

**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA
MARIBOR**

POSLOVNI NAČRT – PRENOČIŠČA FRATORIA

Kandidatka: Suzana Rous

Vrsta študija: študentka izrednega študija

Študijski program: Ekonomist, računovodstvo

Mentor predavatelj: dr. Andreja Terpotec, univ. dipl. ekon.

Mentor v podjetju: Tatjana Frenc Matjašec, dipl. ekon.

Lektor: Boštjan Marhold, univ. dipl. prev. za ang. in nem. jez., dipl. ekon.

Maribor, 2023

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisani/a Suzana Rous sem avtor/ica diplomskega dela z naslovom Poslovni načrt – prenočišča Fratoria, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom doktorice Andreje Terpotec in somentorice, Tatjane Ferenc Matjašec, dipl. ekonomistke.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbel/a, da so
- dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia Maribor,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne kaznivo po Zakonu o avtorski in sorodnih pravicah (Uradni list RS, št. 16/07 – uradno prečiščeno besedilo, 68/08, 110/13, 56/15 in 63/16 – ZKUASP); prekršek pa podleže tudi ukrepom Višje strokovne šole Academia Maribor skladno z njenimi pravili,
- skladno z 32.a členom ZASP dovoljujem Višji strokovni šoli Academia Maribor objavo diplomskega dela na spletnem portalu šole.

Gornja Radgona, september 2023

Podpis študenta:

ZAHVALA

Zahvaljujem se svoji mentorici, doktorici Andreji Terpotec ter somentorici, gospe Tatjani Ferenc, dipl. ekonomistki za pomoč in vodenje pri nastajanju mojega diplomskega dela ter znanje, ki sta mi ga predali.

Zahvaljujem se svojim bližnjim, ki so verjeli, da mi bo uspelo uresničiti zastavljeno nalogo, me vzpodbujali in se veselili z mano.

Verjamem, da sta tam nekje za mavrico ponosna name.

POVZETEK

Podjetje GTR d. o. o. je podjetje iz Gornje Radgone, ki se ukvarja s proizvodnjo hrane in prodajo alkoholnih in brezalkoholnih pijač. Zaradi ugodne lege – v središču mesta, ob regionalni cesti, ki vodi do sosednje Avstrije in na podlagi zaznanega povpraševanja po nastanitveni ponudbi v mestu – smo lastniki podjetja GTR d. o. o. prišli do ideje, da bi tudi sami ponudili prenočišča, kar bi za nas predstavljalo dodatno ponudbo in širitev lastnega asortimana. Za to, da bi preverili, ali je naša ideja smotrna, smo se odločili za izdelavo poslovnega načrta, ki je predmet tega diplomskega dela.

Diplomsko delo obsega 5 glavnih poglavij. V uvodu predstavljamo osnovne definicije dejavnosti prenočišč in turizma; predstavljamo mesto Gornja Radgona, ki leži v severovzhodnem delu Slovenije, nedaleč od meje z Avstrijo. Nadalje prikazujemo namen in cilje diplomskega dela, njene predpostavke in omejitve ter uporabljene raziskovalne metode. V drugem poglavju predstavljamo osnovne značilnosti obstoječega podjetja GTR d. o. o. ter njegovo poslovno vizijo, iz katere izhaja ideja o širitvi lastne ponudbe. Tretje poglavje predstavlja celostni poslovni načrt za prenočišča Fratoria. V njem razlagamo vsebinsko zasnovo projekta ter njegovo tržno priložnost, analizo trga in konkurence, finančni načrt, kritična tveganja in zaznane težave in spremembe na delovnem mestu, za katere predvidevamo, da se bodo zaradi širitve ponudbe pojavile. Poglavje med drugim govori tudi o *SWOT* analizi in tržnih ciljih, načrtovanih oblikah marketinškega komuniciranja, pričakovanih ciljih projekta z izdelavo simulacije poslovnega izida ter terminskem planu izvedbe projekta. Zaključno poglavje diplomskega dela opisuje naše ključne ugotovitve.

Na podlagi izdelanega poslovnega načrta izhaja dejstvo, da je vložek v izvedbo poslovnega načrta relativno majhen, saj je na voljo stavba, ki je že v lasti podjetja. Za začetek razen delavke, ki bo zaposlena za 20 ur in odgovorna za čiščenje, ne potrebujemo novih zaposlitev, zaradi česar bo strošek za plače minimalen. Zaradi naše obstoječe ponudbe hrane in pijače menimo, da bomo s ponudbo prenočišč povečali tudi povpraševanje po hrani in pijači v lastni restavraciji. Na podlagi simulacije bilance poslovnega uspeha ugotavljamo, da je širitev ponudbe smotrna, saj bo, glede na simulacijo, bilanca uspeha pozitivna. Verjamemo, da bodo naši cilji in vizija tisti, ki nas bodo še naprej usmerjali na pot, katera nam bo še naprej prinašala zadovoljne goste, ki se bodo radi vračali.

Ključne besede: *turizem, ekonomika, poslovni načrt, dodatna ponudba, prenočišča.*

ZUSAMMENFASSUNG

»GESCHÄFTSPLAN – UNTERKUNFT FRATORIA«

Das Unternehmen GTR d. o. o. ist ein Unternehmen aus Gornja Radgona, dass sich mit der Herstellung von Lebensmitteln und dem Verkauf von alkoholischen und alkoholfreien Getränken beschäftigt. Aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage – im Stadtzentrum neben der Regionalstraße, die ins benachbarte Österreich führt, und aufgrund der erhöhten Nachfrage nach Unterkünften in der Stadt, kamen wir – die Inhaber der Firma GTR d. o. o. – auf die Idee, selbst Unterkünfte anzubieten, was ein Zusatzangebot und eine Erweiterung unseres eigenen Sortiments darstellen würde. Um festzustellen, ob unsere Idee umsetzbar ist, entschieden wir uns, einen Geschäftsplan zu entwickeln, der den Gegenstand dieser Diplomarbeit darstellt.

Die Diplomarbeit setzt sich aus 5 Hauptkapiteln zusammen. In der Einleitung stellen wir die grundlegenden Definitionen von Beherbergungs- und Tourismusaktivitäten vor; Wir stellen die im nordöstlichen Teil Sloweniens gelegene und nicht weit von der Grenze zu Österreich entfernten Stadt Gornja Radgona vor. Darüber hinaus stellen wir den Zweck und die Ziele der Arbeit, ihre Annahmen und Einschränkungen sowie die verwendeten Forschungsmethoden vor. Im zweiten Kapitel sprechen wir von den grundlegenden Merkmalen des bestehenden Unternehmens GTR d. o. o. und seiner Geschäftsvision, aus der die Idee von der Erweiterung des eigenen Angebots kommt. Das dritte Kapitel spricht über einen umfassenden Geschäftsplan für die Fratoria-Unterkünfte. Hier beschreiben wir die inhaltliche Gestaltung des Projekts und seine Marktchancen, die Markt- und Wettbewerbsanalyse, den Finanzplan, kritische Risiken sowie wahrgenommene Probleme und Veränderungen am Arbeitsplatz, von denen wir annehmen, dass sie aufgrund der Erweiterung des Angebots auftreten werden. Dieses Kapitel enthält auch eine SWOT-Analyse und Marketingziele, die geplanten Arten der Marketingkommunikation, die erwarteten Ziele des Projekts mit der Erstellung einer Simulation des Geschäftsergebnisses und einen Zeitplan für die Umsetzung des Projekts.

Das letzte Kapitel der Diplomarbeit beschreibt unsere wichtigsten Erkenntnisse. Anhand des erstellten Geschäftsplans lässt sich erkennen, dass die Investition in die Umsetzung des Geschäftsplans relativ gering ist, da ein Gebäude zur Verfügung steht, das sich bereits im Eigentum des Unternehmens befindet. Außer einer Teilzeitarbeitskraft für die Reinigung des Gebäudes, benötigen wir keine neuen Arbeitsplätze, wodurch die Arbeitskosten geringgehalten werden. Aufgrund unseres bestehenden Speise- und Getränkeangebots gehen wir davon aus, dass wir durch die Unterbringung auch die Nachfrage nach Speisen und Getränken im eigenen Restaurant erhöhen werden. Basierend auf der Simulation der Bilanz des Geschäftserfolgs

kommen wir zu dem Beschluss, dass die Ausweitung des Angebots sinnvoll ist, da die Ertragsbilanz laut Simulation positiv ausfallen wird. Wir glauben, dass unsere Ziele und unsere Vision diejenigen sein werden, die uns auf einen Weg leiten werden, der uns weiterhin zufriedene und wiederkommende Gäste beschert.

Stichwörter: *Tourismus, Wirtschaft, Geschäftsplan, Zusatzangebot, Unterkunft.*

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	10
1.1	OPIS PODROČJA IN OPREDELITEV PROBLEMA	12
1.2	NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE	12
1.3	PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE	13
1.4	UPORABLJENE RAZISKOVALNE METODE	13
2	PREDSTAVITEV OBSTOJEČE DEJAVNOSTI PODJETJA GTR D.O.O.	14
2.1	ZGODOVINA PODJETJA	14
2.2	OSNOVNE ZNAČILNOSTI PODJETJA	16
2.2.1	LOKACIJA PODJETJA	17
2.2.2	OBSTOJEČA PONUDBA PODJETJA	18
2.2.3	VREDNOTE, POSLANSTVO IN VIZIJA PODJETJA	18
2.3	POSLOVNA VIZIJA RAZŠIRITVE PONUDBE	19
3	STRATEGIJA IN IZVEDBA POSLOVNEGA NAČRTA ZA PRENOČIŠČA FRATORIA	20
3.1	VSEBINSKA ZASNOVA PROJEKTA, TRŽNA PRILOŽNOSTI IN KLJUČNI DEJAVNIKI USPEHA	20
3.2	ANALIZA TRGA IN KONKURENCE	23
3.2.1	ANALIZA TRGA	23
3.2.2	ANALIZA KONKURENCE	24
3.3	FINANČNI NAČRT	25
3.4	KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI	28
3.5	PRIČAKOVANE SPREMEMBE NA DELOVNEM MESTU	28
3.5.1	UVAJANJE NOVIH ZNANJ IN VEŠČIN	28
3.5.2	VPLIV SPREMEMB NA DELOVNEM MESTU NA ZAPOSLENE	29
3.6	TRŽNA RAZISKAVA IN ANALIZA	30
3.6.1	SWOT ANALIZA	30
3.6.2	TRŽNI CILJI	31
3.7	MARKETINŠKO KOMUNICIRANJE	31
3.8	PRIČAKOVANI CILJI PROJEKTA	34
3.9	TERMINSKI PLAN IZVEDBE PROJEKTA	38
4	SKLEP	42
5	VIRI IN LITERATURA	44

KAZALO TABEL

TABELA 1: OSNOVNI PODATKI PODJETJA GTR D. O. O.	16
TABELA 2: PREDVIDENI STROŠEK INVESTICIJE.....	26
TABELA 3: PRIČAKOVANA ZASEDENOST NASTANITVENIH KAPACITET	26
TABELA 4: PRIČAKOVANI PRIHODKI OD PRODAJE HRANE KORISTNIKOM NASTANITEV	27
TABELA 5: PREDVIDENI PRIHODKI PODJETJA OD PONUDBE NASTANITEV	27
TABELA 6: PREDVIDENI STROŠKI POSLOVANJA PODJETJA PO LETIH (OD LETA 2025–2028).....	28
TABELA 7: SWOT ANALIZA	30
TABELA 8: OBLIKE MARKETINŠKEGA KOMUNICIRANJA	33
TABELA 9: PROJEKCIJA POSLOVNEGA USPEHA.....	35
TABELA 10: TERMINSKI PLAN IZVEDBE PROJEKTA.....	39

KAZALO SLIK

SLIKA 1: LOKACIJA PODJETJA GTR D.O.O.....	17
SLIKA 2: PIZZERIA IN ŠPAGETARIJA CASA DEL NONNO.....	18
SLIKA 3: IZRIS PREDVIDENE SOBE PRENOČIŠČ.....	21
SLIKA 4: IZRIS PREDVIDENE KOPALNICE	21

1 UVOD

Ponudba prenočišč je ena izmed vrst gostinskih obratov, ki kot oblika gostinske dejavnosti izhajajo iz Zakona o gostinstvu. Nudenje prenočišč je, glede na merila in način nastanitvenih kapacitet, kategorizirano in mora biti vpisano v Poslovni register Slovenije, opravljati pa jo smejo tako fizične kot tudi pravne osebe in samostojni podjetniki (Zakon o gostinstvu - uradno prečiščeno besedilo, 1995).

Hoteli, moteli, zdravilišča, penzioni, šotorišča, turistična naselja, razni domovi in prenočišča spadajo med prenočitvene obrate, pri čemer sam izraz prenočišča pomeni manjše ali manj udobno opremljen objekt za nastanitev gostov in se običajno nahaja v sklopu gostilne. Zanje je značilno, da nimajo kategorije, število ležišč v sobi pa je omejeno na maksimalno 4 (Eler, 2011-2012). V tem pogledu sta gostinstvo in turizem med seboj zelo povezana.

Svetovna turistična organizacija definira turizem kot družbeni, kulturni in gospodarski pojav, ki vključuje gibanje ljudi v države ali kraje zunaj njihovega običajnega okolja za osebne ali poslovne namene. Turizem vpliva na gospodarstvo, naravno in grajeno okolje, lokalno prebivalstvo v obiskanih krajih in obiskovalce same. Ker so vplivi vključenih deležnikov v turistični dejavnosti raznovrstni, obstaja potreba po celostnem pristopu k razvoju turizma, njegovemu upravljanju in spremljanju (World Tourism Organization, 2008).

Razvoj turizma temelji na turističnih privlačnostih in dejavnikih, na podlagi katerih se dogaja njegov razvoj, ki se je skozi zgodovino spreminjal (Nemec Rudež & Bojnec, 2007). Po drugi svetovni vojni se je pričel turizem hitro razvijati in prehajati v fazo zrelosti, z drugimi besedami: je ena vodilnih in najpomembnejših gospodarskih dejavnosti, ki omogoča vsem deležnikom hitrejši razvoj, vključevanje na mednarodni trg, rast osebnega standarda ter življenjske ravni (Eler, 2011-2012). Največje spremembe na področju turistične ponudbe in povpraševanja pa je prinesel razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije (Nemec Rudež & Bojnec, 2007).

Turizem je pomemben za rast in razvoj države, predvsem tako, da prinaša številne ekonomske vrednosti in koristi, ter da pomaga graditi vrednost blagovne znamke in prepoznavnost v regiji. Ima pomembno vlogo pri spodbujanju gospodarstva naroda, pri čemer bi naj bil turizem glavni motor regionalnega razvoja, ki pospešuje gospodarsko aktivnost s tem, da ima pozitiven vpliv na rast prihodkov, ponuja zaposlitvene možnosti, pozitivno vpliva na bruto dohodek in proizvodnjo, vendar lahko škoduje okolju zaradi dejavnikov, kot so cestni zastoji, onesnaženje in uničenje ekosistema (Taizeng, Can, Reddy Paramati, Fang, & Wu, 2019).

Turizem se je v času koronakrize izkazal za zelo ranljivo vrsto gospodarske dejavnosti. V času koronakrize smo, po letu 2019, ki je bilo za Slovenijo rekordno v smislu obiska tujih turistov, postali pozorni tudi na obisk domačih turistov. Prav korona ukrepi pa so tudi prisilili gostinske in turistične delavce k razmišljanju o širitvi lastne ponudbe (Štakul Petkovšek, 2020).

Za začetek posla je potrebna ideja, na podlagi katere nastane opredelitev, kaj želimo s poslom doseči, opredelimo poslanstvo, vizijo, vrednote in na njihovi podlagi zasnujemo poslovno zgodbo (Dvoršek, 2020).

Občina Gornja Radgona je ena izmed občin v severovzhodni Sloveniji. Je mesto penine, mesto sejmov, pohvali pa se lahko tudi z nekaj edinstvenimi kulturnimi objekti. Središče občine je mesto Gornja Radgona, v kateri je tudi sedež Upravne enote Gornja Radgona, ki je, poleg občine Gornja Radgona, odgovorno tudi za sosednje občine Apače, Radenci in Sveti Jurij ob Ščavnici. Občina obsega pet krajevnih skupnosti s tridesetimi naselji in ima, po podatkih iz leta 2016, 8.467 prebivalcev. Na območju občine je v letu 2008 delovalo 610 poslovnih subjektov - 146 gospodarskih družb in zadrug, 278 samostojnih podjetnikov posameznikov, 16 pravnih oseb javnega prava, 38 nepridobitnih organizacij, 105 društev in 27 drugih fizičnih oseb, ki opravljajo registrirane dejavnosti (Občina Gornja Radgona, 2023).

Kot izhaja iz Strategije razvoja občine Gornja Radgona od leta 2017 do leta 2023, je turistična ponudba občine zelo obsežna in je osredotočena na izletniški turizem ter enodnevne goste ter temelji na bogati naravni in kulturni dediščini, bližini že uveljavljenih turističnih destinacij, zdraviliškem turizmu sosednjih krajev, stoletni tradiciji vinogradništva in sadjarstva ter gostoljubnosti prebivalcev. Dokument poudarja pomen povezanosti kakovostnih turističnih produktov v skupne in jih kot skupne produkte regije, ponujati na trgu. Občina se zaveda, da je turizem pomembna gospodarska panoga tako lokalno, nacionalno kot v svetovnem merilu. Po podatkih iz leta 2014 je v občini Gornja Radgona registriranih 7 turistično-nastanitvenih objektov s kupno 28 sobami in 67 ležišči. Strategija na področju turizma zaključuje, da je nastanitvenih kapacitet v občini Gornja Radgona premalo (Občina Gornja Radgona, 2016).

Prednost restavracije Casa del Nonno je strateška umeščenost restavracije tik ob avstrijski meji na dosegu avstrijskega gosta. S konkurenčnejšimi cenami in širšo ponudbo kakovostne hrane predstavlja restavracija ključno prednost pred konkurenco. Casa del Nonno ima veliko zunanjo teraso z vrtom in otroškimi igrali, ter je tako privlačna destinacija za družine. Prijazno,

strokovno in jezikovno izobraženo osebje restavracije dviguje nivo gastronomske izkušnje gosta v primerjavi s konkurenco.

1.1 Opis področja in opredelitev problema

Da ima občina Gornja Radgona nezadostno število nastanitvenih kapacitet, smo v letih, ko se sami ukvarjamo z gostinsko dejavnostjo, opazili tudi sami. Kot prepoznavna restavracija znotraj občine smo večkrat gostitelj raznih poslovnih kosil, ob katerih nemalokrat odgovarjamo na vprašanje, kje v našem kraju je mogoče prenočiti. Iz ugotovitve, da v naši občini nimamo veliko možnosti za prenočitev, in glede na dejstvo, da imamo možnost ureditve prenočišč v neposredni bližini – sosednji stavbi naše restavracije – smo se odločili izdelati poslovni načrt za nudenje namestitvenih kapacitet/prenočišč.

Ocenjujemo, da bi le-to vplivalo na povečanje lastne prepoznavnosti, lastne prodaje in povečanje prihodkov kot tudi širjenje prepoznavnosti kraja in regije. Ideja se nam, po pandemiji covid-19, zdi še posebej atraktivna, saj se turizem počasi vrača na tirnice izpred pandemije.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomskega dela je predstaviti obstoječe podjetje in izdelati poslovni načrt za vključitev obstoječe gostinske ponudbe v ponudbo namestitvenih kapacitet - prenočišč.

Teoretični cilji diplomskega dela so bili:

- pregledati domačo in tujo literaturo o gostinstvu in turizmu,
- preučiti vrsto nastanitvenih kapacitet ter značilnosti nudenja prenočišč.

Raziskovalni cilji diplomskega dela so bili:

- raziskati možnosti za razširitev ponudbe – prenočišča Fratoria – in izdelati poslovni načrt.
- izdelati oceno investicij in finančno analizo projekta prenočišč Fratoria,
- ugotoviti, kako ponudbo prenočišč čim bolj približati uporabnikom,
- proučiti potrebna znanja in veščine, ki jih bodo morali ob uvedbi nove storitve osvojiti zaposleni, ter kakšen bo vpliv na spremembe trenutnih delovnih mest in njihove pozitivne ter negativne posledice.

V diplomskem delu smo si zastavili naslednja raziskovalna vprašanja:

RV1: Ali je ideja o investiciji v prenočišča smotrna?

RV2: Kako zagotoviti potrebna sredstva za investicijo?

RV3: Kako usposobiti obstoječi kader za dodatno dejavnost?

V diplomskem delu smo si zastavili naslednje raziskovalne hipoteze:

H1: Dodatna ponudba prenočišč bo podjetju zagotovila večji dobiček iz poslovanja v roku 4-ih let.

H2: S ponudbo prenočišč se bodo povečali prihodki restavracije, saj bomo gostu poleg prenočišča nudili tudi bogato ponudbo hrane in pijače.

H3: Na območju občine Gornja Radgona primanjkuje prenočišč.

H4: Ponudba prenočišč bo zahtevala dodatna znanja in veščine zaposlenih, kar bo vplivalo na spremembe na delovnem mestu.

1.3 Predpostavke in omejitve

Omejitve vidimo pri opredelitvi stroškov, pridobivanju podatkov – projekcije zasedenosti kapacitet, ki so ključni vir prihodkov, ter spreminjanje oziroma rast cen materialov in storitev ter povpraševanja.

1.4 Uporabljene raziskovalne metode

V diplomskem delu bo uporabljena deskriptivna metoda opisovanja teoretičnih izhodišč s pregledom strokovne literature na temo gostinstva in turističnih nastanitev ter izdelavo poslovnega načrta. Uporabili bomo tudi induktivno-deduktivno metodo, na podlagi katere bomo sklepali iz posameznih primerov na splošno in obratno.

V empiričnem delu diplomskega dela bomo izdelali poslovni načrt za prenočišča kot dodatno ponudbo obstoječega podjetja.

2 PREDSTAVITEV OBSTOJEČE DEJAVNOSTI PODJETJA GTR D.O.O.

2.1 Zgodovina podjetja

V diplomskem delu se osredotočamo na lastno podjetje, GTR d. o. o., katerega klasifikacijska panožna dejavnost so restavracije in gostilne, z osnovno dejavnostjo priprave in prodaje hrane ter alkoholnih in brezalkoholnih pijač. Gostinski obrat se imenuje Pizzeria in špageterija Casa del Nonno in se nahaja v kraju Gornja Radgona, ob glavni cesti, ki vodi iz središča mesta proti mejnemu prehodu s sosednjo Avstrijo. Gre za družinsko podjetje lastnikov M. S, S. S. in S. R, ki posluje vse od leta 2009. Gostinski obrat je dobil ime po dedku – prvemu lastniku zgradbe.

Restavracija je bila vse od ustanovitve naprej dobro obiskana, zato je začetno število 7 zaposlenih hitro naraslo na 14 visoko strokovno usposobljenih zaposlenih. Prepričljivi podatki tržne analize podjetja, zaradi bližine Avstrije in njihove bistveno višje kupne moči, ter želje po družinsko-podjetniškem udejstvovanju, so lastnike podjetja spodbudili k odločitvi, da so 2008/2009 zgradbo temeljito prenovili in v njej uredili sodobno restavracijo s široko kulinarično ponudbo in domačimi hišnimi specialitetami.

Vse od ustanovitve naprej je podjetje poslovalo z dobičkom, restavracija je postajala prepoznavna v celotni regiji od Prekmurja do Štajerske. 60 % gostov je predstavljalo goste iz sosednje Avstrije. Restavracija Casa del Nonno je danes uveljavljena blagovna znamka družinske tradicije in visoke kulinarične ponudbe. Le-to potrjujejo tudi mednarodne odlične ocene gostov na spletnem portalu TripAdvisor.

Prednost restavracije Casa del Nonno je monopolni položaj v Gornji Radgoni, saj po številu zaposlenih in letnem prometu zajema kar 2/3 lokalnega trga.

Vendar pa podjetje kljub stabilni in zdravi rasti prihodkov v preteklosti zaradi zunanjih dejavnikov ni doseglo svojih zastavljenih ciljev, kar jim je v letih 2015-2016 prekrizala migrantska kriza, ter v letih 2016-2017 rekonstrukcija državne ceste v neposredni bližini restavracije, v letu 2020 pa še pandemija covid-19. Vsi ti dogodki so finančno močno vplivali na višino prihodkov in dobička podjetja. V času korona krize je podjetje, ko je bilo to v skladu z vladnimi ukrepi dovoljeno, vzpostavilo dostavo hrane ter tako umililo negativne finančne posledice.

Zaradi znižanja prihodkov in dobička je bilo podjetje v preteklosti primorano iskati nove finančne možnosti, ki pa jih je, in jih še, uspešno obvladuje. Realno je pričakovati, da bo trajalo še nekaj časa, da bo podjetje doseglo najboljše možne poslovne rezultate.

2.2 Osnovne značilnosti podjetja

Tabela 1: Osnovni podatki podjetja GTR d. o. o.

Naziv:	GTR d. o. o.
Naslov:	Panonska 10
Poštna številka in kraj:	9250 Gornja Radgona
Občina:	Gornja Radgona
Telefon:	0591 43946
GSM:	040 000 000
Fax:	0591 43947
e-mail:	gtr@telemach.net
Spletna stran:	www.casadelnonno.si
Lastniki:	M.R. (45,05 %), S.R. (45,05 %) ,S. R. (9,09 %)
Direktor:	M.R.
Matična številka podjetja:	5470404000
ID številka za DDV ali davčna številka podjetja:	SI34660810
Šifra glavne dejavnosti podjetja:	56.101
Šifra dejavnosti s katero ustvarite največ prometa:	56.101
Število redno zaposlenih na dan 31.12. preteklega leta:	14
Številka transakcijskega računa:	Pri banki:
SI56 0488 1000 2431 630	NKBM d. d.
SI56 1910 0001 0298 932	DBS d. d.

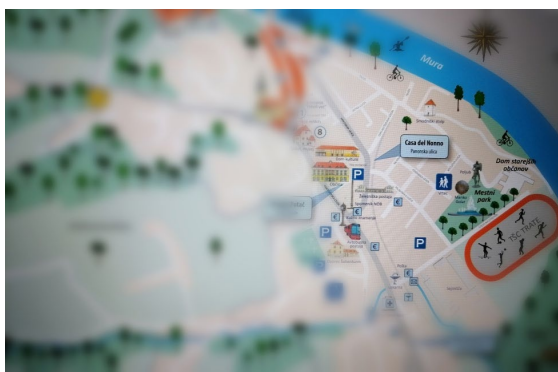
Vir: (Lastni vir)

V podjetju je skupaj zaposlenih 14 visoko kvalificiranih zaposlenih, ki sestavljajo organizacijsko strukturo podjetja. Poleg stalno zaposlenih v podjetju, s priložnostnim delom pomagata še dva družinska člana, sinova N. R. (24 let) in T. R. (22 let). Starejši sin (N. R.) je izobražen tehnik gastronomije in turizma z dodatno opravljenim strokovnim izpitom iz barmenstva. Mlajši sin (T. R.) je uspešno opravil srednjo ekonomsko šolo (ekonomski tehnik). Podjetje posluje kot družinsko podjetje in postopoma, s skrbno načrtovanim načrtom izobraževanja in dela, vključuje in uspešno vpeljuje motivirano drugo generacijo v poslovanje podjetja.

Lastniki ocenjujemo, da je vodstvena ekipa primerna za dejavnost tako na kratki kot dolgi rok, saj odraža uspešno poslovanje podjetja, ki je nagrajena tudi z odlično oceno gostov na vodilnem turističnem portalu TripAdvisor. V letih 2017 in 2018 je restavracija, kot zmagovalka, prejela tudi certifikat odličnosti portala TripAdvisor.

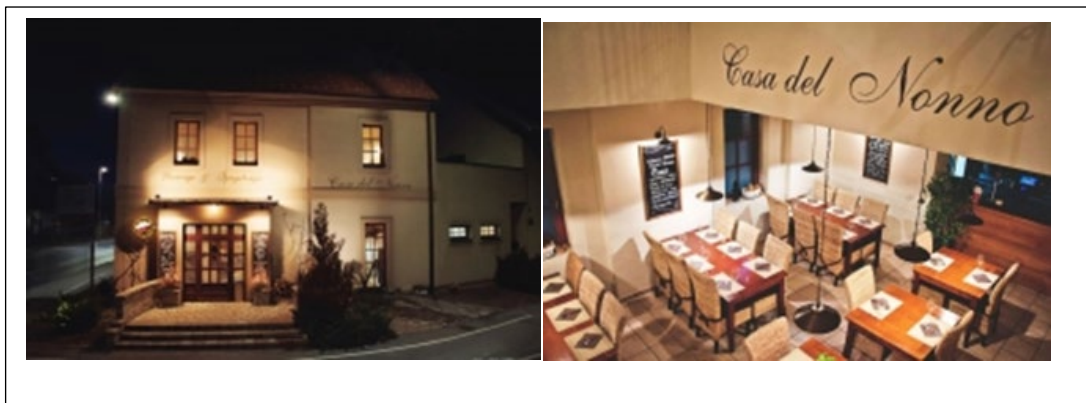
2.2.1 Lokacija podjetja

Restavracija se nahaja na odlični lokaciji v centru Gornje Radgone, le 150 metrov od mejnega prehod z Avstrijo ter krajev Bad Radkersburg, Laafeld in Altneudörfel. Lokacija restavracije je bila skrbno izbrana na podlagi ugodnih podatkov podrobne tržne analize ob ustanovitvi podjetja.



Slika 1: Lokacija podjetja GTR d.o.o.

Vir: (KULTprotur, 2023)



Slika 2: Pizzeria in špageterija Casa del Nonno

Vir: (Lastni vir)

2.2.2 Obstoječa ponudba podjetja

Že samo ime restavracije, Pizzerija in špageterija Casa del Nonno pove, da gre predvsem za ponudbo jedi italijanske kuhinje - različnih pic in priprave testenin na raznovrstne načine. Poleg tega so na jedilnem listu zastopane domače slovenske kakor tudi morske jedi. Del ponudbe so prav tako sezonske jedi, domače sladice in izbor iz krušne peči. Poleg tega ponudba zajema tudi številne alkoholne in brezalkoholne pijače. Vinsko karto krasijo predvsem štajerska in primorska, tako rdeča kot bela vina, ter penine. Med tednom nudi restavracija vsakodnevni izbor malic in kosil.

2.2.3 Vrednote, poslanstvo in vizija podjetja

Osnovno vodilo podjetja so kakovostna ponudba ter zadovoljni gostje, ki se radi vračajo. Najvišja vrednota podjetja je postaviti varnost in zdravje gostov na prvo mesto, k temu pa dodaja prilagodljivost, inovativnost in razvojno naravnost, kakovost storitev, povezovanje in sodelovanje z lokalnim okoljem ter trajnostno odličnost.

Vizija podjetja je z lastnim znanjem, angažiranostjo in motiviranostjo ostati prepoznaven visoko kakovosten kulinarični ponudnik v regiji. Podjetje želi ostati rastoče, zelo dobro organizirano, temelječe na odgovornosti do svojih gostov in zaposlenih ter odgovorno do naravnega in družbenega okolja, v katerem ustvarja.

Restavracija Casa del Nonno čez pet let postati uspešno družinsko podjetje z bonitetno oceno SB3, ki bo, z bistveno nižjimi finančnimi obveznostmi, zanesljiv ponudnik vrhunske italijanske kulinarične izkušnje v Pomurju, v sinergiji z restavracijo Platzhirsch Bad Radkersburg v Avstriji ter partnerstvom s Pomurskim sejmom. Bo podjetje, ki bo poslovalo dobičkonosno, z namenom pravočasnega poplčila finančnih in poslovnih obveznosti. To bo doseglo tudi na podlagi inovativnih in sodobnih pristopov in digitalizacijo podjetja.

2.3 Poslovna vizija razširitve ponudbe

Vodilo podjetja bo ostalo nespremenjeno – obstoječa vizija se bo razširila in se bo glasila, da bomo z lastnim znanjem, angažiranostjo in motiviranostjo ostali prepoznaven in visoko kakovosten kulinarični ponudnik v regiji ter da bomo postali prepoznaven in visoko kakovosten ponudnik prenočišč, kjer se bodo gostje počutili udobno in sproščeno ter kjer bodo gostje zadovoljni in se bodo radi vračali. Menimo namreč, da lahko na podlagi lastnih izkušenj, znanj in želja, povežemo dejavnost gostinstva in turizma v kakovostno celoto, ki jo bodo gostje nagradili s širjenjem dobrega imena in se bodo radi vračali.

3 STRATEGIJA IN IZVEDBA POSLOVNEGA NAČRTA ZA PRENOČIŠČA FRATORIA

3.1 Vsebinska zasnova projekta, tržna priložnosti in ključni dejavniki uspeha

Za izvedbo poslovne ideje bomo uporabili obstoječo stavbo na Ciril Metodovi ulici 1 v Gornji Radgoni, ki je v delni lasti enega izmed sedanjih solastnikov podjetja GTR d. o. o. Stavba bo v prihodnje – na podlagi prenosa lastništva – prešla v 100 % last enega od lastnikov sedanjega podjetja.

Obstoječa stavba je zasnovana kot stanovanjska stavba, katero bo za namene prenočišč potrebno preurediti. Tozadevno bo podjetje pristopilo k pridobitvi potrebne dokumentacije za izdajo gradbenega dovoljenja za prenočišča. Zgradba bo morala ustrezati zahtevam gradbene stroke, varstva pri delu ter požarne varnosti. Prav tako bo morala ustrezati tudi zdravstveno-higienskim zahtevam, potrebnih za varno uporabo. Predvidevamo, da bi lahko bila vsa potrebna dela do pridobitve uporabnega dovoljenja končana do konca leta 2023 in da bi lahko s trženjem prenočišč pričeli v letu 2025. Ocenjujemo, da bomo v sklopu prenočišč imeli 60 % slovenskih gostov, 30 % gostov iz Avstrije ter 10 % drugih gostov. Največ gostov bomo pričakovali v času različnih sejmov, ki se vsako leto vrstijo v kraju Gornja Radgona.

Prenočišča Fratoria bodo zasnovana tako, da bo v notranjosti manjša recepcija s sanitarijami, 2 sobi s sanitarijami in teraso (v pritličju), od koder bodo stopnice vodile v zgornje nadstropje, kjer bosta še dve sobi s sanitarijami. Ena izmed zgornjih sob bo imela balkon, druga bo brez balkona. Posamezna soba bo obsegala zakonsko posteljo, dve nočni omarici, manjšo mizo ter 2 stola, omaro za oblačila ter nizko omaro z mini barom. Vsaka soba bo imela v osnovi na voljo 2 posteljno sobo, z možnostjo dodatnih ležišč in kapaciteto sobe s skupno 4 ležišči. V sobah bodo na voljo posteljnina in bombažne brisače. Vse sobe bodo ogrevane, v njih bo na voljo dostop do wi-fi omrežja, televizorja in klime. Vsaka soba bo imela lastno kopalnico s tušem, umivalnikom, sanitarijami in drugo opremo (ogledalo, sušilec za lase, pripomočke za osebno higieno, kot so milo, brisače za enkratno uporabo, toaletni papir, bombažne brisače). V sobah bodo na voljo posteljno perilo, kopalniške brisače ter toaletni pribor (milo, gel za tuširanje). V pritličnih sobah bo možna nočitev tudi za hišne ljubljence (brez doplačila). Brezplačna bo tudi uporaba otroške posteljice.



Slika 3: Izris predvidene sobe prenočišč

Vir: (Pinterest, 2023)



Slika 4: Izris predvidene kopalnice

Vir: (Pinterest, 2023)

Cena nočitve je določena glede na preučitev na spletu dostopnih podatkov primerljivih ponudnikov prenočišč. Cena je definirana za odraslo osebo/dan (nad 16 let) in bo skozi celotno leto enaka, 40 €/odraslo osebo. Za otroke od 0-6 let bo bivanje brezplačno, za otroke od 7-15 let velja polovična cena (20 €/noč).

Prijava bo potekala preko mail naslova restavracije in telefonske, v delovnem času restavracije Cassa del Nonno, na njihovo stacionarno številko. Za namene rezervacij bo v lastni režiji računalniško izdelan Excelov dokument, do katerega bodo imeli dostop vsi zaposleni restavracije; vanj bodo sprejemniki rezervacije takoj in ažurno vpisovali prejete rezervacije terminov in pomembne podatke o predvidenih gostih (nočitev/nočitev z zajtrkom/pol penzion/polni penzion).

V času rezervacije nočitve bo gostom kot dodatna ponudba na voljo možnost izbire zajtrka (5 €/osebo) ter izbire polpenzion in polnega penzion v restavraciji Casa del Nonno, pri čemer bo v primeru polpenzion nujen 15 % popust na redne cene jedi s cenika restavracije in v primeru polnega penzion, 20 % popust na redne cene jedi s cenika restavracije.

Gostje bodo lahko nastopili storitev nočitve glede na dogovorjeno rezervacijo (prevzem ključa sobe) od 15h ure naprej, sobo pa bodo morali izprazniti in vrniti ključ sobe na dan odhoda do 11 ure. Znotraj prenočišč kajenje ne bo dovoljeno. V sklopu nastanitev je zagotovljeno brezplačno parkiranje na lastnem parkirišču.

V sklopu prenočišč bo na voljo izposoja cestnih koles (do 3 ure 5 €, nad 3 ure 10 €). Vsakega gosta bomo med tednom napotili v TIC Gornja Radgona, kjer bo lahko izvedel vse o znamenitostih kraja ter prejel reklamne letake; za čas nočitve med vikendom bomo v sodelovanju s TIC Gornja Radgona nekaj reklamnega materiala prikazali tudi na oglasni deski prenočišč. Na ta način bomo korektno sodelovali z deležniki gostinsko-turistične ponudbe.

V času izdelave poslovnega načrta ne načrtujemo dodatnih zaposlitev – potrebe sprejema rezervacij in priprave sob bomo zaenkrat razporedili med trenutno zaposlene, pri čemer bomo večji del prevzeli lastniki podjetja, saj zaposleni restavracije zaradi možnosti navzkrižne kontaminacije v delovnem času ne morejo prehajati med dvema poslopijema; bodo pa zaposleni v restavraciji prevzeli del sprejema reklamacij, prevzem in oddajo ključev prenočišč ter vodili evidenco.

Za prenočišča bo potrebno izdajati račune za plačilo turistične takse – ti se bodo poravnali ob predaji ključev za točilnim pultom restavracije Cassa del Nonno.

Glede na ugodno lego predvidenih prenočišč ter višjo kupno močjo sosednje Avstrije, bomo z nižjimi cenami konkurenčnejši. Ponudba najema koles in kolesarske opreme bo pripomogla k razcvetu kolesarskega in športnega turizma. Neposredna bližina sejmišča, možnost uporabe sejne sobe ter samo dejstvo, da v občini Gornja Radgona primanjkuje prenočišč, so samo nekatere ključne tržne prednosti, ki smo jih zaznali.

Med ključne dejavnike uspeha uvrščamo lahko dostopnost objekta (ob glavni cesti), dobro lastno marketinško podporo in dobro promocijo TIC Gornja Radgona, konkurenčne cene, prijaznost in dobro voljo, ponudbo okusne, visoko kakovostne hrane, v prihodnje tudi kakovostnih prenočišč, dodatno ponudbo možnosti najema koles ter druge atraktivne projekte, kot so:

- prodaja izdelkov na drobno:

podjetje bo zadovoljnim gostom omogočilo nakup posameznih izdelkov in sestavin z jedilnika ter vinske karte v restavraciji za domov (vina, penine, žganja, olja, suho-mesnati izdelki, testenine ipd.),

- projekt »darilni boni«:

podjetje bo uvedlo možnost nakupa darilnih bonov ter s tem povečalo denarni tok podjetja,

- projekt »paketna turistična ponudba«:

v sodelovanju s Turistično-informacijskim centrom Gornja Radgona in vinskimi kletmi bo podjetje pripravilo paketno turistično ponudbo dnevnega obiska turistične destinacije,

- projekt »paketna sejemska ponudba«:

v sodelovanju z družbo Pomurski sejem bo podjetje ponudilo paketno sejemska ponudbo. Restavracija se namreč nahaja v bližini sejmišča in je primerna za intimna poslovna srečanja vodstev podjetij,

- projekt »petelinji zajtrk v naravi«:

turističnim obiskovalcem Gornje Radgone bo podjetje v sodelovanju s TIC Gornja Radgona omogočilo izposajo koles v paketu s piknik košaro hrane in pijače restavracije Casa del Nonno.

3.2 Analiza trga in konkurence

3.2.1 Analiza trga

V občini Gornja Radgona obratuje 12 aktivnih ponudnikov sob ali apartmajev, ki skupno razpolagajo s 101 ležiščem, od tega so v ponudbi 3 zasebne hiše, 10 zasebnih apartmajev in 23 zasebnih sob. Izmed omenjenih se 2 ponudnika uvrščata med ponudnike nastanitev na turističnih kmetijah, ostali ponudniki so samostojni sobodajalci, ki oddajajo bodisi apartmaje bodisi hiše (Ajpes, 2023).

Občina Gornja Radgona ima skupno 617 podjetij, katerih polovica se ukvarja s predelovalno dejavnostjo, 15 % z gradbeništvom ter 10 % z logistiko. Skupaj zaposlujejo več kot 4.200 ljudi, kar pomeni, da je občina Gornja Radgona občina dnevnega pritoka delovne sile in upravno-delovno središče regije (Občina Gornja Radgona, 2016).

Ciljni kupci so lokalni prebivalci in turisti Gornje Radgone, širše Pomurske regije ter krajev sosednje Avstrije.

Več kot polovico letnega prometa ustvari restavracija Casa del Nonno z avstrijskimi gosti iz okoliških krajev, saj postaja občina Gornja Radgona vse atraktivnejša destinacija dnevnih in družinskih izletov. Avstrijski gostje se za dnevne izlete v »slovensko Radgono« odločajo predvsem zaradi kakovostne in cenovno ugodnejše gostinske ponudbe. Zaradi tega menimo, da bodo avstrijski gostje naš pomemben partner pri najemu naše razširjene ponudbe prenočišč.

3.2.2 Analiza konkurence

Našo konkurenco predstavljajo že uveljavljeni ponudniki nastanitvenih enot:

- Apartma Živa (Spodnja Ščavnica),
- Kmetija z nastanitvijo Borko Danijela (Črešnjevc),
- Fado apartments (Gornja Radgona),
- Loghouse Brunka (Črešnjevc),
- Pahamama (Spodnji Ivanjci),
- Počitniška hiša Vinea (Stavešinci),
- Prenočišča Mihalič-Maček (Gornja Radgona),
- Rezačeva vila (Police),
- Sobe Trplan (Črešnjevc),
- Studio apartment (Gornja Radgona),
- Turistična kmetija pri Alenki (Spodnji Ivanjci),
- Vintage design apartment (Gornja Radgona) (Ajpes, 2023).

Izmed vseh prikazanih nastanitvenih kapacitet občine Gornja Radgona, so v mestu Gornja Radgona locirani 3 apartmaji (24 ležišč) in 4 zasebne sobe (8 ležišč); vse ostale nastanitvene enote so locirane izven mesta, v oddaljenosti od 1 km do 15 km.

Konkurenco nam v manjši meri predstavlja tudi hotelska ponudba hotelov v lasti Sava Hotels & Resorts v Radencih, zaradi bistveno višjih cen pa nastanitve v hotelih in zasebnih sobah v sosednji Avstriji.

Izmed ponudnikov prenočišč v samem mestu Gornja Radgona menimo, da bo naše podjetje ponujalo kakovostne storitve in bo imelo monopol v smislu ponudbe hrane, brezplačnega bivanja otrok do 6 let, brezplačne uporabe otroške posteljice, otroškega kolesa s čelado,

otroškega sedeža za kolo, možnosti bivanja živali ter tudi uporabe konferenčne sobe – do 20 oseb v prostorih restavracije. Naša prenočišča bodo imela tudi to prednost, da bodo imeli gostje znotraj našega dvorišča na voljo otroško igrišče, kar bo zelo privlačno za mlade družine.

Glede na dejstvo, da tržni delež restavracije po številu zaposlenih in letnem prometu predstavlja 2/3 dejavnosti v občini, menimo, da bo tudi tržni delež prenočišč visok.

Možnosti razvoja:

- konferenčna soba (manjša sejna soba z možnostjo projekcije, wi-fi),
- izposoja koles.

3.3 Finančni načrt

Na podlagi lastnega razvoja oziroma razširitve naše gostinske ponudbe na področje oddaje nastanitvenih kapacitet, načrtujemo naslednje stroške ter vire prihodkov (prikazani v tabeli 2–6):

- investicijske stroške za izgradnjo nastanitvenih kapacitet z vso potrebno dokumentacijo;
- strošek dodatne zaposlitve čistilke (iz trenutne delovne obveze 20 ur/teden v 40 ur/teden);
- prihodki od zasedenosti: 20 % zasedenost nastanitvenih kapacitet v prvem letu ponudbe, 30 % zasedenost kapacitet v drugem letu ponudbe, 35 % zasedenost kapacitet v tretjem letu ponudbe ter 40 % zasedenost kapacitet v četrtem letu ponudbe;
- prihodki od izposoje koles: 20 % gostov bo koristilo izposajo koles za cel dan (17 % odraslih, 3 % otrok).

Razen čistilke, dodatnega kadra pri odprtju prenočišč ne načrtujemo, tako da nam bo ta predstavljal glavnino stroškov iz dejavnosti restavracije in le-ti ne bodo odvisni od predvidenih gostov v prenočiščih. V naslednjih prikazih tabelah smo tako ocenili strošek dela in strošek materiala za namene prenočišč v višini 35 % od skupne višine stroškov.

Podjetje GTR d. o. o. predvideva, da bo finančni načrt pokrilo 100 % iz lastnih sredstev.

Tabela 2: Predvideni strošek investicije

Predvideni strošek investicije	Cena investicije v €
Obnova stavbe in dokumentacija	49.000,00
Oprema	18.000,00
Kolesa in oprema	3.000,00
SKUPAJ	70.000,00

Vir: (Lastni vir)

Tabela 3: Pričakovana zasedenost nastanitvenih kapacitet

Leto	Zasedenost	Število nočitev	Skupaj nočitve v €
2025	20 %	584	23.260,00
2026	30%	876	35.040,00
2027	35%	1022	40.880,00
2028	40%	1168	46.520,00

Vir: (Lastni vir)

Tabela 4: Pričakovani prihodki od prodaje hrane koristnikom nastanitev

Leto	Zajtrk	1x obrok	2x obroka	Skupaj hrana	Strošek materiala
Valuta	v €				
2025	2.336,00	4.380,00	3.504,00	10.220,00	3.577,00
2026	3.504,00	6.570,00	5.256,00	15.330,00	5.365,
2027	4.088,00	7.665,00	6.132,00	17.885,00	6.260,00
2028	4.672,00	8.760,00	7.008,00	20.440,00	7.154,00

Vir: (Lastni vir)

Tabela 5: Predvideni prihodki podjetja od ponudbe nastanitev

Leto	Nočitve	Izposoja koles	Hrana restavracija	Skupaj
Valuta	€			
2025	23.260,00	1.396,00	10.220,00	34.876,00
2026	35.040,00	2.090,00	15.330,00	52.460,00
2027	40.880,00	2.436,00	17.885,00	61.201,00
2028	46.520,00	2.794,00	20.440,00	69.754,00

Vir: (Lastni vir)

Tabela 6: Predvideni stroški poslovanja podjetja po letih (od leta 2025–2028)

Strošek	Leto			
	2025	2026	2027	2028
Material hrana in pijača	3.577,00	5.365,00	6.260,00	7.154,00
Stroški čistil in toaletnega pribora	1.200,00	1.600,00	1.800,00	2.000,00
Stroški reklame in promocije	800,00	900,00	1.000,00	1.100,00
Stroški elektrike, vode, ogrevanja	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.000,00
Stroški vzdrževanja	1.000,00	1.200,00	1.400,00	1.600,00
Stroški drugih storitev	500,00	600,00	700,00	800,00
Stroški plač in drugih stroškov dela	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00
Stopnja amortizacije 5 % letno	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00

Vir: (Lastni vir)

3.4 Kritična tveganja in problemi

Podjetje je med kritična tveganja in probleme uvrstilo:

- pojav negativnih trendov v panogi gostinstva in turizma,
- znižanje cen pri konkurenci,
- nedoseganje načrtovanega obsega prodaje,
- težave pri zagotavljanju finančnih sredstev,
- pojav plačilne nesposobnosti med poslovanjem.

Zaradi zgoraj navedenih tveganj se je vodstvo podjetja kot dober gospodar zavezalo, da bo nenehno bdelo nad analizo okolja in lastnih notranjih virov, da bo nenehno zagotavljalo najvišjo možno kakovost storitev ter vzpodbujalo pozitivno notranjo klimo.

3.5 Pričakovane spremembe na delovnem mestu

3.5.1 Uvajanje novih znanj in veščin

Uvajanje na vseh področjih bomo v začetku izvedli lastniki sami – najprej se bomo vodilni podučili o vseh novostih, ki jih prinaša dejavnost nastanitvenih objektov, kasneje bomo pridobljeno lastno znanje na internih izobraževanjih prenesli na obstoječe zaposlene. Tako

trenutno dodatnih stroškov in najemov strokovnjakov ne načrtujemo, razen na področju varstva in zdravja pri delu.

Ocenjujemo, da bomo potrebovali naslednja nova znanja in veščine:

- uporaba računalniškega programa za vpis rezervacij,
- učenje cenika turističnih taks v občini Gornja Radgona za izdajo potrebnih računov,
- učenje cenika nastanitev,
- učenje postopkov zdravstveno-higienskega režima ter dajanje navodil v zvezi z bivanjem hišnih ljubljencev,
- nova znanja uporabe namenskih čistil in čistilnih pripomočkov za čistilko (ločeni čistilni pripomočki za restavracijo in prenočišča),
- varnost in zdravje pri delu (za del nastanitvenih kapacitet).

3.5.2 Vpliv sprememb na delovnem mestu na zaposlene

Naši zaposleni so že večji ustreznega strokovnega vljudnostnega vedenja do gostov, ki pa ga bodo znali prenesti tudi na goste v nastanitvenem objektu. Kljub temu bodo za trenutno zaposlene nastopile nekatere novosti:

- prilagojen/nov delovni čas, glede na to, da bo v restavraciji možnost koriščenja zajtrkov za goste prenočišč,
- dnevno spremljanje rezervacij terminov za dan naprej (spremljanje računalniškega programa) v smislu zagotavljanja ustreznega delovnega urnika (priprava zajtrka), pravočasna priprava in skrb za urejenost sob (čistilka).

3.6 Tržna raziskava in analiza

3.6.1 SWOT analiza

Tabela 7: SWOT analiza

Prednosti (notranje okolje)	Slabosti (notranje okolje)
- Družinsko podjetje – večgeneracijsko okolje za doseg in razumevanje različnih segmentov kupcev, - strateška umestitev prenočišč v obmejno območje z Avstrijo, - raznolikost naravnega okolja na majhnem področju, - dobra prometna dostopnost, - varna in mirna destinacija, - možnost celoletne uporabe zaradi ugodne klime, - zdraviliški turizem širšega okolja, - tradicija vinogradništva, - sejemski turizem, - visoka strokovna usposobljenost osebja in večletne podjetniške in gastronomske izkušnje, - zunanji prostor: vrt/terasa v sobah v pritličju; velika terasa in vrt z otroškimi dvigali na neposrednem dvorišču restavracije Casa del Nonno, - dostopnost: večje parkirišče, - notranji prostor: prijetne in sodobno urejene sobe, - konkurenčne cene, - dobra organizacijska klima in pripadnost zaposlenih, - inovativna in zagnana vodstvena ekipa, - svetovalno-nadzorni odbor z odličnimi izkušnjami v prodaji in marketingu, - poznavanje tujega jezika zaposlenih (nemščine) kot posledica lokacije.	- Premajhne investicije v prostočasne dejavnosti v bližini, - pasivno sodelovanje med različnimi turističnimi ponudniki, - premalo vlaganj manjših podjetnikov v razvoj turizma, - premajhna povezanost ponudnikov z večjimi območji, - prenizko zavedanje potencialov naravne dediščine, - neprepoznane dobre ideje, - zadolženost podjetja, - dejavnost osredotočena na ponudbo prenočišč in restavracijo ter manj aktivne vključenosti v neposredno ponudbo oz. izvedbo dodatnih možnosti preživljanja prostega časa v našem kraju.

Priložnosti (zunanje okolje)	Nevarnosti (zunanje okolje)
- Razvoj in preboj turistične destinacije Gornja Radgona – mesto sejmov in penine, - razvojna usmeritev v turistično ponudbo, - razvoj bližnjih letališč (Graz, Zagreb, Ljubljana), - novi in dodatni finančni viri države za zagon gostinsko-turistične panoge, - sodobna infrastruktura.	- Odprtje novih, konkurenčnih restavracij in ponudnikov prenočišč, - ponovno zaprtje meje zaradi pandemije koronavirusa, - padec kupne moči in povpraševanja zaradi finančne, socialne oz. gospodarske krize, - padec povpraševanja zaradi omejevalnih ukrepov države za preprečevanje okužb, - povečano onesnaževanje okolja zaradi prihoda večjega števila turistov.

Vir: (Lastni vir)

3.6.2 Tržni cilji

Cilj podjetja je čim hitrejši lansiranje ponudbe prenočišč na trg ter primerna ponudba tako podjetnikom (poslovnim partnerjem) kot tudi individualnim, končnim kupcem. Tržni cilji ponudbe prenočišč so nudenje prenočišč slovenskim, avstrijskim in drugim tujim gostom, ki si želijo na oddih izven velikih mest in želijo na majhnem geografskem območju videti in izvajati čim več naravnih, kulturnih in športnih aktivnosti. Prenočišča želimo ponuditi poslovnim partnerjem okoliških podjetij, izletnikom, športnikom, ki se mudijo v našem kraju, ali samo obiskovalcem naše restavracije.

Ocenjujemo, da bodo najemniki naših kapacitet od nas pridobili kakovostno storitev, ki bo udobna, poceni, v njej pa bo na voljo tako brezplačni dostop do interneta, brezplačna uporaba parkirišča ter že prej omenjena dodatna ponudba, kot npr. najem koles, kolesarske opreme idr. Dodatna ponudba hrane in pijače znotraj lastne restavracije pa bo dodatni razlog za odločitev za bivanje pri nas. Ključno vlogo pri tem bo igralo prijazno osebje, ki bo usmerjeno k zadovoljitvi kupca/koristnika nastanitvenih kapacitet.

3.7 Marketinško komuniciranje

Ocenjujemo, da bodo prenočišča Fratoria in restavracija Casa del Nonno kakovostna enakovredna sinergista v ponudbi gostinske ponudbe v Gornji Radgoni in Pomurski regiji.

Marketinško komuniciranje za celotno ponudbo podjetja bo ostalo nespremenjeno - za pospeševanje prodaje bomo uporabljali že obstoječa tržno-komunikacijska orodja, ki so predstavljena v tabeli 7. Tako se bo podjetje posluževalo strategije lastnega časovnega vložka in znanja, s kombinacijo minimalnega denarnega vložka v neposredno oglaševanje.

Marketinška strategija podjetja je in bo primarno temeljila na spletnem oglaševanju, kjer je podjetje prisotno s svojo lastno, sodobno izdelano spletno stranjo <https://casadelnonno.si/>. Obstoječe podjetje je že prisotno na socialnih omrežjih Facebook, Instagram, Google Places, TripAdvisor in Booking, kar bo pa, skladno z novo dejavnostjo, v prihodnje še razširjeno.

Za oglaševanje prenočišč bo podjetje ažuriralo velik transparent, ki stoji na mostu čez reko Muro, ki meji na Avstrijo. Ažuriralo bo zloženke, ki so in bodo vedno na voljo na Pomurskem sejmu, v Turistično informacijskem centru Gornja Radgona, obmejni trgovini Kompas shop ter pri avstrijskih ponudnikih namestitev. Vse oblike tržnega komuniciranja bomo prevedli v nemški in angleški jezik.

Tabela 8: Oblike marketinškega komuniciranja

Oglaševanje	Pospeševanje prodaje	Odnosi z javnostmi	Osebna prodaja	Neposredno trženje
Plakati, letaki, oglasne deske, napovednik v glasilu, mejling, Facebook, Instagram, Booking.	Nagradne igre, žrebanja, vezana prodaja, tematska ponudba, paketna ponudba.	Sponzorstvo, Objave, odnosi s krajevnim okoljem, poslovno lobiranje.	Osebna prodaja, dodatna ponudba v lokalni.	Neposredna pošta, Facebook, Instagram.

Vir: (Lastni vir)

Oglaševanje

Oglaševanje je do sedaj potekalo z letaki, zloženkami, plakati, brezplačnimi objavami na socialnem omrežju Facebook ter lokalnem radiu Maxi. V podjetju se zavedamo, da je najboljša reklama tista, ki jo prenese zadovoljen gost, ki prepozna pestrost in kakovost storitev ter trud zaposlenih in prenese dobro ime potencialnim gostom. K temu bomo v podjetju stremeli še naprej.

Oglaševanje podjetja bo v bodoče potekalo premišljeno, s poudarkom na minimalnem denarnem vložku v neposredno oglaševanje ter čim večjem dosegu kupcev, zaradi česar bodo tiskani mediji zapisani v slovenskem, angleškem in nemškem jeziku.

3.8 Pričakovani cilji projekta

Osnovni cilj projekta je povečanje obstoječe ponudbe podjetja, razširiti nastanitveno/turistično ponudbo mesta Gornja Radgona ter povečanje dobička podjetja GTR d. o. o. V zvezi s tem smo na podlagi projekcij stroškov, prihodkov in odhodkov, izdelali naslednji prikaz poslovnega uspeha v letih od 2025–2028.

Tabela 9: Projekcija poslovnega uspeha

Postavka za poslovno leto	LETO			
	2025	2026	2027	2028
A. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	34.876,00	52.460,00	61.201,00	69.754,00
I. Čisti prihodki od prodaje na domačem trgu	34.876,00	52.460,00	61.201,00	69.754,00
II. Čisti prihodki od prodaje na trgu EU				
III. Čisti prihodki od prodaje na trgu izven EU				
B. DRUGI POSLOVNI PRIHODKI				
C. KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA	34.876,00	52.460,00	61.201,00	69.754,00
D. POSLOVNI ODHODKI	28.077,00	32.065,00	36.160,00	39.654,00
I. Stroški blaga, materiala in storitev	11.077,00	14.665,00	17.160,00	19.654,00
1. Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala				
2. Stroški porabljenega materiala	8.777,00	11.965,00	14.060,00	16.154,00
2.1. Stroški surovin in osnovnega materiala	7.577,00	10.365,00	12.260,00	14.154,00
2.2. Stroški pomožnega materiala	1.200,00	1.600,00	1.800,00	2.000,00
2.3. Stroški nadomestnih delov za osnovna sredstva				
2.4 Drugi stroški materiala				
3. Stroški storitev	2.300,00	2.700,00	3.100,00	3.500,00
3.1. Stroški promocijskih aktivnosti	800,00	900,00	1.000,00	1.100,00
3.2. Stroški storitev pri izdelavi proizvodov				
3.3. Stroški prevoznih storitev				
3.4. Stroški storitev v zvezi z vzdrževanjem	1.000,00	1.200,00	1.400,00	1.600,00
3.5. Stroški najemnin				
3.6. Stroški drugih storitev	500,00	600,00	700,00	800,00
II. Stroški dela	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00

1. Stroški plač				
2. Stroški pokojninskih zavarovanj (dodatno pokojninsko)				
3. Stroški drugih zavarovanj				
4. Drugi stroški dela				
III. Odpisi vrednosti, amortizacija	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
1. Neopredmetena sredstva				
2. Opredmetena osnovna sredstva	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
2.1. Poslovni prostori/zgradba				
2.2. Oprema, vozila, mehanizacija				
2.3. Računalniki in računalniška oprema				
2.4. Drugo				
IV. Drugi poslovni odhodki				
E. DOBIČEK ali IZGUBA IZ POSLOVANJA	6.799,00	20.395,00	25.041,00	30.100,00
F. FINANČNI PRIHODKI (obresti in deleži)				
G. FINANČNI ODHODKI (obresti in drugi odhodki)				
H. DRUGI PRIHODKI				
I. DRUGI ODHODKI				
J. CELOTNI DOBIČEK ali CELOTNA IZGUBA	6.799,00	20.395,00	25.041,00	30.100,00
K. DAVEK IZ DOBIČKA	1.292,00	3.875,00	4.758,00	5.719,00
L. ODLOŽENI DAVKI				
M. ČISTI DOBIČEK ali ČISTA IZGUBA	5.507,00	16.520,00	20.283,00	24.381,00
N. POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH NA PODLAGI DELOVNIH UR	0,5	0,5	0,5	0,5
O. ŠTEVILO ZAPOSLENIH NA DAN 31.12				

Vir: (Lastni vir)

Iz tabele 9 je razvidno, da bo razširitev poslovne dejavnosti podjetja glede na projekcije, podjetju prinesla dobiček, ki se bo, v primerjavi s prvim letom razširjene dejavnosti, do četrtega leta obratovanja povečal za približno 5-krat.

Na podlagi zapisanega smo izpolnili v diplomskem delu zastavljene teoretične in raziskovalne cilje. V nadaljevanju prikazujemo odgovore na zastavljena raziskovalna vprašanja in raziskovalne hipoteze.

Raziskovalna vprašanja:

Raziskovalno vprašanje 1 se je glasilo: Ali je ideja o investiciji prenočišča smotrna?

Na podlagi projekcije poslovnega uspeha, iz katerega je razvidno, da bo poslovni izid za podjetje vsako leto pozitiven, ocenjujemo idejo o investiciji v prenočišča kot smotrno.

Raziskovalno vprašanje 2 se je glasilo: Kako zagotoviti potrebna sredstva za investicijo?

Ocenjujemo, da ima podjetje dovolj lastnih sredstev za izpolnitev ideje oziroma realizacijo načrtovanih finančnih stroškov. V kolikor bo v času realizacije možno pridobiti nepovratna sredstva, se bo podjetje prijavilo na morebitni razpis.

Raziskovalno vprašanje 3 se je glasilo: Kako usposobiti obstoječi kader za dodatno dejavnost?

Ocenjujemo, da se bomo morali v času priprav na odprtje prenočišč najprej vsi vodilni podjetja seznaniti z vsemi pomembnimi in potrebnimi novostmi na področju zakonodaje (tržna in davčna zakonodaja, zdravstveno-higienski režim), kasneje pa bomo morali poznana dejstva in novosti prenesti na naše zaposlene. V kolikor bo le-to izvedljivo, bomo poskusili s prebiranjem literature in inšpekcijami v fazi pridobivanja dovoljenj predebatirati pomembne novosti in tako pridobiti potrebna znanja. V kolikor bo potrebno, bomo na trgu poiskali strokovno usposobljena podjetja, ki jih bomo po potrebi najeli za izvedbo izobraževanj, na katerih bomo prisotni tako vodilni, kot tudi vsi naši zaposleni.

Raziskovalne hipoteze:

H1 se je glasila: Dodatna ponudba prenočišč bo podjetju zagotovila večji dobiček iz poslovanja v roku 4-ih let od pričetka trženja prenočišč.

Iz bilance uspeha (tabela 9) izhaja, da bo podjetje od prvega leta naprej poslovalo pozitivno, njen čisti dobiček se bo iz 5.507,00 € v letu 2025, do leta 2028 povečal na 24.381,00 €.

Ocenili smo, da se bo zasedenost prenočišč iz leta v leto povečevala in bo v prvem letu 20 %, v prvih 4 letih pa se bo povzpela do 40 %. Ocenjujemo tudi, da se bodo gostje poslužili vsaj enega ponujenega obroka hrane/prenočitev, zaradi česar se bo povečal dobiček tudi iz poslovanja restavracije. Na podlagi navedenega, lahko prvo raziskovalno hipotezo potrdimo.

H2 se je glasila: S ponudbo prenočišč se bodo povečali prihodki restavracije, saj bomo gostu poleg prenočišča nudili tudi bogato ponudbo hrane in pijače.

Glede na dejstvo, da bomo v sosednji stavbi s prenočišči ponujali vse tri obroke kakovostne hrane in pijač, ki bodo ob koriščenju prenočišč za goste finančno ugodnejša na podlagi ponujenih popustov, kar smo tabelarično predstavili v tabeli 4, iz katere je razvidno, da bodo prihodki od prodaje hrane na podlagi projekcije naročil hrane gostov iz prenočišč, znašali v prvem letu 10.220,00 € in se do leta 2028 povišali na 20.440,00 €/letno. Na podlagi navedenega, lahko drugo raziskovalno hipotezo potrdimo.

H3 se je glasila: Na področju občine Gornja Radgona primanjkuje prenočišč.

Iz strategije občine Gornja Radgona na področju turizma izhaja, da je nastanitvenih kapacitet v občini Gornja Radgona premalo (Občina Gornja Radgona, 2016), zaradi česar lahko raziskovalno hipotezo 3 potrdimo.

H4 se je glasila: Ponudba prenočišč bo zahtevala dodatna znanja in veščine zaposlenih, kar bo vplivalo na spremembe na delovnem mestu.

S tem, ko bomo vstopili v novo vrsto gostinske dejavnosti, bodo potrebna dodatna znanja in veščine vseh zaposlenih, ki bodo vključeni v aktivnosti storitve oddajanja prenočišč, kar bo vplivalo tako na časovno komponento/tempo dela kot tudi na prilagajanje delovnega časa in tudi na zahtevano dodatno znanje iz požarne varnosti in varstva pri delu ter zdravstveno-higienskega režima (prikazano v poglavju 3. 5. 1 uvajanje novih znanj in veščin), zaradi česar lahko četrto hipotezo potrdimo.

3.9 Terminski plan izvedbe projekta

V adaptacijo obstoječe stavbe, katero nameravamo rekonstruirati in pripraviti za namene oddaje sob, bomo, glede na potrebni obseg del, vključili lokalna podjetja in manjše obrtnike z visokimi referencami in lastnimi kadri.

Ocenjujemo, da so vsa dela lahko končana do 1.1.2025, in sicer v naslednjem časovnem terminu (tabela 10).

Tabela 10: Terminski plan izvedbe projekta

Potrebna aktivnost	Terminski plan
Pridobitev soglasij in gradbenega dovoljenja	Marec 2024
Pridobitev predračunov izvajalcev	Marec 2024
Izbira izvajalcev in dogovori za izvedbo del	April 2024
Dokončanje vseh del na objektu	September 2024
Nakup opreme in montaža	Oktober 2024
Usposabljanje delavcev	November 2024
Aktivnosti v zvezi s promocijo	November 2024
Otvoritev	Januar 2025

Vir: (Lastni vir)

3.10 Krovna tema – okrevanje gospodarstva

Turizem je bil po vsem svetu vedno pomemben za nove poslovne priložnosti in gospodarski razvoj (O'Halloran & Alley, 2015). Turizem združuje različna gospodarska področja kot so gostinstvo, promet, trgovine, osebne, športne, rekreacijske storitve idr., ki pomembno vplivajo na bruto domači produkt (v nadaljevanju BDP) in tako v svetu kot v Sloveniji, predstavlja okrog desetino BDP. Turistična ponudba v Sloveniji se je od leta 2010 do leta 2019 hitro povečevala. Sprva je bil v porastu obisk tujih turistov, v letu 2015 pa se je začel povečevati tudi odstotek domačih turistov, pri čemer je, na podlagi podatka iz leta 2017, večina domačih turistov bivalo v zdraviliških občinah (Koprivnikar Šušteršič, 2020).

Turistična industrija je občutljiva na naravne in človeške izredne dogodke (Ping Tseng & Petrick, 2007). Pandemija COVID-19 je pretresla svetovno gospodarstvo in sprožila največjo svetovno gospodarsko krizo v več kot stoletju (The World Bank, 2023). Povzročila je globalne izzive, gospodarske in zdravstvene krize ter pustila učinke na svetovni industriji, vključno s turizmom in potovanji, ki največ prispevata k storitveni industriji po vsem svetu. Turizem in industrija s preživljanjem prostega časa sta postali zaradi pandemije covid-19 najbolj prizadeti panogi, z več kot 50 % izgubo prihodkov. Turizem namreč vedno znova doživlja najhujše

udarce različnih dejavnikov, kot so bolezni, epidemije, sezonske gripe, globalne pandemije idr. Turistična industrija se sooča z ogromnimi negativnimi posledicami velikih kriznih dogodkov, vključno s svetovnim finančnim krčem v letih 1997 in 2008 (Abbas, Mubeen, Terhemba Iorember, Raza, & Mamirkulova, 2021). Vse to namreč negativno vpliva na ravnanja turistov, kot tudi na njihovo duševno počutje (Bauer, in drugi, 2021).

V začetku pandemije covida-19 je bilo reševanje življenj absolutna prioriteta, kasneje pa se je bilo potrebno spopasti tudi s procesom okrevanja turistične industrije ob stalnih omejitvah mednarodnih in domačih potovanj (Assaf & Scuderi, 2020), ki pa so trenutno že vsa odpravljena.

Od pandemije covid-19 naprej, bi morali ponudniki turističnih ponudb ne le staviti na povečanje števila obiskovalcev, temveč na izboljšanje udobja storitev kot npr. izboljšati potovanja, prilagoditi storitve, ohranajati dostopne cene ipd. Turistična industrija bo v sledi tega morala razmisliti in bdeti k začetku prenov hotelov, izboljšati kakovost osebja, poenostaviti prodajo turističnih skupin in prijave strank ter preiti na digitalno tehnologijo. Posebno pozornost bo potrebno nameniti družinski zabavi s posebnimi programi za otroke, mladostnike, razvoju posebnih menijev, zabavnih programov idr. Prišel je namreč čas za repozicioniranje turistične industrije v turistične produkte (Abbas, Mubeen, Terhemba Iorember, Raza, & Mamirkulova, 2021).

Za izhod iz vsakršne krize, je pomemben načrt. Pomembno je, da imajo vlade, lokalni načrtovalci, turistične organizacije in drugi, ki sodelujejo pri načrtovanju obvladovanja različnih kriz, strategije za obnovo turizma kot enega glavnih delov njihovega splošnega načrta, ki ga lahko uporabijo za pomoč pri okrevanju gospodarstva, v katerem živijo med krizo. Imeti morajo sistem kriznega upravljanja, ki je dinamičen in spreminjajoč se proces, ki potrebuje strukturo, načrtovanje in izvajanje (O'Halloran & Alley, 2015).

Na podlagi zavedanja slovenske vlade, je v sklopu ministrstva za gospodarstvo, turizem in šport ter ministrstva za kulturo, nastal *Načrt za okrevanje in odpornost*, ki zajema področje trajnostnega razvoja slovenskega turizma, vključno s kulturno dediščino, s ciljem odzvati se na posledice pandemije covida-19 in zagotovitvijo okvira za trajnostni in digitalni prehod slovenskega turizma, podatkovno podprto odločanje in butični turizem z visoko dodano vrednostjo (Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport & Ministrstvo za kulturo, 2023).

Svetovne vlade bi se morale za okrevanje turizma osredotočiti se na ponudbo brezobrestnih posojil, zajamčenih posojil, prilagodljivih hipotek, ustvarjanju možnosti financiranja in

nepovratnih subvencij turističnim in z njimi povezanim podjetjem. Nadalje bi vlade morale zagotoviti sredstva za promocijo turističnih destinacij, uvesti davek na okrevanje od Covid-a ter nadzirati morebitne plenilske vlagatelje za zaščito tistih podjetij, ki so zaradi krize oslabela (Assaf & Scuderi, 2020). S skupnimi naporimi vseh deležnikov turistične ponudbe menimo, da lahko turizem znova zaživi.

4 SKLEP

Ne kot odgovor na gospodarsko krizo, ki jo je predvsem turizmu in gostinstvu ter seveda tudi nekaterim drugim panogam v državi in širše po svetu povzročila pandemija covida-19, ampak kot priložnost poslovnih izboljšav, smo za svoje družinsko podjetje prišli do ideje o razširitvi lastne gostinske ponudbe, na področje nujenja prenočišč. Menili smo, da imamo za to zelo dobre pogoje ter da je naša ideja koristna ne samo za nas, pač pa tudi širše. Da bi dobili realen vpogled v lastno idejo, smo morali kot dober gospodar dobro premisliti vsak korak, ki ga bo v doseganje cilja potrebno narediti. Najprej smo svojo poslovno idejo/priložnost skrbno opredelili, si zastavili cilje, preverili lastne vire, nato pa smo pristopili h kompleksnejšemu načrtovanju in vrednotenju končnih učinkov poslovne ideje. Naša ideja je dozorevala nekaj let, v času pandemije covida-19 nekoliko zastala, pa vendar nas je ob koncu pandemije spet opogumila, da se je lotimo. Zavedali smo se, da za vrednotenje svoje ideje potrebujemo skrben poslovni načrt, katerega sem se lotila in ga izdelala v sklopu svoje diplomske naloge.

Glavni cilj diplomske naloge je bil ugotoviti smotrnost razširitve poslovne dejavnosti podjetja. GTR d. o. o., ki zaradi lastništva obstoječe, trenutno nenaseljene stavbe ob sedANJI restavraciji, predstavlja dober temelj za širjenje podjetja v smer ponudbe prenočišč, kar je poslovna ideja podjetja.

Na podlagi izdelanega poslovnega načrta smo lahko odgovorili na zastavljene raziskovalne cilje, raziskovalna vprašanja in raziskovalne hipoteze. Potrdili smo prvo raziskovalno hipotezo, ki se je glasila »dodatna ponudba prenočišč bo podjetju zagotovila večji dobiček iz poslovanja v roku 4-ih let«. Potrdili smo tudi drugo hipotezo, ki se je glasila »s ponudbo prenočišč se bodo povečali prihodki restavracije, saj bomo gostu poleg prenočišča nudili tudi bogato ponudbo hrane in pijače«. Da na območju Gornje Radgone primanjkuje prenočišč, je bila naša tretja raziskovalna hipoteza, ki smo jo v diplomski nalogi potrdili; potrdili pa smo tudi četrto raziskovalno hipotezo, ki se je glasila »ponudba prenočišč bo zahtevala dodatna znanja in veščine zaposlenih, kar bo vplivalo na spremembe na delovnem mestu«, kar pa bomo, v kolikor bo to le mogoče, uredili v lastni režiji.

Ob ugotovitvi, da v samem centru mesta Gornja Radgona primanjkuje nastanitvenih objektov in na podlagi dejstva, da se obstoječa stavba za namene prenočišč, skupaj z restavracijo, nahaja v samem centru mesta, v neposredni bližini sosednje Avstrije, ter prikazane projekcije

poslovnega izida podjetja, menimo, da je izvedba ideje podjetja k razširitvi sedanje gostinske ponudbe smotrna investicija.

Ocenjujemo, da bomo lahko poslovni načrt realizirali v roku 2 let, s predvidenimi finančnimi sredstvi, ter da bomo lahko v letu 2025 slovesno odprli naša prenočišča ter pričeli s sprejemom prvih gostov.

Menimo, da bo investicija in zagon razširjene dejavnosti doprinesla ne samo k dobičku podjetja, ampak tudi k prepoznavnosti Gornje Radgone. Z razširitvijo osnovne dejavnosti podjetja GTR d. o. o. menimo, da bodo tako destinacija, širša ponudba in kakovostne storitve tiste, zaradi katerih se bodo gostje radi vračali v Gornjo Radgono, da bodo v njej doživljali in o njej hranili lepe spomine, ki jih bodo prenesli naprej in še dlje. Le to je dokaz kakovosti, h kateri bdimo in zaradi česar vemo, da nas gostje cenijo. Kakovost pa ni samoumevna in se ne zgodi skozi noč, potrebno jo je graditi, si dnevno prizadevati zanjo, jo nadgrajevati. Tako ne le da na trgu obstaneš, ampak tudi rasteš. In naša poslovna ideja ena izmed dokazov, da si tega želimo, uresničevanje naše priložnosti pa bo dokaz, da to tudi zmoremo.

Vodilo podjetja GTR d. o. o. je in bo ponudba pestre kulinarične izkušnje ter kakovostnih prenočišč gostom, ki bodo želeli preživljati svoj prosti čas izven vrveža velikih mest. Vemo, da naši sedanji gostje čutijo našo zavezanost njim, zato verjamemo, da bodo to občutili tudi gostje naših prenočišč.

5 VIRI, LITERATURA

- Abbas, J., Mubeen, R., Terhemba Iorember, P., Raza, S., & Mamirkulova, G. (2021). Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 1–12.
- Ajpes. (25. julij 2023). *Register nastanitvenih obratov*. Pridobljeno s <http://www.ajpes.si/RNO/Ajpes.RNO/vpogledIskanje>
- Assaf, A., & Scuderi, R. (2020). COVID-19 and the recovery of the tourism industry. *Tourism Economics* 26(5), 731–733.
- Bauer, A., Garman, E., McDaid, D., Avendano, M., Hessel, P., Diaz, Y., & Evans-Lacko, S. (2021). Integrating youth mental health into cash transfer programmes in response to the COVID-19 crisis in low-income and middle-income countries. *Lancet Psychiatry*, 340-346.
- Dvoršek, R. (2020). *(Z)najdi se v podjetništvu*. Krško: Zavod za izboljšanje kvalitete življenja in razvoj.
- Eler, K. (2011-2012). *Osnove gostinstva in turizma, gradivo za interno uporabo*. Radovljica: Ljudska univerza Radovljica.
- Koprivnikar Šušteršič, M. (2020). *Vpliv epidemije Covid-19 na turistično dejavnost*. Ljubljana: Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj.
- KULTprotur. (2023). *Gostinsko-turistična karta občine Gornja Radgona*. Pridobljeno s <https://www.kultprotur.si/uploads/files/dokumenti/gostinsko-turisticna-karta-obcine-gornja-radgona.pdf>
- Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport & Ministrstvo za kulturo. (4. oktober 2023). Pridobljeno s <https://www.gov.si/zbirke/projekti-in-programi/nacrt-za-okrevanje-in-odpornost/o-nacrtu-za-okrevanje-in-odpornost/pametna-trajnostna-in-vkljucujocarast/c3k11-trajnostni-razvoj-slovenskega-turizma-vkljucno-s-kulturno-dediscino/>
- Nemec Rudež, H., & Bojnec, Š. (2007). *Ekonomika turizma*. Portorož: Univerza na Primorskem, Turistica - visoka šola za turizem.

- Občina Gornja Radgona. (2016). *Strategije razvoja občine Gornja Radgona 2017–2023*. Gornja Radgona: PORA - razvojna agencija Gornja Radgona.
- Občina Gornja Radgona. (2023). *Splošno o občini*. Pridobljeno s <https://www.gor-radgona.si/o-obcini/predstavitev/splosna-predstavitev-obcine/>.
- O'Halloran, R., & Alley, N. (2015). Tourism Recovery in the Crisis Management Plans: Natural disasters. *Journal of Hospitality & Tourism Cases*, 31–33.
- Ping Tseng, Y., & Petrick, J. (2007). Crisis Management Planning to Restore Tourism After Disasters. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1–20.
- Pinterest. (22. marec 2023). *Hotel room*. Pridobljeno s Pinterest: <https://www.pinterest.com/terrytse/hotel-room/>
- Štakul Petkovšek, J. (2020). Ideje za preživetje turizma, gostinstva in kmetijstva po koroni. *Finance manager, Kmetijstvo & turizem*, 1–48.
- Taizeng, R., Can, M., Reddy Paramati, S., Fang, J., & Wu, W. (2019). The Impact of Tourism Quality on Economic Development and Environment: Evidence from Mediterranean Countries. *Sustainability*, 1–18.
- The World Bank. (2023). *The economic impacts of the COVID-19 crisis*. Pridobljeno s <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>
- World Tourism Organization. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. Pridobljeno s <https://www.unwto.org/tourism-statistics/on-basic-tourism-statistics-irts-2008>
- Zakon o gostinstvu - uradno prečiščeno besedilo. (10. oktober 1995). *Uradni list RS, št. 26 (21. 12. 1994)*. Pridobljeno s <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO393>