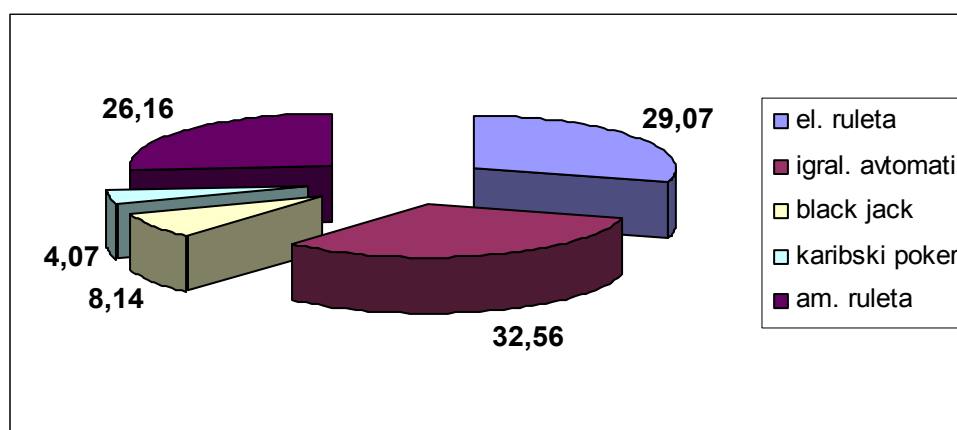
**Graf 5 : Primerjava procenta moških in ženskih obiskovalcev**

60 % obisk moške populacije v primerjavi z žensko gre pripisati temu, da ženske nerade obiskujejo igralnice same. Prihajajo v družbi moških ali drugih žensk, so pa zato bolj dovzetne za igre na srečo, le-te jih zasvojijo bolj kakor moške.

#### 4.3.5 Segmentiranje po posameznih igrah na srečo

vrsta igre na srečo	%
<b>igralni avtomati</b>	32,56
<b>elektronska ruleta</b>	29,07
<b>ameriška ruleta</b>	26,26
<b>black jack</b>	8,14
<b>karibski poker</b>	4,07

Tabela 9: Najljubše igre gostov



Graf 6: Najljubše igre gostov

Iz ankete je razvidno, da obiskovalci v naši igralnici najraje igrajo igralne avtomate (32,56 %), elektronsko ruleto (29,07 %) in ameriško ruleto (26,16 %). Po priljubljenosti nato sledita black jack z 8,14 % in karibski poker z 4,07 %.

Pod vprašanjem št. 2 smo obiskovalce tudi povprašali, katere druge nove igre bi želeli igrati v igralnici. Na vprašanje je odgovorilo le osem obiskovalcev: 4 obiskovalci bi želeli igrati Texas Hold'em, dva želita nove igralne avtomate, drugi obiskovalci pa so navedli še francosko ruleto, družabne igre, baccara in kocka, craps.

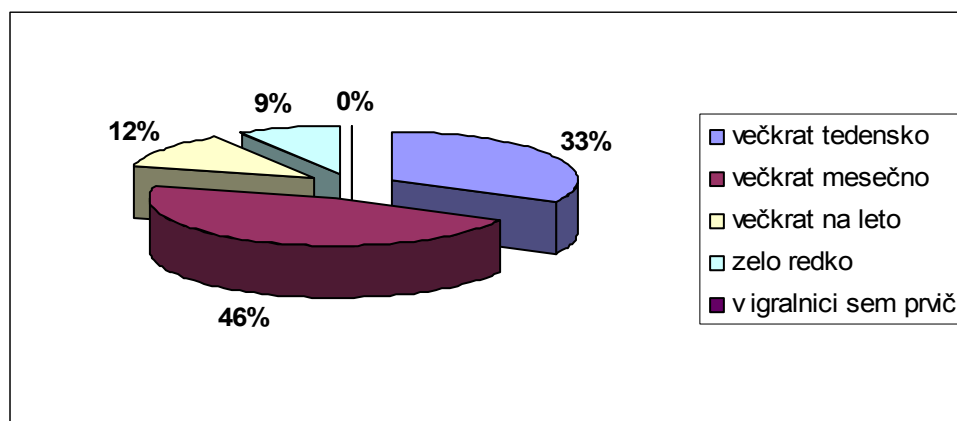
Zaradi popularnosti v medijih, kot sta televizija in internet, je v zadnjem času veliko povpraševanje po igri Texas Hold'em pokru (vprašalnik žal teh gostov ni zajel, gre predvsem za mlajšo populacijo).



#### 4.3.6 Pogostost obiska igralnic in igralnih salonov

pogostost obiska igralnic	%
večkrat mesečno	46
večkrat tedensko	33
večkrat na leto	12
zelo redko	9
v igralnici sem prvič	0

Tabela 10: Pogostost obiska

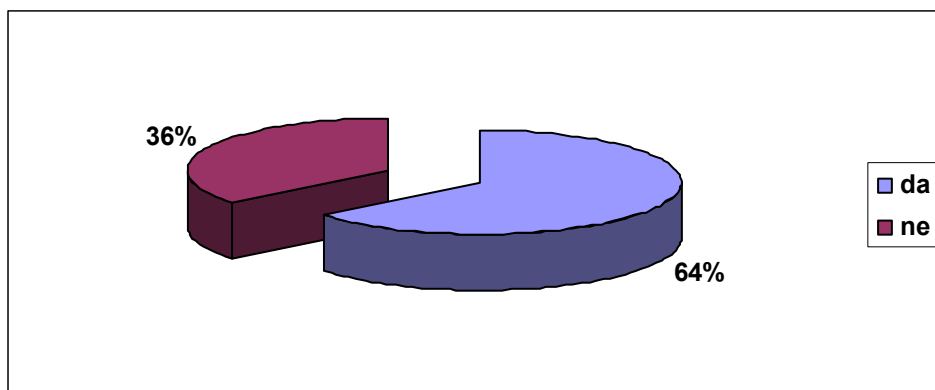


Graf 7: Pogostost obiska igralnic in igralnih salonov

Večina anketirancev pogosto zahaja v igralnice in igralne salone; kar 46 % jih v igralnice zahaja večkrat na mesec in 33 % večkrat na teden. 12 % zahaja v igralnice večkrat na leto in 9 % zelo redko. Nihče med vprašanimi ni bil v igralnici prvič.

Dejstvo, da največ obiskovalcev prihaja v igralni salon večkrat mesečno, pomeni, da gre za ljudi, ki se prihajajo v igralnico zabavat, sproščat in klepetat s prijatelji.

#### 4.3.7 Ali gostje obiskujejo tudi druge igralnice in igralne salone



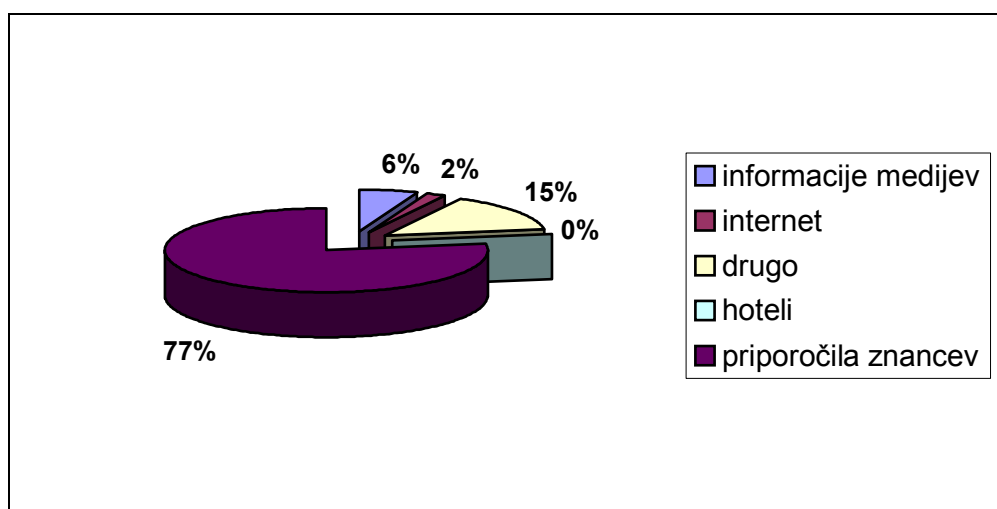
**Graf 8: Obisk drugih igralnic in igralnih salonov**

Na vprašanje ali obiskovalci obiskujejo tudi druge igralnice in igralne salone, je 64 % obiskovalcev odgovorilo pritrdilno. Iz tega odgovora sledi, da kar 36 % anketirancev obiskuje izključno našo igralnico. Znano je tudi, da veliko igralcev kroži med kazini, kar pomeni, da se občasno vrnejo tudi v našo igralnico.

#### 4.3.8 Kako so se gosti odločili za obisk igralnice

podlaga za obisk	%
<b>priporočilo znancev</b>	77
<b>drugo</b>	15
<b>informacije medijev</b>	6
<b>internet</b>	2
<b>hoteli</b>	0

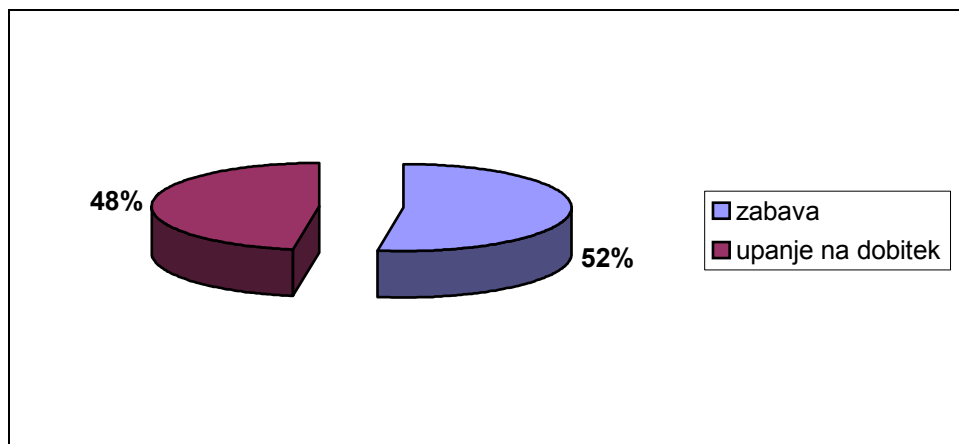
Tabela 11: Kako so se gosti odločili obiskati igralnico



Graf 9: Kako so se gosti odločili za obisk igralnice

V zajetem vzorcu anketirancev se je kar 77 % obiskovalcev odločilo za obisk igralnice po priporočilu znancev in prijateljev, 15 % je navedlo drugi vir informacij od navedenih možnosti, 6 % obiskovalcev je takšnih, ki so prišli v igralnico na podlagi oglasov v medijih in 2 % je obiskalo igralnico na podlagi informacij, ki so jih pridobili iz spletnih strani. Noben anketiranec ni obiskal igralnice na podlagi informacij, pridobljenih v hotelu nastanitve (tu se postavlja vprašanje, če je sploh kateri od anketirancev bil nastanjen v hotelu). Pod druge razloge za obisk igralnice so anketiranci navedli: štirikrat bližino oz. lokacijo igralnice, štirikrat iz radovednosti, trikrat nehote, slučajno, naključno; dvakrat je bil razlog otvoritev igralnice in enkrat na podlagi priporočil osebja. Iz zgornjih rezultatov lahko sklepamo, da na obiskovalce igralnice Maribor močno vplivajo predhodni obiskovalci. Reklama od ust do ust je očitno zelo pozitivna.

#### 4.3.9 Glavni namen obiska igralnice



Graf 10: Namen obiska igralnice

52 % obiskovalcev je takšnih, ki trdijo, da prihajajo v igralnico zaradi zabave, druženja in preživljanja prostega časa. Preostalih 48 % priznava, da prihajajo v igralnico zaradi upanja na dobiček.

Pod vprašanjem št. 8 smo obiskovalce povprašali, kaj jih v igralnici najbolj moti oziroma kaj bi želeli izboljšati. Na vprašanje je odgovorilo 37 obiskovalcev. Pripombe lahko strnemo v naslednje sklope:

- 11 pripomb: določeni naivni gosti, vsiljivci med igranjem, sufliranje, neprijazne skupine ljudi, obiskovalci, ki preklinjajo na glas, Romi in drugi, ki prihajajo v tenis copatih, sedeči igralci, ki prihajajo kot neigralci in motijo igralce;
- 8 pripomb: prevroči zgornji prostori, klima;
- 6 pripomb: čistoča stranišča, stranišče večkrat v temi, smrad;
- 5 pripomb: zastarelost inventarja, nujno potrebno obnoviti;
- 3 pripombe: neprijazno osebje;
- 2 pripombi: problemi s parkiranjem.

- 2 pripombi: neprimerni stoli (želja po stolih z naslonjali v tretjem prostoru igralnega salona);
- 2 pripombi: izboljšati pestrost iger;
- 2 pripombi: zabavni program.

Druge pripombe so bile še (nekatero od teh pripomb so neresne in zato zanemarljive):

- bolj rahlo vrtenje kroglice pri ruleti,
- odprtih več miz,
- gost ne želi sam po denar na blagajno,
- strežno osebje zanemarja goste,
- ni dobitkov.

#### ***4.4 Rezultati raziskave potreb in izbor ciljnega trga***

Rezultate, ki smo jih dobili na osnovi anketiranja gostov v Mariboru, lahko v večinskem delu koristno uporabimo tudi za naš načrtovani salon igralnih avtomatov na Ptuju.

Za poslovno načrtovanje igralnega salona (igralni avtomati, elektronska ruleta) je najpomembnejši podatek, da 32,56 % gostov najraje igra igralne avtomate, 29,07 % pa elektronsko ruleto, kar pomeni 61,63 % obiskovalcev v korist elektronskih naprav proti živim igram.

Segmentiranje gostov po državah nam pove, da kljub temu da je Ptuj turistično mesto, ne moremo računati na tuje turiste, vendar se jim bomo prav tako posvetili in reklamirali igralni salon v hotelih in turističnih agencijah. Avstrijski (46,4 %) in slovenski gosti (44,2 %) so procentualno že skoraj izenačeni, vsekakor pa si želimo zaradi bližine meje s Hrvaško dvigniti procent gostov iz te države.

Starostna struktura anketirancev je enakomerno porazdeljena po starostnih kategorijah. Največ in sicer 24 % anketirancev je bilo starih do 25 let oz. od 46 let do 55 let. Najmanj je bilo obiskovalcev starejših od 56 let. Igralne avtomate želijo igrati predstavniki prav vseh starostnih skupin.

46 % gostov obiskuje igralnico večkrat mesečno in kar 33 % večkrat tedensko; obe skupini bi lahko poimenovali redni gostje. Zanimljivih pa ni niti 12 % gostov, ki prihajajo večkrat na leto.

Vsak igralni salon in kazino ima redne goste, večina pa jih med igralnicami kroži (64 %), kar pomeni, da bodo obiskali tudi konkurenco in se k nam vrnil, če bodo v našem salonu bolje sprejeti in deležni prednosti v primerjavi s konkurenco (igralni salon Poetovio). Kljub temu da je najboljša reklama od ust do ust (priporočila znancev), se bomo oglaševali v medijih, hotelih in po internetu. 52 % obiskovalcev je izjavilo, da igralnico obiskujejo zgolj iz zabave, vendar se nam ta procent ne zdi realen, saj ljudje neradi priznajo, da je glavni namen obiska igralnice zaslužek oz. dobiček.

Iz pridobljenih podatkov bo obsegal naš ciljni trg območje Slovenije in Avstrije, s ponudbo različnih igralnih avtomatov in zabavnega programa pa želimo zadovoljiti goste od 18 do pribl. 50 let. V večini bodo naši gostje tipični igralniški gostje, ki obiskujejo tudi druge igralnice, so izbirčni, dokaj zahtevni in imajo izoblikovan okus. Seveda se bomo trudili pritegniti tudi netipične igralniške goste, ki bi igranje jemali bolj kot zabavo in sprostitvev. Odgovori na vprašanje, kaj obiskovalce v igralnici najbolj moti, nam dajo možnost, da se v našem igralnem salonu motečim faktorjem izognemo ali pa jih sproti preprečimo.

#### ***4.5 Sklepne misli o raziskavi kot osnova za poslovno načrtovanje***

Evropsko igralništvo je še vedno relativno konzervativno, saj na tem območju še vedno prevladujejo klasične igre na srečo, ki zahtevajo znanje igralca, vendar pa se od leta 1990 trend spreminja, pojavlja se amerikanizacija iger na srečo. Sledi trendu oblikovanja ponudbe, ki bi jo lahko označili kot koncentracijo doživetij na enoto časa, prostora in denarja. Tako igralni avtomati vse bolj zamenjujejo igranje na mizah, saj so igralčevi vložki manjši, igranje je bolj preprosto, igralec ne čuti pritiska s strani drugih igralcev in krupjeja. Igralni avtomati so tudi lažje obvladljivi, prinašajo konstanten vir prihodka, stroški dela pa so manjši kot na mizah. Ker v naši anketi 62 % gostov igra elektronske igre, se nam zdi smiselno načrtovanje takšnega igralnega salona, ki bi ob spremembi veljavne zakonodaje lahko prerasel v pravo igralnico s ponudbo tudi živih iger na srečo.

## **5 POSLOVNI NAČRT ZA CASINO GRAD d.o.o.**

### ***5.1 Kratka predstavitev podjetja***

#### ***5.1.1 Panoga***

– igralniški, gostinski in kulturno zabavni turizem

#### ***5.1.2 Organizacijska oblika***

Zaradi zakonodaje v panogi iger na srečo je v začetku ustanovljena d.o.o. .

#### ***5.1.3 Predmet ponudbe***

- igra na igralnih avtomatih
- kulinarična ponudba (a la carte, dnevni menue, poslovna in priložnostna kosila in večerje)
- kabare
- koncertne prireditve

## **5.2 POSLANSTVO, CILJI IN STRATEGIJA**

### ***5.2.1 Poslanstvo***

Poslanstvo naše družbe je z igrami na srečo in gostinsko ponudbo zadovoljevati potrebe gostov, ki si želijo tovrstnega načina zabave, sprostitve in dobrega počutja. S svojim delovanjem bi Casino Poetovio d.o.o. bogatil turistično ponudbo mesta Ptuj in hkrati ustvaril nova delovna mesta v regiji.

### ***5.2.2 Cilji poslovanja***

Kratkoročni cilji:

- opremiti igralnico s 150 igralnimi avtomati
- zagotoviti kvalitetno kulinarično ponudbo
- nuditi glasbene in kabarejske prireditve

- postati prepoznavni na območju Štajerske, Hrvaške in Avstrije
- v roku treh let pokriti investicijo v igralne avtomate

Dolgoročni cilji:

- pokritje celotne investicije
- pridobiti koncesijo za žive igre (ameriška ruleta, francoska ruleta, Black Jack, karibski poker)
- preiti iz d.o.o. v d.d.
- pridobiti tuje investitorje za razširitvene projekte
- doseči 30% rast dobička od ustanovitve

### ***5.2.3 Strategija poslovanja***

- razvoj novih izdelkov (uvajanje najnovejših igralnih avtomatov in elektronske rulete)
- razlikovanje ponudbe s pomočjo jasne identitete naših posebnosti (srednjeveška zgradba, posebna ponudba kulinarike in koncertnega programa)
- agresivno trženje in poudarjanje diferenciacije proti konkurenci
- vzpostavitev učinkovitih partnerstev z ostalimi turističnimi subjekti v ožji in širši regiji

## **5.3 Tržišče**

### ***5.3.1 Analiza trga***

#### **Tržni segment kupcev**

- obiskovalci in turisti mesta Ptuj
- tranzitni turisti
- prebivalci ožje in širše regije
- redni in občasni gostje iz Avstrije, Hrvaške in drugih držav EU

#### **Trendi v prodaji**

- uvedba ameriškega stila igralniškega turizma
- ponudba spremljajočih kulturno-zabavnih dejavnosti



### **Značilnosti trga**

- rastoči termalni turizem
- pomanjkanje tovrstne zabave na višjem nivoju

### **Navade uporabnikov iger na srečo**

- želja po igrah na srečo
- želja po obigralniški vrsti zabave (kabare, koncerti, kulinarčna ponudba)

#### **5.3.2 Analiza obiskovalcev**

Po statistiki je največ obiskovalcev igralnic starih do 25 let (24 %) ter med 46 in 55 let. Prvi hodijo v igralnico zaradi radovednosti in želje po hitrem zaslužku, drugi pa dodatno želijo še sprostitev, saj so po večini že situirani. Oboji so dojemljivi za elektronske igralne avtomate in hitro sprejemajo nove igre.

Večina gostov (dobrih 60 %) med igralnicami krožijo, zato bo na začetku obisk višji, v roku nekaj mesecev pa se bo ustalil na neko količino, ki bo ostala konstantna. 5 % je tujih turistov, ki jim osnovni namen ni igralniški turizem.

S spremljajočim programom želimo privabiti večje konstantno število igralcev in tudi ostalih, ki si želijo izključno samo zabavo.

#### **5.3.3 Analiza konkurence**

##### **Ključni konkurenti so:**

- salon igralnih avtomatov v hotelu Poetovio
- Casino Maribor
- HIT Casino Rogaška Slatina

##### **Značilnosti vodilne konkurence so:**

- Casino Maribor in HIT Casino Rogaška Slatina ponujata žive igre na srečo
- salon igralnih avtomatov v hotelu Poetovio je sicer v centru mesta, vendar ni na pričakovanem nivoju

### **Prednosti konkurence:**

- žive igre na srečo
- dolgoletna tradicija
- kvalitetna igralniška ponudba
- center mesta
- prepoznavnost v regiji in izven nje
- vsakodnevne nagradne igre
- brezplačen vstop
- brezplačna pijača

### **Slabosti konkurence:**

- stari avtomati
- ni pravega parkirišča za goste in zaposlene
- ni kulinarične ponudbe
- ni kulturno-zabavnega programa
- neatraktivna ureditev notranjih prostorov

### **Cene konkurence:**

glede na ponudbo previsoke

### **Način prodaje pri konkurenci:**

- neposreden (individualni gosti, od ust do ust)
- posreden (v povezavi s hoteli in turističnimi agencijami)

### **Tržni nastop konkurence**

- reklamiranje v medijih
- reklamiranje na občestnih plakatih
- reklamiranje na zunanosti mestnih avtobusov-sodelovanje na različnih sejmih

### 5.3.4 SWOT analiza

<b>PREDNOSTI</b>	<b>SLABOSTI</b>
"know how"	visoki stroški obnove
prijaznost in urejenost osebja	visoki stroški opreme
kvaliteta dela	pomanjkanje parkirnih mest
prijetna notranja urejenost igralnice	ni živih iger
dodatna ponudba	
kvaliteta igralnih avtomatov	nepoznavanje gostinstva
možnost širitve	
<b>PRILOŽNOSTI</b>	<b>NEVARNOSTI</b>
Ptuj postaja vedno bolj zanimiv za tuje turiste	bližina igralnic v Avstriji
	neposredna bližina igralnih salonov
odzivanje gostov na nove trženjske prijeme	možnost gradnje igralnice HIT CASINO v Šentilju
učinki nove celostne podobe družbe	
gradnja imidža dobro stoječe družbe	zelo visoke obdavčitve
interes gostov po uvajanju novih iger	vmešavanje lokalne politike
veliko zaupanje gostov	

-

### 5.3.5 Načrt tržnih ciljev

1. Želeni tržni delež: – do 60 %
2. Želeni ciljni tržni segmenti:
  - redni gosti 70 %
  - občasni gosti 15 %
  - turisti 10 %
  - tranzitni gosti 5 %
3. Zelene oblike prodaje:
  - samostojna prodaja 60 %
  - preko posrednikov 40 %
4. Zelene lokacije prodaje: – SLO, Avstrija, Hrvaška
5. Cenovna politika: – konkurenčna cena
6. Politika konkurenčnosti:
  - v kakovosti
  - v posebnih storitvah
7. Politika propagiranja:
  - ključno reklamno sporočilo:  
**PRI NAS SE VRTI, PRI NAS SE DOBI!**
  - ključni reklamni mediji: radio, tv, dnevno časopisje,
  - obcestni panoji, zloženske, sponzorstva
8. Politika javnega nastopanja:
  - lastni PR
  - sodelovanje z lokalno tv
  - novinarske konference
9. Posebnosti v politiki trženja: – vsakodnevne nagradne igre

### 5.3.6 Načrt tržne strategije

1. Strategija izkoriščanja možnosti in prednosti ter premagovanje ovir in slabosti:
  - agresivno reklamiranje nove vrste nočne zabave v mestu Ptuj

- atraktivno promoviranje lokacije igralnice
- ohranitev stila srednjeveške zgradbe
- pridobitev sredstev za ohranjanje kulturne dediščine iz EU

2. Strategija pridobivanja in ohranjanja kupcev:

- agresivno reklamiranje
- z nagradnimi igrami, bonitete stalnim strankam, ohranjanje visoke kvalitete storitev

3. Strategija konkurenčnosti:

- uvajanje celovite ponudbe proti ožji konkurenci
- uvajanje živih iger na srečo
- ohranjanje visokega nivoja storitev

4. Strategija vstopanja na trg, reklamiranja in promoviranja:

- agresivno reklamiranje nove vrste nočno dnevne zabave v mestu Ptuj
- novinarske konference
- reklamni mediji
- sejemska dejavnost

5. Strategija rasti obsega trženja:

Najprej želimo osvojiti regijsko področje in se nato širiti na območje Hrvaške in Avstrije

6. Strategija razvoja trženjske kulture:

Delovanje v smeri: GOST JE KRALJ!

7. Strategija post prodajnih aktivnosti:

- po želji prenočitev v povezavi z bližnjimi hoteli
- nudenje posebnega prevoza v igralnico in iz nje
- obveščanje stalnih gostov o novitetah v ponudbi in programu dogajanj (eventov)

### 5.3.7 Cenovna politika

#### Cenovna politika

Z našo politiko minimuma vložka na igralnih avtomatih se ne diferenciramo od konkurence, saj minimum in maksimum standardno nastavi proizvajalec igralnih avtomatov.

#### Kalkulacija

Če predvidimo, da bi vsak gost v povprečju porabil 50 EUR pri vsakem obisku in ob predpostavki, da igralnico dnevno obišče 130 ljudi, bi mesečni bruto promet znašal 195.000 EUR. Upoštevamo še petletno amortizacijo opreme, ki ob vrednosti 2.326.000 znaša 38.767 EUR. Upoštevamo tudi stroške blaga, materiala in storitev v višini 96.908 EUR, stroške dela v višini 30.420 EUR in odplačilo kredita z obrestmi 26.512 EUR.

– strošek dela:	30.420 EUR
– strošek blaga in materiala:	96.908 EUR
– amortizacija:	38.767 EUR
– najem kredita + obresti	26.512 EUR
<b>– skupaj stroški</b>	<b>192.607 EUR</b>
– predvidevan promet od iger na srečo	195.000 EUR
– <b>neto prihodki</b>	<b>195.000 EUR/mesec</b>
– <b>skupaj stroški</b>	<b><u>- 192.607 EUR</u></b>
– <b>DOBIČEK</b>	<b>2.393 EUR/mesec</b>

### ***5.3.8 Napoved prodaje***

#### **Osnove za napoved realistične prodaje**

Pri napovedih smo izhajali iz statističnih podatkov, kjer je ocenjena povprečna poraba obiskovalca igralnice, iz lastnih izkušenj pa izhajamo pri napovedi dnevnega obiska.

Pogoji za pesimistično napoved:

- neprepoznavnost igralnice v regiji in izven
- še večje obdavčitve iger na srečo
- gospodarska nerazvitost v regiji

Pogoji za optimistično napoved:

- velika prepoznavnost v regiji in izven
- aktualni trend iger na srečo v tej obliki
- zmanjšanje obdavčitev iger na srečo
- ekonomska rast v regiji

#### **Izbira prodajnih poti**

- v igralnici
- v hotelih
- v turističnih agencijah

#### **Prodajni pogoji**

- gotovina
- plačilne kartice

## Napoved prodaje

### KOLIČINSKA NAPOVED

<u>Vrsta prodaje</u>	<u>št.gostov</u>	<u>Leto1</u>	<u>Leto2</u>	<u>Leto3</u>	<u>Leto4</u>
igre na srečo		46.800	51.590	56.749	62.424
kulinarika		18.000	19.000	20.000	21.000
koncerti		12.000	12.500	13.000	13.500

### VREDNOSTNA NAPOVED

v EUR

<u>Vrsta prodaje</u>	<u>cena na gosta</u>				
igre na srečo	50	2.340.000	2.579.500	2.8370.500	3.121.200
kulinarika	30	540.000	600.000	630.000	660.000
koncerti	10	120.000	125.000	130.000	135.000

---

Skupaj realistična napoved	3.000.000	3.304.500	3.597.500	3.916.200
Skupaj pesimistična napoved	2.000.000	2.200.000	2.400.000	2.600.000
Skupaj optimistična napoved	3.500.000	3.900.000	4.300.000	5.000.000
Povprečni mesečni realni promet	250.000	275.375	299.790	326.350

### **5.3.9 Nabava**

#### **Predmet nabave:**

- hrana, pijača
- pisarniški material
- reklamni material

#### **Ključni dobavitelji:**

- Tuš
- Mercator
- Reklama d.o.o.

#### **Osnove za napoved nabave:**

- glede na obseg prodaje in porabe
- glede na obseg zalog (varnostne zaloge)



### Napoved nabave

v EUR

Vrsta nabave	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
hrana	378.000	420.000	440000	460.000
pijača	162.000	180.000	190.000	200.000
reklamni material	120.000	130.000	140.000	150.000
pisarniški material	5.000	5.150	5.300	5.450
Skupaj nabava	665.000	735.150	775.300	815.450

### Pogoji nabave:

- cena
- količinski popust
- brezplačna dostava
- hitrost dobave
- možnost naročanja preko interneta
- uspešno reševanje reklamacij

### **5.3.10 Drugi tržni dejavniki**

#### Predstavitev dejavnosti

## **CASINO GRAD, d.o.o.**

**Ptujski grad 1  
2250 PTUJ**

#### Reklama

- reklamni mediji:
  - obcestni panoji
  - časopisi in revije
  - radio
  - televizija
  - spletna stran
  - letaki v hotelih in turističnih agencijah
  - reklama od ust do ust
- povprečni strošek za reklamo (v EUR/leto):
  - pred startom 200.000

- prvo leto            150.000
- ostala leta         120.000

### Dizajn

Že sama zgradba ptujskega gradu dominira na hribu, ob primerni razsvetljavi pa še pridobi na atraktivnosti. Tudi samo okolje gradu je lepo urejeno in čez dan omogoča sprostitvev. Notranjost je zanimiva kombinacija srednjeveškega in modernega stila.

### Drugi tržni dejavniki

– ekonomski:

kupna moč prebivalstva (in ostalih gostov)

– vplivi državnih organov:

davčna politika

izdaja koncesije

zakonodaja (igre na srečo, uradne ure, lokacijsko dovoljenje ...)

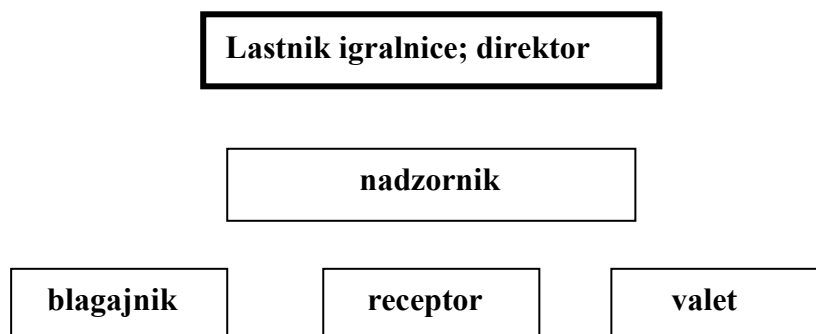
– sezonska ali ciklična nihanja:

pozimi turisti, stalni gosti, občasni gosti, novi gosti

poleti tranzitni gosti, stalni gosti, občasni gosti, novi gosti

## **5.4 Načrt organizacije človeških virov**

### **5.4.1 Mikroorganizacijska oblika**



#### 5.4.2 Vodilni kader

- Direktor: je hkrati tudi lastnik igralnice, za lastni salon se je odločil zaradi 17-letnih izkušenj na različnih delovnih mestih v kazino, komunicira z eksternim računovodstvom in marketingom.
- Nadzorniki: opravljajo vse operativne dejavnosti v igralnici, nadzorujejo blagajno, recepcijo in gostinski del, komunicirajo z gosti, poročajo direktorju.

#### 5.4.3 Kadrovska projekcija

Delovno mesto	izobrazba	datum zaposlitve	leto1	leto2	leto3	leto4
direktor	VI.	1.2.2008	1	1	1	1
nadzornik	VI.	1.2.2008	4	4	4	4
blagajnik	V.	1.3.2008	4	4	4	4
receptor	V.	1.3.2008	4	4	4	4
valet	IV.	1.3.2008	4	4	4	4
Skupaj zaposleni			17	17	17	17

#### 5.4.4 Načrt stroškov dela

Delovno mesto	izobrazba	neto plača	leto1	leto2	leto3	leto4
direktor	VI.	2500	46.800	46.800	46.800	46.800
nadzornik	VI.	1700 x 4	127.296	127.296	127.296	127.296
blagajnik	V.	1000 x 4	74.880	74.880	74.880	74.880
receptor	V.	800 x 4	59.904	59.904	59.904	59.904
valet	IV.	750 x 4	56.160	56.160	56.160	56.160
Skupaj bruto plače			365.040	365.040	365.040	365.040
materialni stroški + regres				19.196		
<b>Skupaj stroški zaposlenih</b>				<b>392.736 EUR</b>		

#### 5.4.5 Drugi kadrovski pogoji

Izobraževanje kadrov na področju igralništva poteka znotraj družbe. Blagajniki se izobražujejo izven družbe, za svoje delo pa potrebujejo tudi licenco.

#### Računovodski in drugi strokovni posli

Računovodske posle, varovanje, vzdrževanje on-line sistema in marketing bodo opravljale eksterna podjetja, njihov skupni strošek pa bo znašal **143.000 EUR** letno.

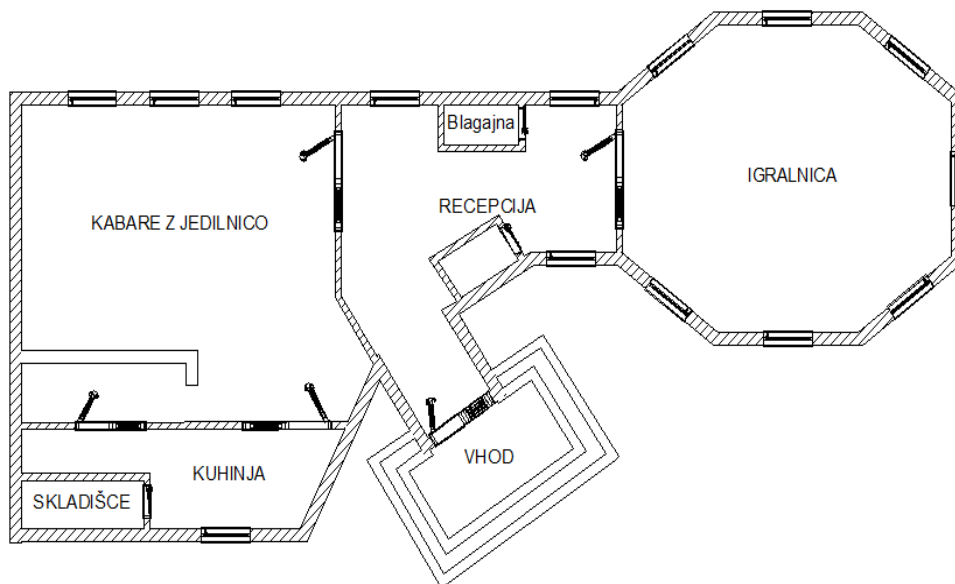
## 5.5 Pogoji poslovanja

### 5.5.1 Znanje

V primeru da obstoječe znanje zaposlenih ne ustreza novim zahtevam, se vrši strokovno usposabljanje. Obstaja tudi možnost šolanja za pridobitev šolske izobrazbe višje stopnje.

### 5.5.2 Poslovni prostori

Prostori za izvajanje iger na srečo, gostinski del in kabare so v celoti obnovljeni. Dosedanji vložek v obnovo je bil 90.000 EUR. Omenjene prostore imamo v najemu, mesečna najemnina pa znaša 10.000 EUR.



## CASINO GRAD

načrt prostorov

### 5.5.3 Načrtovana oprema

EUR					
Vrsta opreme	EM	število	cena	vrednost	plan/datum
igralni avtomati	kos	150	14.000	2.100.000	1.3.2008
šank	kos	3	30.000	90.000	1.2.2008
kuhinja	kos	1	50.000	50.000	1.2.2008
mize	kos	20	200	4.000	1.2.2008
stoli	kos	250	100	25.000	1.3.2008
on-line nadzor	kos	1	57.000	57.000	1.2.2008
Skupaj vrednost načrtovane opreme				<b>2.326.000</b>	

### 5.5.4 Drugi pogoji poslovanja

#### Načrtovane konkurenčne prednosti

- ni vstopnine
- reklamni kuponi, zamenljivi za žetone v vrednosti 5 EUR
- najnovejši igralni avtomati
- obigralniške dejavnosti

#### Ukrepi za zagotavljanje kvalitete

- ISO standard 9001
- živilski standard

### 5.5.5 Finančna konstrukcija in viri za naložbe

Za zagon igralnice potrebujemo približno 2.326.000 EUR, od tega imamo 1.395.600 EUR.

Razliko 930.400 EUR bomo pokrili z najetjem posojila pri NKBM.

<b>Pogoji:</b>	
<b>Doba odplačila:</b>	<b>48</b>
<b>Sk. obr. mera:</b>	<b>7,6</b>
<b>Znesek pos. (v 000 SIT)</b>	<b>930.400</b>

<b>Konf. koeficient</b>	<b>0,011431923</b>
<b>Anuiteta:</b>	<b>25.293</b>

ŠT. ODPL.	ODBOBJE	ZAČETNO STANJE	OBROK	OBRESTI	GLAVNICA	PREOSTANEK DOLGA
1	mesec 1	930.400	25.293	10.636	14.657	915.743
2	mesec 2	915.743	25.293	10.469	14.825	900.918
3	mesec 3	900.918	25.293	10.299	14.994	885.924
4	mesec 4	885.924	25.293	10.128	15.165	870.759
5	mesec 5	870.759	25.293	9.954	15.339	855.420
6	mesec 6	855.420	25.293	9.779	15.514	839.906
7	mesec 7	839.906	25.293	9.602	15.692	824.214
8	mesec 8	824.214	25.293	9.422	15.871	808.343
9	mesec 9	808.343	25.293	9.241	16.052	792.291
10	mesec 10	792.291	25.293	9.057	16.236	776.055
11	mesec 11	776.055	25.293	8.872	16.421	759.634
12	mesec 12	759.634	25.293	8.684	16.609	743.025
13	mesec 13	743.025	25.293	8.494	16.799	726.225
14	mesec 14	726.225	25.293	8.302	16.991	709.234
15	mesec 15	709.234	25.293	8.108	17.185	692.049
16	mesec 16	692.049	25.293	7.911	17.382	674.667
17	mesec 17	674.667	25.293	7.713	17.581	657.087
18	mesec 18	657.087	25.293	7.512	17.782	639.305
19	mesec 19	639.305	25.293	7.308	17.985	621.320
20	mesec 20	621.320	25.293	7.103	18.190	603.130
21	mesec 21	603.130	25.293	6.895	18.398	584.732
22	mesec 22	584.732	25.293	6.685	18.609	566.123
23	mesec 23	566.123	25.293	6.472	18.821	547.301
24	mesec 24	547.301	25.293	6.257	19.037	528.265
25	mesec 25	528.265	25.293	6.039	19.254	509.011
26	mesec 26	509.011	25.293	5.819	19.474	489.536
27	mesec 27	489.536	25.293	5.596	19.697	469.839
28	mesec 28	469.839	25.293	5.371	19.922	449.917
29	mesec 29	449.917	25.293	5.143	20.150	429.767
30	mesec 30	429.767	25.293	4.913	20.380	409.387
31	mesec 31	409.387	25.293	4.680	20.613	388.774

32	mesec 32	388.774	25.293	4.444	20.849	367.925
33	mesec 33	367.925	25.293	4.206	21.087	346.838
34	mesec 34	346.838	25.293	3.965	21.328	325.510
35	mesec 35	325.510	25.293	3.721	21.572	303.938
36	mesec 36	303.938	25.293	3.475	21.819	282.119
37	mesec 37	282.119	25.293	3.225	22.068	260.051
38	mesec 38	260.051	25.293	2.973	22.320	237.731
39	mesec 39	237.731	25.293	2.718	22.576	215.155
40	mesec 40	215.155	25.293	2.460	22.834	192.321
41	mesec 41	192.321	25.293	2.199	23.095	169.227
42	mesec 42	169.227	25.293	1.935	23.359	145.868
43	mesec 43	145.868	25.293	1.668	23.626	122.242
44	mesec 44	122.242	25.293	1.397	23.896	98.346
45	mesec 45	98.346	25.293	1.124	24.169	74.177
46	mesec 46	74.177	25.293	848	24.445	49.732
47	mesec 47	49.732	25.293	569	24.725	25.007
48	mesec 48	25.007	25.293	286	25.007	0
	<b>SKUPAJ:</b>		<b>1.214.077</b>	<b>283.677</b>	<b>930.400</b>	

Tabela 12: Izračun odplačil kredita

## ***5.6 Kritična tveganja in problemi, ter načrti ukrepov***

### ***5.6.1 Opis pričakovanih kritičnih tveganj in problemov***

- ne pridobimo koncesije za prirejanje iger na srečo
- zavod za spomeniško varstvo ne izda dovoljenja za opravljanje tovrstne dejavnosti v srednjeveškem objektu
- država bi z še višjimi obdavčitvami iger na srečo ogrozila rentabilnost poslovanja

### ***5.6.2 Načrt ukrepov za odpravo kritičnih tveganj in problemov***

- pravočasna vloga za pridobitev koncesije za prirejanje posebnih iger na srečo
- zagotavljanje ohranitve prvotne podobe gradu

## ***5.7 Finančni načrt***

### ***5.7.1 Izhodišča za finančno načrtovanje***

Na osnovi predvidenega realističnega načrtovanega prometa smo pripravili finančni načrt za prva štiri leta poslovanja. V izkazu stanja smo upoštevali vlaganja v opremo in načrtovane najete tuje vire, v izkazu poslovnega izvida realistične prodaje, stroške dela in poslovanja, v izkazu denarnega toka pa predvidene prilive in odlive. Iz izkazov želimo izračunati kazalce uspešnosti in prag rentabilnosti.



5.7.2. Načrt stroškov in odhodkov

Vrsta stroškov	Mesečni znesek	Letni znesek
<b>A. SPREMENLJIVI STROŠKI</b>		
1. Nabavna vrednost materiala	36.017	425.004
2. Nabavna vrednost blaga	20.000	240.000
3. Stroški storitev	26.583	318.996
4. Spremenljivi del plač		
5. Pogodbeno ali avtorsko delo		
6. Drugi spremenljivi stroški		
<b>Skupaj spremenljivi stroški</b>	<b>82.600</b>	<b>991.200</b>
<b>B. STALNI STROŠKI</b>		
1. Stalni del bruto plač	17.035	204.420
2. Davki in prispevki na plače	13.385	158.460
3. Režijske tuje storitve		
4. Režijski material in drobni inv.		
5. Amortizacija	38.767	465.204
6. Energija in PTT	2000	24.000
7. Najemnina	10.000	120.000
8. Reklama		
9. Zavarovanje		
10. Drugi stroški:		
– materialni stroški + regres	1599	19.196
– potni stroški		
– ostalo (najem posojila)	26.512	318.144
<b>Skupaj stalni stroški</b>	<b>110.006</b>	<b>1.320.072</b>
<b>SKUPNI STROŠKI IN ODHODKI</b>	<b>192.606</b>	<b>2.311.272</b>

### 5.7.3 Načrt izkaza uspeha (poslovnega izida)

	AOP	LETO 1	LETO 2	LETO 3	LETO 4
<b>A. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE (091+094 do 096)</b>	090	<b>2.340.000</b>	<b>2.579.500</b>	<b>2.837.500</b>	<b>3.121.200</b>
<b>I. Čisti prihodki od prodaje proizvodov in storitev na domačem trgu (092+093)</b>	091	<b>2.340.000</b>	<b>2.579.500</b>	<b>2.837.500</b>	<b>3.121.200</b>
1. Čisti prihodki od prodaje proizvodov in storitev na domačem trgu razen najemnin	092	2.340.000	2.579.500	2.837.500	3.121.200
2. Čisti prihodki od najemnin	093	0	0	0	0
<b>II. Čisti prihodki od prodaje blaga in materiala na domačem trgu</b>	094	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>III. Čisti prihodki od prodaje proizvodov in storitev na tujem trgu</b>	095	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
IV. Čisti prihodki od prodaje blaga in materiala na tujem trgu	096	0	0	0	0
<b>B. POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE</b>	097	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>C. ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE</b>	098	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Č. USREDSTVENI LASTNI PROIZVODI IN LASTNE STORITVE</b>	099	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>D. SUBVENCije, DOTACIJE, REGRESI, KOMPENZACIJE IN DRUGI PRIHODKI, KI SO POVEZANI S POSLOVNIMI UČINKI</b>	100	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>E. DRUGI POSLOVNI PRIHODKI</b>	101	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>F. KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA (090+097-098+099 do 101)</b>	102	<b>2.340.000</b>	<b>2.579.500</b>	<b>2.837.500</b>	<b>3.121.200</b>
<b>G. POSLOVNI ODHODKI (104+115+120+124)</b>	103	<b>1.993.140</b>	<b>2.065.529</b>	<b>2.145.157</b>	<b>2.635.383</b>
<b>I. Stroški blaga, materiala in storitev (105+106+110)</b>	104	<b>1.162.896</b>	<b>1.235.285</b>	<b>1.314.913</b>	<b>1.602.343</b>
1. Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala	105	240.000	264.000	290.400	319.440
2. Stroški porabljenega materiala (107 do 109)	106	456.204	501.824	552.006	607.207
a) stroški materiala	107	432.204	475.424	522.966	575.263
b) stroški energije	108	24.000	26.400	29.040	31.944
c) drugi stroški materiala	109	0	0	0	0
3. Stroški storitev (111 do 114)	110	466.692	469.461	472.507	675.696
a) transportne storitve	111	0	0	0	0
b) najemnine	112	120.000	120.000	120.000	120.000
c) povračila stroškov zaposlenim v zvezi z delom	113	27.696	30.465	33.511	236.700
d) drugi stroški storitev	114	318.996	318.996	318.996	318.996
<b>II. Stroški dela (116 do 119)</b>	115	<b>365.040</b>	<b>365.040</b>	<b>365.040</b>	<b>365.040</b>
1. Stroški plač	116	204.420	204.420	204.420	204.420
2. Stroški pokojninskih zavarovanj	117	32.707	32.707	32.707	32.707
3. Stroški drugih zavarovanj	118	127.913	127.913	127.913	127.913
4. Drugi stroški dela	119	0	0	0	0
<b>III. Odpisi vrednosti (121 do 123)</b>	120	<b>465.204</b>	<b>465.204</b>	<b>465.204</b>	<b>668.000</b>
1. Amortizacija neopredmetenih dolgoročnih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev	121	465.204	465.204	465.204	668.000
2. <b>Prevrednotovalni</b> poslovni odhodki pri neopredmetenih dolgoročnih sredstvih in opredmetenih osnovnih sredstvih	122	0	0	0	0
3. Prevrednotovalni poslovni odhodki pri obratnih sredstvih	123	0	0	0	0
<b>IV. Drugi poslovni odhodki</b>	124	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>H. DOBIČEK IZ POSLOVANJA (102-103)</b>	125	<b>346.860</b>	<b>513.971</b>	<b>692.343</b>	<b>485.817</b>

<b>K. FINANČNI ODHODKI (142 + 146)</b>	141	<b>116.143</b>	<b>88.760</b>	<b>57.372</b>	<b>21.402</b>
<b>I. Prevrednotovalni finančni odhodki (143 do 145)</b>	142	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1. Prevrednotovalni finančni odhodki pri finančnih naložbah v podjetja v skupini	143	0	0	0	0
2. Prevrednotovalni finančni odhodki pri finančnih naložbah v pridružena podjetja	144	0	0	0	0
3. Drugi prevrednotovalni finančni odhodki	145	0	0	0	0
<b>II. Finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti (147 do 149)</b>	146	<b>116.143</b>	<b>88.760</b>	<b>57.372</b>	<b>21.402</b>
1. Finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti do podjetij v skupini	147	0	0	0	0
2. Finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti do pridruženih podjetij	148	0	0	0	0
3. Drugi finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti	149	116.143	88.760	57.372	21.402
Finančni odhodki od obresti (upoštevano že v II.)	150	0	0	0	0
<b>L. DAVEK IZ DOBIČKA IZ REDNEGA DELOVANJA</b>	151	<b>0</b>	<b>57.679</b>	<b>45.022</b>	<b>71.290</b>
<b>M. ČISTI DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA (125+127-126-141-151)</b>	152	<b>230.717</b>	<b>367.532</b>	<b>589.949</b>	<b>393.125</b>
<b>N. ČISTA IZGUBA IZ REDNEGA DELOVANJA (126+141-125-127+151)</b>	153				
<b>O. IZREDNI PRIHODKI (155+156)</b>	154	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
I. Subvencije, dotacije in podobni prihodki, ki niso povezani s poslovnimi učinki	155	0	0	0	0
II. Drugi izredni prihodki	156	0	0	0	0
<b>P. IZREDNI ODHODKI (158+159)</b>	157	<b>0</b>	<b>245.123</b>	<b>349.811</b>	<b>189.302</b>
I. Kritje izgube iz prejšnjih obdobj	158	0	0	0	0
II. Drugi izredni odhodki	159	0	245.123	349.811	189.302
<b>R. DOBIČEK ZUNAJ REDNEGA DELOVANJA (154-157)</b>	160	<b>0</b>	<b>-245.123</b>	<b>-349.811</b>	<b>-189.302</b>
<b>S. IZGUBA ZUNAJ REDNEGA DELOVANJA (157-154)</b>	161				
<b>Š. DAVEK IZ DOBIČKA ZUNAJ REDNEGA DELOVANJA</b>	162	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>T. DRUGI DAVKI</b>	163	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>U. CELOTNI DOBIČEK (125+127-126-141+160-161)</b>	164	<b>230.717</b>	<b>180.088</b>	<b>285.160</b>	<b>275.113</b>
<b>V. CELOTNA IZGUBA (126+141-125-127-160+161)</b>	165				
<b>Z. DAVKI SKUPAJ (151+162+163)</b>	166	<b>0</b>	<b>57.679</b>	<b>45.022</b>	<b>71.290</b>
<b>Ž. ČISTI DOBIČEK OBRAČUNSKEGA OBDOBJA (164-166)</b>	167	<b>230.717</b>	<b>122.409</b>	<b>240.138</b>	<b>203.823</b>
<b>X. ČISTA IZGUBA OBRAČUNSKEGA OBDOBJA (165+166)</b>	168	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENCEV NA PODLAGI DELOVNIH UR V OBRAČUNSKEM OBDOBJU (na 2 decimali)</b>	169	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>
<b>ŠTEVILO MESECEV POSLOVANJA</b>	170	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>

<b>POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH</b>		<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>
-------------------------------------	--	-----------	-----------	-----------	-----------

<b>Skupni prihodki</b>		<b>2.340.000</b>	<b>2.579.500</b>	<b>2.837.500</b>	<b>3.121.200</b>
<b>Skupni odhodki</b>		<b>2.109.283</b>	<b>2.399.412</b>	<b>2.552.340</b>	<b>2.846.087</b>

<i>Kontrola</i>		<i>230.717</i>	<i>180.088</i>	<i>285.160</i>	<i>275.113</i>
-----------------	--	----------------	----------------	----------------	----------------

Tabela 13: Načrt izkaza uspeha

#### 5.7.4 Načrt izkaza stanja

	AOP	LETO 1	LETO 2	LETO 3	LETO 4
<b>SREDSTVA (002+022+047)</b>	001	<b>2.758.728</b>	<b>2.522.852</b>	<b>2.558.340</b>	<b>3.474.807</b>
<b>A. STALNA SREDSTVA (003+009+017)</b>	002	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>3.340.000</b>
<b>I. Neopredmetena dolgoročna sredstva (004 do 008)</b>	003	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1. Dolgoročno odloženi stroški poslovanja	004	0	0	0	0
2. Dolgoročno odloženi stroški razvijanja	005	0	0	0	0
3. Dolgoročne premoženjske pravice	006	0	0	0	0
4. Dobro ime	007	0	0	0	0
5. Predujmi za neopredmetena dolgoročna sredstva	008	0	0	0	0
<b>II. Opredmetena osnovna sredstva (010 do 016)</b>	009	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>3.340.000</b>
1. Zemljišča	010	0	0	0	0
2. Zgradbe	011	0	0	0	0
3. Proizvajalne naprave in stroji	012	0	0	0	0
4. Druge naprave in oprema	013	2.326.000	2.326.000	2.326.000	3.340.000
5. Drobní inventar, nasadi, osnovna čreda in druga opredmetena osnovna sredstva	014	0	0	0	0
6. Opredmetena osnovna sredstva v gradnji in izdelavi	015	0	0	0	0
7. Predujmi za pridobitev opredmetenih osnovnih sredstev	016	0	0	0	0
<b>III. Dolgoročne finančne naložbe (018 do 021)</b>	017	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1. Deleži in dolgoročne terjatve do podjetij v skupini	018	0	0	0	0
2. Deleži in dolgoročne terjatve do pridruženih podjetij	019	0	0	0	0
3. Deleži in druge dolgoročne finančne terjatve	020	0	0	0	0
4. Lastni deleži	021	0	0	0	0
<b>B. GIBLJIVA SREDSTVA (023+029+041+046)</b>	022	<b>432.728</b>	<b>196.852</b>	<b>232.340</b>	<b>134.807</b>
<b>I. Zaloge (024 do 028)</b>	023	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1. Material	024	0	0	0	0
2. Nedokončana proizvodnja	025	0	0	0	0
3. Proizvodi	026	0	0	0	0
4. Trgovsko blago	027	0	0	0	0
5. Predujmi za zaloge	028	0	0	0	0
<b>II. Poslovne terjatve (030+035)</b>	029	<b>100.717</b>	<b>100.000</b>	<b>91.129</b>	<b>31.605</b>
a.) Dolgoročne poslovne terjatve (031 do 034)	030	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1. Dolgoročne poslovne terjatve do podjetij v skupini	031	0	0	0	0
2. Dolgoročne poslovne terjatve do pridruženih podjetij	032	0	0	0	0
3. Dolgoročne poslovne terjatve do drugih	033	0	0	0	0
4. Dolgoročno nevplačani vpoklicani kapital	034	0	0	0	0
b.) Kratkoročne poslovne terjatve (036 do 040)	035	<b>100.717</b>	<b>100.000</b>	<b>91.129</b>	<b>31.605</b>
1. Kratkoročne poslovne terjatve do kupcev	036		0	0	0
2. Kratkoročne poslovne terjatve do podjetij v skupini	037	0	0	0	0
3. Kratkoročne poslovne terjatve do pridruženih podjetij	038	0	0	0	0
4. Kratkoročne poslovne terjatve do drugih	039	100.717	100.000	91.129	31.605
<b>IV. Dobroimetja pri bankah, čeki in gotovina</b>	046	<b>332.011</b>	<b>96.852</b>	<b>141.211</b>	<b>103.202</b>

<b>C. AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE</b>	047				
Zabilančna sredstva	048	0	0	0	0
<b>OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV (050+067+068+082)</b>	049	<b>2.758.728</b>	<b>2.522.852</b>	<b>2.558.340</b>	<b>3.474.807</b>
<b>A. KAPITAL (051+054+055+060-061+062-063+064)</b>	050	<b>1.626.317</b>	<b>1.748.726</b>	<b>1.988.864</b>	<b>2.192.687</b>
I. Vpoklicani kapital (052-053)	051	<b>1.395.600</b>	<b>1.395.600</b>	<b>1.395.600</b>	<b>1.395.600</b>
1. Osnovni kapital	052	1.395.600	1.395.600	1.395.600	1.395.600
2. Nevpoklicani kapital (odbitna postavka)	053	0	0	0	0
<b>II. Kapitalske rezerve</b>	054	0	0	0	0
<b>III. Rezerve iz dobička (056 do 059)</b>	055	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>230.717</b>	<b>353.126</b>
1. Zakonske rezerve	056	0	0	0	0
2. Rezerve za lastne deleže	057	0	0	0	0
3. Statutarne rezerve	058	0	0	0	0
4. Druge rezerve iz dobička	059	0	0	230.717	353.126
<b>IV. Preneseni čisti dobiček</b>	060	0	230.717	122.409	240.138
<b>V. Prenesena čista izguba</b>	061	0	0	0	0
<b>VI. Čisti dobiček iz poslovnega leta</b>	062	230.717	122.409	240.138	203.823
<b>VII. Čista izguba poslovnega leta</b>	063	0	0	0	0
<b>VIII. Prevrednoteni popravki kapitala (065+066)</b>	064	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1. Splošni prevrednoteni popravek kapitala	065	0	0	0	0
2. Posebni prevrednoteni popravki kapitala	066	0	0	0	0
<b>B. REZERVACIJE</b>	067	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>C. FINANČNE IN POSLOVNE OBVEZNOSTI (069+075)</b>	068	<b>1.132.411</b>	<b>774.126</b>	<b>569.476</b>	<b>1.282.120</b>
A.) Dolgoročne finančne in poslovne obveznosti (070 do 074)	069	<b>930.400</b>	<b>743.025</b>	<b>528.265</b>	<b>282.120</b>
1. Dolgoročne obveznosti na podlagi obveznic	070	0	0	0	0
2. Dolgoročne finančne obveznosti do bank	071	930.400	743.025	528.265	282.120
3. Dolgoročne finančne in poslovne obveznosti do podjetij v skupini	072	0	0	0	0
4. Dolgoročne finančne in poslovne obveznosti do pridruženih podjetij	073	0	0	0	0
5. Druge dolgoročne finančne in poslovne obveznosti	074	0	0	0	0
b.) Kratkoročne finančne in poslovne obveznosti (076 do 081)	075	<b>202.011</b>	<b>31.101</b>	<b>41.211</b>	<b>1.000.000</b>
1. Kratkoročne obveznosti na podlagi obveznic	076	0	0	0	0
2. Kratkoročne finančne obveznosti do bank	077	0	0	0	0
3. Kratkoročne poslovne obveznosti do dobaviteljev	078	202.011	31.101	41.211	1.000.000

**Tabela 14: Načrt izkaza stanja**

### 5.7.5 Načrt izkaza finančnih tokov

	LETO 1	LETO 2	LETO 3	LETO 4
<b>A. Finančni tokovi pri poslovanju</b>	<b>2.977.747</b>	<b>3.241.247</b>	<b>3.525.647</b>	<b>3.838.387</b>
<b>a) Prejemki pri poslovanju</b>	<b>2.340.000</b>	<b>2.579.500</b>	<b>2.837.500</b>	<b>3.121.200</b>
Prejemki od prodaje proizvodov in storitev	2.340.000	2.579.500	2.837.500	3.121.200
Drugi prejemki pri poslovanju	0	0	0	0
<b>b) Izdatki pri poslovanju</b>	<b>637.747</b>	<b>661.747</b>	<b>688.147</b>	<b>717.187</b>
Izdatki za nakupe materiala in storitev	240.000	264.000	290.400	319.440
Izdatki za plače in deleže zaposlencev v dobičku	365.040	365.040	365.040	365.040
Izdatki za dajatve vseh vrst	32.707	32.707	32.707	32.707
Drugi izdatki pri poslovanju	0	0	0	0
<b>c) Prebitek prejemkov pri poslovanju (a-b) ali prebitek izdatkov pri poslovanju (b-a)</b>	<b>1.702.253</b>	<b>1.917.753</b>	<b>2.149.353</b>	<b>2.404.013</b>
<b>B. Finančni tokovi pri naložbenju</b>	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>3.340.000</b>
<b>a) Prejemki pri naložbenju</b>	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>3.340.000</b>
Prejemki od dobljenih obresti in deležev v dobičku drugih	0	0	0	0
Prejemki od odtujitve neopredmetenih dolgoročnih sredstev	0	0	0	0
Prejemki od opredmetenih osnovnih sredstev	2.326.000	2.326.000	2.326.000	3.340.000
Prejemki od odtujeitve dolgoročnih finančnih naložb	0	0	0	0
Prejemki od odtujeitve kratkoročnih finančnih naložb	0	0	0	0
<b>b) Izdatki pri naložbenju</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Izdatki za pridobitev opredmetenih osnovnih sredstev	0	0	0	0
Izdatki za pridobitev dolgoročnih finančnih naložb	0	0	0	0
Izdatki za pridobitev kratkoročnih finančnih naložb	0	0	0	0
<b>c) Prebitek prejemkov pri naložbenju (a-b) ali prebitek izdatkov pri naložbenju (b-a)</b>	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>3.340.000</b>
<b>C. Finančni tokovi pri financiranju</b>	<b>2.264.822</b>	<b>1.548.252</b>	<b>1.138.952</b>	<b>2.564.240</b>
<b>a) Prejemki pri financiranju</b>	<b>1.132.411</b>	<b>774.126</b>	<b>569.476</b>	<b>1.282.120</b>
Prejemki od dobljenih dolgoročnih posojil	930.400	743.025	528.265	282.120
Prejemki od dobljenih kratkoročnih posojil	202.011	31.101	41.211	1.000.000
<b>b) Izdatki pri financiranju</b>	<b>1.132.411</b>	<b>774.126</b>	<b>569.476</b>	<b>1.282.120</b>
Izdatki iz naslova rezervacij	0	0	0	0
Izdatki za vračila oziroma odplačila dolgoročnih posojil in kreditov	930.400	743.025	528.265	282.120
Izdatki za vračila oziroma odplačila kratkoročnih posojil in kreditov	202.011	31.101	41.211	1.000.000
Izdatki za izplačila dividend in drugih deležev v dobičku	0	0	0	0
<b>c) Prebitek prejemkov pri financiranju (a-b) ali prebitek izdatkov pri financiranju (b-a)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Č. Končno stanje denarnih sredstev in njihovih ustreznikov</b>	<b>7.568.569</b>	<b>7.115.499</b>	<b>6.990.599</b>	<b>9.742.627</b>

Tabela 15: Načrt izkaza finančnih tokov

### 5.7.6 Načrtovani kazalci uspešnosti in praga donosnosti

	LETO 1	LETO 2	LETO 3	LETO 4
<b>A. KAZALNIKI INVESTIRANJA, FINANCIRANJA IN PLAČILNE SPOSOBNOSTI</b>				
<b>I.A. KAZALNIKI INVESTIRANJA</b>				
1. Delež osnovnih sredstev v sredstvih %	84,31	92,20	90,92	96,12
2. Delež obratnih sredstev v sredstvih %	15,69	7,80	9,08	3,88
3. Delež finančnih naložb v sredstvih %	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>I.B. KAZALNIKI FINANCIRANJA</b>				
1. Delež kapitala v financiranju %	58,95	69,32	77,74	63,10
2. Delež dolgov v financiranju %	41,05	30,68	22,26	36,90
3. Kapitalska pokritost stalnih sredstev	0,70	0,75	0,86	0,66
4. Celotne obveznosti do kapitala (finančni vzvod) %	<b>69,63</b>	<b>44,27</b>	<b>28,63</b>	<b>58,47</b>
<b>I.C KAZALNIKI PLAČILNE SPOSOBNOSTI</b>				
1. Dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev in zalog	1,10	1,07	1,08	0,74
2. Kratkoročna pokritost kratkoročnih obveznosti (kratkoročni koeficient)	4,28	12,66	11,28	0,27
3. Pospešena pokritost kratkoročnih obveznosti (pospešeni koeficient)	2,14	6,33	5,64	0,13
4. Razmerje med kratkoročnimi terjatvami in kratkoročnimi obveznostmi	<b>0,50</b>	<b>3,22</b>	<b>2,21</b>	<b>0,03</b>
<b>II. KAZALNIKI OBRAČANJA IN DNEVI VEZAVE</b>				
1. Obračanje obratnih sredstev	3,53	8,13	7,23	14,59
2. Obračanje zalog (letno)	#DEL/0!	#DEL/0!	#DEL/0!	#DEL/0!
3. Obračanje terjatev iz poslovanja (primerljiv samo v panogi!)				
4. Dnevi vezave zalog (v dnevih)	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Dnevi vezave terjatev iz poslovanja (v dnevih)	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Dnevi vezave kratkoročnih obveznosti iz poslovanja (v dnevih)	53,93	7,88	9,90	202,02
<b>III. KAZALNIKI GOSPODARNOSTI, DONOSNOSTI IN DOHODKOVNOSTI</b>				
<b>1. Celotna gospodarnost</b>	<b>1,11</b>	<b>1,08</b>	<b>1,11</b>	<b>1,10</b>
2. Gospodarnost poslovanja	1,17	1,25	1,32	1,18
3. Čista dobičkovnost skupnih prihodkov %	9,86	4,75	8,46	6,53
4. Proizvodnost sredstev	0,85	1,02	1,11	0,90
5. Čista donosnost sredstev %	8,36	4,85	9,39	5,87
6. Čista donosnost kapitala %	16,53	8,77	17,21	14,60
<b>7. Dobičkovnost prihodkov iz poslovanja %</b>	<b>14,82</b>	<b>19,93</b>	<b>24,40</b>	<b>15,57</b>
8. Celotna dobičkovnost prihodkov iz poslovanja %	9,86	6,98	10,05	8,81
9. Čista dobičkovnost prihodkov iz poslovanja %	9,86	4,75	8,46	6,53
10. Delež davkov v celotnem dobičku %	#DEL/0!	312,22	633,38	385,91
11. Skupni prihodki na zaposlenega (v 000 SIT)	137.647	151.735	166.912	183.600
12. Čisti dobiček/izguba na zaposlenega v (000 SIT)	13.572	7.201	14.126	11.990
13. Povprečna mesečna plača na zaposlenega v SIT	<b>1.002</b>	<b>1.002</b>	<b>1.002</b>	<b>1.002</b>
<b>IV. DENARNI TOK (v 000 SIT)</b>				
1. Enostavni denarni tok	695.921	587.613	705.342	871.823
2. Sprememba v obratnih sredstvih				
3. Popravljeni denarni tok				
4. Naložbe v opredmetena denarna sredstva				
Dodana vrednost na zaposlenega	6.924.141	7.907.147	8.956.394	8.934.453

<b>VREDNOSTI PRAG RENTABILNOSTI</b>		<b>79,20%</b>	<b>72,07%</b>	<b>65,80%</b>	<b>78,18%</b>
<b>Koeficient celotne gospodarnosti</b>		<b>110,94%</b>	<b>107,51%</b>	<b>111,17%</b>	<b>109,67%</b>
<b>Finančna varnost</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Tabela 16: Kazalci uspešnosti in prag donosnosti

### 5.7.7 Komentar k finančnemu načrtu

Tabela 13 prikazuje poslovni izid, ki je odvisen od razlike med skupnimi prihodki in skupnimi odhodki. Naše prihodke sestavlja prodaja storitve, odhodke pa strošek blaga, materiala in storitev, stroški dela, amortizacija (odpis vrednosti), obresti in odpisi terjatev. V Casinoju Ptuj bi po načrtu poslovnega izida skupni prihodki presegli skupne odhodke, čisti dobiček pa bi razen v prvem letu bil zmanjšan za višino davka.

Tabela 14 prikazuje načrt izkaza stanja. V njej so prikazana sredstva (stalna in gibljiva) in njihovi viri ter obveznosti do virov sredstev. V našem primeru so stalna sredstva naprave in oprema, gibljiva pa terjatve iz poslovanja in denar na žiro računu. Obveznosti do virov sredstev zajemajo gotovino, ki smo jo vložili v podjetje, čisti dobiček iz poslovnega leta, posojila pri NKBM in dolg oz. obveznosti do dobaviteljev.

Tabela 15 prikazuje finančne tokove. V prvem letu poslovanja je imelo podjetje 2.340.000 EUR prejemkov iz poslovanja in 637.747 EUR izdatkov pri poslovanju; drugih prejemkov ali izdatkov ni imelo. V izdatkih so zajete izdatki za plače z dajatvami in izdatki za storitve in material. Razlika med prejemki in izdatki je znašala 1.702.253 EUR v korist prejemkov. Pri naložbenju imamo znesek 2.326.000 EUR, kar predstavlja naša opredmetena sredstva. Pri financiranju imamo prejemke in dolgoročna posojila v znesku 930.400 EUR, pri čemer znesek predstavlja najeto posojilo. Pri kratkoročnih posojilih imamo znesek 202.011 EUR, kar pa predstavlja naše kratkoročne obveznosti do dobaviteljev. Ob pregledu postavk v tabeli finančnega izida smo prišli do dejstva, da so v vseh štirih letih poslovanja prejemki pri poslovanju višji od izdatkov iz poslovanja. Pri naložbenju smo znesek prejemkov od opredmetenih sredstev povečevali, saj smo osnovna sredstva kupovali.



Pri financiranju smo v naslednjih treh letih zmanjšali postavko prejemki od dobljenih dolgoročnih posojil, saj smo posojilo pridno odplačevali, v prejemkih od dobljenih kratkoročnih posojil pa smo v drugem in tretjem letu znesek zmanjšali. V četrtem letu se je ta znesek povečal zaradi nakupa in obnove osnovnih sredstev.

Tabela 16 nam prikazuje kazalce uspešnosti. Kazalnike gospodarnosti dobimo, če prihodke delimo z odhodki. V našem primeru izražajo konstanto (1,11; 1,08; 1,11; 1,10) in nam za vsako leto prikazujejo pričakovani bruto dobiček v odstotkih. Kazalnike donosnosti prihodkov dobimo, če dobiček delimo s prihodki in nam prikazujejo donos (9,86 %, 4,75 %, 8,46 %, 6,53 %), ki bi bil dosežen ob doseganju načrtovanih prihodkov in pričakovanega dobička. Prag rentabilnosti je točka preloma, kjer se stroški v poslovanju izenačijo s prihodki. Dobimo ga, če stroške delimo s prihodki. V prvih treh letih opazamo trend padanja, kar je ugodno, saj s tem narašča dobiček. V četrtem letu prag rentabilnosti naraste, saj še nismo poravnali obveznosti do dobaviteljev, katerih račun zapade v petem letu, in sicer meseca januarja. Povečana pa so osnovna sredstva, saj bo potrebno obnoviti igralne naprave, katerih aktualnost traja 3 do 5 let.

Racionalizacijo bi lahko dosegli z najemom 30 % igralnih avtomatov. Po odplačilu kredita bi lahko bil lastni del igralnih avtomatov predmet garancije za najetje novega kredita, če bi to bilo potrebno. V drugem letu se bo tudi pokazalo, kakšen bo dejanski promet, saj se v tem času ustali število gostov in kasneje ostane bolj ali manj konstantno. Od tega bo tudi odvisna dejanska nabava in vse ostale potrebe po večanju kapacitet. Tudi če bi poslovni rezultati bili slabši od prikazanih v finančnem načrtu, je podjetniška ideja še vedno dovolj privlačna in kaže vse možnosti za uresničitev.

## 5.8 Terminski plan

AKTIVNOSTI	TERMIN
prošnja za pridobitev koncesije	2008, februar
pridobitev koncesije	2008, avgust
prenovitev objekta	2009, marec
nakup igralnih avtomatov	2009, marec
agresivno promoviranje otvoritve salona	2009, marec
začetek dejavnosti	2009, marec
zaposlitev načrtovane ekipe	2009, april
hitro povezovanje s turističnimi dejavniki v regiji	2009, april
iskanje aktualnih pevcev in zabavno glasbenih skupin	2009, maj
<b>otvoritev igralnega salona</b>	<b>2009, junij</b>
organiziranje nagradnih iger	2009, september
iskati možnost najema igralnih avtomatov namesto nakupa	2011
odplačilo kredita	2012
posodobitev obstoječih igralnih avtomatov	2012
nakup elektronske rulete	2012
združitev igralnih avtomatov v skupni JACK POT	2012

## 6 ZAKLJUČEK IN SKLEPNE MISLI

Idejo za uresničitev svojih želja po samostojni zaposlitvi smo dobili prav pri študiju predmeta Podjetništvo, ki nam je razširil znanja, kako se lotiti udejanjanja podjetniške ideje in kako profesionalno začeti lastno podjetniško pot. V diplomski nalogi smo tako sestavili mozaik študija prav vseh predmetov na šoli Academia. Dobili smo smernice, kako je potrebno razmišljati v vlogi komercialista, podjetnika ali pa vodje, kje in kako širiti in uporabiti svoja pridobljena znanja. Uporabili smo lahko tudi svoje bogate sedemnajstletne izkušnje v igralništvu. Ob študiju smo ugotovili, da se v dolgih letih dela na enem področju marsikaj spremeni in da je potrebno sproti širiti znanja iz podjetništva, poslovanja, marketinga, logistike, psihologije, trženja, prava, informatike ... To pa so prav predmeti, ki sestavljajo naš mozaik podjetniškega načrta. Potrebno je tudi redno prebirati strokovno literaturo in spremljati dogodke v našem poslovnem in političnem okolju. Naučili smo se tudi, da lahko prav vsak od nas z željo, delavnostjo in pozitivno zagnanostjo konča študij in ta znanja praktično uporabi.

Z velikim zadovoljstvom ugotavljamo, da smo uresnili nalogo, ki smo si jo zadali v dispoziciji, saj smo opravili pravo raziskavo trga z obiskovalci Casinoja Maribor, ki ima poleg uporabe v diplomskem delu še praktično uporabno vrednost za Casino Maribor in za naš načrtovani Casino Grad. Pripravili smo poslovni načrt lastnega igralnega salona; s tem smo preverili, ali bi s finančnimi zmožnostmi lahko postala resničnost. Tako bi ob povezavi bogatih izkušenj in s študijem pridobljenih znanj postali del igralniškega turizma ter sami krojili svojo usodo. V Casinoju Grad bi želeli uporabiti prav vse želje po spremembah, ki jih kot zaposleni sedaj ne moremo uresničiti. Prav tako želimo spremeniti vse negativne izkušnje naših gostov in napraviti kolikor se le da prijazen salon igralnih avtomatov, kjer želja po dobičku ne bi bila na prvem mestu. Tudi ob ustaljeni politiki bi podjetje s svojo ponudbo in atraktivnostjo lahko dosegalo še boljše rezultate od predvidenih. Prav tako bi se še dodatno promoviralo z vključevanjem v lokalno politično in nepolitično sceno v smislu pozitivnega delovanja v občini in v korist javnostim.

Največjo nevarnost za Casino Grad v prihajajočih letih predstavlja izgradnja HIT Casino v bližnjem Šentilju. Njihove prednosti so predvsem finančne narave; omogočajo višje dobitke pri živih igrah in avtomatih, saj so le-ti povezani v mrežo vseh HIT-ovih kazinojev. Tudi

njihova ponudba je bolj pestra. Bližina avtoceste jim bo omogočala privabiti tranzitne goste, saj bo zraven igralnice zgrajen tudi hotel. Vendar ima tudi Ptuj povezavo s Hrvaško, zato je lahko pričakujemo tako goste iz te države kot tranzitne goste. Vsekakor smo mnenja, da lahko s svojo podjetniško idejo uspemo in odtrgamo svoj del kolača v svetu iger na srečo!

Zelo pomembna pri uporabnikih (gostih) je podoba (imidž) podjetja, njegova ponudba in ponudba konkurentov. Podoba (imidž) je niz prepričanj, idej in vtisov, ki jih ima človek o nekem predmetu. (Kotler, 1998, str. 599).

## 7 SEZNAM UPORABLJENE LITERATURE IN VIROV

1. Antončič, B.: Podjetništvo, Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2002
2. Beckwith, H.: Prodaja nevidnega, Lisac&Lisac, Ljubljana, 2003
3. Carol, K. G.: Ustvarjalnost in poslovna uspešnost, Mladinska knjiga, Ljubljana, 1992
4. Casino International (2004, 2005)
5. Eadington, William R.: Ekonomski vidiki igralnštva, Turistične novice 4, 2000
6. Florjančič, J., Jesenko, J.: Management v turizmu, Založba Moderna organizacija, Kranj, 1997
7. Florjančič, J., Jesenko, J.: Management v turizmu 2, Založba Moderna organizacija, Kranj, 1998
8. Graph, L.: Roulette, Heinrich Hugendubel Verlag, München, 1987
9. Gizicky, J. in Gorny, A.: Človek in hazard, Mladinska knjiga, Ljubljana, 1972
10. Global Gaming Bussines (sept. 2005)
11. Ivanuša, M.: Poslovanje, VŠŠ Academia, Maribor, 2005
12. Ivanuša, M.: O podjetništvu, Gospodarski vestnik, Ljubljana, 1996
13. Ivanuša-Bezjak, M., Kralj, M., Kuhar, S.: Moja pot do diplome, Maribor, november 2006
14. interni viri družbe Casino Maribor d.d., igre na srečo
15. Kotler, P.: Trženjsko upravljanje, Slovenska knjiga, 1998
16. Križman, A.: Organizacija in logistika poslovanja, VŠŠ Academia, Maribor, oktober 2005
- Luin, D.: Management v turizmu, Založba Moderna organizacija, Kranj, februar 1997
17. Lesnik, J.: Teorija in zgodovina iger, HIT, Nova Gorica, 2007
18. Mihelič, D.: Hazard, Knjižnica Annales, Koper, 1993
19. Ogorelc, A.: Mednarodni turizem, Ekonomsko poslovna fakulteta, Maribor, 2001
20. Rozman, S.: Peklenska gugalnica, Vale-Novak, Ljubljana, 1998
21. Šauperl, F.: Podjetništvo, VŠŠ Academia, Maribor, april 2007
22. Valcl, A.: Trženje, VŠŠ Academia, Maribor, februar 2006
23. <http://www.casino-maribor.si/>
24. [http://www.unpis.gov.si/slov/zakonodaja/Uredba\\_o\\_podrob\\_pog\\_prireditelj.pdf](http://www.unpis.gov.si/slov/zakonodaja/Uredba_o_podrob_pog_prireditelj.pdf)
25. <http://www.unpis.gov.si/>
26. [http://www.fuds.si/nimages/dynamic\\_novice/](http://www.fuds.si/nimages/dynamic_novice/)

## 8 PRILOGE

### 8.1 Anketni vprašalnik

Spoštovani obiskovalec/ka Casinoja Maribor!

V Casinu Maribor smo pripravili anketni vprašalnik, s katerim želimo izboljšati počutje vas, naših obiskovalcev.

Vljudno prosimo, da izpolnite vprašalnik. Podatki bodo ostali anonimni in bodo uporabljeni izključno za potrebe Casinoja Maribor. V primeru, da na katero vprašanje ne želite odgovoriti, odgovor pustite prazen.

1. Prosimo vas, da ovrednotite posamezne storitve naše igralnice. (S križcem označite polje vaše ocene storitve).

STORITEV	OCENA				
	zelo slabo	slabo	zadovoljivo	dobro	odlično
Lokacija					
Dostopnost					
Parkirišče					
Notranja ureditev igralnice					
Čistoča					
Vzdušje v igralnici					
Prijaznost osebja					
Ponudba pijače					
Odpiralni čas igralnice					
Strokovnost osebja					
Pestrost iger					
Razvedrilni program					

2. Obkrožite, katere igre v naši igralnici igrate najraje:

- a. elektronsko ruleto
- b. igralne avtomate
- c. black jack
- d. karibski poker
- e. ameriško ruleto
- f. katere druge (nove) bi si želeli (prosim, navedite)

3. Obkrožite, s čim ste v naši igralnici najbolj zadovoljni:

- a. igre na avtomatih
- b. igre pri mizi
- c. gostinska ponudbo
- d. zabavni program
- e. osebje
- f. drugo (prosim navedite) \_\_\_\_\_

4. Obkrožite, kako pogosto obiskujete igralnice oz. igralne salone:

- a. večkrat tedensko
- b. večkrat mesečno
- c. večkrat na leto
- d. zelo redko
- e. v igralnici sem prvič

5. Obiskujete tudi druge igralnice oz. igralne salone? DA                      NE

6. Obkrožite, kaj je bil razlog, da ste obiskali našo igralnico:

- a. priporočilo znancev, prijateljev
- b. informacije hotela
- c. informacije spletne strani
- d. informacije medijev (TV, radio, časopis)
- e. drugo (Prosim, navedite.) \_\_\_\_\_

7. Obkrožite, kateri je glavni namen obiska igralnice:

- a. zabava, druženje
- b. upanje na dobiček
- c. drugo (prosim, navedite): \_\_\_\_\_

8. Navedite, kaj vas v igralnici najbolj moti. Bi želeli kaj izboljšati?

\_\_\_\_\_

9. Spol

- a. Moški
- b. Ženski

## 10. Starost

- a. do 25 let
- b. od 26 do 35 let
- c. od 36 do 45 let
- d. od 46 do 55 let
- e. od 56 let dalje

---

Hvala za sodelovanje in prijetno bivanje v Casinoju Maribor!



## 8.2. Meinungsumfrage

Sehr geehrte Besucher im Casino Maribor!

Im Casino Maribor haben wir eine Meinungsumfrage vorbereitet, mit der wir Ihr Wohlbefinden verbessern wollen.

Wir bitten Sie höflich, dass sie den Fragebogen ausfüllen. Die Daten werden anonym bleiben und werden ausschließlich für die Bedürfnisse im Casino Maribor verwenden. Im Fall das sie auf eine der Fragen nicht antworten wollen, lassen Sie die Stelle leer.

1. Wir bitten Sie, dass sie einzelne Dienstleistungen in unserem Casino Bewerten. (Mit einem Kreuz kennzeichnen Sie die gewünschte Dienstleistungsbewertung)

DINSTLEISTUNG	BEWERTUNG				
	sehr schlecht	schlecht	befriedigend	gut	sehr gut
Standort					
Zugänglichkeit					
Parkplatz					
Innere Ausrichtung					
Reinlichkeit					
Stimmung im Casino					
Freundlichkeit des Personals					
Angebot der Getränke					
Öffnungszeit					
Sachwissen des Personals					
Angebot an Spielen					
Unterhaltungsangebot					

2. Welche Spiele in unserem Casino spielen Sie am liebsten? (Bitte, umkreisen Sie die Antworten)

- a. Elektronisches Roulette
- b. Spielautomaten
- c. black jack
- d. Karibien poker
- e. Amerikanisches Roulette
- f. Welche andere Spiele (neue), mochten Sie Spielen (nennen Sie sie)

3. Mit wem sind Sie in unserem Casino am meisten zufrieden? (Bitte, umkreisen Sie die Antworten)

- a. Spiele an Automaten
  - b. Spiele bei den Spieltischen
  - c. gastgewerbliches Angebot
  - d. Unterhaltungsangebot
  - e. Personal
  - f. anderes (Bitte anführen)
- 

4. Wie oft besuchen Sie die Spielkasinos und die Spielsalons? (Bitte, umkreisen Sie die Antworten)

- a. mehrmals wöchentlich
- b. mehrmals monatlich
- c. mehrmals jährlich
- d. sehr selten
- e. im Casino bin ich das erste Mal

5. Besuchen Sie andere Spielkasinos und Spielsalons ?                      JA      NEIN

6. Unser Spielcasino haben Sie besucht auf Grund von:( Bitte, umkreisen Sie die Antworten)

- a. Empfehlungen von Bekannten, Freunden
- b. Informationen aus dem Hotel
- c. Informationen aus dem Internet
- d. Informationen aus den Medien (TV, Rundfunk, Zeitung)
- e. anderes (Bitte anführen) \_\_\_\_\_

7. Hauptgrund für den Besuch eines Spielkasinos? (Bitte, umkreisen Sie die Antworten)

- a. Unterhaltung, Beieinander sein
- b. Die Hoffnung auf ein Gewinn
- c. anderes (Bitte anführen) \_\_\_\_\_

8. Was stört Sie im Spielcasino am meisten? Wurden Sie was ausbessern? (Bitte anführen)

---

9. Geschlecht;

- a. Mann
- b. Frau

10. Alter

- a. bis 25 Jahre
  - b. von 26 bis 35 Jahre
  - c. von 36 bis 45 Jahre
  - d. von 46 bis 55 Jahre
  - e. über 56 Jahre
- 

Danke für Ihre Mitarbeit und ein schönes Aufenthalt im Casino Maribor!

