

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU PROIZVODNJE MONTAŽNIH KUĆICA "MOBILE KONT"

Gorički, Marina

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac
University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:889885>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-05**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied
Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Marina Gorički

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU PROIZVODNJE
MONTAŽNIH KUĆICA „MOBILE KONT“**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

Marina Gorički

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU PROIZVODNJE MONTAŽNIH
KUĆICA „MOBILE KONT“

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

Mentorica: Andreja Primužak, dipl.oec., viši predavač

Broj indeksa autora: 0618615065

Karlovac, rujan 2021.g.

ZAHVALA

Zahvalila bih se svima koji su bili uz mene kroz cijelo svoje školovanje počevši od roditelja, brata i sestre, muža i ostalih dragih prijatelja i kolega koji su mi pomogli u svemu, ne samo vezano za školovanje.

Neopisivo hvala roditeljima koji su me gurali da uvijek ustrojim ići naprijed i da se ne predajem nikako, bili su uz sve uspone i padove koje sam prošla i to je ne zamjenjivo.

Hvala i mom mužu koji je proveo samnom svaki trenutak zadnjih godina faza, koje su , kako i za mene, tako i za njega jako stresne ,ali uspješne.

Isto tako bi se zahvalila i svim profesorima na Veleučilištu koji su mi pokazali i naučili me puno toga.

Ponajviše se zahvaljujem mentorici dipl.oec. Andreji Primužak koja mi je omogućila veliko znanje i iskustvo od predavanja pa sve do pisanja samog završnog rada.

Hvala Vam!

SAŽETAK

Poduzetništvo je aktivnost pojedinca ili skupine ljudi koji, koristeći neku ideju, ulažući kapital u njezinu realizaciju te preuzimajući sav rizik, stvaraju proizvod ili uslugu od prodaje od kojih očekuju dobit.

Poduzetnički plan proizašao je iz obiteljskog poslovanja i željom za istim. Već nekoliko godina autoričin otac bavi se proizvodnjom kontejnera i mobilnih kućica te se tako i ona odlučuje na izradu poduzetničkog plana na tu temu.

Proizvodnja i prodaja kontejnera, odnosno mobilnih kućica, vidno je isplativ projekt, što se vidi i u izračunima i tablicama ovog poduzetničkog projekta.

Cilj je da se rad ostvari i da se potakne mlade na stvaranje svojih projekata.

Kontejner- mobilna kućica izrađivala bi se po želji i zadovoljstvu kupaca.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnički plan, proizvodnja i prodaja kontejnera, kontejner- mobilna kućica.

ABSTRACT

Entrepreneurship is the activity of an individual or a group of people who, using an idea, investing capital in its realization and taking all the risk, create a product or service from sales from which they expect a profit.

The entrepreneurial plan stemmed from the family business and the desire for it. For several years, the author's father has been building containers and mobile homes, so she also decides to create an business plan on the subject.

The production and sale of containers- mobile homes, is a clearly profitable project, which can be seen in the calculations and tables of this business plan.

The goal is to make the work happen and to encourage young people to create their own projects.

The container-mobile home would be made according to the wishes and satisfaction of customers.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial plan, production and sale of containers, container-mobile home.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	1
2. TEORIJSKI DIO.....	2
2.1. Pojam i nastanak poduzetništva i poduzetnika.....	2
2.2. Tipovi i osobine poduzetnika.....	5
2.2.1. Razlike između poduzetnika i menadžera.....	6
2.3. Prednosti i nedostaci pokretanja vlastitog posla.....	7
2.4. Elementi uspješnog vođenja malog poduzetništva.....	10
2.5. Životni ciklus poduzetničkog podhvata.....	11
2.6. Mogućnosti za žene u poduzetništvu.....	13
2.7. Pojam obiteljskog poduzetništva.....	15
3. NASLOVNA STRANA PODUZETNIČKOG PROJEKTA.....	17
4. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE.....	18
4.1. Autor i evaluacija ideje.....	18
4.2. Referencije nositelja podhvata	18
4.3. Opis proizvoda, robe i usluge.....	18
5. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA.....	19
5.1. Istraživanje tržišta.....	19
5.2. Projekcija ciljnih tržišta.....	19
5.3. Projekcija konkurencije i cijena.....	20
5.4. Projekcija prodaje i prihoda.....	22
5.5. Projekcija nabavnih tržišta.....	23

6. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA.....	24
6.1. Projekcija lokacije.....	24
6.2. Projekcija tehnologije.....	24
6.3. Projekcija kapaciteta.....	24
6.4. Projekcija stalnih sredstava.....	26
6.5. Projekcija materijalnih inputa	27
6.6. Projekcija zaposlenika.....	28
6.7. Projekcija zaštitnih mjera opreza	29
6.8. Projekcija aktivizacijskog razdoblja.....	30
7. MENADŽMENT PROJEKTA.....	31
8. MARKETING PROJEKTA.....	33
8.1. Proizvoda roba i usluga	33
8.2. Cijena.....	35
8.3. Distribucija.....	35
8.4. Promocija.....	36
9. FINANCIJSKI PODACI PROJEKTA.....	38
9.1. Projekcija ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva.....	38
9.2. Projekcija amortizacije.....	39
9.3. Projekcija otplate zajmova.....	42
9.4. Dinamična projekcija prihoda i rashoda.....	43
9.5. Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka.....	45
9.6. Dinamična projekcija novčanih tijekova.....	46

10. OCIJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA.....	49
10.1. Razdoblje povrata.....	50
10.2. Godišnja stopa prinosa.....	51
10.3. Pravilo palca (Pravilo 72).....	53
10.4. Čista sadašnja vrijednost.....	54
10.5. Interna stopa profitabilnosti.....	54
10.6. Prosječna profitabilnost.....	55
10.7. Analiza likvidnosti.....	56
10.8. Analiza osjetljivosti.....	57
11. PISMO PRIMATELJU.....	59
12. ZAKLJUČAK.....	60
POPIS LITERATURE.....	61
POPIS ILUSTRACIJA.....	62

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet rada je izrada poduzetničkog projekta na primjeru proizvodnje montažnih kućica te pojmovno upoznavanje poduzetnika, poduzetništva, ženskog poduzetništva i obiteljskog poduzetništva. Cilj ovog završnog rada je izraditi uspješan poduzetnički plan kojeg je moguće realizirati.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

U svrhu što bolje obrade završnog rada korišteni su primarni i sekundarni izvori podataka, stručne knjige o poduzetništvu te stručne i poslovne internet stranice. Kao metode prikupljanja podataka korištene su znanstvene metode deskripcije i analize.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Ovaj rad je podjeljen u dvanaest poglavlja. Sastoji se od uvoda, teorijskog djela u kojem je pobliže pojašnjen pojam, tipovi i osobine poduzetnika, prednosti i nedostaci pokretanja vlastitog posla, elemente uspješnog vođenja malog poduzetništva, životni ciklus poduzetničkog podhvata, žensko poduzetništvo, pojam obiteljskog poduzetništva. Ostalih deset poglavlja su; naslov projekta, opis poduzetničke ideje, tržišni podaci projekta, tehničko-tehnološki opis projekta, menadžment projekta, marketing, financijski podaci projekta, ocjene učinkovitosti projekta, pismo primatelju, zadnje poglavlje je zaključak, a zatim slijedi popis literature, tablica i slika.

2. TEORIJSKI DIO

2.1. Pojam i nastanak poduzetništva i poduzetnika

Kao organizirana djelatnost poduzetništvo se pojavljuje već između 12. i 15. stoljeća, a obuhvaća djelatnost trgovine, kreditnih i mjenjačkih poslova, brodarstvo, osvajanje novih područja, razbojništvo i gusarstvo.¹

Motivi poduzetništva u to vrijeme bili su stjecanje zlata i novca kao i sredstva za njihovo stjecanje silom (razbojstvom), pronalazaštvom, pronalaženjem i posuđivanjem novca. Tako su nastali razni tipovi poduzetništva i poduzetnika: gusari, feudalci, državni činovnici, špekulanti, trgovci i obrtnici.

Zapisi govore da su se već na početku 12. stoljeća javili prvi oblici trgovačkih društava koja su se osnivala kao privremena i imala su zadatke za jedno ili više trgovačkih putovanja. Trajnija udruženja javljaju se potkraj 14. stoljeća, a temeljila su se na obiteljskoj zajednici, čime je spojena djelatnost trgovine i kapitala. Dobit stečena takvim radom dijeljena je među članovima obitelji, a međusobni odnosi regulirani su ugovorom.

U svom djelu „Opća rasprava o prirodi trgovine, objavljenom 1755. godine, Richard Cantillon [Gorupić, *ibid.*:19] prvi je upotrijebio riječ poduzetništvo, što se bilježi kao početak teorije poduzetništva. Za njega je osnovno obilježje poduzetnika, kao nositelja razvoja i promjene, što kupuje po poznatim, a prodaje po nepoznatim cijenama.

U teoriji poduzetnik se različito definira i dodjeljuju mu se različite uloge.

Sredinom 15. stoljeća, u svojoj sustavnoj raspravi o trgovini, Benedikt Kotruljević opisuje „savršenog trgovca“ čije karakteristike odgovaraju pojmu poduzetnika kako ga definira ekonomska teorija.

Poduzetnik je bio i Marco Polo (istraživač i putnik) koji je putovao u Kinu i s poduzetničkom namjerom da proda posuđenu robu uz visoku kamatu, preuzimajući tako sav rizik komercijalnih, organizacijskih, fizičkih i emocionalnih tegoba, kako bi poslije uspješna podhvata dijelio profit s vlasnikom robe. Za savršena trgovca karakteristični su rizični pothvati.²

¹ Gorupić, D. i D. ml., 1990:19, Zagreb, 1990. god.

² Bartoluci Mato, Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, str.259-260, Školska knjiga, Zagreb 2013.

Tablica 1. Definiranje poduzetnika

Smith, A.	Poduzetnika izjednačuje s kapitalistom i prema tome kako stječu kapital i djeluju, razlikuje one koji djeluju maljivošću i štedljivošću te poslovnim špekulacijama ili poslovnim inovacijama [Baletić, op. Cit.:31]
Schumpeter, J.	Poduzetnik je osoba koja ne obavlja uhodane i rutinske zadatke, već je uvijek inovator te u ekonomski život uvodi nove proizvodne kombinacije na osnovi nove tehnologije i nove organizacije [Baletić, op.cit.:32]. Rizik inovacije ne snosi poduzetnik već onaj tko osigurava kapital i tako postaje inovativni poduzetnik. Svojim stvaralaštvom poduzetnik postaje pokretač gospodarskog razvoja. Da bi se iskoristila povoljna šansa, potrebno je utvrditi najpovoljniji put za njihovo ostvarenje. Poduzetnik može ostvariti dobit i iz rutinskog posla i ne mora biti inovator, ali inovator je taj koji inovacijom stvara nove prilike, pa je njegova djelatnost osobito važna za ekonomski razvoj.
Marshall, J.	Smatra važnom karakteristikom poduzetnika da im kapital i preuzima rizike posla.
Say, J.-B.	Bio je i sam poduzetnik, a posebnu važnost pridaje spremnosti poduzetnika da se upuste u rizik te njihovoj sposobnosti da osmisle pothvat, nadziru ga i upravljaju njime [Baletić, 1990:32].

Izvor: Bartoluci Mato, Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, str: 260, Školska knjiga, Zagreb 2013.

Tablica 2. Osnovni preduvjeti za razvoj poduzetništva

Tržište	Ishodišna točka ekonomije i poduzetništva
Platežno sposobna potražnja	Domaća i inozemna
Tržišna konkurencija	Međusobno tržišno natjecanje, konkurentnost
Samostalnost gospodarskih subjekata	U izboru djelatnosti, resursa, tržišta
Pravno, socioekonomsko, kulturno i političko okruženje	Pravna država, društvena klima za poduzetništvo, zaposlenost, financijske institucije
Poduzetnička klima u nacionalnoj ekonomiji	Institucionalni uvjeti za razvoj poduzetništva
Mjere za poticanje razvoja poduzetništva	Kapital, poticaji, projekti i dr.

Izvor: Škrtić Marica, Poduzetništvo, 2006. god.

Riječ poduzetnik podrazumjeva duh, marljivost, ideje. To je osoba koja je spremna na vlastiti rizik i uvoditi nove ideje i tehnologije, poduzimati i ostvarivati nove, profitno usmjerene gospodarske projekte, a njegova aktivnost-poduzetništvo dinamičan je proces neprestana mijenjanja gospodarske strukture i njezine učinkovitosti.

Glavni je motiv poduzetnika vjera u uspjeh i mogućnost dobiti. Poduzetnik je osoba koja, uz preuzimanje rizika, iznalazi nešto novo, pronalazi najbolji način da zadovolji potrebe kupaca i tako uspije. Prema nekim autorima postoje čisti poduzetnici i poduzetnici.

Čisti poduzetnici su osobe koje stvaraju poslove iz vlastitih ideja i uporna rada, oni svoje poslove počinju od ničice.

Poduzetnici su oni koji ne pripadaju skupini čistih poduzetnika. Preuzimaju poslove nakon što osnivači odu u mirovinu ili prodaju svoja poduzeća i zatim nastave graditi i inovirati.³

³ Bartoluci Mato, Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, str: 275-276, Školska knjiga, Zagreb 2013.

2.2. Tipovi i osobine poduzetnika

Neke od osobina poduzetnika su: altruizam, hrabrost, inovativnost, kreativnost, mudrost, poštenje, odgovornost, radoholičnost, samouvjerenost, strpljenje, sklonost riziku, stvaralaštvo, upornost, vizionarstvo, svrhovitost, učenje na pogreškama drugih i ostalo.

Neke od loših osobina poduzetnika su: zloća, strah od neuspjeha, strah od rizika, sitničavost, želja za brzim novcem, inertnost, neobjektivnost, paničarenje, lijenost, ljubomora, tvrdoglavost, brzopletost i mnoge druge.

Poznatiji tipovi poduzetnika su :

- Pionir- u fazi izgradnje poduzeća, osnivač, pun energije i ideja, odlučan, potpuno se posvećuje poduzeću
- Maher- u fazi rasta poduzeća, snažna, autoritativna i ambiciozna osoba koja vrlo brzo kreće unaprijed
- Strateg- u fazi diferencijacije, vrlo angažiran, željan uspjeha, ali i svijestan da ne može sam upravljati poduzećem pa je sklon decentralizaciji
- Trener- u fazi konsolidacije poduzeća, motivira suradnike i nedostaje mu kreativnost

„Dakle, poduzetnici su sveopće bogatstvo, a sam novac oni shvaćaju samo kao nagradu za svoj mukotrpan rad, a rade toliko da ga nemaju kada trošiti. Poduzetnici su osobe izrazito nemirna duha i mirne – čiste savjesti, oni su povijesni poklisari i pokretači svekolika civilizacijskog napretka, odnosno mukotrpana hoda čovječanstva od pračovjeka do čovjeka tisućljeća, oni su nas (pred)vodili na putu od luka i strijele do računala, od Krapinskog pračovjeka do gosta ili pacijenta u čuvenim Krapinskim toplicama.“⁴

⁴ Nikola Kuvačić: Počela poduzetništva; “BERETIN“, druga, promijenjena i dopunjena naklada, Split, 2005.g., str. 13

2.2.1. Razlike između poduzetnika i menadžera

Poduzetnik je osoba koja posluje na vlastiti rizik, osmišljava poduzetnički projekt, realizira ga i kontrolira, samostalno donosi odluke, voli oštru igru i neizvjesne „utakmice“, poduzetnik je kao korov, jer uspjeva u svim uvjetima, inovator, poznavatelj struke, posjeduje sposobnosti upravljanja i rukovođenja. Poduzetnik je osoba koja se rađa sa „šestim čulom“. Osoba je koja je stekla znanja u školi u ovim područjima: marketing, financije, upravljanje, poslovno odlučivanje.

Menadžer je osoba koja u organizaciji upravlja proizvodnjom, organizira je, usklađuje djelatnost različitih subjekta i odjela te upravlja poslovima. Njegov je zadatak da provodi odluke poduzetnika, a to je i optimizacija poslovanja na temelju integracije poduzetnika i vlasnika s različitim skupinama izvršitelja.⁵

Tablica 3. Razlike poduzetnika i menadžera

PODUZETNIK	MENADŽER
Ulaže vlastito vrijeme i kapital	Ulaže samo vlastito vrijeme
Snosi rizik posla	Rad za plaću
Samostalno odlučuje	Radi po nalogu vlasnika
U pravilu je nižeg stupnja obrazovanja	U pravilu je visoko educirani stručnjak
Mora posjedovati široka znanja	Specijalist za određeno područje

Izvor: Vlastita obrada prema prezentaciji Primužak A., prezentacija cjelina 1., 2017. godina. osnove poduzetništva

⁵ Bartoluci Mato, Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, str: 275-276, Školska knjiga, Zagreb 2013.

2.3. Prednosti i nedostaci pokretanja vlastitog posla

Tablica 4. Prednosti osnivanja novoga gospodarskog subjekta

Neovisnost	Sve veći broj ljudi želi biti svoj šef. Međutim, taj stupanj autonomnosti prati velika odgovornost za uspješno poslovanje. U malom gospodarskom subjektu odgovornost za uspjeh preuzima utemeljitelj.
Financijske mogućnosti	Jedna od važnih razloga osnivanja vlastitog gospodarstvenog subjekta jest mogućnost bitno veće zarade u samostalnom poslu od rada u većoj kompaniji.
Sigurnost posla	Kada utemeljujemo vlastiti gospodarski subjekt, sigurnost posla je zajamčena sve dok se pozitivno posluje.
Obiteljsko zapošljavanje	Jedna od prednosti je mogućnost zapošljavanja članova vlastite obitelji. Rad sa svojom djecom omogućuje stvaranje dulje tradicije obiteljskog posla.
Izazov	Kod vlasnika/poduzetnika snažno je razvijena potreba za samoaktualizacijom, odnosno svijest o mogućnosti ostvarenja velikog uspjeha, ali su svjesni i rizika pri izgradnji samostalne poslovne karijere.

Izvor: Menadžment u malom poduzetništvu, Horvat Đ., Kovačić M., Cera prom, Zagreb 2004. godina, str. 25-26.

Tablica 5. Nedostaci osnivanja novoga gospodarskog subjekta

<p>Fluktuacija prodaje</p>	<p>Male, srednje ali i velike kompanije suočavaju se s oscilacijama u prodaji. Tako su npr. za vrijeme božićnih i novogodišnjih blagdana trgovine su iznimno profitabilne. Međutim, u siječnju se suočavaju sa znatnim padom prodaje. Zbog toga mali poduzetnik mora precizno isplanirati novčani tijek.</p>
<p>Konkurencija</p>	<p>Ponekad je početak poslovanja vrlo uspješan, ali se nakon nekoliko godina vlasnik/poduzetnik može srest s nepremostivom konkurencijom. Prisutne su i drukčije potrošačke potrebe, s tim se preprekama vlasnik/poduzetnik mora suočiti. Tako npr. vlasnik malog restorana može biti primoran na borbu za opstanak s velikim fast-food lancima u svojoj blizini.</p>
<p>Povećana odgovornost</p>	<p>Vlasnik/poduzetnik mora biti ulagač, knjigovođa, prodavač, menadžer, marketinški stručnjak i dr. kako bi uspješno vodio svoje malo gospodarstvo, pa je najčešće sam potpuno odgovoran za poslovni uspjeh. Pri pokretanju posla poduzetnik mora raditi dnevno deset do dvanaest sati cijeli tjedan, uključujući subote i nedjelje.</p>
<p>Financijski gubici</p>	<p>Poduzetnik mora donositi mnogobrojne odluke od kojih neke mogu biti i krive. Ponekad se uloži velika svota novca u nove proizvode, ali se ne ostvari očekivana zarada.</p>
<p>Radni odnosi</p>	<p>Veoma je važno mjerodavne osobe staviti na odgovarajuća radna mjesta kako bi mogle pružiti maksimalana radni učinak. Ujedno je nužno stimulirati i odrediti pravedan način nagrađivanja radnika.</p>

<p>Normativna regulativa</p>	<p>Zakonskim propisima utvrđuju se porezna opterećenja koja su promjenjiva u izbornim političkim godinama jer je to vrlo važan element za preuzimanje vlasti. Lokaln euprave propisuju radno vrijeme što znatno utječe na rad uslužnih djelatnosti, osobito trgovina i restorana.</p>
<p>Rizik propasti</p>	<p>Rizik propadanja je velik jer poduzetnik raspolaže oskudnim organizacijskim resursima te vrlo teško ublažava neuspjele poslovne poteze. Zbog toga broj loših ili pogrešnih odluka treba svesti na minimum. Treba naglasiti da je znatan broj bankrota menadžerskim neiskustvom i nestručnošću.</p>

Izvor: Menadžment u malom poduzetništvu, Horvat Đ., Kovačić M., Cera prom, Zagreb 2004. godina, str. 27-31.

2.4. Elementi uspješnog vođenja malog poduzetništva

Premda je vrlo teško odrediti sastavnice uspješnog vođenja malog gospodarskog subjekta, neke od važnijih su:⁶

- Plasiranje roba i usluga na primjereno, odnosno precizno utvrđeno tržište
- Pribavljanje dovoljnog kapitala
- Učinkovito pribavljanje ljudskih potencijala i upravljanje njima
- Osiguravanje potrebnih i pravodobnih informacija
- Uspješno suočavanje s vladinim/upravnim mjerama
- Racionalno upravljanje vremenom
- Pribavljanje informacije o kupcima
- Analiziranje tržišta
- Nedopuštanje nepotizma
- Osiguranje tehničke/poslovne stručnosti
- Uspostava odgovarajućeg menadžmenta

⁶ Menadžment u malom poduzetništvu, Horvat Đ., Kovačić M., Cera prom, Zagreb 2004. godina, str. 30.

2.5. Životni ciklus poduzetničkog podhvata

Kada poduzetnik svoju zamisao svede na papir, imajući dostatnu količinu novaca i vremena te mu poduzetnička prilika ide pod ruku, počinje realizacija poduzetničkog pothvata te samim time i životni ciklus istoga.

Životni se ciklus pothvata u većini slučajeva sastoji od osam životnih faza. Početna faza je faza konstituiranja u kojoj *poduzetnik pionir* dovršava sve ključne predradnje poduzetničkog pothvata (osigurava poslovni prostor, nabavlja opremu, zapošljava kadar, kontaktira dobavljače i kupce, proizvodi prve proizvode i slično) kako bi započeo nemilosrdnu „borbu“ na tržištu.

Faza rasta i razvoja, *poduzetnika stvaratelja*, izlaže brojnim iskušenjima koje više ne može sam rješavati te je primoren angažirati rukovoditelje te formirati poslovne funkcije. Kako bi poduzetnik učvrstio svoju tržišnu poziciju, potrebno je usvojiti nove proizvode, širiti se na nova tržišta, povećati obujam poslovanja te imati na umu jednako jaku konkurenciju.

Kako bi poduzetnik poboljšao svoju poziciju na tržištu, proširio svoje poslovanje te povećao dobit, on traži poslovne prilike i izvan postojećeg područja poslovanja. Faza takvog razvoja ili proširenja posla zove se faza diversifikacije. U toj fazi dominira *poduzetnik strateg*.

Faza diferencijacije je faza prepuna inovacija i/ili modifikacija postojeće doktrine poslovanja (proizvoda ili usluga) koja je sukladna zahtjevima potrošača. Svrha spomenutih inovacija i/ili modifikacija je da na još bolji način zadovolje želje i potrebe vjernih ali i novih potrošača.

Zasićenost je opasnost koju svaki poduzetnik nastoji izbjeći, a izbjegava ju inovacijama i/ili modifikacijama, marketingom, pronalaženjem novih tržišta i slično. Faza krize nastaje kada se javi zasićenost koja ako ne adekvatno riješena vodi k nepremostivoj krizi, krizi bez izlaza.

Faza u kojoj se poduzetnik bori protiv te krize je faza konsolidacije. *Poduzetnik voditelj* se putem radikalnog smanjenja troškova, restrukturiranja ili strategijskog repositioniranja nastoji izvući iz te krize.

Kada je imovina veća od obveza poduzeća a poduzetnik radi, zakonom preciziranih, razloga nastoji obustaviti daljnje privređivanje, poduzetnički pothvat ulazi u fazu likvidacije.

Ukoliko je imovina poduzeća manja od obveza istoga, odnosno ako je poduzetnik prezadužen te se u fazi likvidacije nije pronašao rješenja krize, javlja se faza stečaja. U ovoj se fazi pristupa stečajnom postupku ili postupku predstečajne nagodbe. Faza stečaja je faza duboke i nepremostive krize koju poduzetnik nije mogao riješiti niti u fazi konsolidacije niti u fazi likvidacije.

2.6. Mogućnosti za žene u poduzetništvu

Premda građansko društvo ima dugu tradiciju te počiva na jednakosti svih građana ipak su određene nejednakosti prisutne. Utvrđeno je i u razvijenim zemljama da su žene potplaćene za obavljanje istih poslova koje rade muške kolege. Žene su u svakom pogledu slabije zastupljene na menadžerskim pozicijama, a to se ponajprije odnosi na srednje i visoke razine. Menadžersku karijeru lakše ostvaruju muškarci koji su donedavno bili „oslobođeni“ kućnih i obiteljskih obveza, ali ta se situacija ubrzano mijenja. U razvijenim zemljama poput Sjedinjenih Američkih Država isčezava klasična obitelj u kojoj je muškarac bio zaposlen, a žena bila kućanica. Sve češće rade oba supružnika te se povećava broj samohranih majki.

Prosječne plaće žena u odnosu na prosječne plaće muškaraca za iste poslove izrađene u postocima iznose:⁷

- Unositeljica podataka- 95%
- Tajnice, stenografkinje i tipkačice- 91,6%
- Farmaceutkinje- 90,1%
- Inženjerke i arhitektice- 85,6 %
- Računalne programerke- 84,1%
- Pravnice- 78%
- Liječnice- 72,2%
- Marketinške menadžerice i stručnjakinje za oglašavanje i odnose s javnošću - 68,5%
- Inspektorice- 67,7%
- Financijske menadžerice- 62,4%

⁷ Menadžment u malom poduzetništvu, Horvat Đ., Kovačić M., Cera prom, Zagreb 2004. godina, str. 62-64.

Mnogi analitičari 80-ih godina prošlog stoljeća nazivaju desetljećem ženskog poduzetništva. Veliki broj žena u tom razdoblju odlučilo se za samostalno pokretanje posla, a taj trend prisutan je do dana današnjeg. Tom procesu pogodovale su restrukturiranja velikih kompanija usmjerenih na sažimanje (downsizing) i utvrđivanje temeljnih djelatnosti. Periferni poslovi prepuštaju se vanjskim specijaliziranim, mahom malim poduzetnicima(out-sourcing). Navedeni procesi doveli su do masovnih otpuštanja koja su obuhvaćala radnike i menadžere, a znatnim dijelom i žene. Posljednjih 20 godina prošlog stoljeća žene su u najvećem broju osnivale vlastite poslove.

2.7. Pojam obiteljskog poduzetništva

Prema definiciji EU, obiteljsko poduzeće je poduzeće u kojem većinu prava odlučivanja ima osnivač ili osoba koja je kupila poduzeće i najbliži srodnici, u upravljanje poduzećem uključena je najmanje jedna osoba iz obitelji, te, u slučaju dioničkih društava osnivač / vlasnik dijela poduzeća sa srodnicima i nasljednicima posjeduju najmanje 25% prava odlučivanja.

Pojam obiteljskog poduzeća u Hrvatskoj nije službeno definiran što onemogućuje identifikaciju, praćenje razvoja i projekciju utjecaja obiteljskih poduzeća na gospodarstvo Hrvatske. U javnim raspravama obiteljsko poduzeće predstavlja poduzeće koje je u vlasništvu obitelji, osigurava radna mjesta i prihode za članove obitelji. Pretpostavlja se da 50% zaposlenih u Hrvatskoj radi u obiteljskim poduzećima, da su većina mikro i malih poduzeća u Hrvatskoj obiteljska, te da su u vlasništvu prve generacije poduzetnika koja u isto vrijeme i upravlja poduzećem.

U Hrvatskoj postoje primjeri velikih poduzeća koja funkcioniraju kao obiteljska poduzeća – i u smislu strukture vlasništva, i u smislu upravljanja poslovnim procesima i uključenosti obitelji vlasnika u donošenje strateških odluka u poduzeću. Neka od najuspješnijih poduzeća u Hrvatskoj u post-tranzicijskom razdoblju pokrenuta su kao obiteljska poduzeća.⁸

Postoje tri osnovna tipa obiteljskih poduzeća:⁹

- aktivna obiteljska poduzeća – karakterizira ih osobni nadzor nad poslovanjem koji provode članovi obitelji, a mogu zapošljavati i radnike koji nisu članovi obitelji.
- obiteljska poduzeća s odsutnošću vlasnika – poduzeća koja su u vlasništvu i pod kontrolom članova obitelji koji nisu zaposleni u poduzeću i ne upravljaju poslovanjem. Poslovanje vode osobe koje nisu članovi obitelji, u ime i na račun obitelji.
- latentna (pritajena) obiteljska poduzeća – u njima je samo jedan član obitelji, najčešće vlasnik ili zakonski nasljednik, uključen u proces

⁸CEPRA- Centar za obiteljska poduzećai prijenos poslovanja: <https://biznis-transfer.com/sto-je-obiteljsko-poduzetništvo/> (07.02.2021.)

⁹ Buble, M., Kružić, D. : Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRIIF, Zagreb, 2006., str. 26-29.

poslovanja ili vođenja poduzeća, dok ostali članovi obitelji nisu uključeni u poslovanje, ali se mogu uključiti u budućnosti.

Tablica 6. Pozitivni i negativni aspekti obiteljskog poduzetništva

PREDNOSTI OBITELJSKOG PODUZETNIŠTVA	NEDOSTACI OBITELJSKOG PODUZETNIŠTVA
Obiteljska povezanost i želja da se sačuva ono što je stečeno	Članovi obitelji su izvršitelji obiteljskog posla, menadžeri u obiteljskom poduzeću i njegovi vlasnici, što može dovesti do neprofesionalnosti i improvizacije
Spremnost obitelji na odricanje za napredak poduzeća	Nedostatak stručnih, specijalističkih i upravljačkih znanja
Očuvanje humanosti radnog mjesta iskazivanjem visoke razine brige za pojedince	Miješanje obiteljskih i poslovnih odnosa
Usmjerenj ena dugi rok jer se u obitelji ostaje dugo ako ne i trajno	Sukob između afiniteta djece i želje roditelja
Isticanje kvalitete kako bi se sačuvala tradicija vođenja brige o pruženim vrijednostima kupcu	Visoka rizičnost poslovanja
Razmišljanje o tome kako postati brand	Ograničenost financijskih izvora sredstava
Poticanje zajedništva u obitelji- veliko je radno i poslovno zalaganje svih članova obitelji jer povećava zajedništvo i sklad obitelji	Nedostatak vremena za normalan obiteljski život, odmor
Poticaj na odgovornost i razvoj radnih navika svakog člana obitelji	Manje vremena za druženje članova obitelji koji su uključeni u obiteljski posao
Organizacija je jednostavnija i učinkovitija	Specijaliziranost asortimana proizvoda ili usluga koji su predmet obiteljskog posla
Omogućen je izravan kontakt s dobavljačima i kupcima te stvaranje individualnih i prijateljskih veza	Izostanak alternativnih programa razvoja

Izvor: Buble, M., Kružić, D. : Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRiF, Zagreb, 2006., str. 26-29.

3. NASLOVNA STRANA PODUZETNIČKOG PROJEKTA

Proizvodnja mobilnih kućica „Mobile kont“

Stenjevečka 16, 10090 Zagreb

Tel: 099/2782-171

E-mail: mobilekont@gmail.com

PODUZETNIČKI PROJEKT

Proizvodnja mobilnih kućica „Mobile kont“

Mobile kont

Vlasnica obrta:

Marina Gorički

Osoba za kontakt:

Marina Gorički

Tel: 099/2782-171

Autor projekta:

Marina Gorički, bacc.oec.

Primatelj projekta:

Privredna banka Zagreb

Karlovac, ožujak 2021. godina

4. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE

4.1. Autor i evaluacija ideje

Poduzetnička ideja ovog projekta nastala je iz obiteljskog „duha“ za poduzetništvom. Dugogodišnja proizvodnja stambenih kućica, takozvanih kontejnera, proteže se još iz 2005. godine kada je otac autorice ovog rada pokrenuo svoje poduzeće i krenuo u izgradnju svojih prvih kontejnerskih kućica. Autorica i nositeljica ove poduzetničke ideje i plana je Marina Gorički.

4.2. Referencije nositelja podhvata

Nositelj podhvata je Marina Gorički, djevojački Šobat, rođena u Zagrebu, dana 24.04.1997. godine. Nakon osnovne škole završava ugostiteljsko-turističku, trogodišnju srednju školu u Zagrebu, kao slastičarka te odlazi na prekvalifikaciju za hoteljersko turističkog komercijalistu. Nakon prekvalifikacije upisuje na Veleučilište u Karlovcu, stručni studij Ugostiteljstva. Trenutno je apsolventica na istoimenom smjeru. Nositeljica podhvata je vrlo komunikativna, ambiciozna i poduzetna osoba iz razloga jer se kroz školski i studentski život bavila mnogim poslovima, kao što je rad u ugostiteljskom sektoru hrane i pića, proizvodnja i usluživanje, rad kao promotorica jednih od trgovačkih proizvoda, marketinški poslovi, pa čak i kozmetička grana bila je dio njezinih ambicioznih poslova. Pozitivna osobina nositeljice je inovativnost, uporan rad i odgovornost, a jedna od prepoznatih negativnih osobina je strah od konkurencije. Kako bi što bolje i uspješnije vodila svoje poduzeće, cilj joj je napredovati i educirati se kroz sve faze poduzetničkog procesa.

4.3. Opis proizvoda, robe i usluge

Mobilne kućice se mogu modificirati i izraditi po želji kupaca. Nastaju kao stambeni ili poslovni objekti. U standardnim mjerama(6x2,4x2,6 m) mogu se spajati u razne oblike i pretvarati u modularne kontejnerske kućice. Ponuda vanjskog dizajna je raznolika, a može biti; dekorativni kamen, dekorativni kamen na rubovima, poluoobljice od smreke u boji mahagonija, lim i fasada u raznim bojama. Interijer je moguć u mnogim varijantama, drvo, laminat, lamperija, pločice i slično,isto kao i raspored kuhinje, kupaone, dnevnog boravka, sobe, predsoblja i inih prostorija je sve ovisno o želji kupaca.

Takve kućice su za hrvatsko tržište odlične iz razloga jer mogu služiti u razne svrhe, a ponajviše ugostiteljske i turističke svrhe, npr. smještajna jedinica, ugostiteljski objekt, objekt prodaje usluga hrane i pića, kiosci i slično.

5. TRŽIŠNI PODATCI PROJEKTA

5.1. Istraživanje tržišta

Poduzeće „Mobile kont“ ima funkciju proizvodnje kontejnera, mobilnih kućica, od same nule te tercijalna djelatnost je prodaja tih kontejnera na tržište ili na zahtjev kupaca. Prvobitan je cilj zadovoljiti želje i potrebe svih kupaca. Mobilne kućice kao takve su tercijarna potreba u smislu čovjekovog života iz razloga jer su to više luksuzne ili ekskluzivne kućice. Kao pojam života svatko mora danas imati krov nad glavom te je to jedan od bitnijih elemenata za život, no primarne potrebe su ipak drugačije. Pa tako na temelju svega, potražnja i potreba za mobilnim kućicama je znatno velika. Potrošači su orijentirani prema standardnom načinu života te tako više aludiraju na osnovne modele mobilnih kućica, više kao vikendice ili poslovne i uredske prostore. Upravo zbog takvih potrošača se kreće u takav posao, jer se danas sve veći broj ljudi opredjeljuje na takav tip stambenog života. Za potrošače i potencijalne kupce je dobro što za mali novčani iznos, koji je u rangu današnjeg standarda plaća radnika, mogu dobiti vrlo veliki stambeni prostor po njihovim željama i zahtjevima. Isto tako jako je važno naglasiti da uz državni porez na dodatnu vrijednost (PDV) koji je obavezan u svim sustavima poduzeća, nudi se popust na gotovinu, što je isto tako vrlo povoljno za ciljane kupce. Jamstvo je važna stavka kod ovog poduzeća, a i kupcima, da imaju sigurnost u ono što se proizvede i što će za svoje novce dobiti, vrijednost za novac.

5.2. Projekcija ciljanih tržišta

Zemljopisno određivanje ciljanog tržišta je cijela Hrvatska, pa čak i otoci. Potencijalni potrošači su srednje životne dobi (35-50) i osobe starije životne dobi (50-80) ,odnosno, umirovljenici. Za osobe srednje životne dobi mobilne kućice zadovoljiti će njihove potrebe za poslovnim ili uredskim prostorom (kiosci, beach barovi, kontejnerski kampovi i slično), dok će kod osoba umirovljeničke dobi ispuniti potrebu za luksuznim vikend kućicama na njima željenim lokacijama.

5.3. Projekcija konkurencije i cijena

U gradu Zagrebu i okolici postoje mali broj tvrtki koje se bave poslom poput proizvodnje kućica pa je konkurencija mala, čak i neznatna iz razloga što konkurencija proizvodi takvu vrstu kontejnera u manjim dimenzijama, sa manjom izolacijom, podnom i zidnom, namjena im je isključivo uredskog tipa, te što je bitno za kupce i potrošače jest to da konkurencija ne radi takve objekte iz nule već imaju postojeće samo za kupnju. Dok drugi dio konkurencije ima isključivo tip proizvodnje montažnih kućica za stanovanje i život te su isto tako vrlo visoki sa cijenama. Kod konkurenata obavezne su građevinske dozvole i građevinski projekti, dok se u ovom projektu nudi opcija bez svega navedenoga, osim u slučaju spajanja na gradsku kanalizaciju.

Ovo poduzeće je upoznato sa svim nedostacima i prednostima te se konstantno unaprijeđuje i poboljšava na zadovoljstvo kupaca/potrošača.

Za konkurenciju na tržištu dani su poduzeće pod broj: 1.- „DOMUSplus“ i poduzeće pod broj: 2.- „CONTAINEX“.

Tablica 7. Komparacija konkurencijskih prednosti i nedostataka dvaju konkurenata

Red. broj	KATEGORIJE- (prednosti i slabosti)	KONKURENTI S POPISA	
		1.	2.
1.	Asortiman proizvoda, robe, usluga	-	+
2.	Tehnička obilježja proizvoda, robe, usluga	0	+
3.	Uporaba obilježja proizvoda, robe, usluga	0	+
4.	Poslijeprodajne usluge potrošačima	+	+
5.	Ostala obilježja proizvoda, robe, usluga	0	+
6.	Prodajni kanali i prodajna distribucija	0	+
7.	Cijene, popusti, načini i uvjeti plaćanja	+	+

8.	Uvjeti, način i rok isporuke	+	+
9.	Ekonomska propaganda	0	+
10.	Aktivnosti promicanja prodaje	+	+
11.	Osobno-prodajna promidžba	+	+
12.	Publicitet i odnosi s javnošću	-	0
13.	Nabavni kanali i nabavna distribucija	0	0
14.	Skladištenje i politika zaliha	0	0
UKUPNA OCJENA KOMPARACIJE		5+	11+

Izvor: Obrada autora (07.02.2021)

Opis tablice i rezultata:

Prikaz prednosti od konkurencije na tržištu označeno je sa znakom: +

Prikaz nedostataka u odnosu na konkurenciju označeno je sa oznakom: -

Prikaz približno jednake komponente u odnosu na konkurenciju označeno je: 0

Kao što se može prikazati iz tablice od konkurencije pod brojem 1. „DOMUSplus“ i konkurencije broj 2. „CONTAINEX“ u prednosti je sa označenih 5+ (konkurencija broje 1.) i 11+ (konkurencija broj 2.), što predstavlja da poduzeće ima bolje poslijeprodajne usluge prema potrošačima, cijene, popuste, način i uvijete plaćanja, uvijete, način i rok isporuke znatno su kraći od oba konkurenata, zajedničke prednosti su još i to što je bolja aktivnost promicanja prodaje i osobno-prodajnu promidžbu. Dok za razliku od konkurencije broj 1. poduzeće ima nešto manji asortiman proizvoda, robe i usluga te slabiji publicitet i odnos s javnošću, kod konkurencije broj 2 nema nikakvih nedostataka. Približno jednake značajke sa konkurencijom broj 1. su tehnička obilježja proizvoda, robe i usluga, ostala obilježja proizvoda, robe i usluga, prodajni kanali, prodajna distribucija i ekonomska propaganda, dok je kod konkurencije broj 2. sve navedeno u prednosti. Približno je jednaki broj sa konkurencijom broj 2. u publicitetu i odnos s javnošću, a u nabavnim kanalima i nabavnoj distribuciji te skladištenjem i politikom zaliha poduzeće je približno jednako sa oba konkurenta.

Primjena strategije cijena kanimo koristiti metodu penetracijske cijene, što bi značilo da se želi ući na tržište sa niskim cijenama i time privući što veći broj kupaca. Smatra se da se, na početku, isplati ući na tržište sa nižim cijenama te tako s vremenom dokazivanja u našu kvalitetu i kvantitetu, povisiti cijena u skladu standardima i ljudskim mogućnostima. Postoji mogućnost (ne)stabilnosti cijena u branši kojom bi se bavili kao što je porast PDV-a, porast nabavnih materijala, porast cijena goriva, porast cijena cestarina, porast poreza na bilo koji dio državi i slično. Porastom bilo kojeg navedenog elementa može dovesti do porasta i cijena proizvodnje ovoga projekta.

5.4. Projekcija prodaje i prihoda

Na temelju godišnje pojedinačne i skupne kvantifikacije mogućnosti prodaje proizvoda i usluga na ciljanom tržištu, pridodavši cijenu svemu navedenom i količinu dobije se ukupan iznos godišnje prodaje i prihoda od prodaje.

Tablica 8. Projekcija godišnje prodaje i prihoda od prodaje

Red. broj	NAZIV PROIZVODA I USLUGE	KOLIČINA	CIJENA PO JEDINICI(kn)	UKUPAN IZNOS
I.	PROIZVODI-UKUPNO			
1.	Mobilna kućica (kontejner)	57	30.000,00	1.710.000,00
II.	USLUGE-UKUPNO			
1.	Usluga montaže i adaptacije	57	6.000,00	342.000,00
2.	Usluge servisiranja	3	3.000,00	9.000,00
3.	Usluga dostave	57	6.000,00	342.000,00
UKUPAN PRIHOD OD PRODAJE (I.+II.)				2.403.000,00

Izvor: obrada autora (07.02.2021.)

U tablici broj 8. može se prikazati kako bi se u projekciji godišnje prodaje i ukupan prihoda od prodaje, iz zbroja stavki I. i II., bio 2.403.000,00 kn.

5.5. Projekcija nabave tržišta

Nabava je jedna od najbitnijih funkcija za sva poduzeća. Kvalitetno biranje dobavljača i poslovnih partnera uvelike utječe na poslovanje poduzeća. Nekim lošim odabirom dobavljača i krivim upravljanjem nabavnim tržištima može se uništiti sav dobar način proizvodnje i poslovnog rezultata. Za samu izradu mobilnih kućica prvobitna stavka za izradu je konstrukcija i boja. Sve ostalo kao što su sirovine, reprodukcijski materijal, potrebni energenti, dodatni (rezervni) dijelovi, pokućanstvo i potrebit inventar nabavljati će se u najbolje izabranim tvrtkama. Proučavanjem i istraživanjem tržište nabave svih potrebnih sirovina i materijala dolazi se do željenog cilja, a to je najbolji materijal za izradu proizvoda.

6. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA

6.1. Projekcija lokacije

Glavno sjedište ovog poduzeća nalazilo bi se u Zagrebu gdje je dostupnost i povezanost vrlo dobra sa svim djelovima grada i svim gradovima . Proizvodnja i pogon bili bi u malo udaljenijem dijelu Zagreba, kako bi bilo što više prostora za rad te ponajviše nabava svih potrebitih repromaterijala i sirovina bili bi u užem krugu radionice. Tako bi rad bio efikasniji, a brža nabava materijala značila bi bržu izradu kućica, odnosno, kontejnera. Za kupce bi postojala mogućnost dalaska na obje lokacije, ovisno o njihovim željama i okolnostima.

6.2. Projekcija tehnologije

Najvažniji za ovu djelatnost su kvalificirani radnici i potrebni alati. Iako je tehnologija druga potreba, bez nje se nikako ne bi moglo održati poslovanje. Komunikacija i marketing su danas najbitniji u poslovanju, a putem moderne tehnologije to se može postići u zadovoljavajućem rasponu. Komunicirati se može putem mobilnih i kompjuterskih uređaja i to na ove načine: putem e-mail-a, sms poruka i poziva, putem raznih aplikacija (whatsapp, facebook, messenger i slično) i oglasnih prodajnih kanala (index oglasi, njuškalo oglasnik, facebook-marketplace i ostalo).

6.3. Projekcija kapaciteta

Kapacitet je sposobnost proizvodnog, trgovačkog ili uslužnog sustava da u nekom vremenu proizvede neku količinu proizvoda, proda neku količinu robe ili usluži neku količinu određenih usluga.

Tablica 9. Projekcija kapaciteta u razdoblju od godine dana

Red. broj	NAZIV	GODIŠNJI KAPACITET
I.	PROIZVOD	
1.	Kontejner- kućica	57
II.	USLUGE	
1.	Montaža	57
2.	Dostava	57

Izvor: Obrada autora (07.02.2021.)

U razdoblju od godine dana poduzeće bi moglo proizvesti oko 57 kontejnera ,odnosno, mobilnih kućica te isti broj montaža i dostava.

6.4. Projekcija stalnih sredstava

Tablica 10. Ulaganja u stalna sredstva

Red broj	POPIS STALNIH SREDSTAVA, MATERIJALA I RADOVA	KOLIČINA (u jed. mjere)	JEDINIČNA CIJENA	UKUPNA VRIJEDNOST (kn)
1.	Zemljište	1.000 m ²		200.000,00
2.	Građevinski objekti	100 m ²		100.000,00
3.	Proizvodna oprema			23.000,00
4.	Pomoćna oprema			15.000,00
5.	Uredska oprema			21.600,00
6.	Ostala oprema			12.900,00
7.	Pribor i alati			45.700,00
8.	Poslovni inventar			13.000,00
9.	Prijevozna sredstva	2 kom		55.000,00
10.	Nematerijalna imovina			4.500,00
11.	Protupožarni sustav	2 kom	1200,00	2.400,00
12.	Kontejner za smeće	2 kom	750,00	1.500,00
13.	Grijanje i klima uređaj	4 kom	900,00	3.600,00
14.	Ostala stalna sredstva			7.000,00
UKUPNA VRIJEDNOST				505.200,00

Izvor: Obrada autora (10.02.2021.)

Ulaganja u stalna sredstva za poduzeće iznosila bi u rasponu od oko 750,00 kn po jedinici određenog materijala do iznosa od 200.000,00 kn za ulaganje u zemljište. Podjelom na materijalnu imovinu(500.700,00kn) i nematerijalnu imovinu (4.500,00kn) sveukupna vrijednost gore navedenih stavki iznosila bi 505.200,00 kn.

6.5. Projekcija materijalnih inputa

Tablica 11. Projekcija materijalnih inputa

Red broj	POPIS MATERIJALNIH INPUTA	KOLIČINA	UKUPNA VRIJEDNOST
I.	Sirovine – ukupno		10.000,00
1.	Gorivo		10.000,00
II.	Repromaterijal - ukupno		112.500,00
1.	Oprema za izgradnju kontejnera		96.600,00
2.	Oprema za održavanje kontejnera		15.000,00
3.	Kontejner za smeće	2 kom	900,00
III.	Energenti - ukupno		2.500,00
1.	Električna energija		1.200,00
2.	Voda		1.300,00
IV.	Sitan inventar - ukupno		16.000,00
1.	Uredski		5.000,00
2.	Skladišni		11.000,00
V.	Ostali materijalni inputi - ukupno		5.500,00
1.	Režije		2.500,00
2.	Radna odjeća		3.000,00
SVEUKUPNA VRIJEDNOST			146.500,00

Izvor: Obrada autora (10.02.2021.)

Za nesmetano i kontinuirano funkcioniranje ovog poduzeća potrebni su sirovine, repromaterijali, energenti, sitan inventar te ostali materijalni inputi. Sveukupna vrijednost navedenog iznosi 146.500,00 kn.

6.6. Projekcija zaposlenika

Iako bi se naše poduzeće bavilo obiteljskim poslom potrebno je još nekoliko kvalificiranih radnika za određeni dio posla. Računovodstvo i knjigovodstvo bilo bi u ingerenciji vlasnice projekta .

Tablica 12. Projekcija potrebitih radnika i troškova rada

Red. broj	TOČAN NAZIV RADNOG MJESTA	POTREBITI RADNICI I TROŠKOVI RADA			
		STRUČNA SPREMA	JEDNA SMJENA	UKUPNO	MJESEČNE PLAĆE RADNIKA (KN)
1.	Bravar i monter	SSS	1	1	5.000,00
2.	Vozač kamiona	SSS	1	1	5.000,00
3.	Vodoinstalater	SSS	1	1	5.000,00
4.	Električar	SSS	1	1	5.000,00
5.	Pomoćni radnik	SSS	1	1	4.500,00
6.	Menadžer-knjigovođa-računovođa-vlasnik	VSS	2	2	7.000,00
SVEUKUPNO					31.500,00

Izvor: Obrada autora (10.02.2021.)

Iz navedene tablice 12 koja prikazuje projekciju potrebnih radnika i njihovih troškova rada ,može se isčitati kako je potrebno 31.500,00 kn za mjesečne kompezacije.

6.7. Projekcija zaštitnih mjera opreza

Pošto u ovom poslu postoji mogućnost fizičkih i psihičkih ozljeda radnika, a i mogućnost zagađivanja okoliša, moraju se poduzeti sve mjere opreza.

Tablica 13. Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša i zaštitu pri radu

Red. broj	NAZIV AKTIVNOSTI	VRIJEDNOST OPREME (KN)	UKUPNA ULAGANJA (KN)
I.	MJERE ZAŠTITE OKOLIŠA		
1.	Zbrinjavanje otpada	1.000,00	1.000,00
II.	MJERE ZAŠTITE PRI RADU		
1.	Protupožarni aparati	500,00	500,00
2.	Oprema za prvu pomoć	300,00	300,00
3.	Maske za zaštitu	200,00	200,00
4.	Zaštitna odjeća i obuća	1.500,00	1.500,00
5.	Video nadzorni sustav	2.000,00	2.000,00
SVEUKUPNO			5.500,00

Izvor: Obrada autora (10.02.2021.)

Za mjere zaštite okoliša potrebno je kvalitetno zbrinjavati otpada koje bi koštalo 1.000,00 kn. Za mjere zaštite pri radu najveći trošak od 2.000,00 kn uložio bi se u video nadzorni sustav (kamere i alarm), a ostale mjere zaštite, kao što su protupožarni aparati, oprema za prvu pomoć (kutija prve pomoći i slično), zaštitne maske za lice i zaštitna odjeća i obuća (radna odjela i cipele) iznose sveukupno 5.500,00 kn.

6.8. Projekcija aktivizacijskog razdoblja

Tablica 14. Popis i trajanje aktivnosti izvedbi

Red. broj	POPIS PREDVIĐENIH AKTIVNOSTI	POČETAK AKTIVNOSTI	ZAVRŠETAK AKTIVNOSTI	TRAJANJE U DANIMA
1.	Izrada projektnog plana	01.04.2020.	01.05.2020.	30
2.	Prikupiti potrebna sredstva iz vlastitih izvora i posudbe od bližih	01.05.2020.	01.10.2020.	150
3.	Istražiti tržište	01.10.2020.	01.12.2020.	60
4.	Prikupit svu dokumentaciju	01.12.2020.	01.02.2021.	60
5.	Pronaći lokaciju i iznajmiti parcelu	01.12.2020.	01.02.2021.	60
6.	Izraditi kontejner kao poslovni prostor	01.02.2021.	10.02.2021.	10
7.	Zaposliti radnike	01.02.2021.	20.02.2021.	20
8.	Nabaviti alat za rad	01.02.2021.	20.02.2021.	20
9.	Pripremiti prostore za pouzdan rad	01.02.2021.	01.03.2021.	30
10.	Početak rada	01.04.2021.	...	
UKUPNO TRAJANJE		01.04.2020.	01.04.2021.	365

Izvor: Obrada autora (10.02.2021.)

U predviđenom aktivacijskom razdoblju od godine dana uključene su sve aktivnosti od projektnog plana (01.04.2020.) do početka rada koji je predviđen za 01.04.2021.

7. MENADŽMENT PROJEKTA

Menadžment je funkcija koja koordinira ljudske napore kako bi se izvršile određene ciljne faze koristeći se resursima efikasnosti i učinkovitosti.

Poduzeće bi zaposlilo pet radnika te sama funkcija menadžera računovođe i knjigovođe bila bi vođena od strane vlasnice, Marine Gorički. Uz navedene radike zaposlili bi i neke od članova obitelji, pošto to i je obiteljski posao. Svaki radnik bi bio kvalificiran te odgovarajuće postavljen na radnu poziciju.

. Neke od stavki za otvaranja obrta su: pisani zahtjev ispostavi županijskog ureda za gospodarstvo, odnosno ispostavama ureda za gospodarstvo Grada Zagreba, na čijem će području biti sjedište obrta. Svi potrebni obrasci za registraciju obrta dostupni su u ispostavama ureda za gospodarstvo i besplatni su. Odabir sjedišta tvrtke, a to je u gradu Zagrebu, na adresi Stenjevečka 16, dok bi na adresi Rakitska cesta bb bestovje, bila radionica samog pogona.

Zahtjevu za izdavanje obrtnice potrebno je priložiti:

- popunjene obrasce
- zdravstvenu svjedodžbu kojom se dokazuje posebna zdravstvena sposobnost, ako je propisana za djelatnost koja se registrira
- dokaz o ispunjavanju uvjeta stručnosti
- dokaz o pravu korištenja prostora – detaljnije vidjeti na: UVJETI ZA OTVARANJE I OBAVLJANJE OBRTA
- dokaze o uplati upravnih pristojbi
- U obrazac prijave potrebno je upisati djelatnosti kojima će se obrt baviti Za to se koriste šifre tj. brojčane oznake propisane Odlukom o nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007

Troškovi vađenja obrtnice su 200,00 kn, a za svaku sljedeću naplaćuje se 60,00 kn. Neke od iznimaka su:

- osobe koje otvaraju obrt na područjima određenim Zakonom o područjima posebne državne skrbi, Zakonom o brdsko-planinskim područjima i Zakonom o otocima
- osobe navedene u programima zbrinjavanja kojih je potpisnik Ministarstvo gospodarstva s drugim ministarstvima i Hrvatskim zavodom za zapošljavanje
- branitelji temeljem potvrde Ureda za obranu prema mjestu prebivališta,
- nezaposlene osobe prijavljene na Zavodu za zapošljavanje starije od 45 godina ili s najmanje 20 godina radnog staža, temeljem potvrde Zavoda za zapošljavanje.

Stoga se prema važećim propisima kod otvaranja obrta ne plaća propisani iznos za obrtnicu, već je potrebno platiti samo propisane upravne pristojbe. Pristojba se plaća u iznosu od 270,00 kuna u korist proračuna (uplatnicom na račun koji se dobije u ispostavi).

Obrt se može i otvoriti preko sustava e-Obrt, koji je sastavni dio sustava e-Građani.

U svrhu dokazivanja propisanih uvjeta, kroz aplikaciju se prilažu skenirani odgovarajući dokumenti, kao i uplatnica koja je dokaz o uplati propisane upravne pristojbe, u ovom slučaju s uplaćenih ukupno 250,00 kuna.

Kroz e-Obrt može se upisati novi obrt i to obrt sa definiranim datumom početka obavljanja djelatnosti, obrt bez početka rada i sezonski obrt, a mogu se upisati i promjene podataka tijekom poslovanja obrta.¹⁰

¹⁰ Hrvatska obrtnička komora: <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/postupak-i-troskovi-otvaranja-obrta> (18.02.2021.)

8. MARKETING PROJEKTA

"Marketing je društveni i upravljački proces koji putem stvaranja, ponude i razmjene proizvoda od vrijednosti s drugima, pojedinci i grupe dobivaju ono što im je potrebno ili što žele" ¹¹

Marketing se bavi potrebama ljudi i pronalazi načine zadovoljenja potreba kao takvih. Također pronalazi i potrebe kojih potrošači u točki vremena još nisu ni svjesni.

Autorica je osmislila strategije i politike cijena, prodaje, nabave svih potrebitih materijalnih i inih inputa, fizičke distribucije te promocije mobilnih kućica kvalitetno funkcioniranje poslovanja. S obzirom da je riječ o konkurencijskom proizvodu od izuzetne je važnosti imati mudre, kvalitetne i efikasne strategije i politike istih.

8.1. Proizvoda roba i usluga

Svakom modernizacijom i inovativnim dizajnima pokušati će se privući što veći broj kupaca. Glavni proizvod je mobilna kućica odnosno kontejner koji se gradi od stavki prikazanih u tablici.

¹¹ Phillip Kotler (18.02.2021.)

Tablica 15. Montažna kućica tip Classic

Red. broj	NAZIV	DIMENZIJA	U PONUDI- OPIS
I.	TIP CLASSIC		
1.	Dimenzija kontejnera/mobilne kućice	6000x2400x2600mm	6000mm- dužina 2400mm- širina 2600mm- visina
2.	Konstrukcija	3mm	Četvrtasti FE profil
3.	Pokrov lim		Valoviti T-40
4.	Vanjska oplata lim	15m ²	PCB bijeli
II.	IZOLACIJA:		
1.	Stijenka	100mm	Mineralna vuna
2.	Najlon barijera		
3.	Pokrov sa zračnim međuprostorom	100mm	Mineralne vune
4.	Pod	30mm	Pod termički sustav
III.	STOLARIJA:		
1.	PVC prozori	2 kom-80/120	IZO staklo, šest-komorni, otvaranje u 3 položaja
2.	PVC ulazna vrata	90/200	Umjereno protuprovalna, dekor staklo na vratima
IV.	INTERIJER:		
1.	Lamperija	15m ²	Bijeli jasen
2.	Laminat	10 m ²	Hrast klik
V.	STRUJA:		
1.	Razvodni ormarić	1 kom	
2.	Automatski osigurači	1 kom	
3.	Rasvjetno tijelo	2 kom	
4.	Utičnice	2 kom	Sa vizir poklopcem
5.	Razvedenost unutar vodilica		
6.	Vanjski priključak	1 kom	

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

8.2. Cijena

Cijena je vrijednost neke robe ili usluge. U ovom slučaju oboje. Procesom nabave, izrade, prodaje i dostave dolazi se do određivanja same cijene svega navedenog. Ulaskom na tržište s nižim cjenama te kasnije podizanjem cijena sukladno standardima koristilo bi se metodom penetracijske cijene. Sveukupna cijena jedne jedinice mobilne kućice tipa „Classic“ (lim iz vana) iznosila bi 25.000,00 kn. Uz mogućnost dodatka interijera te razne dekoracije eksterijera, cijena bi se regulirala po željama i odabiru kupaca.

Tablica 16. Dodatne opcije interijera i njihova cijena

Red. broj	NAZIV	DODATNA CIJENA (kn)
1.	Kompletna kupaonica	15.000,00
2.	Sanitarni čvor	5.000,00
3.	Mini kuhinja	4.000,00
4.	Klima uređaj	1.000,00

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

Tablica 17. Dodatne opcije eksterijera i njihova cijena

Red. broj	NAZIV	DODATNA CIJENA (kn)
1.	Opcija poluoblice ili brodski podsmreka	4.000,00
2.	Opcija fasada po želji	4.000,00
3.	Opcija dekorativni kamen na rubovima i fasada u boji po želji	8.000,00
4.	Opcija dekorativni kamen	10.000,00

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

8.3. Distribucija

Ako se govori o distribuciji, postoje izravni i neizravni kanali distribucije. Izravni kanal je onaj kanal putem kojeg proizvođači sami prodaju svoje proizvode krajnjim korisnicima. Neizravni kanal distribucije se koristi kada poduzeće nije u mogućnosti samostalno organizirati prodaju pa je prepušta nekom drugom, može biti maloprodaja (prodaja ili kupnja jedne ili male količine robe) ili veleprodaja (prodaja i kupnja veće količine robe). U ovom slučaju se koristi izravni kanal iz više opravdanih razloga kao npr. direktan kontakt s kupcem „od usta do usta“ i kontrola nad prezentiranjem proizvoda na najbolji način.

8.4. Promocija

Za promociju ovog proizvoda Internet bi odigrao najzaslužniju ulogu, ponajviše internet stranicama (facebook, instagram, youtube i slično), promotivnim aplikacijama (njuškalo i index oglasnik), reklamnim materijalima poput letaka, vizualnim materijalom poput naljepnicom na automobilu (sa slikama primjera mobilnih kućica, e-mail adresom, kontakt brojem osobe) i otvaranjem i reklamiranjem web stranice gdje bi se budući kupci upoznali sa svim mogućnostima, kombinacijama i varijantama koje se pružaju.

Ciljevi promocije se sastoje od ekonomskih ciljevaka što su ekspanzija obrta i ušteda potrošnjeali i psiholoških ciljeva u vidu povećanje poznavanja marke ili poduzeća, poboljšanje imidža poduzeća, poboljšanje želje za kupovinom kod klijenta, pozicioniranje poduzeća na tržištu pored konkurencije.

Orijeniranjem po ekonomskim i psihološkim ciljevima želi se postići sve navedeno, od ekspanzije obrta do pozicioniranja na tržištu pored konkurencije.

Svaka promocija za kupce je značajna, kupci se mogu upoznati na razne načine s radom, proizvodima, uslugom koje se pružaju, dodatnim opcijama koje se daju na izbor, komunikacijom se ostvaruje kvalitetan odnos te se dobivaju odgovori na sva pitanja.

Slika 1. Letak

Mobile kont

MOBILNE KUĆICE



MOGUĆNOST DOSTAVE
KRANSKOM DIZALICOM

VEĆ OD: 25.000,00 kn+PDV

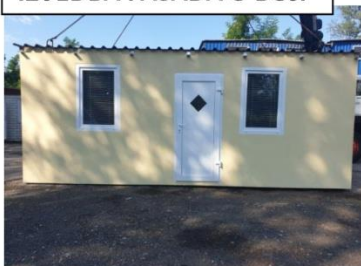
IZVEDBA BEACH BARA



IZVEDBA LIMA



IZVEDBA FASADA U BOJI



IZVEDBA FASADA
U BOJI SA
DEKORATIVNIM
KAMENOM NA
RUBOVIMA

IZVEDBA OD DRVENIH
POLUOOBLICA /SMREKA



IZVEDBA
DEKORATIVNI
KAMEN



Kontakt: Marina 099/2782-171

Email: mobilekont@gmail.com

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

9. FINANCIJSKI PODACI PROJEKTA

9.1. Projekcija ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva

Potrebna ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva ukupno iznose 521.200,00 kn od čega je materijalne imovine 516.700,00 kn, a nematerijalna 4.500,00 kn. Obrtna sredstva iznose ukupno 162.000,00 kn. Sveukupna sredstva od zbroja stavki *I.* i stavke *II.* iznose 683.200,00 kn.

Tablica 18. Projekcija ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva

Red. broj	STAVKE STALNIH I TRAJNIH OBRJNIH SREDSTAVA	IZNOS (KN)	STRUKTURA (%)	STRUKTURA (%)
I.	STALNA SREDSTVA – UKUPNO	516.900,00		76.14%
I.A.	Nematerijalna imovina – ukupno	200,00	100%	
1.	Osnivački izdaci (obrtica)	200,00	100%	
I.B.	Materijalna imovina - ukupno	516.700,00	100%	
1.	Zemljište	200.000,00	38.71%	
2.	Građevinski objekti	100.000,00	19.35%	
3.	Oprema (proizvodna, pomoćna, uredska, ostala)	72.500,00	14.03%	
4.	Pribor, alati i sl.	45.700,00	8.84%	
5.	Inventar (običan i sitan)	29.000,00	5.61%	
6.	Prijevozna sredstva	55.000,00	10.64%	
7.	Sustavi i uređaji potrebni za zaštitu i rad	7.500,00	1.45%	
8.	Ostala stalna sredstva	7.000,00	1.35%	
II.	OBRITNA SREDSTVA – UKUPNO	162.000,00	100%	23.72%
1.	Sirovine	10.000,00	6.17%	
2.	Materijal	118.000,00	72.84%	
3.	Ukupne plaće	31.500,00	19.44%	
4.	Energenti	2.500,00	1.54%	
I.+II.	UKUPNA SREDSTVA	678.900,00		100%

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

9.2. Projekcija amortizacije

Amortizacija je vrijednosni otpis stalnih sredstava, a obračunava se godišnje prema zakonom predviđenim postupkom. Projekcija ostatka vrijednosti najčešće ne odražava stvarno stanje, jer se temelji na knjigovodstvenim podacima, a ne na stvarnim – tržišnim vrijednostima ostatka projekta na koncu promatrana razdoblja njegove eksploatacije. Nakon isteka predviđenog vijeka trajanja, nematerijalna i materijalna imovina trebala bi putem amortizacije osigurati dovoljno novčanih sredstava da se izvrši zamjena dotrajale imovine.

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

Tablica 19. Projekcija amortizacije

Red. broj	STAVKE SREDSTAVA	NABAVNA VRIJEDNOST	AMOR STOPE	GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTS (KN)					OSTATAK VRIJEDNOSTI
				O-ta	1. god	2. god	3. god	4. god	
I.	STALNA SREDSTVA – UKUPNO			103.380,00	103.380,00	103.380,00	103.380,00	103.380,00	
I.A.	Nematerijalna imovina – ukupno			900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	
1.	Osnivački izdaci (obrtnica)	200,00	100%	200,00	0	0	0	0	
I.B.	Materijalna imovina - ukupno								
1.	Zemljište	200.000,00							
2.	Građevinski objekti	100.000,00	20%	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	
3.	Oprema (proizvodna, pomoćna, uredska, ostala)	72.500,00	20%	14.500,00	14.500,00	14.500,00	14.500,00	14.500,00	
4.	Pribor, alati i sl.	45.700,00	20%	9.140,00	9.140,00	9.140,00	9.140,00	9.140,00	
5.	Inventar (običan i sitan)	29.000,00	20%	5.800,00	5.800,00	5.800,00	5.800,00	5.800,00	
6.	Prijevozna sredstva	55.000,00	20%	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	

7.	Sustavi i uređaji potrebni za zaštitu i rad	7.500,00	20%	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	
8.	Ostala stalna sredstva	7.000,00	20%	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	
II.	OBRTNA SREDSTVA – UKUPNO								
1.	Sirovine	10.000,00	20%	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	
2.	Materijal	118.000,00	20%	23.600,00	23.600,00	23.600,00	23.600,00	23.600,00	
3.	Ukupne plaće	31.500,00	25%	0	7.875,00	7.875,00	7.875,00	7.875,00	
4.	Energenti	2.500,00	25%	0	625,00	625,00	625,00	625,00	
I.+II.	PROJEKT UKUPNO	678.900,00		193.420,00	201.720,00	201.720,00	201.720,00	201.720,00	

U nultoj godini ukupno od projekta ostvaruje se amortizacija u iznosu od 193.420,00 kn, prva godina poslovanja 201.720,00 kn isto kao i u ostalim godinama, pa sve do posljednje. Ukupan iznos od svih godina je 678.900,00 kn.

9.3. Projekcija otplate zajma

Zajam je novčani dužničko-vjerovnički odnos u kojem vjerovnik/ banka daje novac dužniku, a dužnik se obvezuje na povrat novca uz kamate i ugovoreno vrijeme.

U cilju je dobiti kredit od Privredne banke Zagreb d.d. u iznosu od 23.376,56. EUR-a. Otplata kredita je jednakim anuitetima 7 godina uz godišnju dekurzivnu kamatnu stopu (5%)

Tablica 20. Otplata amortizacije kredita (kamata 5%)

GODINE OTPLATE	OTPLATNA RAZDOBLJA	OTPLATNE KVOTE (Rt)	IZNOS KAMATE (Ik)	UKUPNI ANUITET (a)	OSTATAK DUGA (Ck) = 23.376,56
Prva godina	1.	2.795,97	1.168,83	3.964,80	20.580,90
Druga godina	2.	2.935,77	1.029,03	3.964,80	17.644,82
Treća godina	3.	3.072,56	882,24	3.964,80	14.572,26
Četvrta godina	4.	3.326,19	728,61	3.964,80	11.336,07
Peta godina	5.	3.398,00	556,80	3.964,80	7.938,07
Šesta godina	6.	3.567,90	396,90	3.964,80	4.370,17
Sedma godina	7.	3.746,29	218,51	3.964,80	0,00
UKUPNO		23.276,56	4.377,04	27.753,60	0,00

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

9.4. Dinamična projekcija prihoda i rashoda

Tablica 21. Dinamična projekcija prihoda

Red. broj	Stavke prihoda	KOLIČINA (u godini)	CIJENA (po kom)	KOLIČINA x CIJENA (godišnje u kn)					UKUPNO
				0. god	1. god	2. god	3. god	4. god	KN
1.	Kontejner-mobilne kućice	57	30.000,00	1.710.000,00	1.710.000,00	1.710.000,00	1.710.000,00	1.710.000,00	8.550.000,00
2.	Prijevoz objekta + montaža i servisi	57	15.000,00	855.000,00	855.000,00	855.000,00	855.000,00	855.000,00	4.275.000,00
Ukupni prihodi				2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	12.825.000,00

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

U razdoblju od 5 godina, od nulte do četvrte godine, ukupan prihod od 57 kontejnera- mobilne kućice i isti broj dostava, montaža i servisa iznosi: 12.825.000,00 kn. Od toga izvodi se godišnji iznos od ukupno 2.565.000,00 kn.

Tablica 22. Dinamični prikaz rashoda

Red. broj	Stavke rashoda	KOLIČINA (u godini)	CIJENA (po kom)	KOLIČINA x CIJENA (godišnje u kn)					UKUPNO
				0. god	1. god	2. god	3. god	4. god	KN
1.	Kuhinja	30	5.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	750.000,00
2.	Kupaonica ili sanitarni čvor	57	15.000,00	855.000,00	855.000,00	855.000,00	855.000,00	855.000,00	4.275.000,00
3.	Ostala roba za uređenje kućice	100	700,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	350.000,00
4.	Ulaganja u obrtna sredstva	1	162.000,00	162.000,00	-	-	-	-	162.000,00
5.	Ulaganja u stalna sredstva	1	505.200,00	505.200,00	-	-	-	-	505.200,00
Ukupni rashod				1.742.200,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	6.042.200,00

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

Petogodišnje razdoblje počevši od nulte do četvrte godine poslovanja, rashodi u nultoj godini iznosi: 1.742.200,00 kn, dok u ostalim godinama iznosi: 1.075.000,00 kn, što zbrajanjem svih godina dovodi do ukupnog iznosa rashoda od: 6.042.200,00 kn.

9.5. Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka

Tablica 23. Projekcija prihoda i rashoda- dobiti i gubitka projekta

Red. broj	STAVKE PRIHODA I RASHODA DOBIT/GUBITAK PROJEKTA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE					UKUPNO
		0. god.	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	U KUNAMA
I.	Ukupni prihodi	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	12.825.000,00
II.	Ukupni rashodi	1.742.200,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	6.042.200,00
1.	Ukupna dobit- gubitak (I-II)	822.800,00	1.490.000,00	1.490.000,00	1.490.000,00	1.490.000,00	6.782.800,00
2.	Porez na dobit (20%)	164.560,00	298.000,00	298.000,00	298.000,00	298.000,00	1.356.560,00
III.	Čista dobit	658.240,00	1.192.000,00	1.192.000,00	1.192.000,00	1.192.000,00	5.426.240,00
1.	Zakonske pričuve - 5%	32.912,00	59.600,00	59.600,00	59.600,00	59.600,00	271.312,00
2.	Statutarne pričuve - 5%	32.912,00	59.600,00	59.600,00	59.600,00	59.600,00	271.312,00
IV.	Zadržana dobit	592.416,00	1.072.800,00	1.072.800,00	1.072.800,00	1.072.800,00	4.883.616,00

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

Zadržana dobit u godišnjoj stopi iznosi: nulta godina-592.416,00 kn, ostale godine: 1.072.800,00 kn. Što u zbroju promatranih godina dolazi do zbroja od 4.883.616,00 kn.

9.6. Dinamična projekcija novčanih tijekova

Tablica 24. Projekcija ekonomskih tijekova

Red. broj	STAVKE PRIMITKA I IZDATAKA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE					UKUPNO
		0. god.	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	U KUNAMA
I.	UKUPNI PRIMICI	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	12.825.000,00
1.	Ukupni prihodi	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	12.825.000,00
II.	UKUPNI IZDACI	2.573.960,00	1.373.000,00	1.373.000,00	1.373.000,00	1.373.000,00	8.065.960,00
1.	Ulaganja u stalna sredstva	505.200,00	-	-	-	-	505.200,00
2.	Ulaganja u obrtna sredstva	162.000,00	-	-	-	-	162.000,00
3.	Rashodi (bez amortizacije)	1.742.200,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	6.042.200,00
4.	Porez na ukupnu dobit	164.560,00	298.000,00	298.000,00	298.000,00	298.000,00	1.356.560,00
III.	ČISTI PRIMICI (I.-II.)	-8.960,00	1.192.000,00	1.192.000,00	1.192.000,00	1.192.000,00	4.759.040,00
IV.	KUMULATIV ČISTIH PRIMITAKA	-8.960,00	1.183.040,00	8.960,00	1.183.040,00	8.960,00	2.375.040,00

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

Tablice 24. ekonomskih tijekova prikazuje kako je u prvoj, odnosno nultoj godini, kumulativ čistih primitaka u minusu od 8.960,00 kn, u godini iza nje ukupan iznos je 1.183.040,00 isto kao i u četvrtoj godini poslovanja poduzeća, dok su u trećoj i zadnjoj promatranoj godini u plusu 8.960,00 kn . Sveukupan iznos kumulativ čistih primitaka iznosi: 2.375.040,00 kn.

Tablica 25. Dinamička projekcija financijskih tijekova

Red. broj	STAVKE PRIMITAKA I IZDATAKA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE					UKUPNO
		0. god.	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	U KUNAMA
I.	UKUPNI PRIMICI	2.593.376,56	2.570.000,00	2.570.000,00	2.570.000,00	2.570.000,00	10.539.376,56
1.	Ukupni prihodi	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	12.825.000,00
2.	Vlastiti izvori financiranja	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	25.000,00
3.	Dionički kapital	-	-	-	-	-	-
4.	Bankarski zajmovi	23.376,56	-	-	-	-	23.376,56
5.	Robni krediti	-	-	-	-	-	-
6.	Ostatak vrijednosti stalnih sredstava	-	-	-	-	-	-
7.	Ostatak vrijednosti obrtnih sredstava	-	-	-	-	-	-
8.	Obvezne pričuve	-	-	-	-	-	-
9.	Neobvezne pričuve	-	-	-	-	-	-

II.	UKUPNI IZDACI	2.643.748,80	1.496.164,80	1.496.164,80	1.496.164,80	1.496.164,80	4.139.913,60
10.	Ulaganja u stalna sredstva	505.200,00	-	-	-	-	505.200,00
11.	Ulaganja u obrtna sredstva	162.000,00	-	-	-	-	162.000,00
12.	Rashodi (bez amortizacije)	1.742.200,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	6.042.200,00
13.	Porez na dobit	164.560,00	298.000,00	298.000,00	298.000,00	298.000,00	1.356.560,00
14.	Obvezne pričuve	32.912,00	59.600,00	59.600,00	59.600,00	59.600,00	271.312,00
15.	Neobvezne pričuve	32.912,00	59.600,00	59.600,00	59.600,00	59.600,00	271.312,00
16.	Anuiteti bankarskih zajmova	3.964,80	3.964,80	3.964,80	3.964,80	3.964,80	19.824,00
III.	ČISTI PRIMICI (I.-II.)	-50.372,24	1.073.835,20	1.073.835,20	1.073.835,20	1.073.835,20	4.244.968,56
IV.	KUMULATIV ČISTI PRIMITAKA	-50.372,24	1.023.462,96	50.372,24	1.023.462,96	50.372,24	2.097.298,16

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

U tablici koja prikazuje dinamični prikaz financijskih tijekova može se vidjeti da se kumulativ čistih primitaka u nultoj godini nalazi u minusu 50.372,24kn, u drugoj i četvrtoj godini poslovanja iznos je 1.023.462,96 kn, a u trećoj i zadnjoj promatranoj godini je plus od 50.372,24 kn. Sveukupan iznos je 2.097.298,16 kn.

10. OCIJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA

U ovom dijelu poduzetničkog projekta treba izraditi i prikazati kompleksnu analizu ocjene efikasnosti odnosno opravdanosti poduzetničkog pothvata. Najčešće se koriste sljedeće metode: razdoblje ili rok povrata, godišnja stopa prinosa, prag profitabilnosti ili točka pokrića, analiza likvidnosti, neto (čista) sadašnja vrijednost, relativna neto (čista) sadašnja vrijednost, interna stopa profitabilnosti, prosječna stopa profitabilnosti, analiza osjetljivosti i druge.¹²

¹² Kuvačić, N.: Poduzetnička biblija, Beretin d.o.o, Split, 2005, str. 627.

10.1. Razdoblje povrata

Razdoblje povrata označava vrijeme tijekom kojega se iz čistih primitaka ekonomskoga tijeka povratu ukupno uloženi novac u realizaciju projekta

Tablica 26. Razdoblje povrata ulaganja

God. projekta	ULAGANJA U PROJEKT		ČISTI PRIMICI EKON. TIJEKA		NEPOKRIVENE INVESTICIJE
	(u kunama)		(u kunama)		(u kunama)
	Godišnji iznos	Kumulativ	Godišnji iznos	Kumulativ	
0.	2.573.960,00	2.573.960,00	-	-	-2.573.960,00
1.	-	2.573.960,00	1.192.000,00	1.192.000,00	-1.381.960,00
2.	-	2.573.960,00	1.192.000,00	2.384.000,00	1.002.040,00
3.	-	2.573.960,00	1.192.000,00	3.576.000,00	4.578.040,00
4.	-	2.573.960,00	1.192.000,00	4.768.000,00	9.346.040,00

Izvor: obrada autora (18.02.2021.)

Iz tablice 26. Razdoblje povrata ulaganja vidimo da je povrat ulaganja moguć već u trećoj godini poslovanja poduzeća sa iznosom od: 1.002.040,00 kn.

10.2. Godišnja stopa prinosa

Godišnja stopa prinosa je statički pokazatelj relativne oplodnje investirana novca kroz čistu dobit u reprezentativnoj godini eksploatacijskoga razdoblja projekta.¹³

Računa se formulom:

$$SP = (ND / I_o) \times 100$$

***SP**= stopa prinosa

***ND**= kvocijent čiste dobiti

***I_o**= ukupna ulaganja

¹³ Kuvačić, N.: Poduzetnička biblija, Beretin d.o.o, Split, 2005, str. 637

Tablica 27. Stopa prinosa

Godine eksploatacije projekta	ND	Io	SP
			%
0.	-	-	-
1.	1.192.000,00	2.573.960,00	46,31
2.	1.192.000,00	2.573.960,00	46,31
3.	1.192.000,00	2.573.960,00	46,31
4.	1.192.000,00	2.573.960,00	46,31

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

U tablici 27 je prikazan izračun stope prinosa po godinama projekta. Koristeći se kvocijentom čiste dobiti iz svih promatranih godina eksploatacije projekta i ukupnih ulaganja došlo se do izračuna stope prinosa. Ukupna stopa prinosa u 4. godine iznosit će 46,31%.

10.3. Pravilo palca (Pravilo 72)

Pravilo palca nosi još i naziv „Pravilo 72“, a pokazuje u kojem je razdoblju, uz zadani kamatnjak moguće udvostručiti glavnica, odnosno daje odgovor o tome je li bolje novac uložiti u neki poduzetnički pothvat ili ga uložiti u banku. Ako se broj 72 podijeli s realnom godišnjom kamatnom stopom koja se može dobiti za novac uložen u banku, dobije se broj godina tijekom kojih će se uložena sredstva udvostručiti.¹⁴

Kamata za oročenje vlastitih sredstava u banci iznosi 6%.

Iznos kroz 5 godina ulaganja iznosi: 25.000,00 kn.

$72/6 = 12$ godina, prema izračunu poduzeće bi imalo 5.000.000,00 kn. Prema izračunu iz tablice računa dobiti i gubitka ukupan iznos je: **6.782.800,00 kn.**

$SP = 6.782.800,00/5 \times 12 = 2.826.166,67 - 23.376,56 = 2.802.790,11$ kn.

Kroz projekt $2.802.790,11/25.000,00 = 112,11$ puta je veća dobit kroz projekt u odnosu na oročenje vlastitih sredstava u banku.

¹⁴ Kuvačić, N.: Poduzetnička biblija, Beretin d.o.o., Split, 2005, str. 638

10.4. Čista sadašnja vrijednost

Čista sadašnja vrijednost predstavlja kumulativ diskontiranih čistih primitaka ekonomskih tijekova iz pojedinih godina promatrana vijeka pothvata, umanjen za ukupan iznos ulaganja u dotični projekt. To je razlika između sadašnje vrijednosti čistih primitaka i sadašnje vrijednosti početnog ulaganja.¹⁵

Tablica 28. Sadašnja vrijednost projekta

God. projekta	ČISTI PRIMICI EKONOMSKOGA TIJEKA	DISKONTNA STOPA	DISKONTNI ČINITELJ	SADAŠNJA VRIJEDNOST PRIMITAKA PROJEKTA
0.	2.573.960,00	7%	-	2.573.960,00
1.	1.192.000,00	7%	0,93	1.281.720,43
2.	1.192.000,00	7%	0,87	1.370.114,94
3.	1.192.000,00	7%	0,82	1.453.658,54
4.	1.192.000,00	7%	0,76	1.568.421,05
I. UKUPNA SADAŠNJA VRIJEDNOST PRIMITAKA				5.673.914,96
II. ČISTA SADAŠNJA VRIJEDNOST PROJEKTA (I. - 0.)				3.099.954,96

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

Ukupna sadašnja vrijednost iznosi 5.673.914,96 kn, a uz izračunatu razliku od te vrijednosti i vrijednosti početnog ulaganja od 2.573.960,00 kn čista sadašnja vrijednost projekta iznosi 3.099.954,96 kn.

10.5. Interna stopa profitabilnosti

To je stopa pomoću koje kumulativ sadašnje vrijednosti očekivanih čistih primitaka ekonomskoga tijeka projekta izjednačavamo s početnim ulaganjem, pri kojoj je čista sadašnja vrijednost jednaka nuli.

Uz diskontnu stopu od 7% čista sadašnja vrijednost projekta iznosi 3.099.954,96 kn.

¹⁵ Kuvačić, N.: Poduzetnička biblija, Beretin d.o.o., Split, 2005, str. 639.

10.6. Prosječna profitabilnost

Prosječna profitabilnost pokazuje prosječan prinos uloženog kapitala kroz promatrane godine eksploatacije projekta u čistim primicima ekonomskog tijeka istog. Prosječna profitabilnost računata je na načina da se prosječna vrijednost kumulativa čistih primitaka ekonomskog tijeka iz promatranih godina eksploatacije projekta podijeli s početnim investicijskim ulaganjima formula za izračun:

$$PP = (\sum_{t=1}^n xR_t/n) : I_0 \times 100$$

Pri čemu je :

- PP – prosječna profitabilnost,
- R_t - čisti primici iz godine t,
- I_0 - početno ulaganje,
- n - promatrane godine vijeka projekta.

$$PP = (1.192.000,00 \times 4 : 5) : 2.573.960,00 = 0.3705$$

Za projekt prosječna profitabilnost iznosi 37,05%, što znači da bi u svakoj promatranoj godini poslovanja donjela čisti primitak od 37,05% ekonomskog tijeka.

10.7. Analiza likvidnosti

Najčešći pokazatelji likvidnosti su koeficijent trenutne likvidnosti, koeficijent ubrzane likvidnosti, koeficijent tekuće likvidnosti i koeficijent financijske stabilnosti

Analiza likvidnosti se temelji na tablici projekcije financijskih tijekova u nultoj i promatranim godinama. Tablica projekcije financijskih tijekova odražava financijsko zdravlje projekta (likvidnost) tijekom pet promatranih godina eksploatacije projekta. Iz projekcije financijskih tijekova vidljivo je da je projekt sposoban pravodobno izvršavati sve dospjele obveze iz bankarskih kredita jer su na strani izdataka uključeni ukupni rashodi projekta.

Podaci pokazuju da će projekt tijekom svih pet godina eksploatacije projekta moći uredno vraćati bankarski kredit, podmiriti sve obveze prema zaposlenicima, redovito uplaćivati porez na dobit i ostvariti čisti financijski primitak čiji kumulativ u petoj godini eksploatacije projekta iznosi: **2.097.298,16 kn.**

10.8. Analiza osjetljivosti

Tablica 29. Penalizirana projekcija računa dobiti-gubitka (senzitivna analiza)

Red. broj	STAVKE PRIHODA I RASHODA DOBIT/GUBITAK PROJEKTA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA					UKUPNO
		0. god.	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	
I A	UKUPNI PRIHODI A	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	2.565.000,00	12.825.000,00
-	(minus) prva pretpostavka (-10%)	256.500,00	256.500,00	256.500,00	256.500,00	256.500,00	1.282.500,00
-	(minus) druga pretpostavka (-5%)	128.250,00	128.250,00	128.250,00	128.250,00	128.250,00	641.250,00
I B	UKUPNI PRIHODI B	2.180.250,00	2.180.250,00	2.180.250,00	2.180.250,00	2.180.250,00	10.901.250,00
II A	UKUPNI RASHODI A	1.742.200,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	1.075.000,00	6.042.200,00
+	(plus) treća pretpostavka (+10%)	174.220,00	107.500,00	107.500,00	107.500,00	107.500,00	604.220,00
+	(plus) četvrta pretpostavka (+5%)	87.110,00	53.750,00	53.750,00	53.750,00	53.750,00	302.110,00
II B	UKUPNI RASHODI B	2.003.530,00	1.236.250,00	1.236.250,00	1.236.250,00	1.236.250,00	6.948.530,00
III A	UKUPNA DOBIT A (IA-IIA)	822.800,00	1.490.000,00	1.490.000,00	1.490.000,00	1.490.000,00	6.782.800,00
III B	UKUPNA DOBIT B (IB-IIB)	176.720,00	944.000,00	944.000,00	944.000,00	944.000,00	3.952.720,00
-P 1	(minus) 20% poreza na dobit A	164.560,00	298.000,00	298.000,00	298.000,00	298.000,00	1.356.560,00
-P 2	(minus) 20% poreza na dobit B	35.344,00	188.800,00	188.800,00	188.800,00	188.800,00	790.544,00

IV A	ČISTA DOBIT A (IIIA-P1)	658.240,00	1.192.000,00	1.192.000,00	1.192.000,00	1.192.000,00	5.426.240,00
IV B	ČISTA DOBIT B (IIIB-P2)	141.376,00	755.200,00	755.200,00	755.200,00	755.200,00	3.162.176,00

Izvor: Obrada autora (18.02.2021.)

Pod pretpostavkom da se ukupan prihod smanji za 5%, da se za 10% smanji godišnja prodaja, da se povećaju ukupne plaće radnika za 5%, da se povećaju troškovi i nabavne cijene repromaterijala za 10%, dolazimo do zaključka da će poduzeće i dalje biti u pozitivnom poslovanju. Čista dobit bi bila 5.426.240,00 u petogodišnjem razdoblju promatranja eksploatacije projekta.

11. PISMO PRIMATELJU

Obrt „MOBILE KONT“

Marina Gorički

Stenjevečka 16

10090, Zagreb

Kontakt broj: 099/2782-171

Privredna banka Zagreb d.d.

Trg Ivana Kukuljevića 14I,

10000, Zagreb

Poštovana gospođo Runtas,

Sukladno našem razgovoru šaljem Vam svoj poduzetnički plan koji prikazuje kako će se ovaj projekt pozitivno odraziti, te će se traženi kredit u iznosu 23.376,56 kn, lako vraćati u periodu od 7 godina te kamati od 5%. Ukoliko će biti moguće, kredit će se vratiti i prije traženog roka. Želim naglasiti, kako bi mi znatno drago bilo, kada bi nam odobrili kredit i uvelike usrećili naše radnike, a i isto tako usrećili naše potencijalne kupce naših objekata. Ukoliko sam nešto zaostavila u ovom dokumentu, molim Vas da me kontaktirate, kako bi ispravila grešku i dostavila nužno. Zahvaljujem se na svemu!

S poštovanjem,

Marina Gorički.

U Zagrebu, 19.03.2021. godine

12. ZAKLJUČAK

Poduzetnikov glavni motiv je vjera u uspjeh i mogućnost dobiti. Poduzetnik je osoba koja, uz preuzimanje rizika, iznalazi nešto novo, pronalazi najbolji način da zadovolji potrebe kupaca i tako uspije.

Ovaj poduzetnički plan je upravo nastao iz te ideje, vjere u uspjeh i moguću dobit. Prevladavajući rizike, tako što se stvaraju noviteti, poboljšavaju uvjeti za rad, analiziraju konkurenti i tržište te tako unaprijeđuje poduzeće upravo prema tim istim analizama, dolazi se do faktora zadovoljavanja kupaca u najboljim uvjetima.

Za proizvodnju montažnih kućica autorica je došla do ideje od svog oca te tako osmislila poduzetničku ideju, a zatim i poduzetnički plan. Proizvodnja bi se nalazila na drugoj adresi od samog sjedišta, iz razloga bolje pozicije za rad i kontakta s kupcima. Kućice bi se proizvodile po želji kupaca, od dimenzije koju bi zadali kao standardnu, dolazili bi i na mogućnost spajanja više jedinica u jednu te tako stvarali modularne sklopove. Interijer i eksterijer daju se u raznim opcijama kao što su: interijer: kupaonica, sanitarni čvor, kuhinja, klima, grijalice i ostalo, a kod eksterijera opcije bi bile sljedeće: lim, fasada, kamen, kamen u rubovima te fasada po želji, poluobljice ili brodski pod (smreka). Uz navedene opcije postoji mogućnost dostave i montaže prijevozom proizvođača.

U poduzeće će se uložiti 23.376,56 kn od strane bankarskog kredita na 7 godina i kamatna stopa od 5%, te vlastiti kapital godišnje od oko 5.000,00 kn.

Ukupan prihod godišnje iznosio bi 2.565.000,00 kn, a rashod u nultoj promatranoj godini eksploatacije 1.742.200,00 kn, dok u ostalim godinama iznosio bi 1.075.000,00 kn.

Profitabilnost i likvidnost su povoljni pokazatelji u ovom projektu što pokazuje pogodnost za ostvarenje i uspjeh u poslovanju poduzeća Mobile kont-a.

Proizvodnja i prodaja kontejnera godišnje bi iznosila 1.710.000,00 kn te čini veliki pozitivni faktor u dobiti.

POPIS LITERATURE

Knjige

1. Bartoluci, M., Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb 2013.
2. Buble, M., Kružić, D. : Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRiF, Zagreb, 2006.
3. Horvat Đ., Kovačić M., Cera prom, Zagreb 2004. godina, Menadžment u malom poduzetništvu
4. Kuvačić, N.,: Počela poduzetništva; "BERETIN", druga, promijenjena i dopunjena naklada, Split, 2005.g.,
5. Kuvačić, N.,:Poduzetnička biblija, Beretin d.o.o, Split, 2005 godina
6. Prester, J., Menadžment inovacija, Zagreb; Sinergija, 2010. god.
7. Vajić, I., Menagement i poduzetništvo, Zagreb: Mladost d.o.o., 1994. god.

Internet izvori

1. Cepra- centar za obiteljska poduzeća i prijenosa poslovanja: <https://biznis-transfer.com/sto-je-obiteljsko-poduzetnistvo/> (07.02.2021.)
2. Hrvatska obrtnička komora - <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/postupak-i-troskovi-otvaranja-obrta> (18.02.2021.)

Prezentacija

1. Prezentacija prof.dipl.oec. Primužak, A. 2017g., Osnove poduzetništva

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS TABLICA

Tablica 1. Definiranje poduzetnika.....	3
Tablica 2. Osnovni preduvjet za razvoj poduzetništva.....	4
Tablica 3. Razlika poduzetnika i menadžera.....	6
Tablica 4. Prednosti osnivanja novog gospodarskog subjekta.....	7
Tablica 5. Nedostaci osnivanja novog gospodarskog subjekta.....	8
Tablica 6. Pozitivni i negativni aspekti obiteljskog poduzetništva.....	16
Tablica 7. Komparacija konkurencijskih prednosti i nedostataka.....	20
Tablica 8. Projekcija godišnje prodaje i prihoda od prodaje.....	22
Tablica 9. Projekcija kapaciteta u razdoblju od godine dana.....	25
Tablica 10. Ulaganja u stalna sredstva.....	26
Tablica 11. Projekcija materijalnih inputa.....	27
Tablica 12. Projekcija potrebnih radnika i troškova rada.....	28
Tablica 13. Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša i zaštitu pri radu.....	29
Tablica 14. Popis i trajanje aktivnosti izvedbi.....	30
Tablica 15. Montažna kućica tip Classic.....	34
Tablica 16. Dodatne opcije interijera i njihova cijena.....	35
Tablica 17. Dodatne opcije eksterijera i njihova cijena	35
Tablica 18. Projekcija ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva.....	38
Tablica 19. Projekcija amortizacije.....	40
Tablica 20. Otplata amortizacije kredita (kamata 5%).....	42
Tablica 21. Dinamična projekcija prihoda.....	43
Tablica 22. Dinamični prikaz rashoda.....	44

Tablica 23. Projekcija prihoda i rashoda- dobiti i gubitka projekta.....	45
Tablica 24. Projekcija ekonomskih tijekova.....	46
Tablica 25. Dinamična projekcija financijskih tijekova.....	47
Tablica 26. Razdoblje povrata ulaganja.....	50
Tablica 27. Stopa prinosa.....	52
Tablica 28. Sadašnja vrijednost projekta.....	54
Tablica 29. Penalizirana projekcija računa dobiti-gubitka (senzitivna analiza)..	57

POPIS SLIKA

Slika 1. Letak.....	37
---------------------	----