

**Hotel za živali, Fauna d. o. o.**

»Živimo v sožitju z živalmi«

Aplikativni inovacijski predlog in projekt

Raziskovalna naloga

**AVTORJI:**

Kaja Smolinger

Luka Kokot

Nina Bošnjak

**MENTORICI:**

Vesna Trančar, prof.

Vida Vidovič, prof.

## KAZALO

1.	UVOD .....	5
2.	TEORETIČNI DEL .....	6
2.1	Podjetništvo in podjetnost .....	6
2.2	Podjetništvo .....	6
2.3	Poslovni načrt .....	6
3.	APLIKATIVNI INOVACIJSKI PREDLOG OZ. PROJEKT .....	8
3.1	Poslovni načrt Fauna, d.o.o. ....	8
3.1.1	Problemi ljudi - izhodišče za poslovno idejo.....	8
3.2	Vitki okvir .....	11
3.2.1	Izvirnost ideje .....	12
3.2.2	Potencial ideje .....	13
3.2.3	Pričakovani poslovni učinki .....	13
3.2.4	Odnos realizacije ideje do družbenega in naravnega okolja.....	15
3.1	Namen, cilji in osnovne trditve .....	18
3.2	Predpostavke in omejitve obravnave.....	19
3.3	Raziskovalne metode.....	20
3.4	Rezultati.....	20
4.	RAZPRAVA .....	28
5.	ZAKLJUČEK.....	30
6.	LITERATURA IN VIRI.....	31

## **Kazalo slik**

Slika 1: Pričakovani finančni rezultat.....	14
Slika 2: Joga .....	15
Slika 3: Organigram .....	16
Slika 4: Plakat.....	17
Slika 5: Hišni ljubljenci .....	20
Slika 6: Vrste ljubljencev .....	21
Slika 7: Živali z rodovnikom.....	22
Slika 8: Kam z ljubljencem? .....	22
Slika 9: Pogostost obiska hotela .....	23
Slika 10: Oskrba živali .....	24
Slika 11: Cena oskrbe.....	24
Slika 12: Joga .....	25
Slika 13: Humanitarnost.....	26
Slika 14: Vrsta humanitarnosti .....	27

## **Kazalo tabel**

Tabela 1: Simulacija števila strank na dan, prihodkov in stroškov na mesec.....	13
---	----

## **Povzetek**

Naša poslovna ideja je »Hotel za živali, Fauna d. o. o.«. Gre za nastanitev za male živali, ki ponuja tako dnevno kot celostno nego hišnega ljubljénčka, rehabilitacijo z živalmi, hkrati pa se osredotočamo tudi na humanitarnost. Takšna vrsta podjetniške ideje v našem okolju še ni razvita zato v njej vidimo velik potencial. Naša posebnost je, da nudimo jogo z živalmi, ki je na slovenskem trgu novost. Menimo, da se vse več ljudi sooča s problemom, »kaj storiti z ljubljénčki, ko se odpravljamo na daljšo pot«? Gre za to, da se vedno več ljudi odloča za nakup hišnega ljubljénčka, ne zavedajo pa se obveznosti, ki pridejo skupaj z njim. Problem vsekakor vidimo tudi v velikem številu brezdomnih živali, ki potrebujejo našo pomoč.

Z našo podjetniško idejo želimo združiti podjetnost in humanitarnost. Kot mladi ekonomisti in bodoči podjetniki vidimo v delu z živalmi velik potencial. S podjetniško idejo želimo pomagati vsem lastnikom živali, ki se znajdejo v težavnih situacijah, ko ne vedo kam z hišnim ljubljénčkom. Naša inovativna ideja ponuja tudi dnevno oskrbo živali, sprehajanje živali, jogo z živalmi in izobraževanje o pravilnem ravnanju z živalmi. Naše podjetje oglašujemo tako preko spleta (<https://faunaslovenia.weebly.com/fauna-zaposleni.html>) kot preko letakov plakatov in facebooka (<https://www.facebook.com/hotelfaunaslovenija/>).

## **Summary**

Our business idea is Animal resort Fauna LLC. We offer accommodation for pets, daily comprehensive care of your pet and rehabilitation with animals. We also do charity work for animals daily. This kind of a business idea isn't developed yet in our environment and this is a great opportunity for us and our company. Our specialty is yoga with animals which is a new idea in Slovenia. We believe there are more and more people who are facing with the problem "what to do with animals when I travel"? A lot of people are buying pets but they are not aware of the obligations which come with them. We can also see the problem in a number of homeless animals that need our voice and help.

With our unique idea, we want to combine entrepreneurship and charity. As young economists and future entrepreneur we see big potential working with animals. With our idea we want to help all the owners which find themselves in difficult situations. Our innovative idea also offers daily care with animal, walking animals, yoga with animals and education on animal handling. We advertised through internet (<https://faunaslovenia.weebly.com/fauna-zaposleni.html>), through flyers and Facebook (<https://www.facebook.com/hotelfaunaslovenija/>).

## 1. UVOD

Razpisan IP sprejemamo kot izziv, da preverimo potencialne možnosti za uspeh poslovne ideje, ki ima tudi vzgojno noto, to je prebuditi v ljudeh humanost, etičnost in pozitiven odnos do živali.

V uvodu bomo poskušali predstaviti osnovne elemente poslovnega načrta za podjetje Hotel za živali, Fauna d. o. o. (v nadaljevanju Fauna). Tako bomo predstavili naše podjetje Fauna, analizo trga, analizo konkurence, opis naših storitev, načrt poslovanja in upravljanja ter simulacijo finančnih tokov. Ker je raziskava trga in preverjanje potencialnih možnosti za uspeh podjetja podlaga za dobro poslovanje podjetja v prihodnosti, smo IP sprejeli z velikim interesom, saj lahko z dodatno motivacijo za raziskavo pridobimo pristne odgovore na vprašanje, ali lahko uspemo.

Osrednja tema našega IP so živali in odnos do živali. Izhajamo iz problema, ki smo ga zaznali v naši okolici, nadaljujemo pa s postavitvijo konkretnih rešitev za zapažen problem in strategijami za doseg te rešitve.

Problema nismo zasledili le v naši okolici. Gre za problem vseslovenske regije. Trenutno še ni hotela ali druge možnosti za nastanitev za male živali v taki obliki, ki bi omogočala tako oskrbo za hišne ljubljence kot tudi za zavržene živali z možnostmi njihove rehabilitacije. Posebnost naše poslovne ideje je prav v tem, da bi podjetje Fauna nudilo celotno nego in oskrbo malih živali, od hišnih ljubljencev do živali, ki so jih ljudje zavržli. Izvirnost naše ideje dopolnjuje tudi dodatna storitev, to je rehabilitacija ljudi, ki so doživeli psihično travmo ali fizično nasilje. Rehabilitacija in zdravljenje bi namreč potekala z živalmi. Gre za specifično obliko joge, pri kateri so prisotni hišni ljubljenci. Terapije bi bile namenjene za tiste posameznike, ki so doživeli globok čustven pretres ali telesno nasilje. Verjamemo, da so brezpogojno sposobne ljubiti le živali, saj živijo predvsem za trenutek, v katerem so.

Ker smo ljubitelji živali, nam je pomembno, da v IP vključimo tudi humanitarnost in ozaveščanje mladih in starejših o pravilnem odnosih do živali. Prav v ta namen bomo organizirali najrazličnejše akcije zbiranja hrane za živali, predavanja na temo »Bodimo glas tistih, ki sami ne morejo spregovoriti, živimo v sožitju z živalmi« za osnovnošolce, srednješolce, otroke v vrtcu, tudi v domovih za upokojece in različnih društvih. Ob dnevu živali bomo organizirali dneve odprtih vrat, kjer bomo predstavili sprostivne terapije z živalmi, poskrbeli bomo za zavržene živali in živali, ki živijo v neprimernem okolju. Verjamemo, da bomo z IP in aktivnim delovanjem na področju ozaveščanja ljudi predvsem mlade nagovorili, da postanejo zavetniki živali.

## **2. TEORETIČNI DEL**

### **2.1 Podjetništvo in podjetnost**

Podjetništvo, predvsem pa podjetnost je tisto, kar danes osvaja ves svet. Je ključni dejavnik gospodarskega razvoja, povečuje konkurenco in omogoča blaginjo in izboljšanje obstoječega, saj pospešuje tehnologijo in odpira nova delovna mesta.

Vse pogosteje pa se podjetništvo osredotoča na tista področja, ki krepijo trajnostni razvoj gospodarstva.

### **2.2 Podjetništvo**

Podjetništvo je proces, ki mu podjetniki namenijo 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 et al., 2002; Sušec, J, 2008).

Podjetništvo predstavlja in obsega vse dejavnosti posameznika ali pa celotne podjetniške skupine, ki uresničujejo poslovne priložnosti in ustvarijo nove vrednosti tako, da najprej prepoznajo tržne potrebe, potem pa se učinkovito organizirajo ter pridobijo in kombinirajo vse potrebne vire. Podjetništvo je gonilna sila napredka in razvoja, ki prinaša nova delovna mesta in dodano vrednost. V središču tega procesa je podjetnik, ki s svojim vedenjem, trdim delom, močno željo po uspehu, intuicijo, znanjem in izkušnjami premika meje napredka in gradi svoje sanje (Ruzzier, 2010; Gomezelj Omerzel, 2010).

V podjetništvu se povezujejo viri, tako ljudje kot opredmetena sredstva in ta kombinacija omogoča uresničitev podjetniške priložnosti. Vahčič (2000, str. 50) razume podjetništvo kot poskus ustvariti dodano vrednost z odkrivanjem poslovnih priložnosti, obvladovanjem tveganja, ki ustreza tej priložnosti, ter s komunikacijskimi in poslovodnimi sposobnostmi in znanjem mobilizirati človeške, finančne in materialne vire, potrebne za uspeh podjetja.

### **2.3 Poslovni načrt**

Poslovni načrti, ki jih poznamo danes, so nastali predvsem na zahtevo vlagateljev, posameznikov in organizacij, od katerih podjetnik pričakuje vlaganje sredstev v njihove posle. Vlagateljem poslovni načrt pomaga pri spoznavanju primerne možnosti naložbe.

Poslovni načrt je nujno potreben, ko podjetnik želi investirati v nov proizvod oziroma storitev, ali pa mu služi kot pripomoček pri vodenju podjetja. Po Kirbyju (2003, str. 234) je bistven namen poslovnega načrta, »da pomaga ustanovitelju podjetja kristalizirati njegovo idejo ter pri tem upoštevati vse vidike posla in ugotoviti, kako se med seboj ujemajo.« Izdelava poslovnega načrta podjetniku predstavlja vodilo, ki mu pomaga pri tehtnem razmisleku oz. predstavlja prvi korak od razmišljanja do uresničitve poslovne ideje. Poslovni načrt predstavi poslovno priložnost in pokaže, kako bi podjetnik izkoristil to priložnost oz. dosegel cilje. Je tudi dokument, na podlagi katerega se potencialni investitor odloči za vlaganje v podjetnikove ideje. Poslovni načrt kot dokument je pomemben tudi za pridobitev zaupanja nadzornih svetov in lastnikov podjetja.

Poslovni načrt je običajno tista prelomnica v podjetniškem procesu, ko od razmišljanja o poslu preidemo k stvarnemu uresničevanju posla, če je poslovni načrt seveda pokazal, da poslovna zamisel

obeta dovolj donosno poslovanje, ki upravičuje vložena sredstva in čas. Poslovni načrt, ki bi potrdil, da je naša poslovna zamisel dobra, naj bi bil sprožilec procesa uresničevanja posla, ko od razmišljanja preidemo k dejanskemu podjetniškemu procesu in s tem prevzamemo resnična tveganja. Prav zato mora biti poslovni načrt dober, zanesljiv, saj na podlagi načrta porabljamo sredstva, se zadolžimo, dajemo ustrezne obljube strankam, poslovnim partnerjem in zaposlenim (Glas 2005, str. 46; Krajnc, 2010).

### 3. APLIKATIVNI INOVACIJSKI PREDLOG OZ. PROJEKT

V nadaljevanju predstavljamo izhodiščne temelje poslovnega načrta za realizacijo naše poslovne ideje Hotel za živali, Fauna, d.o.o.

#### 3.1 Poslovni načrt Fauna, d.o.o.

Naša poslovna ideja je Hotel za živali, Fauna d. o. o. Gre za nastanitev za male živali, ki ponuja tako dnevno kot celostno nego hišnega ljubljence, rehabilitacijo z živalmi, hkrati pa se osredotočamo tudi na humanitarnost in ozaveščanje ljudi o pravilnem ravnanju z živalmi. Tovrstna podjetniška ideja v našem okolju še ni dovolj razvita. V tem vidimo velik poslovni in družbeni potencial. Naša posebnost je, da nudimo jogo z živalmi, ki je na slovenskem trgu še novost. Posvečamo se tudi zavrženim živalim, ki jih oskrbimo in jim nudimo začasen dom. Ker pa menimo, da se vse več ljudi sooča s problemom, kaj storiti z ljubljenci, ko se odpravljamo na dopust, izlet, na daljšo službeno pot ali enostavno nismo doma, morda zbolimo, smo se odločili, da bomo preverili možnost obstoja hotela za živali in ga poimenovali Hotel za živali, Fauna, d.o.o. Opažamo, da se vedno več ljudi odloča za nakup hišnega ljubljence, ne zavedajo pa se obveznosti, ki pridejo skupaj z njim. Problem vsekakor vidimo tudi v velikem številu brezdomnih živali, ki potrebujejo našo pomoč.

Z našo podjetniško idejo želimo združiti podjetnost in humanitarnost. Kot mladi ekonomisti in bodoči podjetniki vidimo v delu z živalmi velik potencial. S podjetniško idejo želimo pomagati vsem lastnikom živali, ki se znajdejo v prej naštetih težavnih situacijah. Naša inovativna ideja ponuja dnevno oskrbo živali (tudi v času službe), sprehajanje živali, jogo z živalmi in izobraževanje, delavnice, seminarje o pravilnem ravnanju z živalmi. Naše podjetje oglašujemo tako preko spleta (<https://faunaslovenia.weebly.com/fauna-zaposleni.html>) kot preko letakov v nemškem, angleškem in slovenskem jeziku, preko plakatov in spletne strani facebook (<https://www.facebook.com/hotelfaunaslovenija/>).

Vizija podjetja Fauna je, da v prihodnosti razširimo obseg poslovanja tudi izven meja Slovenije ter da privabimo stranke iz Avstrije.

##### 3.1.1 Problemi ljudi - izhodišče za poslovno idejo

Naša ideja rešuje več problemov, ki smo jih zapazili v okolju. Največji problem, ki se pojavlja, je, da narašča število hišnih ljubljencev, pravih nastanitev v lokalnem okolju pa za njih ni. Zaradi visokih stroškov oskrbe živali ter sterilizacije in kastracije je vedno več tudi brezdomnih živali, ki niso same krive za svojo usodo.

V današnjem svetu se vsak dan srečujemo s stresom, boleznimi ... Zato razvijamo našo poslovno idejo v tej smeri, da poskušamo reševati tudi ta problem sodobnega časa. Ideja je, da oblikujemo povsem novo storitev za stranke. To je joga, ki pomiri tako telo kot duha. Ker nekateri ne morejo doživeti popolne koncentracije sami po sebi, nudimo jogo z živalmi. Živalska »družba« dokazano pozitivno vpliva na naše počutje in nas osrečuje. Zanimive študije dokazujejo, da imajo živali ugoden vpliv na naše zdravje. Zgodovinski zapisi pa tudi kažejo, da so že v starem Egiptu močno cenili družbo mačk. Veljalo je namreč, da kdor je ubil mačko, je moral tudi sam umreti.



### **3.1.2 Obstoječe alternative**

Zavedamo se, da nekateri lastniki hišnih ljubljencev svoje živali preprosto pustijo pri svojih sorodnikih, vendar to za vse ni mogoče. Prav tako že obstajajo hoteli za živali, ki sicer predstavljajo konkurenco, vendar pa poudarjamo, da noben ne nudi dodatne oskrbe za vse hišne ljubljence. Pomanjkljivost je tudi ta, da obstoječi hoteli obstajajo samo v osrednji Sloveniji, na Štajerskem pa ga ni. Prav zaradi tega lahko trdimo, da je naša ponudba storitev na Štajerskem edinstvena.

### **3.1.3 Najboljše stranke**

Naša ponudba je privlačna predvsem za lastnike malih živali. Kljub temu pa želimo v našem podjetju poskrbeti tudi za posvojitev zavrženih živali. Poskušali bomo spodbuditi mlade pare, družine pa tudi starejše, da v svoj dom sprejmejo eno izmed brezdomnih štirih tačk. Privabiti želimo tudi ljudi, ki si želijo sprostitev in druženja z živalmi ter pozitivne energije. Želimo doseči širši trg in prepoznavnost tako v Sloveniji kot tudi v Evropi. Naši cilji so fokusirani sicer na slovenske stranke, kasneje pa se bomo osredotočili tudi na stranke sosednjih držav. Naše potencialne stranke so vsi posamezniki oziroma lastniki malih živali, ki želijo potovati brez skrbi ali pa preprosto nimajo časa za pravilno oskrbo živali. Prav za tovrstne stranke bomo poskrbeli mi.

### **3.1.4 Rešitev**

Lastnikom malih živali ponujamo kvalitetno nego in nastanitev za njihovega ljubljence. Zavedamo se, da so ljudje pogosto prezaposleni, da bi tekom dneva skrbeli za svojega ljubljence, zato nudimo tudi dnevno nego (pasji vrtec, šola za pse, sprehodi, veterinarska oskrba in podobno). V primeru, da bi lastniki želeli odpotovati, prezahtevna nega njihovega ljubljence pa jim tega ne omogoča, bomo za živali poskrbeli mi.

Hotel za živali, Fauna d.o.o. ponuja tudi rehabilitacijo za ljudi in jogo z živalmi, ki sta novost na slovenskem trgu. Pri rehabilitaciji gre za reševanje čustvenih stisk in fizičnih poškodb, ki so posledica nasilja in zlorab. Ozdravitev je mogoča tudi s pomočjo živali. Joga z živalmi je prevzela že skoraj ves razviti svet.

Rešujemo in pomagamo tudi brezdomnim živalim, katerih število narašča zaradi drage sterilizacije in kastracije ter na splošno drage oskrbe. V okviru podjetja Fauna bomo poskrbeli za posvojitev živali z namenom, da bi živali brez doma dobile pravi dom.

Mlade poskušamo tudi ozaveščati in spodbujati k humanitarnosti z zbiralnimi akcijami, plakati, delavnicami in predavanji na temo »Bodimo glas tistih, ki sami ne morejo spregovoriti, živimo v sožitju z živalmi«. Naša ponudba zajema sprehajanje, urejanje, pasjo šolo, vrtec, ograjen izpust in mnogo drugega.

### **3.1.5 Edinstvena ponujena vrednost**

Konkurenca sicer obstaja, ampak konkurenčna ponudba ni tako obširna kot naša. Obstajajo namreč hoteli za živali, ki nudijo oskrbo psom ali pa mačk. Edini v Sloveniji nudimo oskrbo za vse male živali. Naša posebnost je, da nudimo jogo z živalmi. Med drugim smo edini hotel, ki se ukvarja tudi s humanitarnostjo in izobraževanjem. Imamo pregledno spletno stran, redno spremljamo vse informacije na e-mailu in na Facebooku. Najdete nas lahko na vseh večjih socialnih omrežjih, kjer smo dosegljivi

za vse sedanje in bodoče stranke. Naše delo in nagrade za dobro poslovanje smo do sedaj predstavili na radiu, televiziji in v časopisu.

### **3.1.6 Poti do strank, naši kanali**

Naše potencialne stranke so ljudje vseh starosti, saj so lastniki tako mladi kot starejši. To pomeni, da lahko tržimo prek spleta, časopisov, revij, radia, televizije in drugih oglaševalnih instrumentov. Naš kupec je star med 18 in 99 let, je lastnik hišnega ljubljénčka, pogosto potuje in nima veliko prostega časa.

Naše stranke lahko naučimo, kako pravilno skrbeti in ravnati z živaljo. Menimo, da bi bilo najbolj uspešno oglaševanje preko spleta, saj vse več ljudi uporablja socialna omrežja.

Oglaševali se bomo tudi z letaki, plakati po trgovskih centrih, delavnicami in seminarji na šolah, stranke pa želimo privabiti z ugodno ceno, kvalitetno oskrbo in popusti za redne stranke. Naš slogan za stranke se glasi: »Vaše štiri tačke, naša skrb«. Predstavlja našo poglobitveno dejavnost, skrb za živali, ki so ljubljene in tiste, ki so zavržene. Poudarjamo, da ne samo, da delo opravljamo kvalitetno, delamo tudi s srcem in pri našem delu je najpomembnejša ljubezen do živali.

### **3.1.7 Ključni kazalniki uspeha**

Naše potencialne stranke najdejo našo spletno stran s pomočjo oglaševanja na Facebooku. Veliko ljudi se zanima za našo storitev, saj redno prejemamo sporočila na socialna omrežja, prav tako pa ljudje ustno poizvedujejo o naših storitvah. Večina obiskovalcev naše spletne strani običajno poda svoje kontaktne podatke, kot so npr. e-mail, telefonska številka ipd.

Vsem novim strankam nudimo 50 % popust ob prvem obisku, da jim predstavimo, kako kvalitetna je naša storitev. Strankam nudimo deseti obisk zastonj. S tem želimo nagraditi stalne stranke za njihovo zvestobo in zaupanje. Prihodke oziroma zaslužen denar bomo pridobili s prodajo naših storitev. Ta denar bomo vložili v širitev in prepoznavnost podjetja. Pogostost spremljanja naših spletnih strani, število objav v medijih, število novih strank, število opravljenih delavnic in obiskov izobraževalnih institucij bodo naše ključne metrike uspešnosti in rasti. Stranke lahko našo spletno stran obiščejo, pohvalijo, podajo svoje mnenje, ocenijo našo storitev ter delijo naše objave, slike in članke o podjetju z drugimi. Stranke, ki redno podpirajo naše podjetje na socialnih omrežjih, nagradimo z malo pozornostjo.

### **3.1.8 Neulovljiva prednost naše ideje**

Naša edinstvena in unikatna prednost je ljubezen, s katero opravljamo delo, saj te ni mogoče pridobiti z učenjem. Delo opravljamo s srcem in zagnanostjo, da bodo naše stranke in njihovi ljubljénčki zadovoljni. Tega naša konkurenca ne more posnemati. Sicer bi lahko ponudili enako obširen izbor nege, aktivnosti ipd. Ampak naše izkušnje in ljubezen do živali bi pretehtale »posnemanje« naših idej. Tudi videz našega hotela je primerljiv s svetovnimi merili (več v prilogah). Pri svojem delu smo zelo strastni in zanesljivi. Naš tim je med seboj dobro povezan in se dobro razume. Naša medsebojna komunikacija je odlična, saj se poznamo že vrsto let, se skupaj učimo in sodelujemo. Prav to je tudi vrlina našega delovnega razmerja. Vsak v podjetju ima svoje znanje, s katerimi se rad izkaže na različnih področjih (poslovanje, oglaševanje, trženje, svetovanje, izobraževanje ...). Naše prve stranke so naši družinski člani, ki nas pri naši ideji močno podpirajo, finančno ali pa z različnimi svetovanji. Skupnost naših uporabnikov združuje ljubezen do živali. Naše edinstveno znanje vključuje skrb za lastne ljubljénčke, katerih lastniki smo že vrsto let, zato se spoznamo na njihove potrebe, lastnosti in

značaj. Posebnost naše lokacije je, da je na zemljišču naravni ribnik, v katerem se živali lahko sprostijo. Izhodiščna lokacija bi bila Malečnik 34 d, 2000 Maribor, saj vključuje vse pomembne attribute:

- bližina gozda,
- svež zrak,
- bližina velikega mesta,
- obilo možnosti za sprehajanje,
- potok,
- ribnik ...

Ključna prednost je popolno ujemanje s problemom strank. Zaposleni ljudje oziroma ljudje, ki radi potujejo ter imajo hišne živali, jim primanjkuje časa, se že zavedajo težav z njihovimi ljubljenci ob njihovi odsotnosti. Marsikateri je že storil prvi korak in nas kontaktiral.

**Lao Tze je zapisal:**

*»Delaj velike stvari, ko so še majhne,  
težke stvari, ko so še lahke.  
Kajti vse stvari, pa če so še tako  
velike in težke, se začnejo kot  
majhne in lahke.«*

### **3.2 Vitki okvir**

Iz preteklosti znan poslovni načrt, katerega pisanje je bilo zelo zahtevno in pogosto neučinkovito, je danes zamenjan s sodobnim poslovnim modelom v obliki diagrama na eni sami strani. Imenujemo ga vitki okvir (ang. Lean Canvas) in ga prikazujemo v prilogah, elemente tega pa posebej pojasnjujemo v nadaljevanju.

Izpolnjevanje oken vitkega okvirja je bistveno enostavnejše, pa vendar zahteva veliko kompleksnega razmišljanja in pragmatičen pristop celotnega tima. Vitki okvir je »živ« dokument, ki ga razvijamo s časom: dopolnjujemo ali popravljamo. Prednost vitkega okvirja je, da ga zapišemo kot osnutek, nato pa ga z raziskovanjem dopolnjujemo in spreminjamo v načrt, ki deluje. S prijavo na tekmovanje iz raziskovalnih nalog oziroma inovacijskih projektov smo sprejeli izziv, da vitki okvir, na katerem delujemo že drugo šolsko leto, še popestrimo in izboljšamo do te mere, da bomo lahko z njim odkrili dodatne vrzeli in jih premostili še preden se z njimi v realnosti tudi soočimo (Popri, 2018).

Ker vsaka podjetniška ideja (izdelek ali storitev) rešuje določen problem, ki ga lahko poimenujemo »bolečina« potencialne stranke (Popri, 2018), smo tudi mi izhajali iz problematike okolja, družbe, posameznikov in nenazadnje, iz problemov živali. Izhajamo iz kitajskega pregovora, ki se glasi: »Le kdor pozna koristi drugih, bo pravo korist našel tudi zase.«

Ker vemo, da je vsak, ki se sooča s specifičnim problemom, pripravljen poiskati rešitev in je za takšno rešitev pripravljen plačati, smo tudi mi razvili idejo o hotelu za živali, ki ponuja več kot ostali obstoječi hoteli. Zavedamo se, da večji kot je problem, ki ga skušamo s poslovno idejo rešiti, in več kot je ljudi, ki takšen problem ima, boljša je naša poslovna ideja (Popri, 2018).

Za lažjo predstavitev temeljnih elementov inovacijskega projekta smo izhajali iz vitkega okvirja.

### 3.2.1 Izvirnost ideje

V naši okolici, pa tudi v celotni Štajerski regiji trenutno še ni hotela ali druge oblike nastanitve za male živali. Posebnost naše poslovne ideje je, da nudimo celotno nego ljubljénčka, ki vključuje tudi sprehode, striženje, kopanje, veterinarski pregled, zdravljenje ...

Naša prednost je rehabilitacija oseb, ki so doživele psihično travmo ali fizično nasilje. Rehabilitacija bi potekala z živalmi. Rehabilitacija se nanaša na jogo, pri kateri so prisotni hišni ljubljénčki. Slednja je posebej pomembna pri čustvenih in telesnih travmah, saj nam nihče ne izkazuje take brezpogojne ljubezni kot živali.

Kot ljubiteljem živali nam je pomembno, da v projekt vključimo tudi humanitarnost, zato bomo organizirali akcije zbiranja hrane za živali, predavanja na temo »Bodimo glas tistih, ki sami ne morejo spregovoriti, živimo v sožitju z živalmi« za osnovnošolce, srednješolce pa tudi otroke v vrtcu.

Joga z izurjenimi psi in mačkami (pasma, rodovnik ...), pri čemer planiramo dve stranki na psa. Najvišja meja je 10 ljudi na seanso.

Naša ideja sloni tudi na tem, da bi zavržene, zapuščene, osamljene, zatirane živali namestili v našem podjetju, ker menimo, da se vedno najde prostor za pomoč nujno potrebnim. Poskrbeli bomo za nego, veterinarsko oskrbo in začasni dom. Tesno bomo sodelovali z zavodom PIT, ki rešuje podoben problem kot smo ga zapazili v okolju. S tem zavodom smo letos navezali že tesnejši stik, predstavili smo jim našo akcijo zbiranja hrane, ki smo jo izvedli v okviru Šolskega centra Ptuj in pokazali interes za pomoč v prihodnosti.

Izvirnost je, kot smo že zapisali, v rehabilitaciji ljudi in to s pomočjo živali, v ozaveščanju mladih o pravilnem odnosu do živali in v skrbi za zapuščene in zavržene živali. Sredstva bomo pridobivali s pomočjo donatorjev, sponzorjev iz naslova pridobitne dejavnosti in s pomočjo hotelskih storitev za male živali.

Obiskali smo tudi Zavetišče za živali Maribor, kateremu smo predali zbrano hrano in predstavili naš projekt in poslovno idejo. Skrbnik zavetišča je bil nad našim dosedanjim delom zelo navdušen, našo akcijo je objavil na njihovi spletni strani in nam ponudil pomoč pri nadaljnjem delu.

To področje proučujemo že drugo šolsko leto. Pred kratkim smo organizirali akcijo zbiranja hrane za zapuščene živali, ki se je odvijala na celotnem Šolskem centru Ptuj. V tej akciji so sodelovale vse šole, najbolj pa se je izkazal 2. letnik Elektro šole Ptuj, ki je zbral 108 kg hrane, skupaj z ostalimi šolami pa smo zbrali 118 kg hrane. Da bi pokazali, da nam je mar, kako odlično so se izkazali dijaki, smo pridobili finančna sredstva in najboljši razred nagradili s krofi. O tem, kako angažirano smo se lotili realizacije naše poslovne ideje priča tudi članek, ki smo ga objavili v časopisu Štajerski tednik 10. julija 2017 (priloga). S tem člankom smo želeli opozoriti mlade in navsezadnje tudi vso populacijo, da na svetu nismo samo ljudje temveč tudi živali, ki potrebujejo pomoč.

Izdelali smo tudi plakate z naslovom: »Bodimo glas tistih, ki sami ne morejo spregovoriti, živimo v sožitju z živalmi«.

V lanskem šolskem letu smo na spletni strani Moja anketa izdelali vprašalnik, na katerega je izmed 41 anketirancev kar 68,3 % odraslih (starih več kot 18 let) odgovorilo, da so se že znašli v situaciji, ko niso vedeli, kaj storiti z živalmi, ko so se odpravljali na potovanje. Prosili smo jih tudi, da podajo svoje mnenje o odprtju hotela za živali in naleteli na zelo pozitiven odziv.

Eden izmed anketirancev je zapisal: »Moje mnenje o odprtju hotela za živali v podravski regiji je, da je to dobra ideja, ker nima take konkurence ... Bila bi odlična rešitev, kam peljati hišnega ljubljénčka, ko greš na potovanje ...«. Drugi anketiranec pa: »Nujno potrebno! Zelo zaželeno.«

### 3.2.2 Potencial ideje

V primerjavi s konkurenco je naša ponudba veliko bolj obširna, kakovostna in ima višji higienski standard. Naše podjetje bi uporabljalo modernejšie in živalim prijazne metode, hkrati pa bi v naše delo vložili veliko ljubezni do živali.

V kolikor bi sredstva dopuščala, bi idejo razširili tako, da bi poslovno enoto odprli tudi v Šentilju, saj bi tako privabili stranke iz Avstrije. Radi bi privabili tudi stranke iz tujine, zato bi naše letake razdelili po bližnjih hotelih in privabili tudi druge turiste. Na primer, tujci, ki dopustujejo na slovenski ali hrvaški obali, bi lahko med potjo na dopust svoje hišne ljubljence pustili v našem hotelu.

Ko smo proučili trg Ptuja z okolico, smo ugotovili, da smo sami. Zato bo začetni tržni delež našega podjetja 100 %. V Mariboru sicer so podjetja, ki nudijo živalim bivanje, vendar pa nobeno ne zagotavlja nege za popolnoma vse živali. Običajno ponujajo le nego in varstvo, in še to le za pse ali samo za mačke.

Menimo, da bo povpraševanje po takšnih in podobnih storitvah vedno večje, saj se vedno več ljudi odloča za nakup hišnega ljubljence. Opazamo naraščajoč trend nakupovanja majhnih kužkov in pasemskih muc.

Glede na izvedeno tržno raziskavo menimo, da bomo s pomočjo prepoznavnosti vsako leto pridobili nove stranke na podlagi dobrega imena, dostopne cene in kakovostnih storitev. Zavedamo se, da podjetje Fauna ni veliko podjetje, kar je pozitivno, saj velika podjetja zahtevajo velike finančne vloške, veliko zaposlenih, gradnjo proizvodnih prostorov, kar povzroča velike zagonske in poslovne stroške. Naše podjetje je majhno in prilagodljivo podjetje. Zato je ideja toliko bolj uresničljiva.

Ponovno izpostavljam našo prednost pred ostalimi, in sicer, da na trgu ponujamo jogo z živalmi. Po svetovnih raziskavah povpraševanje po tej storitvi iz leta v leto raste, kar pomeni, da je ta storitev naša edinstvena prednost in priložnost, ki ima potencial tudi v Sloveniji.

### 3.2.3 Pričakovani poslovni učinki

Odprtje hotela za živali bi nam koristilo, saj bi se tako samozaposlili in s tem pridobili redni osebni dohodek.

Stroške bi znižali z donacijami v obliki zbirnih akcij, kot redne stranke pa bi bili verjetno deležni popustov pri nakupu hrane in opreme za male živali.

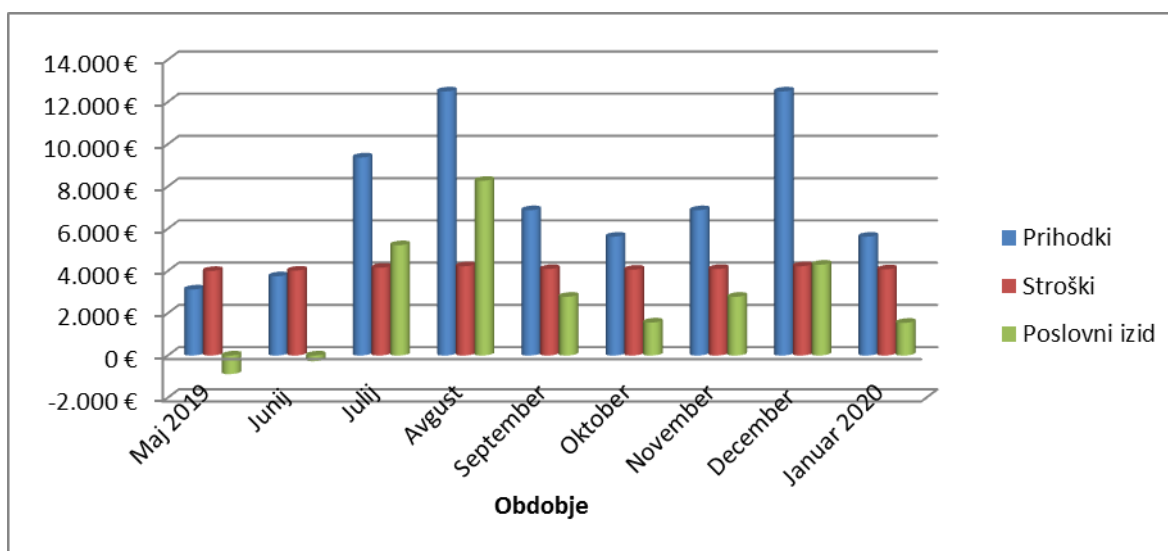
Tabela 1: Simulacija števila strank na dan, prihodkov in stroškov na mesec

	Maj 2019	Junij	Julij	Avgust	September	Oktober	November	December	Januar 2020
Povprečno število strank na dan	5	6	15	20	11	9	11	20	10
Prihodki v €	3.125	3.750	9.375	12.500	6.875	5.625	6.875	12.500	5.625
Fiksni stroški v €	3.929	3.929	3.929	3.929	3.929	3.929	3.929	3.929	3.929
Variabilni stroški v €	75	90	225	300	165	135	165	300	150
Celotni stroški v €	4.004	4.019	4.154	4.229	4.094	4.064	4.094	4.229	4.079
Poslovni izid v €	-879	-269	5.221	8.271	2.781	1.561	2.781	8.271	1.546

V tabeli 1 prikazujemo predvidene vrednosti prihodkov, stroškov in poslovnega izida, če bomo mesečno obratovali v povprečju 25 dni. Povprečna cena storitve je 25 €. Ob tej predpostavki smo izračunali prihodke. V primeru, da smo v mesecu maju pričeli s petimi strankami na dan, smo v povprečju na mesec zaslužili 3.125 €.

Simulacijo stroškov za mesec maj 2019 smo oblikovali na temelju naslednjih predpostavk: stroški bruto plače za tri zaposlene znašajo 2.529 €, drugi fiksni stroški znašajo 1.400 € (stroški amortizacije, stroški storitev, stroški zavarovanja ...), skupaj vsi stroški znašajo cca. 3.930 €. S povečanim obsegom prodanih storitev se povečujejo variabilni stroški, kar prikazujemo na tabeli 1. Predpostavljamo, da bodo variabilni stroški na enoto storitve znašali povprečno 15 €. Po izračunu fiksnih in variabilnih stroškov smo določili predvideno vrednost vseh stroškov za posamezni mesec.

Na osnovi izračunanih prihodkov in stroškov smo izračunali še poslovni izid, ki ga prikazujemo na sliki 1.



Slika 1: Pričakovani finančni rezultat

Slika 1 prikazuje stroške poslovanja od otvoritve maja 2019 dalje. Moder stolpec prikazuje naše prihodke v €, rdeč stroške, zelen pa naš poslovni izid. Stroški se skozi čas manjšajo, saj so začetne investicije večje. Vmesni narast stroškov pojasnjujemo z amortizacijo nekaterih osnovnih sredstev.

Z našo podjetniško idejo skušamo rešiti probleme vseh lastnikov hišnih ljubljencev, od tega, da ne vedo, kaj naj storijo z njimi, ko odpotujejo, do nege in sprehajanja. Ker pa vemo, da ima druženje z živalmi zelo pozitivne učinke na človeka, smo se odločili, da pomagamo ljudem, ki so doživeli duševno travmo ali fizično nasilje, ali pa si preprosto želijo sprostitev z jogo s svojim hišnim ljubljencem. Menimo, da se bo tržni delež podjetja Fauna v slovenskem prostoru na dolgi rok povečeval, saj se bomo trudili storitve opravljati z visoko kakovostjo. Pravijo, da najboljšo opraviljaš tisto delo, ki ga imaš rad, in prav zato smo se odločili, da našo ljubezen do živali pretvorimo v podjetniško idejo.

Podjetje Fauna nima le finančnih koristi. Za nas je pomembna dodana vrednost družbe na sploh. Fauna se bori za brezdomne živali, organizira zbiralne akcije za živali, ozaveščanje in informiranje mladih, prireja predavanja in seminarje o pozitivnem in pravilnem ravnanju z živalmi, ljubljenci in živalmi, ki so zavržene.

V času našega raziskovalnega projekta smo obiskali Zavetišče za živali v Mariboru in jim donirali hrano, ki smo jo zbrali z akcijo »Bodimo glas tistih, ki sami ne morejo spregovoriti, živimo v sožitju z živalmi«. S pomočjo dijakov celotnega Šolskega centra Ptuj smo zbrali 118 kg hrane. O slednjem so pisali v časopisu Štajerski tednik (glej prilogo) in na spletni strani Zavetišča za živali v Mariboru.

Trudimo se razširiti humanitarnost in vzbuditi sočutje med dijaki, učenci in otroci v vrtcu. Predvsem mladim poskušamo približati jogo s hišnimi ljubljenci, ki v Sloveniji še ni razvita (slika 2).



Slika 2: Joga

Slika 2 prikazuje eno od možnih vaj joga. Joga z živalmi je zelo koristna tako za živali kot z ljudi. Kot pravi misel Andrea Gida: »Človek ne more odkriti novih oceanov, če nima poguma zapustiti obale«. Ta pregovor se nanaša na vse, ki želijo izvedeti, kako in na kakšen način poteka »naša« joga z vašimi najboljšimi malimi prijateljčki.

### 3.2.4 Odnos realizacije ideje do družbenega in naravnega okolja

Pri opisani poslovni ideji ne gre samo za podjetno in humanitarno rešitev, ampak tudi za osebno rast nas vseh, ki smo vključeni v raziskovalni izziv, ki ga z razpisom ponuja ZRS Bistra Ptuj. Z raziskovanjem rastemo tudi mi sami. Bolj se zavedamo našega okolja ter odnosa ljudi do živali in narave. Z raziskavo se v nas prebuja želja po še večjem humanitarnem prispevku v okolju in družbi.

Fauna je podjetje treh članov s timskim načinom dela. Zavedamo se pomena varnosti pri delu, predvsem z najdenimi živalmi in z ljubljenci, ki bi začasno domovali v našem hotelu, saj ne poznamo njihove osebnosti in karakterja.

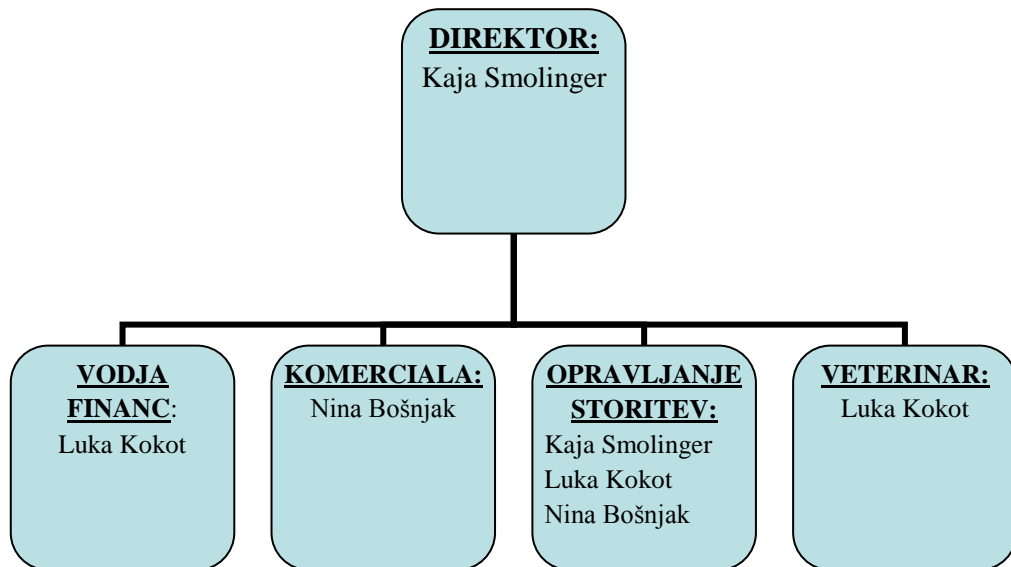
Z uvedbo joga z živalmi želimo pomagati gibalno oviranim, umsko motenim, bolnim ter starejšim v domu upokojencev. Raziskave namreč kažejo, da imajo živali in druženje z živalmi ugoden vpliv na kakovost bivanja človeka in na njegovo počutje.

Naše poslanstvo pa vidimo tudi v izobraževanju in ozaveščanju mladih o odnosu do živali. Verjamemo, da je pomembno, da se že majhni otroci v vrtcu in osnovni šoli seznanijo z neprimernim odnosom človeka do živali, kot so: mučenje, pasji boji, glasni ognjemeti itd. Cilj je, da mlade z delavnicami, seminarji, dnevi odprtih vrat, plakati, letaki, pogovori na okroglih mizah prepričamo, da zberejo pogum in da opozorijo na neprimerno ravnanje z živalmi pristojne organe. Naš načrt je, da bomo z akcijo zbiranja hrane in pomoči živalim nadaljevali in jo razširili še na osnovne šole ter v mladih spodbudili občutek za humanitarnost.

Zavedamo se, da je lahko naše delovno okolje včasih tudi nevarno, vendar je mogoče s pravim odnosom in pravilnim pristopom tveganje zmanjšati. Kasneje, ko bo podjetje raslo, bomo primorani zaposliti dodatne ljudi. Izbirali bomo take sodelavce, ki gojijo močno ljubezen do živali, saj le tisti lahko nudijo ustrezno nego in razvijajo pravilen odnos z živaljo. Zavedamo se, da potrebujemo še

nekaj dodatnega izobraževanja, da bomo lahko svoje delo opravljali vrhunsko. Zagotovo bomo razmišljali v tej smeri, da bomo zaposlili honorarno še dodatnega veterinarja. Počutje uporabnikov, torej naših strank in njihovih živali, je za nas najpomembnejše. Pomembno se nam zdi tudi počutje nas zaposlenih, našega tima, saj nihče ne more dela upravljati kvalitetno, če ni zadovoljen na svojem delovnem mestu. Razporeditev dela zaposlenih v podjetju Fauna prikazujemo na sliki 3.

Ker želimo, da je tudi poraba energije v našem podjetju okolju prijazna, smo se odločili, da bomo zaslužek vložili v sončne celice – okolju prijazno energijo.



Slika 3: Organigram

Ker je med temeljnimi cilji našega inovacijskega predloga oziroma projekta ozaveščanje mladih o ravnanju z živalmi, smo pripravili tudi plakat, ki ga prikazujemo na sliki 4.



**Kako ravnati z živalmi?**  
 Živali so živa bitja prav tako kot mi, potrebujejo ljubezen, dom in toplino.  
 Če se odločate za nakup ljubljenceva sprva pomislite, če res imate čas in voljo skrbeti za novega družinskega člana. Prav tako kot ljudje so tudi živali nesrečne, če se počutijo neljubljene. Delajmo z živalmi tako, kakor si bi želeli, da ravnajo z nami. Žival vam bo hvaležnost izkazala v neizmerni ljubezni!

**Kako ne ravnamo z živalmi...**  
 -Živali ne puščamo samih brez hrane in vode!  
 -Živali v nobenem primeru ne pripenjamo na verigo ali za daljši čas zapiramo v kletke (pomislite kako se bi vi počutili v zaporu?!)  
 -Živali ne izpostavljamo hrupu (petarde, ognjemet ipd.)  
 -Živali ne tepemo in fizično zlorablamo (naš slab odnos se prenese na žival in zato tudi žival negativno odra-gira na ostale živali in ljudi)

**Bodimo glas tistih, ki sami ne morejo spregovoriti, živimo v sožitju z živalmi**

Izdelali Nina Bošnjak in Kaja Smolinger s sredstvi projekta Spirit Slovenija.

Solski center ptuj  
 ekonomska šola

Fauna  
 Animal Resort and care

Slika 4: Plakat

Naš plakat (slika 4), ki smo ga ustvarili sami, ponazarja, kako in kako ne ravnati z živalmi. Med ljudmi poskušamo širiti spoznanje, da smo mi njihov glas in da živimo v sožitju z živalmi. Natisnili smo 150 plakatov. Plakate smo razdelili po šolah, vrtcih, na oglasnih deskah, saj bomo samo tako lahko ozaveščali vse ljudi, da so živali naši najboljši prijatelji.

### 3. EMPIRIČNI DEL

#### 3.1 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen raziskovalne naloge je uporabiti pridobljena teoretična znanja v času srednješolskega strokovnega izobraževanja, raziskati in analizirati trg na področju oskrbe malih živali in preučiti vse možnosti za zasnovo, ustanovitev in razvoj podjetja Fauna, d.o.o. Temeljni cilj raziskovalne aktivnosti v okviru razpisa Bistre Ptuj je poglobljanje in izboljševanje vitkega okvirja, iskanje novih rešitev zapaženega problema, predvsem pa poiskati vse alternative za aktivno ozaveščanje ljudi o pozitivnem odnosu do živali. Vsem bralcem inovacijskega projekta želimo približati v Sloveniji manj znano metodo pozitivnih terapevtskih učinkov sobivanja med človekom in živaljo.

Za lažji uvid v to, ali smo na pravi poti, želimo z inovacijskim projektom proučiti trenutno stanje na trgu in poiskati vse informacije za uresničevanje poslovne ideje v realnem okolju.

Cilji raziskovalne naloge oz. aplikativnega inovacijskega predloga so bili naslednji:

- raziskati alternativne rešitve za problem, ki ga opažamo že od mladih nog;
- izdelati vitki okvir za podjetje Fauna, d.o.o.;
- izdelati anketni vprašalnik;
- pripraviti analizo rezultatov ankete in proučiti, ali se naša ideja o ustanovitvi podjetja Fauna, d.o.o. izplača;
- raziskati, kakšen odnos do živali imajo naključno izbrani anketiranci stari od 15 do 55 let;
- z anketo pridobiti podatke in jih uporabiti v raziskovalnem delu naloge ter jih natančno interpretirati;
- povzeti zaključna razmišljanja v povezavi z rezultati raziskave;
- z aktivnostmi ozaveščanja, informiranja in učenja odkriti ter okrepiti vsaj v mladih zavest, da so živali bitja, vredna humanega in dostojanstvenega ravnanja z njimi.

Zastavili smo si naslednje hipoteze oziroma osnovne trditve:

#### **H1: Na Ptuj in v ptujski okolici ni hotela ali druge oblike nastanitve za male živali.**

Že od mladih nog opazujemo naravo, živali in odnos ljudi do naštetega. Večkrat se soočamo, tudi preko medijev, z negativnim in neprimernim ravnanjem z živalmi. V vzgojno-izobraževalnem sistemu pa pogrešamo prav vzgojno noto na področju ozaveščanja o ravnanju z živalmi in naravo. Naš interes je, da to spremenimo in izboljšamo. Zamisel o hotelu za živali, ki je več kot samo hotel, se nam je porodila na podlagi problemov, ki jih v odnosu med ljudmi in živalmi ni malo. Prvič, veliko je lastnikov, ki se v času dopusta, bolezni ali daljše odsotnosti od doma sooči s problemom, kdo bo skrbel za hišnega ljubljence; drugič, opažamo, da je število takih živali, ki jih ljudje zapustijo, zavržejo in izgubljeno tavajo sem in tja v porastu. Rešitev je naša Fauna, ki bo poskrbela tako za tiste živali, ki so ljubljene, kot za tiste, ki so zavržene.

#### **H2: Ljudje so ozaveščeni o pozitivnih učinkih živali na ljudi.**

Terapija s pomočjo živali se predvsem v razvitem delu sveta zelo hitro razvija. Podatki kažejo, da se čedalje več ljudi odloča za nakup hišnega ljubljence, ki jim popestri življenje, obenem pa jim pomaga ohraniti zdravje. V nadaljevanju na kratko predstavljamo le nekatere zdravilne učinke:

Mačke: V Belgiji mačkam in psom dovolijo, da obiskujejo svoje bolne gospodarje v bolnišnici, prav tako ljubljenci sodelujejo pri procesu zdravljenja svojih lastnikov v škotskih bolnišnicah, v Veliki Britaniji pa zdravilne bele mačke celo prodajajo v nekaterih lekarnah. Tudi pogled v zgodovino priča o tem, da so bile živali vedno pomemben del vsakdanjega življenja. Egipčanski faraoni niso zaman

častili mačk kot božanskih bitij. Ta samostojna domača žival ni sposobna le pomiriti naših živcev, temveč tudi znižati krvni tlak, urediti srčni utrip, nas pripraviti do povečane telesne aktivnosti in nas celo ozdraviti nespečnosti.

**Konji:** Že grški antični zdravnik Hipokrat je trdil, da konji zdravilno delujejo na ljudi v duševni stiski in jim pomagajo, da se otresejo temnih misli. Terapija s konji oziroma hipoterapija je zaradi neobičajnega gibanja pri jahanju še posebej uspešna pri ljudeh, ki so utrpeli poškodbe gibalnega aparata. Ko se človek giba usklajeno s konjem, se hkrati razgibava v tri smeri: levo-desno, naprej-nazaj in navzgor-navzdol. Takšna zdravilna telovadba izboljšuje koordinacijo, gibljivost in občutek za ravnotežje.

**Psi:** Psi nenehno potrebujejo gibanje in s tem tudi nas pripravijo, da se začnemo redno gibati na svežem zraku. To je tudi odlična možnost, da izgubimo odvečno telesno težo. Pasji zdravilci lahko bolniku pomagajo predvsem pri stresu, boleznih srca in degenerativnih procesih na sklepih in medvretenčnih ploščicah.

Poleg tega znajo celiti tudi rane, saj je pasja slina močan antiseptik, ki uničuje nevarne bakterije. Prav zato si psi sami ližejo svoje rane.

**Ribe:** Če vsaj za trenutek postojimo pred akvarijem in opazujemo ribe, nas pomirijo. Akvariji imajo izredno pozitivne učinke na ljudi, ki so pogosto prehlajeni ali trpijo za astmo. Voda, ki izhlapeva iz akvarija, vlaži suh zrak in s tem olajšuje dihanje.

**Delfini:** V tujini obstajajo večji bazeni, ki ponujajo možnost plavanja z delfini. Terapija z delfini se v svetu pospešeno razvija. Delfin pozitivno vpliva na počutje, izboljša našo sposobnost za delo in nas pomirjajo. Skrivnost njihovega zdravilnega učinka se skriva v tako imenovanem biopolju delfinov in ultrazvoku, ki ga oddajajo (Sensa, 2018).

### **H3: Šole, vrtci in druge organizacije bi bili v svoj program in letni delovni načrt pripravljene vključiti delavnice in izobraževanja o pravilnem načinu ravnanja z živalmi.**

V tem šolskem letu smo se odločili, da se bomo podali v akcijo ozaveščanja mladih o tem, kako ravnamo z živalmi in kako se živali počutijo, če z njimi ne ravnamo pravilno. Oblikovali smo plakat, ga natisnili v 150 izvodih in ga nalepili, v skladu s pravili in postopki direktorjev oziroma ravnateljev, po vrtcih, osnovnih in srednjih šolah. Pripravljene smo tudi na izziv različnih delavnic na temo: »Bodimo glas tistih, ki sami ne morejo spregovoriti, živimo v sožitju z živalmi,« ki bi jih izpeljali v različnih izobraževalnih institucijah.

## **3.2 Predpostavke in omejitve obravnave**

Pred pričetkom raziskovalne aktivnosti predpostavljamo, da:

- bodo pridobljeni odgovori na anketne vprašalnike realni,
- bomo z anketnimi vprašalniki pridobili zadostno število odgovorov,
- ne bomo imeli težav pri iskanju virov in literature,
- bodo vzgojno-izobraževalne institucije v ptujski okolici pripravljene sodelovati z nami,
- bomo imeli dovolj časa za pripravo in izpeljavo inovacijskega predloga oziroma projekta,
- bomo pri raziskovalnem delu premostili spodaj navedene ovire oziroma omejitve in
- da bomo premostili tudi druge nepričakovane ovire.

Omejitve:

- število pravilno izpolnjenih anket,
- nerealni odgovori anketirancev,

- čas za realizacijo zastavljenih ciljev inovacijskega predloga je omejen,
- razpoložljiva literatura ni na voljo ob vsakem času in na vsakem kraju.

### 3.3 Raziskovalne metode

Pri raziskovalni nalogi bomo v teoretičnem delu uporabili opisno oziroma deskriptivno metodo, saj bomo zbrali potrebno gradivo in natančno proučili strokovno literaturo.

Pri primerjavi različnih virov in literature bomo uporabili metodo komparacije. Ker se bomo v teoretičnem delu in v razpravi našega inovacijskega predloga lotili povzemanja besedila, se bomo skozi omenjeni del našega raziskovalnega prispevka posluževali metode povzemanja.

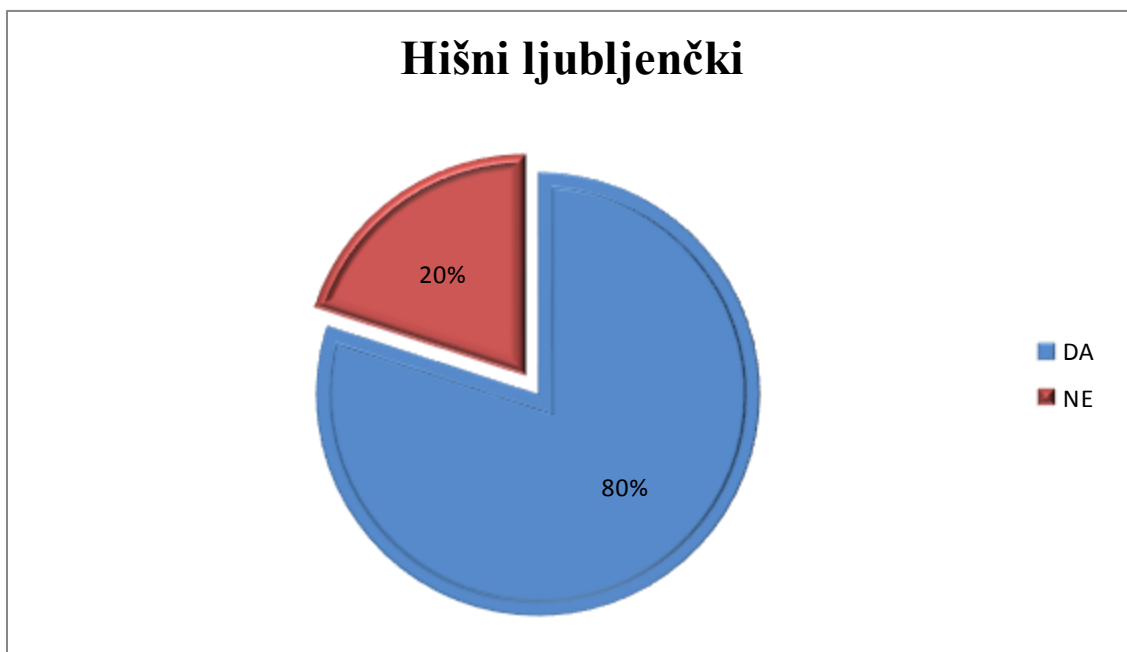
Da bomo pridobili podlago za potrditev ali zavrnitev naših hipotez, se bomo lotili metode anketiranja s pomočjo spletnega in klasičnega vprašalnika.

Od zametkov nastajanja ideje do kreiranja inovacijskega predloga oziroma projekta se poslužujemo metode opazovanja okolja, to je opazovanja živali v okolju, ravnanja ljudi z živalmi, aktivnosti družbe na področju varovanja živali in delovanja vzgojno-izobraževalnih institucij v smeri ozaveščanja mladih o pravilnem in pozitivnem odnosu do narave in vseh živih bitij.

### 3.4 Rezultati

S pomočjo ankete smo želeli ugotoviti, kakšno mnenje imajo naše potencialne stranke o hotelu za živali Fauna. Izvedli smo anketo, ki obsega 10 vprašanj, ki so razdeljena na tri raziskovalne sklope: hotel za živali, joga za živali in humanitarnost. Anketa je bila izvedena tako na spletu, na Ekonomski šoli Ptuj, in sicer med dijaki in učitelji, kakor tudi na ulici z namenom, da pridobimo čim širši spekter anketirancev. V analizo je bilo vključenih 112 respondentov. Anketiranci so bili stari od 15 do 55 let. V nadaljevanju predstavljamo vprašanja in na njih podane odgovore v obliki grafov.

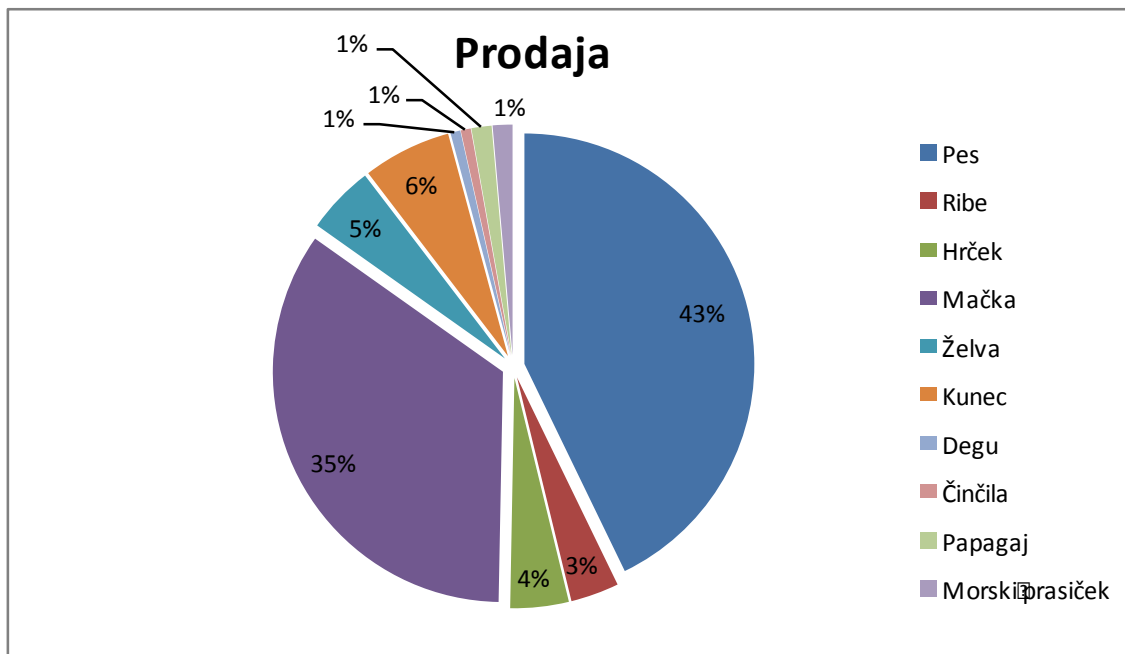
Ali sta lastnik hišnega ljubljénčka?



Slika 5: Hišni ljubljénčki

Slika 5 prikazuje, da je kar 80 % anketirancev lastnikov hišnih ljubljencev, kar pomeni, da so vsi ti ljudje naše potencialne stranke. To je za nas zagotovo spodbudna novica, saj več kot je lastnikov živali, več možnosti je, da bo naše podjetje uspešno poslovalo.

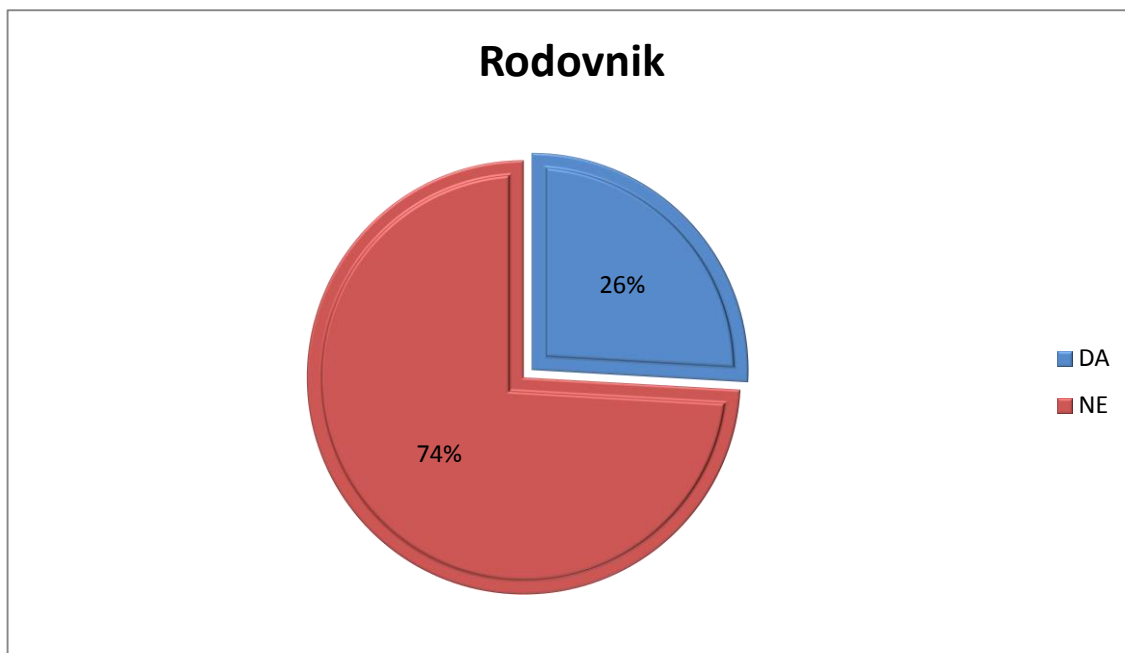
Katere vrste hišnega ljubljenceva imate (možnih je več odgovorov)?



Slika 6: Vrste ljubljencev

Slika 6 prikazuje vrsto živali, ki jo imajo naši anketiranci. Iz odgovorov smo lahko sklepali, katero bo naše primarno področje poslovanja. Anketa je pokazala, da je največ lastnikov psov, sledijo jim mačke, kar smo tudi pričakovali. Dejstvo, da je 43 % vprašanih lastnikov psov, je zanimivo, saj se zdi, da je sicer več ljudi lastnikov mačk. 6 % vprašanih je lastnikov kuncev (hišnega zajčka), 5 % vprašanih ima doma želvo, 4 % hrčka in 3 % ribe. Ostale vrste zajemajo le odstotek vprašanih, kar pomeni, da niso tako pogoste.

Ste lastnik ljubljénčka z rodovnikom? Če da, katere pasme?



Slika 7: Živali z rodovnikom

Zanimalo nas je tudi, če je ljubljénček pasemski, saj so načeloma lastniki pripravljeni plačati več za svoje ljubljénčke, če imajo le-ti rodovnik. Kar 74 % anketirancev jih je odgovorilo z ne. Pri tem smo ugotovili, da jih večina sploh ni razumela vprašanja, saj ne ločijo ljubljénčka z rodovnikom od ljubljénčka brez njega, kar prikazuje slika 7.

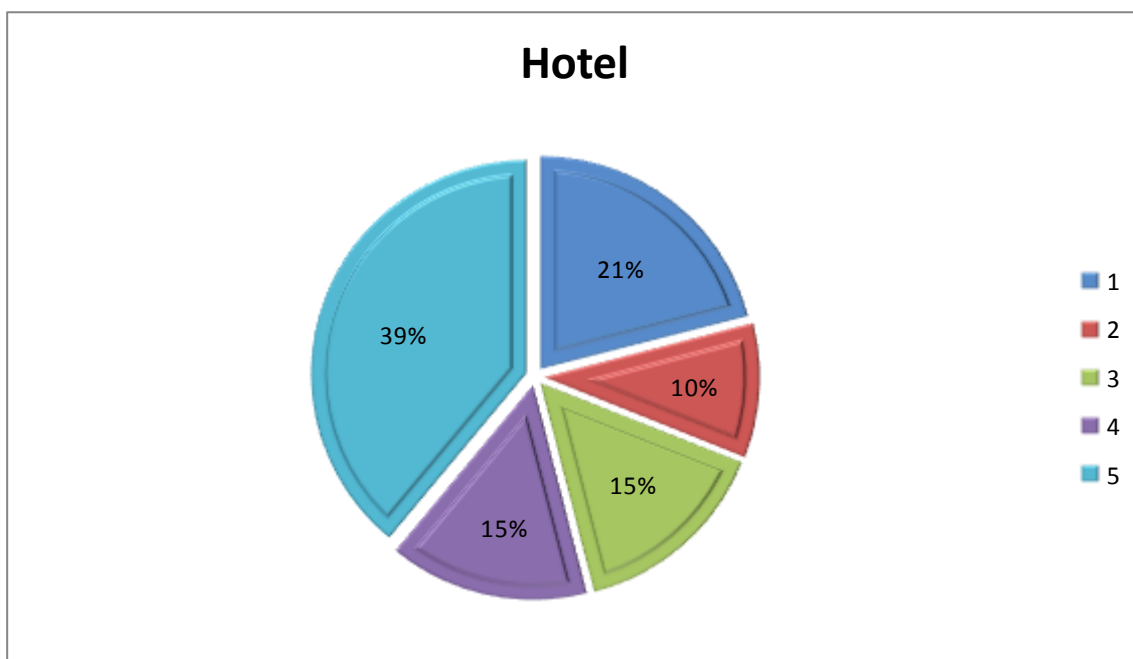
Ali ste se že znašli v situaciji, ko ste želeli potovati, pa niste vedeli, kaj naj storite z ljubljénčkom?



Slika 8: Kam z ljubljénčkom?

Slika 8 prikazuje odgovore na vprašanje, ali ste se že znašli v situaciji, ko ste želeli potovati, pa niste vedeli, kaj naj storite s svojim ljubljence. Morda je rezultat, da se večina izmed lastnikov še ni znašla v taki situaciji zaskrbljujoč, morda pa tudi ne. Menimo, da je 24 % anketirancev dovolj, da začnemo z uspešnim podjetjem, saj bi se stranke gotovo vračale, širil pa bi se tudi dober glas o naših storitvah. Verjetno je za rezultat krivo to, da je večina vprašanih srednješolcev, kar pomeni, da se verjetno ne srečujejo s takimi situacijami, kot je iskanje začasnega prebivališča za hišnega ljubljence, zagotovo pa se s takimi težavami srečujejo njihovi starši. Rezultati so bili precej drugačni v primerjavi s spletno anketo, ki smo jo izpeljali pred nekaj meseci. Takrat je kar 80 % vprašanih odgovorilo, da so se v taki situaciji že večkrat znašli. Razlog za razkorak med sedanjo in prejšnjo analizo ankete pojasnjujemo s starostno razliko vprašanih.

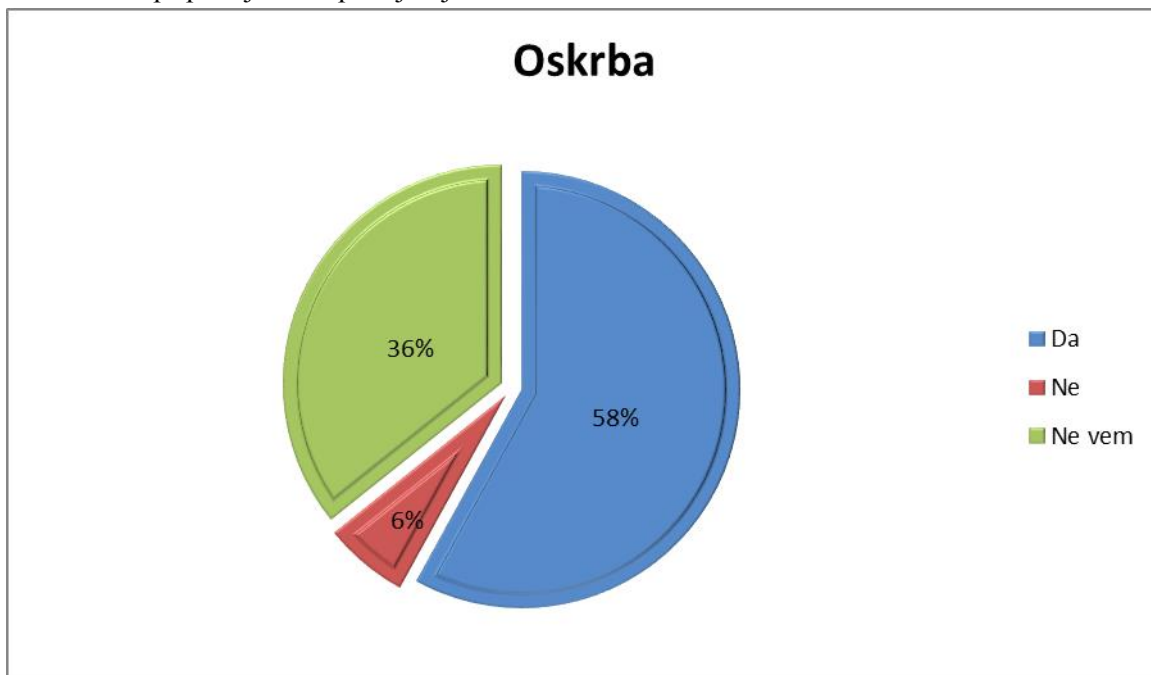
Kako pogosto bi se posluževali hotela za male živali? (ocenite 1-5, pri čemer je 1 - ne bi se posluževal, 5 - redno)



Slika 9: Pogostost obiska hotela

Kar 39 % vprašanih je odgovorilo, da bi se hotela za živali redno posluževali, kar je zelo spodbudno dejstvo za nas. Ljudje, ki so odgovorili z 1 so najverjetneje tisti, ki sploh niso lastniki hišnih ljubljencev, seveda pa je to samo naša domneva, kar jasno kaže slika 9.

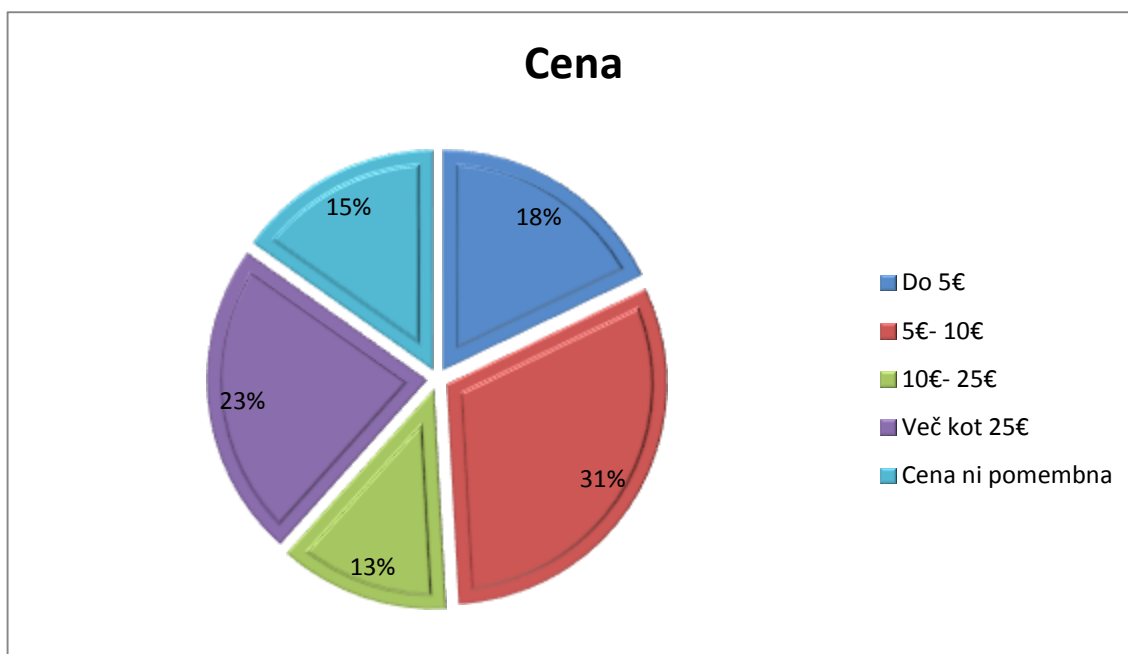
Bi nam bili pripravljene zaupati ljubljenci v oskrbo?



Slika 10: Oskrba živali

Slika 10 kaže, da bi nam več kot polovica vprašanih (58 %) zaupala ljubljenci v oskrbo, kar pomeni, da so nam pripravljene zaupati. Čeprav s poslovanjem še nismo začeli, se jim že zdimo zaupanja vredna organizacija.

Koliko ste pripravljene odšteti za nastanitev oz. oskrbo vašega hišnega ljubljenci na dan?



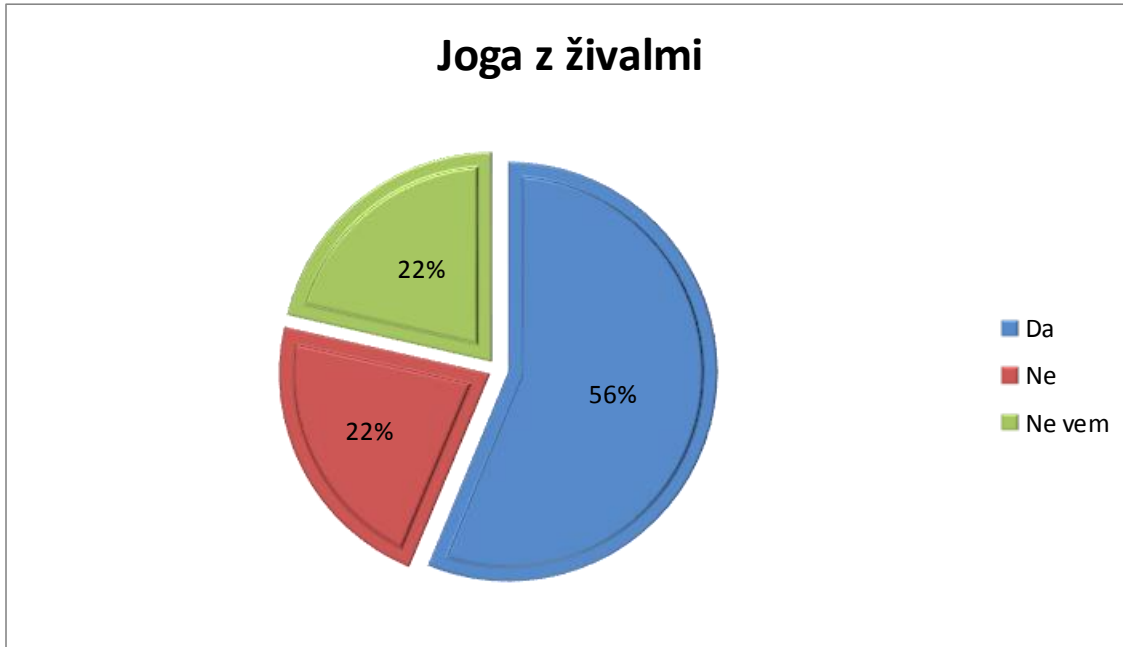
Slika 11: Cena oskrbe

Pogosto na našo nakupno izbiro zelo močno vpliva cena, zato nas je zanimalo, koliko so stranke sploh pripravljene plačati za našo storitev. Največ vprašanih je odgovorilo 5-10 €, kakršna cena sicer ne



pokrije naših stroškov poslovanja, prav tako pa je nižja od vseh ostalih podjetij, ki ponujajo podobno storitev. Zadovoljni smo s podatkom, da je kar 23 % vprašanih odgovorilo, da je pripravljenih plačati več kot 25 € in da se 15 % cena sploh ne zdi pomembna, kar prikazujemo na sliki 7.

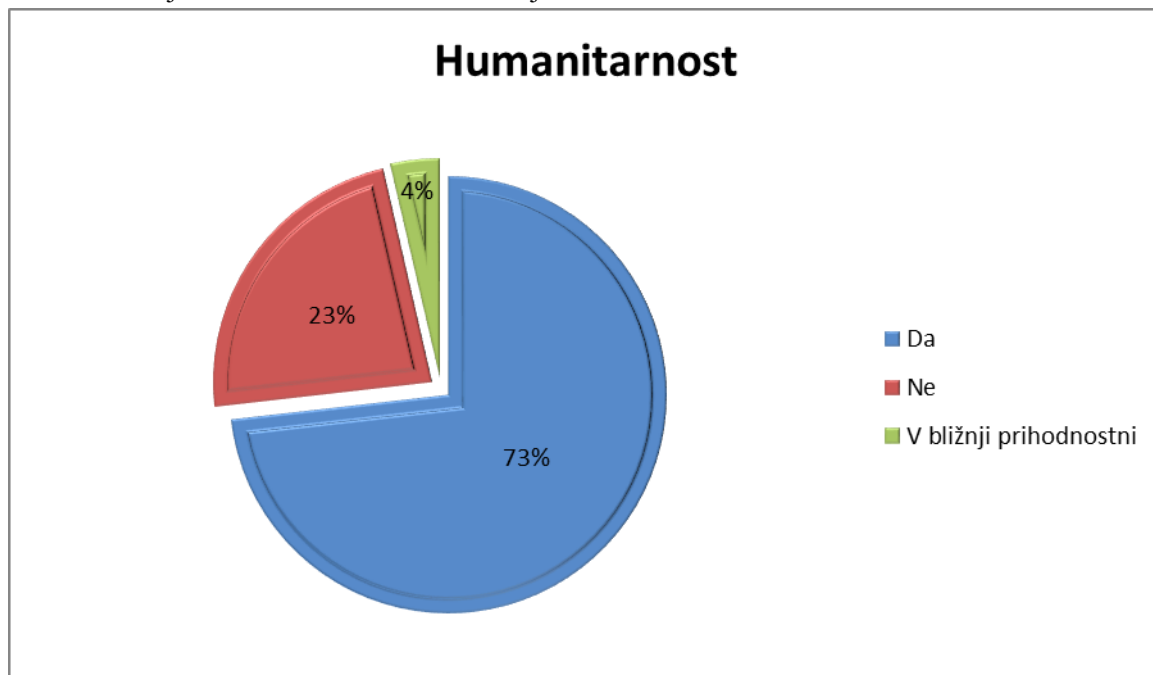
Ali ste zavedate, da imajo živali pozitiven vpliv na človekovo počutje? Bi se udeležili joga z živalmi?



Slika 12: Joga

Morda ni najboljše, da smo skupaj postavili dve vprašanji, saj odgovori niso tako jasni (slika 12). Pa vendarle je spodbuden podatek, da bi se 56 % vprašanih udeležilo joga z živalmi. Sicer joga z živalmi pri nas res še ni tako znana, ampak študije kažejo, da se v razviti zahodni Evropi kot tudi v Ameriki veliko ljudi poslužuje terapij z živalmi in da je ta dejavnost ena najhitreje rastočih storitev na področju dela z hišnimi ljubljenci. Prav zaradi tega je v okviru naše poslovne ideje to posebnost, saj skušamo biti čim bolj inovativni.

Ali ste že kdaj sodelovali v humanitarni akciji za živali?

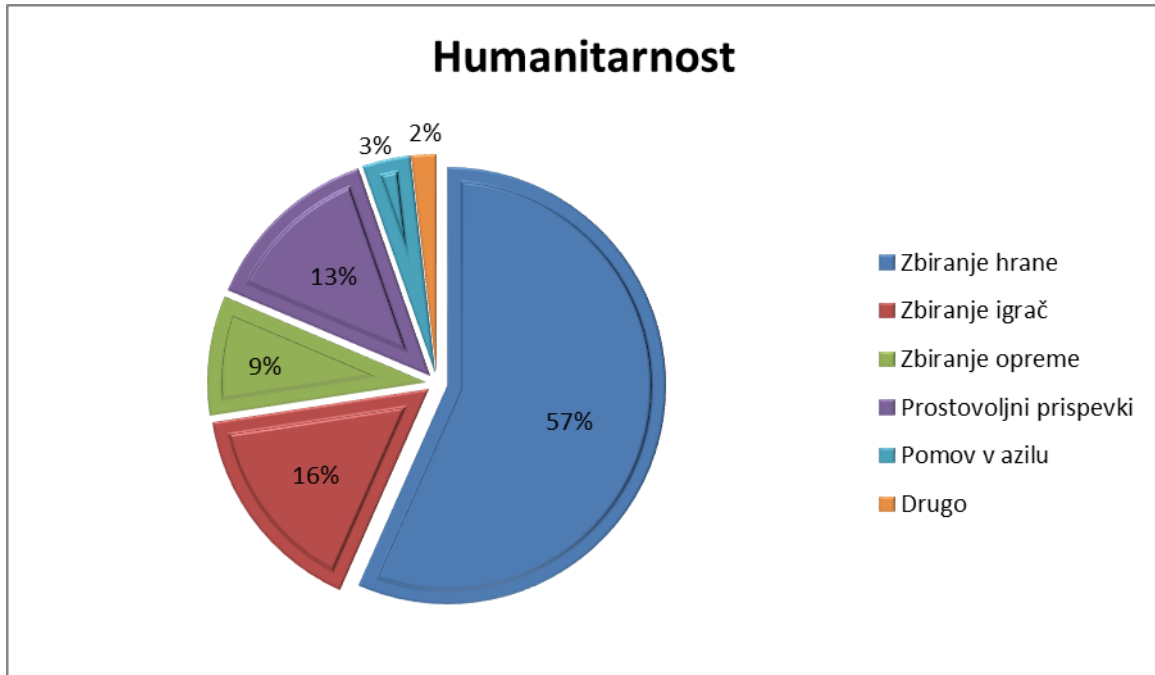


Slika 13: Humanitarnost

Ker pripisujemo trenutno prav humanitarnosti na področju živali velik pomen, smo v anketo vključili tudi vprašanje, ali ste že kdaj sodelovali v humanitarni akciji za živali. Veseli nas, da se je tako visok delež vprašanih že udeležil zbiralne akcije hrane za živali, kar pomeni, da bi tudi naše akcije bile uspešne. V prvi akciji smo v mesecu dni zbrali kar 118 kilogramov hrane za živali.

Slika 13 kaže, da so ljudje ozaveščeni o potrebah in stiskah živali. Več kot 73 % vprašanih je že darovalo za živali svoj prispevek. Na to smo ponosni. Verjamemo, da bomo z ozaveščanjem mladih tako v vrtcih, osnovnih šolah in srednjih šolah ter na različnih javnih mestih (stojnice v nakupovalnih centrih, sejmi in podobno) prispevali k širjenju humanitarnosti in zavedanja, da na planetu nismo sami in da so tukaj tudi živa bitja, ki potrebujejo našo pomoč.

V kakšni obliki ste izkazali humanitaran odnos do živali?



Slika 14: Vrsta humanitarnosti

Menimo, da je pomembno sodelovati, ne glede na to, v kakšni obliki se ta humanitarnost izraža. Zanimalo nas je, v kateri obliki humanitarnosti ljudje sodelujejo največ. Kot kaže je to zbiranje hrane za živali, kakršne akcije organiziramo tudi sami. Slika 14 kaže, da se 57 % anketirancev odloči za darovanje hrane, sledi darovanje igrač za živali (16 %), zbiranje opreme (9 %), prostovoljni prispevki (13 %), pomoč v azilu (3 %) in drugo (2 %).

#### 4. RAZPRAVA

Odgovori v anketi so za nas močno spodbudni. Večina jih nakazuje, da bi naše podjetje uspešno poslovalo, in še pomembneje, da je zaželeno in potrebno. Že prvi pozitiven podatek je, da je kar 80 % vprašanih lastnikov živali. To pomeni, da so vse te osebe naše potencialne stranke, kar je za nas zagotovo spodbudna novica. Več kot je lastnikov živali, več možnosti je, da bo naše podjetje uspešno poslovalo. Anketirance smo povprašali, katero vrsto živali imajo, saj nas zanima, katero bo naše primarno področje poslovanja. Anketa je pokazala, da je največ lastnikov psov, sledijo jim mačke, kunci, ribe ...

Ker so načeloma lastniki pripravljene plačati več za svoje ljubljence, če imajo le-ti rodovnik, smo poskušali z raziskavo odgovoriti, koliko je takšnih lastnikov. Rezultati kažejo, da je takih lastnikov 24 %.

Raziskava je pokazala, da se večina vprašanih še ni srečala s situacijo, da ne bi vedeli, kam s svojim ljubljencem. Vzgibe za to najdemo v starosti naših anketirancev, saj so pretežni del anketirancev predstavljal dijaki. Mladi, ki imajo hišnega ljubljence, pogosto potujejo že brez staršev, zato za živali v času njihove odsotnosti skrbijo starši.

Ker je raziskava pokazala, da bi se 50 % vprašanih redno posluževalo hotela in ker so tudi objektivna dejstva takšna, da na Ptuj in v ptujski okolici ni hotela za male živali, ki bi omogočal storitve, ki jih ponujamo mi, med drugim pa tudi mediji navajajo, da so vse nastanitve za živali večinoma polno zasedene, smo potrdili našo hipotezo H1: Na Ptuj in v ptujski okolici ni hotela ali druge oblike nastanitve za male živali.

Iz zgoraj navedenih razlogov in raziskave (58 %) lahko sklepamo, da bi večina lastnikov hišnih ljubljencev zaupala svojega štirinožca ali drugo vrsto živali v našo oskrbo. Čeprav s poslovanjem še nismo začeli, imamo občutek, da nas anketiranci tretirajo za zaupanja vredno organizacijo.

Pogosto na našo nakupno izbiro zelo močno vpliva cena, zato nas je zanimalo, koliko so stranke (kupci naših storitev) sploh pripravljene plačati za našo storitev. Zadovoljni smo tudi s podatkom, da je kar 23 % vprašanih odgovorilo, da je pripravljene plačati za našo storitev več kot 25 € in da se 15 % respondentom cena sploh ne zdi pomembna.

Raziskava je tudi pokazala, da bi se 56 % vprašanih udeležilo joga z živalmi. Sicer joga z živalmi res še ni znana pri nas, ampak v svetu ima visoko tendenco rasti. Ker poskušamo pri naši dejavnosti biti čim bolj inovativni, smo pripravljene prevzeti tudi vodilno vlogo na področju storitev joga z živalmi.

Glede na odgovore v anketi lahko potrdimo tudi H2: Ljudje so ozaveščeni o pozitivnih učinkih živali na ljudi, saj je že podatek, da vedo vsaj nekaj o tem, kako naj ravnajo z živalmi v primeru nasilja nad živaljo, ki ga opazijo, za nas spodbuden. Seveda pa želimo ljudi še bolj izobraziti s plakati in predavanji.

Ker je primarna naloga našega razvojnega projekta širitev ozaveščenosti mladih o pravilnem ravnanju z živalmi in prebujanje zavesti za humanitarnost, smo z raziskavo želeli izvedeti, kakšen odnos do živali imajo v naš vzorec naključno izbrani posamezniki. Rezultati kažejo, da se je 73 % vprašanih že udeležilo zbiralne akcije, kar pomeni, da bi tudi naše nadaljnje akcije zbiranja hrane in drugih pripomočkov za živali bile uspešne. V prvi tovrstni akciji smo v mesecu dni zbrali kar 118 kilogramov hrane za živali. Na ta dosežek smo zelo ponosni.

Rezultati analize rezultatov kažejo, da je največ anketirancev seznanjenih z zbiranjem hrane, z drugimi vrstami humanitarnosti pa manj. Prav zato želimo tako predšolske otroke kot dijake, študente in ostale ozavestiti o pozitivnem in primernem odnosu do živali in jim predstaviti pomen humanitarnosti na sploh.

Med deljenjem plakatov po šolah smo doživeli zelo pozitiven sprejem, kar nakazuje, da si tudi šole želijo, da so učenci bolj informirani o ravnanju z živalmi. Navezali smo stike z ravnatelji nekaterih osnovnih šol, ki podpirajo našo idejo. Tako potrjujemo hipotezo H3: Šole, vrtci in druge organizacije bi bili pripravljene vključiti delavnice in izobraževanja o pravilnem načinu ravnanja z živalmi v svoj program.

Pri vsakem delu so potrebni ljubezen, predanost in strast, zato nas prav te stvari vodijo na poti k novim uspehom. Moč za naše aktivnosti črpamo iz reka znanega Henryja Warda Beecherja, ki pravi: »Postavite si višja merila, kot jih od vas pričakujejo,« in mi sledimo temu reku. Vedno znova presenečamo tako tiste, ki v nas dvomijo kot tudi tiste, ki v nas verjamejo. Zato si postavljamo visoke cilje, ker le tako lahko napredujemo.

## 5. ZAKLJUČEK

V raziskovalni nalogi smo ugotovili, da za nastanek uspešnega podjetja ni dovolj zgolj znanje teorije, temveč tudi ogromno predanosti, volje in zagnanosti. Skozi raziskovanje smo se srečali tako s pozitivnimi kot negativnimi rezultati, ki smo jih želeli pojasniti in razumeti. Pred kratkim smo na tekmovanju prejeli knjigo o podjetništvu, v kateri so mnogi priročni nasveti, toda v spomin se nam je še posebej vtisnila ena misel. Pisalo je, citiram: »Večini ljudi ne spodleti zaradi pomanjkanja znanja, temveč zaradi pomanjkanja volje in postavljenih mej.« Zato smo si prisegli, da bomo tudi takrat, ko nam že zmanjka volje za šolo, šport ali umetnost, ohranili še košček energije za to, kar nas spremlja vsak dan na vsakem koraku - podjetnost. Glede meja pa: postavili smo si jih tako visoko, da jih včasih niti sami več ne vidimo, kajti le tako bomo lahko uspeli.

Da bi raziskali trg, smo izvedli anketo, v kateri je sodelovala 112 anketirancev. Rezultati so bili večinoma naklonjeni naši ideji - našemu podjetju - Fauna. Ugotovili smo, da so številni anketiranci lastniki hišnih ljubljencev, po raziskavah pa to število iz leta v leto tudi narašča. Izvedeli smo, kaj ljudje menijo o naši ideji, dobili odgovore na vprašanja, hkrati pa so se pojavila nova. Eno izmed njih je gotovo, kako biti še boljši. Stremimo k popolnosti, saj je naša želja, da zagotovimo toplo in prijazno okolje za živali in njihove lastnike.

Kot pravi rek, se pohvale ne dobi za pričetek, temveč za vztrajnost. Zato raziskujemo, premikamo meje še naprej in si postavljamo cilje, da uresničimo svoje sanje.

Med izdelovanjem raziskovalne naloge v obliki aplikativnega inovacijskega predloga oz. projekta nismo dobili samo obširnega znanja s področja podjetništva, ampak smo se tudi naučili dela v skupini ter dela z ljudmi. Dobili smo nove izkušnje, ki so tako strokovne kot osebne. Skozi raziskovanje smo se učili na napakah in se povezali kot skupina, najpomembneje pa je, da smo v izdelavo tega inovacijskega projekta vložili ljubezen do podjetništva in dela z živalmi.

## 6. LITERATURA IN VIRI

1. Antončič, B. et al. (2002). Podjetništvo. Gospodarski vestnik. Ljubljana.
2. Glas, M. (1999). Moj poslovni načrt. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje. Ljubljana.
3. Gomezelj Omerzel, D. (2010). Podjetništvo in znanje. Fakulteta za management. Koper.
4. Krajnc, Ž. (2010). Poslovni načrt za družabni center. Univerza na Primorskem. Fakulteta za management, Koper.
5. Navodila za prijavo na Najpodjetniško idejo. Pridobljeno 12. 12. 2017 iz <http://www.mkp.si/>
6. Popri. 2018. Priročnik vitki okvir. Pridobljeno 3. 3. 2018 iz <https://www.famnit.upr.si/sl/resources/files/novice/prirocnikpopri.pdf>
7. Raymond, M. (2006). Kako pripraviti poslovni načrt. Ljubljana. JAPTI.
8. Ruzzier, M. (2010). Smernice za pripravo poslovnega načrta za varovana območja narave. Priročnik. Zavod Republike Slovenije za varstvo narave. Ljubljana.
9. Sensa. 2018. Živali in njihov zdravilen učinek na ljudi. Pridobljeno 3. 3. 2018 iz <https://www.sensa.si/za-navdih/zdravilna-moc-zivali/>
10. Sušec, J. (2008). Raziskava motivacije in podpornega okolja za spodbujanje ženskega podjetništva v koroški regiji. Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.
11. Sutton Garrett. (2012). Pisanje uspešnih poslovnih načrtov. Založba Katarina Zrinski. Varaždin.
12. Vahčič, A. (2000). Osnove podjetništva. Ekonomska fakulteta. Ljubljana.
13. Vanjdal, V. (2008). Podjetništvo. GEA College. Ljubljana.

## PRILOGE

- Priloga 1: Tloris
- Priloga 2: Obveščanje s plakatom
- Priloga 3: Članki o našem delu
- Priloga 4: Facebook stran <https://www.facebook.com/hotelfaunaslovenija/>
- Priloga 5: Spletna stran <https://faunaslovenia.weebly.com/fauna-zaposleni.html>
- Priloga 6: Instagram <https://www.instagram.com/fauna.si/>
- Priloga 7: Snapchat fauna\_resort
- Priloga 8: Anketni vprašalnik



Slika 1: Kletke za ptice



Slika 2: Akvariji za ribe

Na prvi fotografiji zgoraj (slika 1) sta predela namenjena pticam in akvarijskim živalim. Vsa oprema je moderna in iz kvalitetnih materialov, namenjena posebej živalim. V tem prostoru se bomo posvetili pticam, ki nam bodo dane v rejo.

Prostor na naslednji fotografiji (slika 2) pa je prostor, kjer bomo skrbeli z živali v akvariju. Trudili se bomo, da gostom tudi pokažemo, kako ravnati z akvarijem, kako skrbeti za akvarij in kako delati pravilno z vsemi živalmi v akvariju.





Slika 3: Mačja igrala



Slika 4: Terariji za kače in druge plazilce



Slika 5: Zunanost našega hotela za živali



Slika 6: Hotel, ki poskrbi za stik z naravo



Slika 7: Dovoz do našega hotela za živali



Slika 8: Recepcija z zelo modernim videzom.



Slika 9: Soba za jogo z živalmi



Slika 10: Dvorišče hotela za živali, Fauna



Slika 11: Akvariji za plazilce



Slika 12: Kletke za hrčke



Slika 13: Igrala za mačke



Slika 14: Soba za pse



Štajerski **TEDNIK**  **GOSPODARSTVO** ČETRTEK, 01. MAREC 2018  
**05** PON, MAR **10** NOVOSTI

AKTUALNO TEDNIK GOSPODARSTVO KULTURA POLITIKA ČRNA KRONIKA **DRUŽBA** ŠPORT OGLASI TEDNIK ONLINE

NAHAJATE SE: DOMOV DRUŽBA PTUJ: DIJAKINJE DENAR NAMENILE ZAVETIŠČU ZA MALE ŽIVALI

### Ptuj: Dijakinje denar namenile Zavetišču za male živali

DŽENANA KMETEC / PONEDELJEK, 10. JULIJ 2017

DRUŽBA



MARKOVCI: Srečanje vaščanov in 10 let gasilsko-vaškega doma **PREJBNJI ČLANEK**  
 NABLEDNJI ČLANEK Cirkulane: 15. Ovčje-kozji bal

**Pozor, tudi to je Radar** To je le eden od štirih radarjev, ki ti izpraznijo denarnico. Poglej še ostale.  
 Radar/Detektorji

**TIPOGRAFIJA**  
 - SREDNJA +  
 < PRIVZETA >  
 ZA BRANJE  
 DELITE  
 f t e +

Štiri dijakinje Ekonomske šole ŠC Ptuj so razvile idejo o humanitarnem projektu, katerega namen je zagotoviti kvalitetno in cenovno dostopno nastanitev za živali ter ustanoviti agencijo za posvojitev brezdomnih živali. Zanj so prejele nagrado v vrednosti 500 evrov in je velik del širokogrudno namenile Zavetišču za živali Maribor.

Dijaki Ekonomske šole ŠC Ptuj veliko pozornosti posvečajo učenju veščin podjetništva. S svojim znanjem in inovativnimi idejami so si prislužili številna priznanja, nekateri njihovi projekti pa so zanimali celo lokalno politiko. Eden zadnjih projektov, s katerim so se

MOJ PROFIL: PRIJAVITE SE

**Na voljo nova mobilna aplikacija**

**ŠT**

za iOS in Android naprave

Prejeto na App Store NA VOLJO V Google play

**PROMETNE INFORMACIJE**

05.03.2018 12:37  
 Na gorenjski avtocesti - je zaradi vozila v okvari oviran promet med galerijo Moste in Lescami - pred predorom Karavanke nastaja zastoja za[...]

Več o razmerah na cestah...

Vraki dan šteje! 14. 2. 31. 3. 2018

**POGUMEN**

4. SEZONA PROJEKTA

Otroci pojejo slovenske pesmi in se veselijo

Slika 15: Članek

Članek o našem delu (slika 15) je bil tudi objavljen v Štajerskem tedniku, v ponedeljek, 10. julija 2017.



Slika 16: Podelitev nagrad za naj podjetniško idejo. 2. mesto na Najpodjetniški ideji 2017



Slika 17: Glavni avtorici raziskovalne naloge z našo mentorico, Vesno Trančar





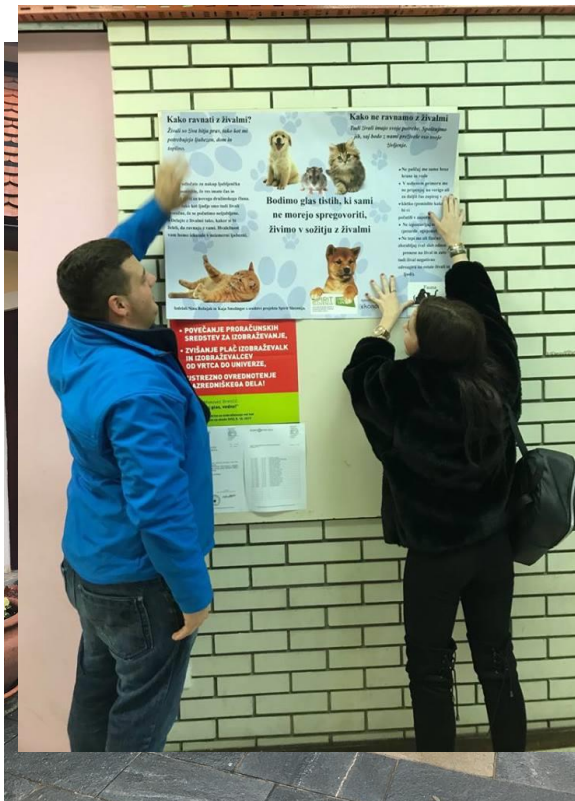
Slika 18: Objava humanitarnih aktivnosti na spletni strani Zavetišča za živali Maribor



Slika 19: Obešanje plakatov na Osnovni šoli Olge Meglič Ptuj



Slika 20: Ozaveščanje mladih na Osnovni šoli Kidričevo



Slika 21: Informiranje javnosti v Mestni knjižnici Ptuj.



Slika 22: Informiranje in ozaveščanje mladih na Osnovni šoli Breg.

## Anketa o hišnih ljubljenceh in varstvu živali

Smo dijaki zaključnega letnika ŠC Ptuj Ekonomske Šole. Ustanovili smo dijaško start up podjetje Fauna d. o. o. , ki se ukvarja z varstvom živali, rehabilitacijo z živalmi in humanitarno pomočjo. Podjetje je bilo nagrajeno z dvema nagradama ( SPIRIT SLOVENIJA, MANAGER KLUB PTUJ).

Še naprej pa se borimo za dobrobit živali in sodelujemo na tekmovanjih, zato Vas prosimo, da odgovorite na nekaj kratkih vprašanj (ustrezno označite ali dopišite).

### 1. Ali sta lastnik hišnega ljubljenceh?

- Da
- Ne

### 2. Katere vrste hišnega ljubljenceh imate( možnih je več odgovorov) ?

- Pes
  - Hrček
  - Želva
  - Morski prasiček
  - Vietnamski
  - prašiček
  - Glodavec
  - Kunec
  - Kača
  - Papiga
  - Činčila
- Drugo: \_\_\_\_\_

### 3. Ste lastnik ljubljenceh z rodovnikom? (če da, katere pasme).

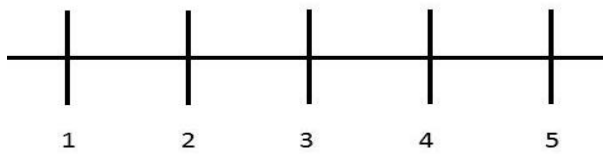
- Da
- Ne

Pasma: \_\_\_\_\_

### 4. Ali ste se že znašli v situaciji, ko ste želeli potovati, pa niste vedeli kaj naj storite z ljubljencehkom?

- Da
- Ne

### 5. Kako pogosto bi se posluževali hotela za male živali? (ocenite 1-10, pri čemer je 1- ne bi se posluževal, 5- redno)



Ne vem

6. Bi nam bili pripravljene zaupati ljubljeno hišno ljubljenčko v oskrbo?

Da

Ne

7. Koliko ste pripravljene odšteti za nastanitev oz. oskrbo vašega hišnega ljubljeno hišnega ljubljenčka na dan?

Do 5€

5-10€

10-25€

Več kot 25€

Cena ni pomembna

8. Ali ste zavedate, da imajo živali pozitiven vpliv na človekovo počutje? Bi se udeležili joga z živalmi?

Da

Ne

Ne vem

9. Ali ste že kdaj sodelovali v humanitarni akciji za živali?

Da

Ne

Mogoče v bližnji prihodnosti

10. Če ste sodelovali, v kakšni obliki?

Zbiranje hrane

Zbiranje igračk

Zbiranje opreme za živali

Prostovoljni prispevki

Pomoč v azilu

Drugo: \_\_\_\_\_