

# PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU TURISTIČKOG KAMPA

---

**Brezović, Jelena**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2019**

*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:128:196482>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-16**



**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 PREDDIPLOMSKI STUDIJ  
UGOSTITELJSTVO

Jelena Brezović

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU TURISTIČKOG  
KAMPA**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, svibanj 2019.

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU  
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Jelena Brezović

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU TURISTIČKOG  
KAMPA**

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Osnove poduzetništva

Mentorica: doc.dr.sc. Dalija Kuvačić

Matični broj studentice: 0621612009

Karlovac, svibanj 2019.

## SAŽETAK

Poduzetnički projekt rezultat je poduzetničke ideje. Poduzetnički projekt je dokument kojim svaki poduzetnik može izbjeći potencijalne rizike, smanjiti troškove poslovanja te realizirati svoje ciljeve i ostvariti planiranu dobit. Ovaj završni rad prikazuje poduzetnički projekt na primjeru turističkog kampa, koji je nastao idejom autorice, a cilj je istražiti isplativost otvaranja kampa na području Splitsko-dalmatinske županije, točnije na jezeru Peruća. Perućko jezero je akumulacijsko jezero, na rijeci Cetini, koji osim prekrasnog krajolika, nudi i mogućnost bavljenja raznim vodenim sportskim aktivnostima kao što je ronjenje, veslanje, ribolov i sl. Na području grada Vrlike, Knina i Sinja, ne postoji niti jedan kamp, pa iz tog razloga postoji prostor za izgradnjom novih turističko smještajnih kapaciteta, prije svega malih obiteljskih kampova.

U pisanju rada primijenjena su sva teorijska i praktična znanja stečena tijekom stručnog studija na Veleučilištu u Karlovcu. Rad je podijeljen na teorijski i praktični dio, te je svaki od njih koncipiran u nekoliko cjelina. Prvi dio rada opisuje teorijske postavke vezane uz pojam poduzetništva i poduzetničkog projekta, dok drugi dio završnog rada opisuje i razrađuje poduzetnički projekt na primjeru turističkog kampa. Obzirom na relativno visoke sveukupne troškove izgradnje kampe, posebice u dijelu kupovine mobilnih kućica i izgradnje glamping šatora, te će se izgradnji kampa pristupiti u fazama, odnosno izgraditi će se samo oni sadržaji koji su nužni za dobivanje uporabne dozvole kao i mogućnost kategorizacije kampa. Nabavci samih mobilnih kućica, kao i glamping šatora pristupiti će se naknadno i postepeno, tijekom poslovanja i to u petoj godini poslovanja. Sve to da bi se u što većoj mjeri smanjila kreditna sredstva, a nabava istih izvršila u što većoj mjeri iz vlastitih sredstava.

**Ključne riječi:** *poduzetnik, poduzetnički projekt, kamp, turizam*

## SUMMARY

The business project is the result of an entrepreneurial idea. A business project is a document where each entrepreneur can avoid potential risks, reduce business costs and realize their goals and achieve the planned profits. This final work shows a business project on the example of the tourist camp, which was created by the idea of the author, and the goal is to explore the cost-effectiveness of opening the camp on the location in Split-dalmatia county, on lake Peruča. Peruča lake is an accumulation lake, build on the river Cetina, which besides the beautiful landscape, offers the possibility of practicing various water sports activities such as diving, rowing, fishing etc. In the area of Vrlika, Knin and Sinj, does not exist any camps, so there is a space for the construction of new tourist accommodation capacities, primarily small family camps.

All theoretical and practical knowledge acquired during the study at the University in Karlovac was applied In writing. The Work is divided into theoretical and accompanying parts, and each of them is conceived in several units. The First part of the work describes the theoretical settings related to the concept of entrepreneurship and business project, while the second part of the final work describes and elaborates the business project on the example of the tourist camp. Due to the relatively high overall cost of building a camp, especially in the part of buying mobile homes and the construction glamping tent, the construction of the camp will be accessed in phases, i.e. only those contents that are necessary for obtaining the usable Permits as well as the possibility of categorizing the campsite. The Acquisition of mobile homes itself, as well as the tent glamping will be accessed later and gradually, during the business and in the fifth year of business. All this in order to reduce the credit resources as much as it can, and to make the procurement of the same as far as the own resources.

**Key words:** *entrepreneur, business project, camp, tourism*

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	1
1.1. Predmet i cilj rada .....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Struktura rada .....	1
<b>2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIKA</b> .....	3
2.1. Pojam poduzetništva .....	3
2.2. Definicija poduzetnika .....	3
2.3. Poduzetništvo u turizmu.....	4
<b>3. POJAM I ZNAČENJE KAMPING TURIZMA</b> .....	5
3.1. Definiranje kamping turizma .....	5
3.2. Vrste kampova.....	5
3.3. Smještajne jedinice u kampu i kamp oprema.....	6
3.4. Kamping u Hrvatskoj .....	6
<b>4. OPERATIVNI SAŽETAK PROJEKTA</b> .....	9
4.1. Podaci o poduzetniku .....	9
4.2. Asortiman usluga.....	9
4.3. Tržišno-marketinški podaci .....	9
4.4. Potrebna ulaganja.....	9
4.5. Izvori kapitala.....	10
4.6. Potrebni zaposlenici .....	10
4.7. Aktivizacijsko razdoblje.....	11
4.8. Zaštitne mjere.....	11
4.9. Pokazatelji učinkovitosti .....	11
<b>5. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE</b> .....	12
5.1. Nositelj pothvata i evolucija ideje.....	12
5.2. Opis proizvoda, robe ili usluga .....	12
5.3. Referencije nositelja pothvata .....	13
<b>6. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA</b> .....	14
6.1. Projekcija ciljnih tržišta.....	14
6.2. Projekcija konkurencije.....	14
6.3. Projekcija cijena .....	16
6.4. Projekcija prodaje i prihoda .....	16

<b>7. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA</b> .....	18
7.1. Projekcija lokacije .....	18
7.2. Projekcija tehnologije.....	18
7.3. Projekcija kapaciteta .....	18
7.4. Projekcija stalnih sredstava .....	19
7.5. Projekcija materijalnih inputa .....	20
7.6. Projekcija zaposlenika.....	21
7.7. Projekcija zaštitnih mjera .....	23
7.8. Projekcija aktivizacijskoga razdoblja.....	24
<b>8. MENADŽMENT PROJEKTA</b> .....	25
<b>9. MARKETING PROJEKTA</b> .....	28
9.1. Aktivnosti marketinškog programa .....	28
9.2. Ime tvrtke .....	28
9.3. Grafičko i likovno rješenje zaštitnog znaka .....	29
9.4. Promidžbene aktivnosti .....	29
<b>10. FINACIJSKI PODACI PROJEKTA</b> .....	31
10.1. Projekcija ulaganja .....	31
10.2. Projekcija- plan otplate zajmova i kredita.....	36
10.3. Projekcija amortizacije i ostatak vrijednosti .....	38
10.4. Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka .....	39
10.5. Dinamička projekcija novčanih tijekova.....	41
<b>11. OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA</b> .....	44
11.1. Razdoblje (rok) povrata.....	44
11.2. Godišnja stopa prinosa .....	45
11.3. Pravilo palca .....	45
11.4. Čista i relativna sadašnja vrijednost .....	46
11.5. Interna stopa profitabilnosti.....	47
11.6. Prosječna profitabilnost .....	48
11.7. Analiza likvidnosti.....	48
11.8. Analiza osjetljivosti .....	49
<b>12. PISMO PRIMATELJU PROJEKTA</b> .....	50
<b>13. ZAKLJUČAK</b> .....	51
<b>LITERATURA</b> .....	53
<b>POPIS VIZUALIJA</b> .....	54

# **1. UVOD**

## **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet ovog završnog rada je izrada poduzetničkog projekta na primjeru turističkog kampa. Rad obrađuje financijske pokazatelje i ocjenu mogućnosti, što je ujedno i najvažniji dio poduzetničkog projekta. Rad je pisan u dva najvažnija dijela, od kojih je svaki koncipiran na nekoliko cjelina. Poduzetnički projekt na primjeru turističkog kampa je zamišljen kao izgradnja malog obiteljskog kampa, kapaciteta do 150 osoba, smještenog u Splitsko-dalmatinskoj županiji na jezeru Peruča. Za realizaciju projekta potrebna su velika ulaganja, pa bi se izgradnja kampa odvijala u fazama, a ista bi se financirala putem kredita iz „Addiko Bank“ te vlastitim sredstvima. Cilj ovoga rada je pokazati sposobnost za samostalni rad korištenjem znanja i vještina stečenih tijekom studiranja.

## **1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja**

Izvori podataka koji su korišteni u ovome radu su obrađeni iz stručnih knjiga, zakona i pravilnika Republike Hrvatske, te iz pouzdanih internetskih stranica. Također, provedeno je intervjuiranje obitelji Mataković, vlasnika kampa „Slapić“ u Dugoj Resi koji je dobitnik brojnih nagrada za kvalitetu kampa, a radi dobivanja točnijih i iskusnijih podataka. Za ovaj rad su korištene metode kvalitetne analize i sinteze, metoda deskripcije i metoda kompilacije.

## **1.3. Struktura rada**

Završni rad sastavljen je od pet cjelina te popisa literature, tablica i slikovnih prikaza. Prva cjelina je uvod u završni rad, a opisuje predmet i cilj rada, izvore podataka i metode prikupljanja te strukturu rada. U drugoj cjelini razrađeni su pojmovi poduzetništva i poduzetnika. Treća cjelina rada obrađuje kamping turizam gdje je objašnjeno što je kamping turizam, koje vrste kampova postoje te kamping ponuda u Hrvatskoj. Četvrti dio rada je razrada poduzetničkog projekta na primjeru turističkog kampa, nastalog prema poduzetničkoj ideji autorice ovoga rada. Poduzetnički projekt sastoji se od naslova i operativnog sažetka projekta, opisa poduzetničke ideje, tržišnih podataka projekta, tehničko-tehnološkog opisa projekta, menadžmenta projekta, financijskih podataka, ocjene učinkovitosti projekta te pisma



primatelju poduzetničkog projekta. Peti dio rada je ujedno i zadnji dio rada u kojem je iznesen vlastiti zaključak prema prikupljenim podacima te dobivenim rezultatima. Na kraju završnog rada nalazi se popis literature i vizualija.

## **2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIKA**

### **2.1. Pojam poduzetništva**

Pod pojmom poduzetništva podrazumijevamo proces ulaganja resursa u određenu poduzetničku aktivnost s ciljem dobiti. Poduzetništvo je širi pojam od poduzetnika. Bit poduzetništva je maštovitost, stalno pronalaženje novih ideja, uvođenje učinkovite gospodarske politike u tržišnim uvjetima, uspješno upravljanje poslom, odgovornost, vještine i procjena, kontrola i rizik. Uspješnost poduzetništva se vidi na temelju pet odrednica, a to su: posao, novac, zdravlje, socijalni kontakt i partnerstvo. Poduzetništvo zahtijeva temeljito određenje u bilo kojoj vrsti djelatnosti.

Cilj je suvremenog poduzetništva razviti poduzetničku klimu, koju prije svega obilježava orijentacija na individualnu inicijativu, kreativnost i inovacije, kao i stvaralačku atmosferu usmjerenu na prevladavanje postojećeg i stvaranje novoga, drugačijeg i humanijeg društva. Na temelju toga poduzetništvo također možemo definirati i kao proces potican inicijativom koja u sebi nudi inovativnost i nikad se ne miri s postojećim stanjem. Iz toga se stvaraju nove ideje i rađaju promjene.<sup>1</sup>

### **2.2. Definicija poduzetnika**

Poduzetnik mora biti dobar lider, a ne gospodar, njegovi zaposlenici u njemu moraju vidjeti dobrog mentora, vođu, mora prenositi svoj entuzijazam u poslovnoj ideji. Poduzetnici pronalaze nove tehnologije, proizvode, procese i usluge koji postaju sastavnica novih industrija i zauzvrat te industrije pokreću ekonomiju<sup>2</sup>

Poduzetnik je svaka osoba koja kreće u poslovni pothvat, te uspješnim poslovanjem ostvaruje poduzetničku dobit. Poduzetnik ulaže vlastiti ili tuđi kapital u poduzetnički pothvat bez obzira na uspjeh pothvata te sam snosi sav rizik.

---

<sup>1</sup>Škrtić, M., Mikić, M.: Poduzetništvo, Sinergija- nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2011., str. 2.

<sup>2</sup>Škrtić, M., Mikić, M.: Poduzetništvo, Sinergija- nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2011., str. 104

### 2.3. Poduzetništvo u turizmu

Poduzetništvo u turizmu može se označiti kao proces ulaganja resursa u određenu poslovnu aktivnost radi stvaranja proizvoda i turističkih usluga te ostvarivanja određenih ekonomskih učinaka. Iako se danas teži postizanju održivog, etički i moralno korektnog poslovnog rasta koji ima svoj cilj, a ne zbiva se stihijski, ipak većina turističkih destinacija želi isključivo postići rast često zanemarujući već navedene uvjete.<sup>3</sup>

Realizacija projekta dovela bi do smanjenja nezaposlenosti u gradu Vrlici te bi uvelike pridonijela razvoju turizma grada Vrlike iz razloga povezanosti kampa s turističkim atrakcijama grada Vrlike i okolice.

Slika 1. Kamp „Slapić“



Izvor: <http://www.avtokampi.si/kamp/2/328/Slapic>

<sup>3</sup>Bartoluci, M.: Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva- Školska knjiga, Zagreb, 2013.,str. 285

## 3. POJAM I ZNAČENJE KAMPING TURIZMA

### 3.1. Definiranje kamping turizma

Kampiranje je oblik slobodnog bivanja u prirodi, vremenski ograničen, u malenim jedinicama, tzv. autodomovima, šatorima ili kamp prikolicama. Kamping prostori su privatna ili javna poduzeća koja nude privremeni boravak na svojim parcelama svakom tko privremeno boravi u šatoru, karavanu ili autodomu<sup>4</sup>

Kamping turizam je iznimno razvijen oblik turističkog pokreta, a podrazumijeva boravak gostiju na otvorenom i posebno uređenom prostoru, kampu- kamp parceli, te za smještaj koriste vlastitu ili iznajmljenu kamp opremu. Kamp je ugostiteljski objekt koji gostima pruža tzv. „povratak prirodi” nudeći usluge smještaja na kamp parcelama, mobilnim kućicama, bungalovima, glamping šatorima ili apartmanima, uz određenu naknadu. Može pružati i druge usluge koje su uobičajene za kamp.

### 3.2. Vrste kampova

Sukladno Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj”, (NN br. 75/2008 do 11/2014), kampovi se prema vrsti usluga koje pružaju dijele na:

- ✓ kamp
- ✓ kamp naselje
- ✓ kampiralište
- ✓ kamp odmorište

Prema Pravilniku, kamp mora biti veći od deset smještajnih jedinica, mora osigurati 70% osnovnih smještajnih jedinica za smještaj gostiju, a ostalih 30% može biti osigurano za smještaj gostiju u građevinama te najviše 30% osnovnih jedinica u kampu mogu biti pokretne kućice (mobile home).

---

<sup>4</sup>Sladovljev, J.: Kamping turizam- nakladnik C.A.S.H., Pula, 1998., str. 8.

### **3.3. Smještajne jedinice u kampu i kamp oprema**

Pod smještajnim jedinicama u kampu smatra se kamp mjesto, kamp parcela te građevine namijenjene za smještaj gostiju. Kamp mjesto je neomeđen, uređen i očišćen prostor za kampiranje te može biti označen brojem. Kamp parcela je prostor za kampiranje, označen brojem te je omeđen, očišćen i uređen. Kamp parcela može biti opremljena s vodom, s vodom i strujom, s vodom, strujom i odvodnjom. Uobičajeni standard parcela iznosi 100 m<sup>2</sup>, a ovisi o kategoriji kampa. Pod građevinama se smatraju: soba, studio apartman, prostorija za spavanje te spavaonica. Građevine su u pravilu zasebne, nepokretne i u visini od dva kata te mogu biti montažne i raznih oblika.

U novije vrijeme sve je popularniji i glamping u kampu, odnosno smještaj gostiju u glamping kućicama. Glamping kućice nisu čvrsto vezane za tlo te se mogu maknuti, a napravljene su od čvrstih materijala. Postavljaju se na drvo, stup, vodu, stijenu, pod zemlji i slično, neobičnog su izgleda, a sadrže kuhinju sa svim elementima te može biti s ili bez kupaonice. Gosti u kampu se služe uglavnom pokretnom kamping opremom. Kamp oprema kojom se gosti služe može biti vlastita ili iznajmljena.

### **3.4. Kamping u Hrvatskoj**

Iako je kamping ponuda u Hrvatskoj postojala i prije Drugog svjetskog rata, prve zapaženije rezultate bilježimo tek 1953. godine kada je Hrvatska raspolagala s 18 kampova s ukupnim kapacitetom od 5.400 mjesta i ostvarenih 186.000 noćenja u toj godini<sup>5</sup>

Kvalitetu kampiranja u Hrvatskoj prepoznali su kamperisti od samog početka kampiranja u Europi, no pad turističkog prometa u Hrvatskoj uzrokovan je Domovinskim ratom. Tako 1998. godine, Hrvatska broji 194 kampova, od kojih je 191 kamp smješten na Jadranskoj obali. Hrvatski kampovi bili su simbol ljetovališta za goste slabije platežne moći, dok su danas kampovi u Hrvatskoj sve luksuzniji i kvalitetniji te su, prema istraživanjima ADAC-a, četvrti po skupoći u Europi.

---

<sup>5</sup>Sladovljević, J., Kamping turizam- nakladnik C.A.S.H., Pula, 1998., str.236.

Hrvatska je zbog svoje netaknute prirode, čistih rijeka, jezera i mora, pretežito sunčanih dana i toplih noći tijekom ljetnih mjeseci idealna za kamping turizam. U prošlosti je turizam činio model 3S (sun, sea, sand), sunce, more i pijesak, stoga je najviše Hrvatskih kampova smještenih na samoj obali Jadranskog mora, no s vremenom su se potrebe potrošača promijenile, stoga se sve više kampova grade uz jezera, rijeka te nacionalnih parkova i parkova prirode Hrvatske. Većina kampova u Hrvatskoj je u privatnom vlasništvu, stoga je ponuda u kampovima različita, a to odgovara suvremenim turistima koji nisu više zainteresirani za pasivni odmor, već teže aktivnom odmoru kako bi stekli nova znanja, iskustva i doživljaje te uživali u skladu s prirodom. Osim osnovnih smještajnih jedinica, kampovi unutar Hrvatske u ponudi imaju i mogućnost smještaja gostiju u mobilnim kućicama, bungalovima, apartmanima te glamping šatorima. Također, današnji kampovi imaju u ponudi razne sadržaje kao što su bazeni, različita igrališta, ponudu izleta, škole jahanja, jedrenja, mogućnost skijanja na vodi, ronjenja, planinarenja i slično. Važno je napomenuti kako je u Hrvatskoj zakonom zabranjeno kampiranje izvan kampova.

Problem kamping turizma, kao i sveopćeg turizma u Hrvatskoj je sezonalnost, stoga vlasnici kampova kroz različite aktivnosti, pa i sniženjem cijena pokušavaju privući što veći broj kampista u predsezoni i posezoni. Kapacitet kampova Hrvatske slabo je iskorišten; najposjećeniji su kampovi s četiri zvjezdice, a smanjenjem zvjezdica pada i udio iskorištenosti kapaciteta. Kamping turizam Republike Hrvatske nije dovoljno razvijen te još uvijek ima dovoljno prostora za izgradnju kampova koji se uklapaju u netaknutu prirodu kojoj teže suvremeni potrošači, nudeći sve blagodati i ljepote. Također postoji i rezerva u pogledu podizanja prosječne dužine boravka osmišljavanjem novih ponuda i sadržaja, stvarajući tako mjesto savršenog boravka i opuštanja.

## NASLOVNICA PROJEKTA

### TURISTIČKI KAMP PARADIES

Bana Berislavića 15, Vrlika

tel./faks. 095/ 535-4389



### PODUZETNIČKI PROJEKT

(BIZNIS PLAN)

Turistički kamp Paradies

**Osobe za vezu:**

Jelena Brezović

**Tel./faks:**

Mob: 095/535-4389

**Autor projekta:**

Jelena Brezović

*Projekt je napisan u pet istovjetnih primjeraka*

*Ovo je prvi od ukupno 5 uporabnih preslika*

*Podaci iz ovoga projekta tajnu su – povjerljivi*

*Autori pridržavaju prava intelektualnog vlasništva*

**Primatelj projekta:**

Addiko Bank

*n.p. gđa. Neža Perić*

Karlovac, svibanj 2019.

## **4. OPERATIVNI SAŽETAK PROJEKTA**

### **4.1. Podaci o poduzetniku**

Poduzetnički projekt proizišao je iz ideje studentice Veleučilišta u Karlovcu, stručnog studija ugostiteljstva, Jelene Brezović, rođene 22. veljače 1993. godine u Karlovcu. Svoja stručna znanja stekla je tijekom studija u sklopu kojega je obavila i praksu u kampu „Slapić” koji je kategoriziran s četiri zvjezdice, a nalazi se na samoj obali rijeke Mrežnice. Autorica je tijekom studija radila i u hotelu „Kellner” u Badenweileru (Njemačka), gdje se susrela sa svim poslovima hotela i poboljšala znanje njemačkog jezika, a aktivno se koristi i engleskim jezikom. Poduzetnica posjeduje vozačku dozvolu B kategorije i informatički je pismena.

### **4.2. Asortiman usluga**

Kamp „Paradies“ nudio bi usluge smještaja gostiju na otvorenome, kapaciteta do 150 osoba. U ponudi su kamp parcele sa strujom, vodom i odvodom, 5 mobilnih kućica i 10 glamping šatora. Osim usluge smještaja, kamp bi u ponudio imao i najam bicikla, čamca te opreme za ronjenje.

### **4.3. Tržišno-marketinški podaci**

Prema tržišnim pokazateljima kamp će već u prvoj godini ostvariti prihod od 867.560 kn, od toga 435.200 kn od pružanja usluga smještaja. Na temelju izračuna, okvirna ulaganja u jedan manji kamp bez zemljišta, bila bi približno dva milijuna kuna, a povratak investicije uslijedio bi u vrlo kratkom vremenskom periodu.

### **4.4. Potrebna ulaganja**

Za planirani kamp koristiti će se zemljište, koje je u vlasništvu autorice ovoga projekta, a nalazi se uz Peručko jezero, veličine 1.5 ha. Cijena zemljišta po kvadratnom metru je procijenjena na 22 kune, pa tako vrijednost istog iznosi 330.000 kn. Zemljište je zapušteno i godinama se ne koristi, stoga je potrebno urediti ga i osposobiti za izgradnju kampa.



## 4.5. Izvori kapitala

Za izradu kampa potrebno je oko 3.000.000 kuna, pa će se izgradnji kampa pristupiti u fazama kako bi se koristilo što manje kreditnih sredstava, a više financiralo iz vlastitih sredstava. Zemljište je u privatnom vlasništvu autorice, a prva faza izgradnje kampa financirati izvršiti će se putem kreditnih sredstava. Od ukupnih 1.275.000 kuna početnih ulaganja u kamp, 25,88 % čine vlastita sredstva, a bankarski zajam 74,12 %.

## 4.6. Potrebni zaposlenici

Osoblje u kampovima se dijele na one koji su u neposrednom dodiru s gostima i one koji brinu o organizaciji kampa. U skladu s normama na svakih 55 parcela, mora biti jedan stalni zaposlenik.

Kamp „Paradies“ će započeti poslovanje s ukupno deset zaposlenika i to:

- ✓ 1 Voditelj kampa
- ✓ 3 Recepcionara
- ✓ 2 Čistačice
- ✓ 2 Sobarice
- ✓ 2 Domara

Zaposlenici će biti zaposleni putem natječaja objavljenog na službenim stranicama Hrvatskog zavoda za zapošljavanje i morat će ispunjavati određene uvjete. Ukupni trošak bruto plaća zaposlenika iznosio bi 81.205,16 kuna na mjesec, što bi značilo da voditelj kampa mjesečno zarađuje 12. 623,39 kuna, odnosno neto 7.500 kuna, visina bruto plaće recepcionara bi bila 9.749,21 kuna, a neto 6.000 kuna, čistačice i sobarice bi ostvarivale neto prihod od 4.000 kn, odnosno bruto u visini od 5.916,98 kn, a domar bi neto plaću imao 5.000 kn, a u bruto 7.833,11 kn. Nakon potpune izgradnje kampa, planira se zaposliti još nekoliko radnika različitih profila.

## **4.7. Aktivizacijsko razdoblje**

Obzirom na vrlo visoke sveukupne troškove, izgradnji kampa će se pristupiti u fazama. U prvoj fazi, osim izrade projekta i potrebne projektne dokumentacije, izgradit će se samo nužni sadržaji za dobivanje uporabne dozvole i mogućnosti kategorizacije. Izgradnja glamping šatora i kupnja mobilnih kućica, izvršit će se tek u petoj fazi, odnosno u petoj godini poslovanja kampa zbog vrlo visokih troškova. Takvim načinom izgradnje kampa se želi smanjiti financiranje iz kreditnih sredstava te povećati korištenje vlastitih.

## **4.8. Zaštitne mjere**

Za dobivanje građevinske dozvole potrebno je napraviti projekt zaštite na radu, projekt zaštite od požara, projekt zaštite od buke i elaborat o zaštiti okoliša te pozvati inspektorat koji provjerava sigurnost i zaštitu u kampu. Radi zaštite radnika i gostiju u kampu, svi radnici će prije početka rada morati proći obuku o zaštiti i sigurnosti na radu, te će svake godine obavljati liječničke preglede. Zaposlenicima će biti osigurana radna odjeća kao i zaštitne rukavice te maske u slučaju potrebe. Na recepciji će biti dostupna kutija prve pomoći kao i aparati za gašenje požara u slučaju istog. Jednom tjedno vršit će se usluge odvoza i zbrinjavanja komunalnog otpada.

## **4.9. Pokazatelji učinkovitosti**

Metode ocjene učinkovitosti koje su se koristile u ovome projektu su :

- ✓ razdoblje povrata
- ✓ godišnja stopa prinosa
- ✓ pravilo palca
- ✓ analiza likvidnosti i
- ✓ analiza osjetljivosti

Prema navedenim analizama je vidljivo da su ulaganja u jedan manji kamp daleko manja nego u neki drugi tip smještajnog objekta, a naročito hotela. Kako je to i navedeno u ranijem dijelu ovog plana i na temelju danih informativnih izračuna vidljivo je da bi okvirna ulaganja u jedan manji kamp iznosila 3.000.000 kuna.

## **5. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE**

### **5.1. Nositelj pothvata i evolucija ideje**

Poduzetnički projekt na temu turističkog kampa, nastao je idejom studentice Jelene Brezović. Projekt je zamišljen kao izgradnja i vođenje manjeg obiteljskog kampa kapaciteta do 150 osoba. Autorica ovog poduzetničkog pothvata je svojim stečenim znanjem i iskustvom uočila priliku za otvaranjem kampa na području Splitsko-dalmatinske županije. Prilikom posjete gradu Vrlici, pojavila se potreba za istraživanjem tog tržišta te je uočen nedostatak smještajnih kapaciteta.

Kroz grad Vrliku prolazi državna cesta koja s jedne strane povezuje Vrliku s glavnim gradom Hrvatske. Zagrebom, a s druge strane Splitom, turistički vrlo posjećenim gradom. Ova destinacija pruža ponešto za svakog posjetitelja. Netaknuta priroda, udaljenost od velikih i zagađenih gradova, čisto jezero, još neistraženi izvor rijeke Cetine, okruženost planinama, dvije različite klime i bogata povijest samo su neki od privlačnih resursa destinacije. Ovaj kraj je sve više turistički prepoznat jer s jedne strane nudi pasivni odmor, odnosno kupanje i sunčanje, a s druge strane tu su planinarenja, vožnja biciklom, duge šetnje, ronjenje, veslanje i sl., koje čine odmor aktivnim.

Po izgrađenosti, kamp će biti kategoriziran s četiri zvjezdice. Pored osnovnih smještajnih jedinica, kamp parcela, na kojima će gosti moći kampirati s vlastitom kamp opremom, planirano je i postavljanje pet mobilnih kućica, proizvođača „Adria Novo Mesto“, kao i deset glamping šatora. Od objekata koji su predviđeni projektom i koji će biti izgrađeni su: recepcija, sanitarni čvor, prometnice u kampu, uređenje kamp parcela s dovodom struje i vode, kao i s odvodnjom te hortikulturalno uređenje terena i kompletnog okoliša. Oko cijelog kampa biti će postavljena drvena ograda.

### **5.2. Opis proizvoda, robe ili usluga**

Obzirom na visoki turistički potencijal čitave destinacije, a i iz potreba dobivenih na temelju provedenih ispitivanja i analiza, autorica se odlučila za izgradnju kampa. Kamp bi mogao primiti do 150 osoba, donosno audio bi 50 kamp parcela te bi spadao u kategoriju malih kampova. Ponudu smještaja ovog kampa čine: uređene parcele sa strujom, vodom i odvodom te najam mobilnih kućica i glamping šatora. Ovakav kamp dolikuje jednom malom

obiteljskom kampu u neposrednoj blizini Peručkog jezera, a kategoriziran bi bio u veću kategoriju, minimalno 4 zvjezdice. Pretpostavljeno je da bi to bio iznimno vrijedan dodatni turistički potencijal na ovim područjima i da bi čitava destinacija bila bolje iskorištena u smislu kamping turizma. Naime, trendovi u turizmu sve više ukazuju kako današnji kampisti traže da ih se impresionira nečim posebnim i atraktivnim, a upravo mali kampovi, smješteni u jednom idiličnom prirodnom okruženju imaju tu moć.

Gradić Vrlika je smješten u Dalmatinskoj zagori, a stvoren je za sve zaljubljenike u prirodu te povijesnu i kulturnu baštinu. Vrlika je okružena planinama, netaknutom prirodom, a krasi je i jezero koje stanovnici rado nazivaju i vrličkim „morem”. Vrlika ima vrlo bogatu kulturnu baštinu, a nijemo kolo i ojkanje uvrštene su na UNESCO-ov popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Posjetitelji ovoga kraja, osim u prirodnoj i kulturnoj baštini, također mogu uživati i u lokalnim specijalitetima, od kojih su poznatiji vrlički uštipci, dalmatinski pršut i sir, te kvalitetna vina iz obližnjih vinograda.

Peručko jezero je umjetno sagrađeno plavo jezero koje je dugo 20 km, a okružuje ga zeleni okoliš, pa bi kamp, osim smještaja nudio i najam čamca, kao i opremu za ronjenje kojom bi posjetitelji kampa mogli vidjeti nekadašnje najveće selo toga kraja, čije se konture nalaze na dnu ovog jezera. Kamp bi također nudio najam bicikla kako bi zainteresirani mogli upoznati grad Vrliku i okolicu. Označene biciklističke staze povezuju sve značajne lokalitete, a nude lagane vožnje po ravnim stazama te brdski biciklizam po Dinari.

### **5.3. Referencije nositelja pothvata**

Sve veći odlazak ljudi iz Republike Hrvatske u inozemstvo navelo je autoricu ovoga projekta na razmišljanje o pokretanju vlastitog poduzetničkog pothvata. Nositeljica ovog projekta, Jelena Brezović, pohađala je srednju Ekonomsko- turističku školu u Karlovcu smjera ekonomist. Po završetku srednje škole, upisuje stručni preddiplomski studij ugostiteljstva na Veleučilištu u Karlovcu, u sklopu kojega obavlja stručnu praksu u kampu „Slapić”, gdje prolazi kroz sve poslove. Tijekom studiranja, autorica je i radila u wellness hotelu, kategoriziranom s 4 zvjezdice. U dvije godine rada u hotelu „Kellner spa”, stekla je iskustva na poslovima sobarice, pomoći u kuhinji, posluživanje hrane i pića u restoranu, posluživanje kave i kolača na baru te na poslovima recepcije.

## **6. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA**

### **6.1. Projekcija ciljnih tržišta**

Ciljana skupina kampa „Paradies“ su obitelji s ili bez djece i slične manje skupine koje su u potrazi za sigurnim odmorom, daleko od užurbanosti poslovnog života i industrijski zagađenog okoliša. Zbog mogućnosti bavljenja raznim sportskim aktivnostima u kampu, ali i izvan njega, ovaj kamp je pogodno mjesto za ljude koji većinu svog vremena provode u uredima te sve one koji se vole baviti sportom. Tišina, netaknuto plavo jezero, visoke planine i izrazito čist zrak, prava je oaza mira za sve posjetitelje koji traže opuštajući odmor, ali i one koji su avanturističkog duha. Obitelji s djecom mogu posjetiti obližnje rančeve koji naude fotosafari izlete. Ljubitelji dobre hrane uživati će u lokalnim specijalitetima obližnjih restorana. Nedaleko grada Vrlike, na 700 m nadmorske visine nalazi se pršutana, koja svojim posjetiteljima nudi domaći pršut, sir i kvalitetno vino lokalnih vinogradara. Srednjovjekovna utvrda Prozor, ostaci crkve svetog Spasa i ostali povijesni lokaliteti koje krije Vrlika, oduševit će sve posjetitelje ovoga kraja.

### **6.2. Projekcija konkurencije**

Mali kampovi su kapaciteta do 200 osoba, a najviše ih ima u Dalmaciji, smješteni su većinom uz samu obalu jadranskog mora te uz Nacionalni park Krka i Park prirode Biokovo. Konkurenciju po pitanju smještaja u Vrlici čini privatni smještaj u kućama za odmor ili apartmanima, od kojih je samo nekolicina u blizini jezera. Kamp „Paradies“ nema izravne konkurencije, a do prvog najbližeg kampa je udaljenost nešto više od sat vremena vožnje automobilom. Ipak kao konkurenciju, osim privatnog smještaja u Vrlici, mogli bismo, po blizini i vrsti kampa navesti kamp „Podaca“, kamp „Robeko“ i kamp „Jasenovo“.

**Tablica 1: Projekcija (ocjena) konkurencijskih prednosti i slabosti**

POPIS KONKURENATA UKLJUČENIH U KOMPARACIJU						
1.	Privatni smještaj					
2.	Kamp „Podaca“					
3.	Kamp „Robeko“					
4.	Kamp „Jasenovo“					
KOMPARACIJA KONKURENCIJSKIH PREDNOSTI						
Red. broj	Područja komparacije (prednosti i slabosti)	Konkurenti				
		1.	2.	3.	4.	
1.	Asortiman proizvoda, robe i usluga	0	0	+	+	
2.	Tehnička obilježja proizvoda, robe, usluga	0	+	+	+	
3.	Uporabna obilježja proizvoda, robe, usluga	+	0	+	+	
4.	Poslije prodajne usluge potrošačima	+	0	+	+	
5.	Ostala obilježja proizvoda, robe, usluga	+	+	+	+	
6.	Prodajni kanali i prodajna distribucija	+	0	0	0	
7.	Cijene, popusti, načini i uvjeti plaćanja	+	+	+	+	
8.	Uvjeti, način i rokovi isporuke	+	+	+	+	
9.	Ekonomska propaganda	+	+	+	+	
10.	Aktivnosti promicanja prodaje	+	+	+	+	
11.	Osobno-prodajna promidžba	+	0	0	0	
12.	Publicitet i odnosi s javnošću	+	-	-	-	
13.	Nabavni kanali i nabavna distribucije	+	0	0	0	
14.	Skladištenje i politika zaliha	+	+	+	+	
UKUPNA OCJENA KOMPARACIJE						

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Naputak i objašnjenje uz tablicu: prilikom usporedbe kampa „Paradies“ s ostalim konkurentima okorištena je oznaka + kako bi označili svoje prednosti, oznaku – kako bi označili svoje slabosti, te oznaku 0 kada je kamp „Paradies“ približno jednak s konkurentima.

### **6.3. Projekcija cijena**

Cijena je određen iznos u novcu koji su kupci spremni izdvojiti za pruženu uslugu, kupljenu robu ili proizvod. Promatrajući tržište cijena, cijene u kampovima su individualne te kampovi smješteni uz more su cjenovno skuplji od ostalih kampova u Republici Hrvatskoj. Plaćanje u kampu se obavlja na osnovi cijene parcele i cijene po osobi.

Kamp „Paradies“ radio bi samo sezonski, pa postoje tri razdoblja po kojima se formiraju cijene. Prvo razdoblje, predsezona, započinje otvaranjem kampa, a ono je planirano od 1. travnja i traje do 30. lipnja. U tom razdoblju, kamp želi privući goste, stoga su cijene niske. Drugo razdoblje, glavna sezona, traje od 1. srpnja do 30. rujna. Vrijeme je idealno za kampiranje i ostale aktivnosti, pa se tada očekuje najveća popunjenost kampa, a cijene su znatno više od ostalih razdoblja. Nakon drugog razdoblja dolazi posezona i tada je potrebno sniziti cijene jer one utječu na ostanak gostiju u kampu. Posezona, traje od 1. listopada pa sve do 31. listopada.

Posjetitelji koji žele, mogu svoju kamp kućicu ili kamper ostaviti cijelu godinu u kampu i s njima se sklapa ugovor kojim gost plaća određenu cijenu i to do 180 dana prije korištenja usluga. Za djecu do 8 godina starosti ne naplaćuje se boravak u kampu, dok djeca od 8 do 10 godina starosti imaju pravo na 20 % nižu cijenu. Cijenom se želi postići optimalan broj gostiju tijekom cijelog vremena poslovanja kampa, pa je ona u predsezoni i posezoni niža, a u sezoni nešto viša. Cijene u kampu „Paradies“ ovise o kretanju turista, turističkoj sezoni i konkurenciji, a formiraju se godinu dana unaprijed te uključuju trošak radne snage, komunalne troškove i troškove energenata te ostale troškove koji su potrebni za pružanje kvalitetne usluge.

### **6.4. Projekcija prodaje i prihoda**

Izgradnji kampa će se pristupiti u fazama. U prvoj fazi se planiraju izgraditi samo nužni objekti i parcele kako bi se dobila uporabna dozvola i otvorio kamp „Paradies“. Prva godina nudi smještaj na kamp parcelama, a ukupni prihod od najma istih bio bi 502.400 kuna pod pretpostavkom 40 % popunjenosti u predsezoni, 80 % popunjenosti u glavnoj sezoni i 40% u posezoni. Osim smještaja, kamp bi ostvarivao prihode i od najma čamaca, bicikala te opreme za ronjenje.

**Tablica 2: Projekcija godišnje prodaje i prihoda od prodaje**

Red. Broj	NAZIV PROIZVODA, ROBE, USLUGE ILI PRAVA	KOLIČINA	JEDINIČNA CIJENA	IZNOS UKUPNO (HRK)
<b>I.</b>	<b>PROIZVODI - UKUPNO</b>			-
<b>II.</b>	<b>ROBA - UKUPNO</b>			-
<b>III.</b>	<b>USLUGE - UKUPNO</b>			<b>909.000</b>
1.	Prihod od najma kamp parcela u predsezoni (od 1.travnja do 30. lipnja)	20	50	91.000
2.	Prihod od najma kamp parcela u sezoni (od 1.srpnja do 30. rujna)	40	100	368.00
3.	Prihod od najma kamp parcela u posezoni (od 1. listopada do 31. listopada)	20	70	43.400
4.	Prihodi od usluge najma čamca	5	100	107.000
5.	Prihodi od najma opreme za ronjenjem	3	200	128.400
6..	Prihodi od najma bicikla	8	100	171.200
<b>IV.</b>	<b>PRAVA - UKUPNO</b>			-
<b>UKUPNI PRIHOD OD PRODAJE (I.+II.+III.+IV.)</b>				<b>909.000</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Cijene u tablici su izražene u kunama i one mogu varirati ovisno o tržišnoj ponudi i potražnji. Rezultat tržišnog istraživanja je tablično prikazan, a iz njega je vidljivo kako kamp „Paradies“, u prvoj godini rada, ostvaruje prihod od 909.000 kuna.



## **7. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA**

### **7.1. Projekcija lokacije**

Lokacija je geografska oznaka nekog područja i predispozicija uspješnog poslovanja. S obzirom na djelatnost, ovdje lokacija ima presudnu ulogu za uspješnost poslovanja.

Makrolokacija ovog poslovnog pothvata je Splitsko-dalmatinska županija, a mikrolokacija grad Vrlika, Peručko jezero. Vrlika je smještena uz državnu cestu D1 Zagreb- Split, 60 km sjeverno od grada Splita. Okružena je dvjema planinama, Dinarom i Svilajom, pa ova destinacija osim što pruža svojim posjetiteljima mogućnost planinarenja, brdskog biciklizma i drugih aktivnost, vrlo je pogodna za boravak osoba s respiratornim bolestima jer se miješaju dvije klime, submediteranska klima i kontinentalna planinska klima. Mjesto krase Peručko jezero, nastalo izgradnjom brane za potrebe Hidroelektrane Peruča, i rijeka Cetina čiji jedan od pritoka izvire u samome centru grada, a park iz kojega izvire naziva se Česma (Vrilo) . Na Česmi se i danas izvodi jedna od najpopularnijih hrvatskih opera „Ero s onoga svijeta” nastala po libretu Milana Begovića. Kraj će oduševiti sve zaljubljenike u povijest i kulturnu baštinu.

### **7.2. Projekcija tehnologije**

Za izgradnju kampa „Paradies“ opredijelili smo se za suvremeno tehnološko rješenje. Sav materijal u kampu visoke je kvalitete, a drvo i slični materijali su kupljeni u “Drvo trgovini Mikša“ Karlovac, dok je prometnice u kampu izradila „Arkada d.o.o“ iz Duge Rese. Izradu mobilnih kućica prepustili smo stručnim osobama iz „Adria Novo Mesto“.

### **7.3. Projekcija kapaciteta**

Kamp „Paradies“ bit će izgrađen na površini od 1.5 ha, veličine 50 jedinica odnosno 150 osoba. Osim osnovnih smještajnih jedinica u petoj godini kamp će nuditi smještaj u mobilnim kućicama te glamping šatoru. Također će posjetitelji kampa moći iznajmiti bicikle, čamce ili opremu za ronjenje.

**Tablica 3. Projekcija kapaciteta**

Red. Broj	NAZIV PROIZVODA, ROBE ILI USLUGE	GODIŠNJI KAPACITET (HRK)
I.	PROIZVODI – UKUPNO	-
II.	ROBA – UKUPNO	-
III.	USLUGE – UKUPNO	909.000
1.	Prihodi od smještaja gostiju	502.400
2.	Prihodi od najma bicikla	171.200
3.	Prihodi od najma čamca	107.000
4.	Prihod od najam opreme za ronjenje	128.400

**Izvor:** Izradila autorica

Ukupni prihodi od usluga iznose 909.000 kuna, od toga prihodi od smještaja gostiju na kamp parcelama u prvoj godini iznose 502.400 kuna, prihod od najma bicikla iznosi 171.200 kuna, od najma čamca iznosi 107.000 kuna te prihod od najma opreme za ronjenje iznosi 128.400 kuna.

#### 7.4. Projekcija stalnih sredstava

Stalna sredstva se koriste kroz duže vremensko razdoblje, a minimalno godinu dana i postepeno se troše. Nazivaju se još i osnovna sredstva, koja svoj oblik ne mijenjaju, ali se njihova vrijednost prenosi na uslugu. Za ovaj projekt potrebno je izraditi projektnu dokumentaciju, izgraditi prometnice koje će prolaziti kampom, izgraditi i urediti recepciju, sanitarni čvor sa svim sanitarijama, izgraditi deset glamping šatora, kupiti pet mobilnih kućica te postaviti ogradu oko kampa dužine 500 m. Detaljni prikaz troškova stalnih sredstava prikazan je u sljedećoj tablici.

**Tablica 4: Projekcije ulaganja u stalna sredstva**

<b>Redni broj</b>	<b>OPIS</b>	<b>IZNOS (HRK)</b>
1.	Izrada cjelokupne projektne dokumentacije	415.000
2.	Izgradnja	120.000
	- Prometnica u kampu	150.000
	- I uređenje recepcije	300.000
	- Sanitarnog čvora sa kompletnim sanitarijama	350.000
	- Glamping šatora (10 kom)	50.000
	- I postavljanje ograde oko kampa	
3.	Kupovina mobilnih kućica (5 kom)	750.000
4.	Kupnja opreme za ronjenje (10 kom)	72.000
5.	Kupnja bicikla za najam (10 kom)	63.000
6.	Kupnja čamaca (10 kom)	100.000
7.	Ostala davanja (razni doprinosi, priključci struje, vode i drugo)	90.000
<b>UKUPNO</b>		<b>2.460.000</b>

**Izvor:** Izradila autorica

Podaci koje prikazuje tablica su sažeti prikaz svih planiranih troškova, dobivenih iz ponuda i izrađenih troškovnika. Prikazani su troškovi od izrade projektne dokumentacije, pa do izgradnje cijeloga kampa. Kako je prije već navedeno, za uporabnu dozvolu i otvaranje kampa, bit će izgrađeni samo nužni dijelovi kampa i to u iznosu od 1.275.000 kuna, a ostali sadržaji kao i mobilne kućice i glamping šatoru izgradit će se naknadno tijekom poslovanja kampa.

## **7.5. Projekcija materijalnih inputa**

Ova djelatnost zahtjeva ulaganja u uslužni dio materijalnih inputa i oni na godišnjoj razini iznose 159.750 kuna. Tu spadaju trošak struje, vode, telefona, odvoz smeća, potrošni uredski materijal, program za računalo, papirnati brisači za ruke kao i wc papir, sapuni,

sredstva za čišćenje, rukavice, maske i ostali materijalni inputi potrebni za uredno poslovanje kampa.

**Tablica 5: Projekcija ulaganja u materijalne inpute**

RB	POPIS MATERIJALNIH INPUTA PROJEKTA	Količina (u jed.mjer)	Jedinična cijevna	Ukupna vrijednost (HRK)
I.	PROIZVODNI DIO – UKUPNO			
II.	USLUŽNI DIO – UKUPNO			159.750
1.	Repromaterijal – ukupno			48.000
2.	Energenti – ukupno			84.000
3.	Šitan inventar – ukupno			10.000
4.	Ostali materijalni inputi – ukupno			17.750
III.	TRGOVAČKI DIO – UKUPNO			
<b>SVEUKUPNA VRIJEDNOST (I.+II.+III.)</b>				<b>159.750</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Tablica projekcije ulaganja u materijalne inpute (Tablica 5.) prikazuje popis svih materijalnih ulaganja te njihovu vrijednost. Kamp za vrijeme u kojem je zatvoren mora podmirivati troškove energenata iako ih ne koristi, no plaća samo paušalni iznos.

## 7.6. Projekcija zaposlenika

U prvoj godini bit će zaposleno sedam radnika zbog manjeg opsega posla, a u idućim godinama rada, kamp bi zapošljavao sveukupno deset radnika. Voditelj kampa bi bila sama autorica ovog poslovnog projekta, a osim nje u kampu bi bili zaposleni i 3 recepcionara, 2 čistačice i domar.

**Tablica 6: Projekcija potrebitih radnika i troškova rada**

Red.broj	TOČAN NAZIV RADNOG MJESTA	POTREBITI RADNICI I TROŠKOVI RADA			
		Stručna sperma	Jedna smjena	Ukupno	Mjesečne kompenzacije (HRK)
<b>I.</b>	<b>PROIZVODNI RADNICI</b>		<b>2</b>	<b>4</b>	<b>41.871</b>
1.	Voditelj kampa	VSS	1	1	12.623
2.	Recepcionar	SSS/VSS	1	3	9.749
<b>II.</b>	<b>TRGOVAČKI RADNICI</b>				
<b>III.</b>	<b>USLUŽNI RADNICI</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	<b>19.667</b>
1.	Čistačice	NKV/SSS	1	2	5.916
2.	Domari	KV/SSS	1	1	7.833
<b>SVEUKUPNO (I.+II.+III.)</b>			<b>4</b>	<b>7</b>	<b>61.538</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

U tablici broj 6 su prikazani profili potrebnih zaposlenika, tražene stručne spreme te godišnja bruto kompenzacija. Svi zaposlenici, osim voditeljice kampa, bili bi zaposleni putem natječaja, objavljenog na službenim stranicama Hrvatskog zavoda za zapošljavanje.

Minimalni uvjeti za posao recepcionara su: završena srednja škola ili viša stručna sprema, informatička pismenost i poznavanje minimalno dva strana jezika. Iskustvo je poželjno, ali nije uvjet. Njihova neto plaća iznosila bi 6.000 kuna. Sobarice koje bi bile zaposlene tek nakon kupovine mobilnih kućica i izgradnje glamping šatora te čistačice koje bi brinule o čistoći i urednosti kampa nemaju posebne uvjete, a visina neto plaće bi bila 4.000 kuna. Domari bi radili na poslovima održavanja, provjeri rada na postrojenjima, otklanjanju sitnih kvarova i uređenju zelenih površina i okoliša. Oni moraju biti kvalificirani, odnosno imati srednju stručnu spremu strojarskog, elektrotehničkog ili drugog odgovarajućeg tehničkog smjera ili biti obrtničke struke, s iskustvom u održavanju elektroinstalacija, vodovoda i kanalizacija. Od svih zaposlenika u kampu se očekuje komunikativnost, snalažljivost i pristupačnost.

## 7.7. Projekcija zaštitnih mjera

Planom izgradnje kampa „Paradies“ osigurane su mjere zaštite od požara koje su obvezne za ovu vrstu djelatnosti. Efikasnost zaštite od požara postignuto je odgovarajućim načinom uređenja, razmještajem građevina, njihovom visinom i pristupnim javnim cestovnim površinama do građevina. Ovakve građevine ne moraju imati uređaje s ispuštanjem magle i sl., ali moraju imati protupožarne aparate. Kamp će također imati oznake u slučaju potrebe evakuacije, a plan kampa bit će izložen na recepciji kao i kutija prve pomoći.

Zaposlenici će prije početka rada morati obaviti godišnji liječnički pregled te će proći određenu obuku o sigurnosti i zaštiti na radu kako bi u slučaju bilo kakve opasnosti mogli pravovremeno reagirati. Zaposlenicima koji rade na održavanju, bit će dostupna i zaštitna odjeća, kao i naočale, maske i rukavice. Grad Vrlika ima djelomično izgrađen sustav odvodnje otpadnih voda, pa kamp prikuplja otpadne vode u propisanim septičkim jamama. Dio nepročišćenih otpadnih voda se procjeđuje te ono odlazi u podzemlje. Odvoz komunalnog otpada vršit će se tjedno.

**Tablica 7: Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša**

Red. Zbroj	NAZIV AKTIVNOSTI (MJERE ZAŠTITE OKOLIŠA)	Vrijednost dopreme	Vrijednost rada	Ukupna ulaganja (HRK)
1.	Zbrinjavanje komunalnog otpada		5.000	5.000
2.	Analiza otpadnih svoda		4.500	4.500
<b>SVE UKUPNO</b>				<b>9.500</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

**Tablica 8: Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu pri radu**

Red. Zbroj	NAZIV AKTIVNOSTI (MJERE ZAŠTITE PRI RADU)	Vrijednost dopreme	Vrijednost rada	Ukupna ulaganja (HRK)
1.	Protupožarna zaštitan	2.500		2.500
2.	Liječnički pregledna		440	440
3.	Obuka zaštite i sigurnosti na radu		400	400
4.	Zaštitne naočale, maske i rukavice	300		300
<b>SVE UKUPNO</b>		<b>700</b>		<b>3.640</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

## 7.8. Projekcija aktivizacijskoga razdoblja

Kao što je već ranije navedeno, za realizaciju ovoga projekta potrebna su visoka ulaganja, pa će se kamp graditi postepeno. Kompletna izgradnja kampa, sa svim zamišljenim sadržajima, ostvarila bi se u petoj godini poslovanja istog, a prve goste bi kamp primio nakon 12 mjeseci aktivizacijskog razdoblja. Prije početka rada kampa mora se izraditi potrebna dokumentacija, pripremiti površinu za izgradnju, izgraditi prometnice u kampu, izgraditi i urediti recepciju, izgraditi i urediti sanitarni čvor te postaviti ogradu oko kampa.

**Tablica 9: Projekcija terminskog plana aktivizacije projekta**

Redni broj aktivnosti	MJESECI AKTIVIZACIJSKOGA RAZDOBLJA											
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Aktivnost 1.												
Aktivnost 2.												
Aktivnost 3.												
Aktivnost 4.												
Aktivnost 5.												
Aktivnost 6.												
Aktivnost 7.												
Aktivnost 8.												

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Svake iduće godine poslovanja kampa, isti planira izgradnju dodatnih sadržaja u kampu kako bi povećao svoju ponudu. Osim što se ovakvim načinom izgradnje kampa smanjuju korištenja kreditnih sredstava, poduzetnica ovoga projekta može izravno vidjeti prednosti i nedostatke kampa te prilagoditi daljnju izgradnju prema potrebama svojih korisnika.

**Tablica 10. Popis i trajanje aktivnosti (poslova) izvedbe**

<b>Redni Broj</b>	<b>POPIS PREDVIĐENIH AKTIVNOSTI TIJEKOM IZVEDBE</b>	<b>Početak aktivnosti</b>	<b>Konac Aktivnosti</b>	<b>Trajanje (dana)</b>
1.	Pravno- administrativni poslovi	1.1.	29.4.	85
2.	Priprema prostora	2.5.	2.7.	44
3.	Izgradnja prometnica u kampu	2.7.	19.7.	14
4.	Izgradnja i uređenje recepcije	22.7	23.8.	24
5.	Izgradnja sanitarnoga čvora sa svim sanitarijama	1.8.	1.11.	44
6.	Postavljanje ograde oko kampa	1.11.	29.11.	67
7.	Marketinške aktivnosti	1.11.	30.12.	42
8.	Raspisivanje natječaja i odabira zaposlenika	1.11.	19.12.	35
<b>UKUPNO TRAJANJE IZVEDBE</b>		<b>1.1.</b>	<b>30.12</b>	<b>355</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Tablica 10. prikazuje popis i trajanje aktivnosti izvedbe za koje je predviđeno razdoblje od dvanaest mjesec.



## **8. MENADŽMENT PROJEKTA**

Kamp „Paradies“ je zamišljen kao mali obiteljski kamp, kategoriziran s 4 zvjezdice. Prvi je i jedini takav kamp na ovome području. Radio bi samo sezonski u razdoblju od 1. travnja, pa sve do 31. listopada, odnosno 214 dana u godini. Osim lokacije i modernog uređenja kampa, za uspješnost poslovanja ključni su i zaposlenici. Kamp Paradies u prvoj godini poslovanja brojao bi sedam zaposlenih i to voditelja kampa, odnosno samu autoricu ovoga projekta, koja bi donosila sve odluke vezane uz kamp, 3 osobe zadužene za davanje informacija, primanje rezervacija te vođenje evidencije o dolasku i odlasku gostiju i ostalim poslovima recepcionara, 2 čistačice koje bi brinule o čistoći kampa te domar koji bi bio zadužen za razna održavanja i uređenje okoliša kampa.

Trošak radnika na mjesečnoj razini iznosi 61.538 kuna, što bi značilo da kamp u 6 mjeseci poslovanja morao izdvojiti 369.168 kuna za isplatu svojih zaposlenika. Nakon potpune izgradnje kampa, zbog povećanja opsega posla, zaposlilo bi se još nekoliko potrebitih radnika različitih profila. Također kako bi zadržali svoje radnike i ukazali im na važnost, kamp u budućnosti planira zapošljivati na neodređeno radno vrijeme, što bi značilo da bi zaposlenici radili šest mjeseci, koliko bi radio i kamp, a dobivali primanja tijekom cijele kalendarske godine.

**Tablica 11: Projekcija potrebitih zaposlenika i troškova rada**

Red. Broj	TOČAN NAZIV RADNOG MJESTA	POTREBITI ZAPOSLENICI			Mjesečne kompensacije (HRK)
		Stručna sprema	Jedna smjena	UKUPNO	
<b>I.</b>	<b>MENADŽERSKI TIM – UKUPNO</b>			<b>1</b>	<b>12.623</b>
1.	Menadžer-vlasnik	VSS	1	1	12.623
<b>II.</b>	<b>STRUČNI DJELATNICI – UKUPNO</b>				<b>48.914</b>
1.	Recepcionar	VSS/SSS	1	3	29.247
2.	Čistačice	SSS/NKV	1	2	11.833
3.	Domar	SSS/KV	1	1	7.833
<b>III.</b>	<b>ADMINISTRACIJSKO OSOBLJE–UKUPNO</b>				
<b>IV.</b>	<b>POMOĆNO I DRUGO OSOBLJE–UKUPNO</b>				
<b>V.</b>	<b>IZRAVNO PROIZV. RADNICI (iz tabl. III-8)</b>				
<b>VI.</b>	<b>IZRAVNO PRODAJ. RADNICI (iz tabl. III-8)</b>				
<b>VII.</b>	<b>IZRAVNO USLUŽNI RADNICI (iz tabl. III-8)</b>				
<b>UKUPNO - RADNICI I TROŠKOVI (od I. do VII.)</b>				<b>7</b>	<b>61.538</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

U petoj godini poslovanja, broj radnika bi se povećao na deset radi većeg opsega poslovanja. Zbog izgradnje glamping šatora te kupnje mobilnih kućica, zaposlene bi bile i dvije sobarice čija bi mjesečna plaća iznosila 5.916 kuna u brutu. U smjeni bi radila po dva radnika iz svakog sektora, osim na recepciji. Svaki radnik će po završetku sezone biti kvalitetno nagrađen za uloženi rad i trud s ciljem motiviranja istog za daljnju suradnju.

## **9. MARKETING PROJEKTA**

Marketing predstavlja niz različitih aktivnosti kojima se koristi poduzetnik, a s ciljem zadovoljenja potrošačevih potreba. Istraživanjem tržišta dobivaju se rezultati prema kojima se planira i izrađuje marketinški splet aktivnosti. Kako bi proizvod ili usluga bili što bolje pripremljeni za ulazak na novo ili već postojeće tržište, poduzeće mora poduzeti razne marketinške aktivnosti.

### **9.1. Aktivnosti marketinškog programa**

Prvi korak koji kamp planira poduzeti je učlaniti se u „Kamping udruženje Hrvatske“ (KUH), koji ima za cilj zaštititi i promovirati svoje članove, te će svoje usluge prodavati i putem „Gradtur d.o.o“, online turističke agencije čije je sjedište u Ljubljani, a specijalizirani su za odmore u Hrvatskoj. Također će surađivati s turističkom zajednicom grada Vrlike, a imat će i svoju službenu web stranicu te će biti aktivan na društvenim mrežama. Ime i zaštitni znak su pomno izrađeni kako bi na prvu privukli kupce i stvorili im sliku svog okruženja. Izravan susret s potencijalnim budućim gostima kamp će ostvariti sudjelovanjem na sajmovima. Kvalitetnim radom zaposlenika, modernim uređenjem kampa i uslugama prilagođenim svojim potrošačima, kamp želi ostaviti dobar utjecaj na svoje goste kako bi se oni ponovno vratili te usmenom propagandom privukli i svoje prijatelje, poznanike i druge posjetitelje.

### **9.2. Ime tvrtke**

Naziv tvrtke je „Paradies“ te je upisano u sudski registar trgovačkog suda u Splitu. Ime bi u prijevodu s njemačkog jezika značilo raj. Riječ raj se koristi kako bi se поближе opisalo mjesto mira i sreće, a cilj kampa je pružiti svojim gostima upravo to, mir, sreću i odmor, daleko od gužvi i užurbanosti suvremenog načina života.

### 9.3. Grafičko i likovno rješenje zaštitnog znaka

Logotip odnosno zaštitni znak kampa osmišljen je tako da slikovito prikaže područje gdje se nalazi kamp „Paradies“.

**Slika 2. Zaštitni znak kampa „Paradies“**



**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Zaštitni znak kampa „Paradies“ podsjeća na oko unutar kojega su zelenom bojom prikazane planine koje se nalaze oko kampa, a to su Svilaja i Dinara koja je ujedno i najviši vrh Hrvatske, te ispod njih je tamnoplavom bojom prikazano najveće Hrvatsko umjetno jezero – Peručko jezero. Svijetloplava boja predstavlja izvor rijeke Cetine koji se nalazi u blizini jezera, a čiji oblik i boja podsjećaju na izgled oka.

### 9.4. Promidžbene aktivnosti

Promidžbene aktivnosti kampa provodit će se putem turističkih inozemnih i Hrvatskih agencija, sudjelovanjem na sajmovima, oglašavanjem putem službene web stranice kampa „Paradies“ te na raznim društvenim mrežama, kao i oglašavanjem u časopisima koje čitaju kamperisti. Prospektni materijal kampa, moći će se naći na štandu turističke zajednice grada Vrlike, smještenom na Splitskoj rivijeri kao i u samoj turističkoj zajednici grada Vrlike.

**Tablica 12. Popis aktivnosti i kvantifikacija promidžbenih ulaganja**

<b>Redni broj</b>	<b>Naziv planiranih promidžbenih aktivnost</b>	<b>Ulaganja (HRK)</b>
1.	Članarina za „KUH“	1.000
2.	Naknada agenciji „Gradtur d.o.o“	5.000
3.	Sudjelovanje na sajmovima	6.000
4.	Oglašavanje u stručnim časopisima	1.700
5.	Oglašavanjem putem Interneta	1.500
6.	Izrada promotivnih letaka	2.300
<b>SVEUKUPNA ULAGANJA I TROŠKOVI</b>		<b>17.500</b>

**Izvor:** Izradila autorica

U tablici su prikazana sveukupna ulaganja u promidžbene aktivnosti koje iznose 17.500 kuna. Osim navedenih aktivnosti, kamp će imati i akcije za popunjavanje praznina u predsezoni i posezoni te će stalni gosti imati određene pogodnosti.

## 10. FINANCIJSKI PODACI PROJEKTA

### 10.1. Projekcija ulaganja

Ulaganja u ovakav manji kamp ne iziskuju visoke troškove, što prikazuje iduća tablica, a povrat uloženi sredstva ostvaruje se u vrlo kratkom roku poslovanja.

**Tablica 13: Projekcija potrebitih ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva**

RB	STAVKE STALNIH I TRAJNIH OBRJNIH SREDSTAVA	IZNOS (HRK)	STRUKTURA	
			(%)	(%)
<b>I.</b>	<b>STALNA SREDSTVA – UKUPNO</b>	<b>2.460.000</b>		
<b>I. A.</b>	<b>Nematerijalna imovina - ukupno</b>	<b>505.000</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
1.	Osnivački izdanci	415.000	82.18%	
2.	Ostala nematerijalna imovna	90.000	17.82%	
<b>I. B.</b>	<b>Materijalna imovina – ukupno</b>	<b>1.955.000</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
1.	Građevinski objekti	1.550.000	79,28%	
2.	Ostala materijalna imovna	405.000	20.72%	
<b>II.</b>	<b>OBRJNA SREDSTVA – UKUPNO</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>I+II</b>	<b>UKUPNO POTREBNA SREDSTVA</b>	<b>2.460.000</b>		<b>100%</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Ukupna ulaganja u stalna sredstva iznose 2.460.000 kuna. Najviše novca ulaže se u izgradnju građevinskih objekata, stoga se kupnja ostalih mobilnih kućica i izgradnja glamping šatora planira tek u petoj godini poslovanja kampa. U ostalu materijalnu imovinu ulaze prometnice u kampu, bicikli za najam, opreme za ronjenje i čamci.

**Tablica 14: Projekcija ulaganja prema stavkama i mjesecima aktivizacije**

	STAVKE ULAGAN JA	MJESECI AKTIVIZACIJSKOGA RAZDOBLJA											Σ	
		1.mj	2 · m j	3 · m j	4.mj	5 · m j	6 · m j	7.mj	8.mj	9.mj	10.mj	11.mj		12 · m j
<b>I.</b>	<b>STALNA SRED.</b>	<b>207500</b>	-	-	<b>207500</b>	-	-	<b>195000</b>	<b>150000</b>	<b>150000</b>	<b>150000</b>	<b>215000</b>	-	<b>1.275.000</b>
<b>I. A.</b>	<b>Nemat. imov. – buk</b>	<b>207500</b>	-	-	<b>207500</b>	-	-	-	-	-	-	<b>30000</b>	-	<b>175.000</b>
1.	Osnivački izdaci	207500	-	-	207500	-	-	-	-	-	-	-	-	415.000
2.	Ostala nematerijal na imovna	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30000	-	30.000
<b>I. B.</b>	<b>Mat. Imov. – bavk</b>	-	-	-	-	-	-	<b>195000</b>	<b>150000</b>	<b>150000</b>	<b>150000</b>	<b>125000</b>	-	<b>1.100.000</b>
3.	Zemljište	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.	Građevins ki objekti	-	-	-	-	-	195000	150000	75000	75000	125000	-	-	620.000
5.	Inventar, pokuštvo i slično	-	-	-	-	-	-	-	75000	75000	-	-	-	150.000
6.	Ostala materijaln a imovina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30000	-	30.000
<b>II</b>	<b>OBRTNA SRED.</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.	Ukupne plaće	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>I+ II</b>	<b>UKUPNA SRED.</b>	<b>207500</b>	-	-	<b>207500</b>			<b>195000</b>	<b>150000</b>	<b>150000</b>	<b>150000</b>	<b>215000</b>	-	<b>1.275.000</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Podaci prikazani u tablici 14. prikazuju ulaganja sredstava prema stavkama i mjesecima aktivizacijskog razdoblja. Ukupna sredstva iznose 1.275.000 kuna. Prvi korak je izrada dokumentacije koja iznosi 415.000 kuna, zatim se izgrađuju prometnice u kampu čiji trošak

iznosi 120.000 kuna, potom slijedi izgradnja i uređenje recepcije i sanitarnog čvora te postavljanje ograde oko kampa.

**Tablica 15: Projekcija ulaganja prema izvorima i stavkama sredstava**

Redni zbroj	STAVKE PREMA IZVORIMA SREDSTAVA	Iznosi ( HRK)	Struktura	
<b>I</b>	<b>VLASTITI IZVORI-UKUPNO</b>	<b>330.000</b>	<b>100%</b>	<b>25,88%</b>
1.	Novac- gotovina			
2.	Poslovni prostor			
3.	Strojevi i oprema			
4.	Inventar i pokućstvo			
5.	Prijevozna sredstva			
<b>II</b>	<b>VANJSKI IZVORI-UKUPNO</b>	<b>945.000</b>	<b>100%</b>	<b>74.12%</b>
6.	Bankarski zajmovni	945.000	74.12%	
7.	Kreditni dobavljača			
<b>I+II</b>	<b>UKUPNO</b>	<b>9.840.000</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Tablica 15. prikazuje ulaganja prema izvorima i stavkama sredstava, gdje vrijednost zemljišta iznosi 330.000 kuna, odnosno 25.88% ukupnog iznosa i to u gotovini, a bankarski zajam odnosno vanjski izvor financiranja iznosi 945.000 kuna, što čini 74.12% ukupnog iznosa. Bankarski zajam koristio za daljnju izgradnju kamp i uređenje njegove okolice.



**Tablica 16: Projekcija ulaganja prema izvorima i mjesecima aktivizacije**

Red. Broj	STAVKE SREDSTAVA PREMA IZVORIMA									UKUPNO (HRK)
		1.mj.	5.mj.	8.mj.	9.mj.	10.mj.	11.mj.	12.mj.		
<b>I.</b>	<b>VLASTITA SREDSTVA</b>	<b>330.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>330.000</b>
1.	Novac gotovina	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.	Zemljište	330.000	-	-	-	-	-	-	-	330.000
3.	Poslovni prostori	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.	Strojevi i oprema	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.	Inventar i pokućstvo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.	Nasadi, stado i slično	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7.	Prijevozna sredstva	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8.	Ostala vlastita sredstva	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>II.</b>	<b>VANJSKI IZVORI</b>	<b>-</b>	<b>85.000</b>	<b>120.000</b>	<b>50.000</b>	<b>225.000</b>	<b>250.000</b>	<b>215.000</b>	<b>945.000</b>	
1.	Prodaja dionica	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.	Bankarski zajmovi	-	85.000	120.000	50.000	225.000	250.000	215.000	945.000	
3.	Zajmovi osnivača	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.	Kreditni dobavljača	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.	Kreditni kupaca	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.	Ostali izvori kapitala	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B.n.	Ostala matrij. Imovna	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>I +II</b>	<b>UKUPNA SREDSTVA</b>	<b>330.000</b>	<b>85.000</b>	<b>120.000</b>	<b>50.000</b>	<b>225.000</b>	<b>250.000</b>	<b>215.000</b>	<b>1.275.000</b>	

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Iz tablice 16. vidljivo je ulaganje tijekom aktivizacijskog razdoblja iz vlastitih sredstava te iz vanjskih izvora financiranja. Od prvog do petog mjeseca nije bilo troškova iz razloga sređivanja pravno- administrativnih poslova koji su na naplatu stigla tek u petom mjesecu aktivizacijskog razdoblja. Svi ostali troškovi podmireni su sukladno dogovoru s izvođačima i ostalim potrebama.

**Tablica 17: Projekcija uskladbe ulaganja izvora po mjesecima aktivizacije (konstrukcija financiranja)**

R B	STAVKE ULAGANJ A I IZVORI SREDSTAV A	ULAG. I IZVORI PO MJ. AKTIVIZACIJE PROJEK.										Ukupno (HRK)
		1.mj	2. m j	3. m j	4. mj	5.mj	6.mj	7.mj	8.mj	9.mj	10.mj	
A	Stalna sred. – ukupno	330.000	0	0	0	115.000	30.000	30.000	170.000	200.000	250.000	1.275.000
B	Obrtna sred. – ukupno											
<b>I</b>	<b>UKUP. – ULAGANJ A</b>	<b>330.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>115.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>170.000</b>	<b>200.000</b>	<b>250.000</b>	<b>1.275.000</b>
A	Vlastita sred. – ukupno	330.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	330.000
B	Vanjski izvori – ukupno	-	-	-	-	115.000	30.000	30.000	170.000	200.000	250.000	945.000
<b>II</b>	<b>UKUPN O – IZVORI</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>115.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>170.000</b>	<b>200.000</b>	<b>250.000</b>	<b>1.275.000</b>
<b>III</b>	<b>POKR. ULA- GANJA (RAZLI KA II- I)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Prema podacima iz tablice 16. vidljivo je kako je pokriće ulaganja prema izvorima ulaganja jednako nuli, odnosno kako banka daje zajam u visini koja je potrebna u određenom aktivizacijskom razdoblju te je ukupno razdoblje završeno s nulom.

## 10.2. Projekcija- plan otplate zajmova i kredita

Projekcija plana otplate zajmova i kredita prikazana je kroz tablicu (Tablica 18.) otplatu zajma prema jednakim anuitetima.

**Tablica 18. Projekcija otplate zajma prema jednakim anuitetima**

Razdoblje	Datum dospijeća	Otplatna rata	Otplatna kvota	Uplata ukamateM	Stanje kreditna
	30.3.2019.	0	0	0,00	945.000
	1.4.2019.	0	0	341	945.000
	1.5.2019.	0	0	5.118	945.000
	1.6.2019.	0	0	5.289	945.000
	1.7.2019.	0	0	5.118	945.000
	1.8.2019.	0	0	5.289	945.000
	1.9.2019.	0	0	5.289	945.000
	1.10.2019.	0	0	5.118	945.000
	1.11.2019.	0	0	5.289	945.000
	1.12.2019.	0	0	5.118	945.000
	1.1.2020.	0	0	5.289	945.000
	1.2.2020.	0	0	5.289	945.000
	1.3.2020.	0	0	4.948	945.000
1	1.4.2020.	18.490	13.371	5.118	931.628
2	1.5.2020.	18.490	13.443	5.046	918.185
3	1.6.2020.	18.490	13.516	4.973	904.668
4	1.7.2020.	18.490	13.589	4.900	891.078
5	1.8.2020.	18.490	13.663	4.826	877.415
6	1.9.2020.	18.490	13.811	4.752	863.678
7	1.10.2020	18.490	13.886	4.678	849.866
8	1.11.2020	18.490	13.961	4.603	835.979
9	1.12.2020.	18.490	14.037	4.528	822.018
10	1.1.2021.	18.490	14.113	4.452	807.980
11	1.2.2021.	18.490	14.189	4.376	793.867
12	1.3.2021.	18.490	14.266	4.300	779.677
13	1.4.2021.	18.490	14.344	4.223	765.410
14	1.5.2021.	18.490	14.421	4.145	751.066
15	1.6.2021.	18.490	14.421	4.068	736.644
16	1.7.2021.	18.490	14.499	3.990	722.144
17	1.8.2021.	18.490	14.578	3.911	707.566
18	1.9.2021.	18.490	14.657	3.832	692.909
19	1.10.2021.	18.490	14.736	3.753	678.172
20	1.11.2021.	18.490	14.816	3.673	663.355
21	1.12.2021.	18.490	14.896	3.593	648.458

22	1.1.2022.	18.490	14.977	3.512	633.481
23	1.2.2022.	18.490	15.058	3.431	618.422
24	1.3.2022.	18.490	15.140	3.349	603.282
25	1.4.2022.	18.490	15.222	3.267	588.060
26	1.5.2022.	18.490	15.304	3.185	572.755
27	1.6.2022.	18.490	15.387	3.102	557.368
28	1.7.2022.	18.490	15.470	3.019	541.897
29	1.8.2022.	18.490	15.554	2.935	526.342
30	1.9.2022.	18.490	15.638	2.851	510.703
31	1.10.2022.	18.490	15.723	2.766	494.979
32	1.11.2022.	18.490	15.808	2.681	479.170
33	1.12.2022.	18.490	15.894	2.595	463.276
34	1.1.2023.	18.490	15.980	2.509	447.295
35	1.2.2023.	18.490	16.067	2.422	431.228
36	1.3.2023.	18.490	16.154	2.335	415.074
37	1.4.2023.	18.490	16.241	2.248	398.832
38	1.5.2023.	18.490	16.329	2.160	382.503
39	1.6.2023.	18.490	16.418	2.071	366.084
40	1.7.2023.	18.490	16.507	1.982	349.577
41	1.8.2023.	18.490	16.596	1.893	332.981
42	1.9.2023.	18.490	16.686	1.803	316.295
43	1.10.2023.	18.490	16.776	1.713	299.518
44	1.11.2023.	18.490	16.867	1.622	282.650
45	1.12.2023.	18.490	16.958	1.531	265.691
46	1.1.2024.	18.490	17.050	1.439	248.640
47	1.2.2024.	18.490	17.143	1.346	231.497
48	1.3.2024.	18.490	17.236	1.253	214.261
49	1.4.2024.	18.490	17.329	1.160	196.932
50	1.5.2024.	18.490	17.423	1.066	179.508
51	1.6.2024.	18.490	17.517	972	161.991
52	1.7.2024.	18.490	17.612	877	144.378
53	1.8.2024.	18.490	17.707	782	126.670
54	1.9.2024.	18.490	17.803	686	108.866
55	1.10.2024.	18.490	17.900	589	90.966
56	1.11.2024.	18.490	17.997	492	72.969
57	1.12.2024.	18.490	18.094	395	54.874
58	1.1.2025.	18.490	18.129	297	36.681
59	1.2.2025.	18.490	18.291	198	18.390
60	1.3.2025.	18.490	18.390	99	0
	UKUPNO	1.109.400	945.000	221.901	41.690.880

**Izvor:** Izradila autorica

U tablici 18. prikazana je otplata zajma prema jednakim anuitetima, gdje je kamatna stopa 6,50%. Kredit se planira otplatiti u 60 mjeseci, odnosno u 5 godina s počekom od godinu dana odnosno 12 mjeseci.

### 10.3. Projekcija amortizacije i ostatak vrijednosti

Za obračun amortizacije korištena je linearna metoda otpisa, a stope amortizacije, izražene u postotku su preuzete iz pravilnika o amortizaciji, objavljenog u Narodnim novinama („N.N.”177/00). Nabavna vrijednost sredstava, visina amortizacijske stope te iznos amortizacije u pet godina eksploatacije projekta prikazane su sljedećoj tablici.

**Tablica 19: Projekcija godišnje amortizacije i ostatak vrijednosti projekta**

RB	STAVKE SREDSTAVA	Nabavna vrijednost	Am. stope	Promatrane godine eksploatacije					Ostatak vrijednosti
				1.	2.	3.	4.	5.	
<b>I.</b>	<b>STALNA SREDSTVA – UKUPNO</b>			<b>145.000</b>	<b>113.090</b>	<b>85.267</b>	<b>68.012</b>	<b>54.867</b>	<b>466.238</b>
<b>I.A.</b>	<b>Nematerijalna imovina – ukupno</b>			<b>21.250</b>	<b>15.778</b>	<b>8.008</b>	<b>6.006</b>	<b>4.504</b>	<b>55.548</b>
1.	Osnivački izdaci	85.000	25%	21.250	15.778	8.008	6.006	4.504	55.548
<b>I.B.</b>	<b>Materijalna imovina – ukupno</b>			<b>123.750</b>	<b>97.312</b>	<b>77.259</b>	<b>62.005</b>	<b>50.362</b>	<b>410.690</b>
1.	Zemljište	330.000							330.000
2.	Građevinski objekti	450.000	5%	22.500	21.375	20.306	19.290	18.326	348.201
3.	Ostala materijalna imovina	405.000	25%	101,250	75.937	56.953	42.714	32.036	96.108
<b>II.</b>	<b>OBRTNA SREDSTVA – UKUPNO</b>			<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>I+II</b>	<b>POTREBNA SREDSTVA</b>	<b>1.270.000</b>		<b>145.000</b>	<b>113.090</b>	<b>85.267</b>	<b>68.012</b>	<b>54.867</b>	<b>466.238</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Amortizacija je proces u kojem kamp tijekom pružanja usluga troši svoja stalna sredstva, odnosno njihovu vrijednost postepeno prenosi na svoje usluge. Sredstva, osim građevinskih objekata, iako se amortiziraju do pete godine projekta, ona imaju uporabnu vrijednost. Zemljište se ne amortiziraju, ali daju ukupnu vrijednost skupa s ostalim stalnim sredstvima.

## 10.4. Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka

Račun dobiti i gubitka sastoji se od ukupnih prihoda, rashoda i financijskog rezultata, te se njime prikazuje poslovna aktivnost poduzeća u određenom razdoblju. Ukoliko su u određenom vremenskom razdoblju prihodi veći od rashoda, financijski rezultat ukazuje da poduzeće ostvaruje dobit, a ako su rashodi veći od prihoda, tada je poduzeće u gubitku.

**Tablica 20: Dinamička projekcija prihoda**

RB	STAVKE PRIHODA	Prihodi tijekom promatranih godina eksploatacije					UKUPNO (HRK)
		1.	2.	3.	4.	5.	
<b>I.</b>	<b>Plasman proizvoda- ukupno</b>	-	-	-	-	-	-
<b>II.</b>	<b>Prodaja robe- ukupno</b>	-	-	-	-	-	-
<b>III.</b>	<b>Prodaja usluga – ukupno</b>	909.000	1.187.600	1.340.400	1.386.200	3.707.640	8.530.840
1.	Najam parcela	502.400	781.000	826.800	872.600	987.400	3.970.200
2.	Najam mobilnih kućica	-	-	-	-	772.400	772.400
3.	Najam glamping šatora	-	-	-	-	1.207.400	1.207.400
4.	Najam čamaca	107.000	107.000	128.400	128.400	205.440	676.240
5.	Najam bicikla	171.200	171.200	214.000	214.000	278.200	1.048.600
6.	Najam opreme za ronjenje	128.400	128.400	171.200	171.200	256.800	856.000
<b>UKUPNO:</b>		<b>909.000</b>	<b>1.187.600</b>	<b>1.340.400</b>	<b>1.386.200</b>	<b>3.707.640</b>	<b>8.530.840</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Prema podacima iz tablice (Tablica 20.) vidljivo je kako najveće prihode kamp „Paradies“ očekuje u petoj godini poslovanja, nakon što svoju ponudu poveća uslugom smještaja u mobilnim kućicama i glamping šatorima. Iznosi prikazani u tablici dobiveni su množenjem količine s cijenom. Cijena je iznos koji gost plaća za pružene usluge, a formira se prema količini potražnje i konkurencije.

**Tablica 21: Dinamička projekcija rashoda**

RB	STAVKE RASHODA	Rashodi tijekom promatranih godina eksploatacije					UKUPNO (HRK)
		1.	2.	3.	4.	5.	
A.	Materijalni troškovi	81.000	85.050	89.302	93.767	1.212.521	1.561.641
B.	Troškovi usluga	-	-	-	-	-	-
C.	Troškovi amortizacije	145.000	113.090	85.267	68.012	54.867	466.238
D.	Ostali troškovi poslovanja	17.500	18.375	19.293	20.258	21.271	96.698
E.	Troškovi osoblja	369.228	369.228	369.228	369.228	487.230	1.904.975
F.	Financijski troškovi	221.880	221.880	221.880	221.880	221.880	1.109.400
G.	Nabavna vrijednost robe	-	-	-	-	-	-
H.	Izvanredni rashodi	-	-	-	-	-	-
I.	Ostali rashodi-troškovi	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	240.000
<b>UKUPNI RASHODI-TROŠKOVI</b>		<b>882.608</b>	<b>855.624</b>	<b>832.972</b>	<b>821.146</b>	<b>2.045.770</b>	<b>5.438.123</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Troškovi kampa „Paradies“ prikazani su u tablici (Tablica 21. Dinamička projekcija rashoda) i izraženi su u kunama. Vidljivo je kako ukupni rashodi u svakoj godini rastu. Materijalni troškovi rastu za 5 % svake godine, a u petoj godini isti se povećavaju za 20 % iz razloga kupovine mobilnih kućica te glamping šatora, dok je trošak amortizacije u toj godini najniži. Ostale troškove čine troškovi marketinga koji će svake godine rasti za 5 %, a godišnji zajam je prikazan kroz financijski rashod te on iznosi 221.880 kuna. Troškovi osoblja su plaće zaposlenika na razini šest mjeseci poslovanja, a u petoj godini planira se zapošljavanje dviju sobarica i jednog domara.

**Tablica 22. Dinamička projekcija računa dobiti – gubitka**

R.B	STAVKE PRIHODA I RASHODA DOBIT/GUBITAK PROJEKTA	Rashodi tijekom promatranih godina eksploatacije					UKUPNO (HRK)
		1.	2.	3.	4.	5.	
<b>I.</b>	<b>Ukupni prihodi</b>	<b>909.000</b>	<b>1.187.600</b>	<b>1.340.400</b>	<b>1.386.200</b>	<b>3.707.640</b>	<b>8.530.840</b>
1.	Prihod od prodaje sluga	909.000	1.187.600	1.340.400	1.386.200	3.707.640	8.530.840
<b>II.</b>	<b>Ukupni rashodi</b>	<b>882.608</b>	<b>855.624</b>	<b>832.972,88</b>	<b>821.146</b>	<b>2.045.770</b>	<b>5.438.123</b>
1.	Materijalni troškovi	81.000	85.050	89.302	93.767	1.212.52	1.561.641
2.	Troškovi amortizacije	145.000	113.090	85.267	68.012	54.867	466.238
3.	Troškovi osoblja-plaće	369.228	369.228,	369.228	369.228	487.230	1.904.975
4.	Financijski rashodi	221.880	221.880	221.880	221.880	221.880	1.109.400
5.	Ostali rashodi	65.500	66.375	67.293	68.258	69.271	336.698
<b>III.</b>	<b>Ukupna dobit-gubitak (I-II)</b>	<b>26.391</b>	<b>331.975</b>	<b>507.427</b>	<b>565.053</b>	<b>1.661.869</b>	<b>3.092.716</b>
-	Porez na dobit (20%)	5.278	66.395	101.485	113.010	332.373	618.543
<b>IV.</b>	<b>Čista dobit</b>	<b>21.113</b>	<b>265.580</b>	<b>405.941</b>	<b>452.042</b>	<b>1.329.495</b>	<b>2.474.173</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Tablica 22. Dinamičke projekcije računa dobiti- gubitka, prikazuje kako kamp „Paradies“, kroz promatrane godine posluje u plusu, odnosno prihodi kampa veći su od rashoda što znači da ostvaruje dobitak. Prema izloženome povrat ulaganja u ovakav kamp moguć je u vrlo kratkom vremenskom razdoblju te su ona daleko manja od ulaganja u neki drugi tip smještajnog objekta.

### 10.5. Dinamička projekcija novčanih tijekova

Dinamička projekcija novčanih tijekova kampa prikazana je kroz tablice ekonomskih i financijskih tijekova u promatranim godinama eksploatacije projekta. Višak ili nedostatak raspoloživih sredstava dobiva se oduzimanjem ukupnih odljeva od ukupnih priljeva. Projekcijom novčanih tijekova prikazuje se likvidnost poduzetničkog projekta.



**Tablica 23. Dinamička projekcija ekonomskih tijekova**

RB	STAVKE PRIMITAKA I IZDATAKA	Rashodi tijekom promatranih godina eksploatacije						
		0.-god	1.	2.	3.	4.	5.	UKUPNO (HRK)
<b>I.</b>	<b>Ukupni primici</b>	-	<b>909.000</b>	<b>1.187.600</b>	<b>1.340.400</b>	<b>1.386.200</b>	<b>3.707.640</b>	<b>8.530.840</b>
1.	Ukupni prihodi	-	909.000	1.187.600	1.340.400	1.386.200	3.707.640	8.530.840
<b>II.</b>	<b>Ukupni izdaci</b>	<b>1.275.000</b>	<b>521.006</b>	<b>587.048</b>	<b>627.310</b>	<b>644.265</b>	<b>2.101.397</b>	<b>5.786.028</b>
1.	Ulaganja u stalna sredstva	1.275.000	-	-	-	-	-	1.275.000
2.	Rashodi (bez amortizacije i kamata)	-	515.728	520.653	525.824	531.254	1.769.023	3.862.484
3.	Porez na ukupnu dobit (20%)	-	5.278	66.395	101.485	113.010	332.373	618.543
<b>III.</b>	<b>Čisti primici (I.-II.)</b>	- <b>1.275.000</b>	<b>387.993</b>	<b>600.551</b>	<b>713.089</b>	<b>741.934</b>	<b>1.606.242</b>	<b>2.774.811</b>
<b>IV.</b>	<b>Kumulativ čistih primitaka</b>	- <b>1.275.000</b>	<b>-887.006</b>	<b>-286.455</b>	<b>426.634</b>	<b>1.168.569</b>	<b>2.774.811</b>	-

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Projekcija ekonomskih tijekova prikazana u idućoj tablici (Tablica 23.) pokazuje pozitivan kumulativ čistih primitaka već u prvoj godini. Kamp otplaćuje kredit pet godina, a čistu dobit ulagat će u daljnje poslovanje, a najviše će uložiti u kupnju mobilnih kućica i izgradnju glamping šatora te će za njih izdvojiti 1.100.000 kuna.

**Tablica 24. Dinamička projekcija financijskih tijekova**

RB	STAVKE PRIMITA- KA I IZDATA- KA	Rashodi tijekom promatranih godina eksploatacije						
		0.-god	1.	2.	3.	4.	5.	UKUPNO (HRK)
<b>I.</b>	<b>Ukupni primitci</b>	<b>1.275.000</b>	<b>909.000</b>	<b>1.187.600</b>	<b>1.340.400</b>	<b>1.386.200</b>	<b>3.707.640</b>	<b>9.805.840</b>
1.	Ukupni prihodi	-	909.000	1.187.600	1.340.400	1.386.200	3.707.640	8.530.840
2.	Vlastiti izvori financiranja	330.000	-	-	-	-	-	330.000
4.	Bankarski zajmovi	945.000	-	-	-	-	-	945.000
<b>II.</b>	<b>Ukupni izdaci</b>	<b>1.275.000</b>	<b>742.886</b>	<b>808.928</b>	<b>849.190</b>	<b>866.145</b>	<b>2.323.277</b>	<b>6.865.428</b>
1.	Ulaganja u stalna sredstva	1.275.000	-	-	-	-	1.100.000	2.375.000
2.	Ulaganja u obrtna sredstva	-	-	-	-	-	-	-
3.	Rashodi (bez amortizacije i kamata)	-	515.728	520.653	525.824	531.254	1.769.023	3.862.484
4.	Porez na ukupnu dobit (20%)	-	5.278	66.395	101.485	113.010	332.373	618.543
7.	Anuiteti bankarskih zajmova	-	221.880	221.880	221.880	221.880	221.880	1.109.400
<b>III.</b>	<b>Čisti primitci (I.-II.)</b>	<b>0</b>	<b>166.113</b>	<b>378.671</b>	<b>491.209</b>	<b>520.054</b>	<b>1.384.362</b>	<b>2.940.411</b>
<b>IV.</b>	<b>Kumulativ čistih primitaka</b>	<b>0</b>	<b>166.113</b>	<b>544.784</b>	<b>1.035.993</b>	<b>1.556.048</b>	<b>2.940.411</b>	<b>-</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Kumulativ čistih primitaka kroz pet promatranih godina financijskih tijekova prikazuje pozitivan rezultat koji će omogućiti nesmetanu likvidnost poduzetničkog projekta.

## 11. OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA

Ocjena učinkovitosti projekta očituju se kroz standardne metode, odnosno razdoblja povrata, godišnje stope prinosa, pravilo palca, točke pokrića, čiste i relativne sadašnje vrijednosti, interne stope profitabilnosti, prosječne profitabilnosti, analize likvidnosti i senzitivne analize.

Podaci koji su korišteni za ocjenu učinkovitosti projekta na primjeru turističkog kampa, preuzeti su iz računa dobiti i gubitka.

### 11.1. Razdoblje (rok) povrata

Razdoblje povrata uloženog kapitala prikazuje vrijeme u kojem će kamp „Paradies“ vratiti sredstva uložena u realizaciju poduzetničkog projekta. Poduzetnički projekt na primjeru turističkog kampa je prihvatljiv zato što kamp „Paradies“ u vrlo kratkom roku vraća uložena sredstva u izgradnju kampa te ostvaruje čistu zaradu.

**Tablica 25. Izračun razdoblja (roka) povrata ulaganja**

Godine Projekta	Ulaganja u projekt		Čisti primici ekonomskog tijeka		Nepokrivene investicije (HRK)
	Godišnji iznosa	Kumulativ	Godišnji iznos	Kumulativ	
0.	1.275.000	1.275.000	-	-	-1.275.000
1.	-	1.275.000	387.993	387.993	-887.006
2.	-	1.275.000	600.551	988.544	-286.455
3.	-	1.275.000	713.089	1.701.634	426.634
4.	-	1.275.000	741.934	2.443.569	1.168.569
5.	-	1.275.000	1.606.242	4.049.811	2.774.811

**Izvor:** Izradila autorica

Razdoblje povrata ulaganja dobiva se tako što se ukupna godišnja ulaganja u poduzetnički projekt zbrajaju s godišnjim iznosom čistih primitaka ekonomskog tijeka kroz promatrane godine eksploatacije. Prema podacima iz tablice (Tablica 25. Izračun razdoblja povrata (roka) ulaganja) vidljivo je kako kamp „Paradies“ već u trećoj godini posluje s pozitivnim rezultatom. S obzirom na visinu uloženih sredstava u izgradnju kampa, povrat investicija je moguć i prije nego što je to očekivano.

## 11.2. Godišnja stopa prinosa

Godišnja stopa prinosa je jedna od metoda ocjene učinkovitosti projekta, a prikazuje profitnu učinkovitost poduzetničkog projekta. Stopa prinosa (SP) dobiva se tako što se čista dobit (ND), kroz promatrane godine eksploatacije projekta i ukupnih ulaganja ( $I_o$ ), pomnoži sa 100. Poduzetnički projekti s višom stopom prinosa su prihvatljiviji.

Stopa prinosa kroz jednadžbu :

$$SP = (ND / I_o) * 100$$

Izračun stope prinosa kroz promatrane godine eksploatacije poduzetničkog projekta na primjeru turističkog kampa:

1. godina -  $(21.113/1.275.000)*100 = 1,66\%$
2. godina –  $(265.580/1.275.000)*100 = 20,83\%$
3. godina –  $(405.941/1.275.000)*100 = 31,84\%$
- 4 .godina –  $(452.042/1.275.000)*100 = 35,45\%$
5. godina –  $(1.329.495/1.275.000)*100 = 104,27\%$

Stope prinosa poduzetničkog projekta kampa „Paradies“ u prvoj godini iznose 1,66 % odnosno svaka kuna investiranog novca u prvoj godini oplođuje se sa 0,0166 kuna, u drugoj godini se oplođuje za 0,2083 kuna, u trećoj godini sa 0,3184 kuna, u četvrtoj sa 0,3545 kuna, a u petoj godini one iznose 104,27 % što bi značilo da se svaka kuna investiranog novca oplođuje sa 0,10427 kn. Izračunate stope prema promatranim godinama čine ovaj poduzetnički projekt prihvatljivim.

## 11.3. Pravilo palca

Pravilom palca provjerava se je li bolje sredstva položiti u banku ili ih iskoristiti za pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata. Pravilo palca se još naziva i pravilo 72 jer dijeljenjem broja 72 s kamatnom stopom, dobiva se broj godina potrebnih za udvostručenje

sredstava položenih u banci. Također, ako se broj 72 podijeli s brojem godina, dobiva se iznos koji je, kroz određen broj godina, potrebno uložiti u projekt kako bi se isti udvostručio.

Za izgradnju kampa „Paradies“ uloženo je 1.275.000 kuna, od toga je 330.000 kuna (25,88 %) iz vlastitih izvora te 945.000 kuna (74,12 %) zajam od banke. Kako bi poduzetnica znala kada može očekivati povrat uložениh sredstava, broj 72 podijelila je s postotkom uložениh vlastitih sredstava u projekt, odnosno sa 25,88 % te je kao rezultat dobila 2,7, što bi značilo da za dvije godine i sedam mjeseci može očekivati povrat uložениh sredstava. Ukoliko se 72 podijeli s kamatnom stopom od 6,5 %, tada bi se iznos vlastitih sredstava položenih u banku, udvostručio tek nakon jedanaest godina.

Prethodni izračun pokazatelj je promišljene odluke autorice ovoga projekta, jer ulaganjem vlastitih sredstva u poduzetnički projekt, uloženi iznos udvostručit će se prije nego što bi polaganjem vlastitih sredstva u banku.

#### 11.4. Čista i relativna sadašnja vrijednost

Čista sadašnja vrijednost ovog projekta izračunata je putem sljedećeg obrasca:

$$SV = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{\left(1 + \frac{p}{100}\right)^t} - I_0$$

Oznake: Sv- čista sadašnja vrijednost, Rt-čisti primici u godini t, Io-početno ulaganje, p-diskontna stopa.

**Tablica 26. Izračun čiste (neto) sadašnje vrijednosti**

Godine projekta	Čisti primici ekonomskog tijeka	Diskontna stopa	Diskontni činitelj	Sadašnja vrijednost primitaka projekata (HRK)
0.	-1.275.000	12%	1	-1.275.000
1.	387.993	12 %	0,8929	346.439
2.	600.551	12 %	0,7972	478.759
3.	713.089	12 %	0,7188	512.568
4.	741.934	12 %	0,6355	471.499
5.	1.606.242	12 %	0,5674	911.382
<b>I. Ukupna sadašnja vrijednost primitaka</b>				<b>2.720.649</b>
<b>II. Čista sadašnja vrijednost projekta (I.-0.)</b>				<b>1.445.649</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Dobiveni rezultat iz tablice 26. prikazuje kako je čista sadašnja vrijednost projekta, uz diskontnu stopu od 12%, veća od nule te iznosi 1.445.649 kuna, što znači da je ovaj projekt prihvatljiv.

## 11.5. Interna stopa profitabilnosti

Kako bi se izračunala približna interna stopa profitabilnosti koriste se više diskontnih stopa. Pomoću interne stope profitabilnosti sadašnja vrijednost očekivanih čistih primitaka ekonomskog tijeka izjednačava se s vrijednosti ukupnih investicijskih ulaganja, uz uvjet da je čista sadašnja vrijednost jednaka nuli. Ako je sadašnja vrijednost negativna, stopa se mora smanjiti, a ako je pozitivna tada je potrebno stopu povećati.

**Tablica 27: Interna stopa profitabilnosti**

Diskontna stopa	Čista sadašnja vrijednosti
12 %	+1.445.649
18 %	+1.003.905
29 %	-1.553.869

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Prema podacima iz tablice 2. vidljivo je kako se interna stopa nalazi između diskontnih stopa od 18 % i 29%. Za precizan izračun interne stope projekta koristi se sljedeći obrazac:

$$ISP = 18 + (1.003.905 / (1.003.905 + 1.553.869)) * 11$$

$$ISP = 18,39\%$$

Interna stopa profitabilnosti iznosi 18,39 % što je znači da je za 11,89 % veća od kamatne stope. Prema rezultatu interne stope profitabilnosti vidljivo je kako će projekt na primjeru kampa „Paradies“ kroz promatrane godine poslovati u dobitku.

## 11.6. Prosječna profitabilnost

Prosječna profitabilnost pokazuje prosječan prinos uloženog kapitala kroz promatrane godine eksploatacije projekta u čistim primicima ekonomskog tijeka. Prosječna profitabilnost dobiva se koristeći se sljedećim obrascem<sup>6</sup>:

$$PP = \left( \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{n} \right) : I_0 \times 100$$

PP – prosječna profitabilnost

R<sub>t</sub> - čisti primici iz godine t

n – promatrane godine tijeka

I<sub>0</sub> – početno ulaganje

Prosječna profitabilnost ovog poduzetničkog projekta iznosi 64%. To znači da bi ukupna ulaganja u stalna i trajna sredstva kroz promatrane godine eksploatacije projekta donosila po 64 % čistih primitaka ekonomskog tijeka.

$$PP = (387.993 + 600.551 + 713.089 + 741.934 + 1.606.242 / 5) / 1.275.000$$

$$PP = 0,64 * 100 = 64 \%$$

## 11.7. Analiza likvidnosti

Analiza likvidnosti temelji se na tablici projekcije financijske dobiti (Tablica 24. Dinamička projekcija financijskih tijekova). Promatrajući financijski tijek ovoga projekta vidljivo je kako on posluje u plusu, odnosno nakon što podmiri sve obveze, kamp u svakoj promatranoj godini eksploatacije projekta posluje s dobiti.

---

<sup>6</sup>Kuvačić, N. : Poduzetnički projekt ili kako sačiniti biznis plan, Veleučilište u Splitu, Split, 2001., str. 155.

## 11.8. Analiza osjetljivosti

Senzitivna analiza ili analiza osjetljivosti jedna je od metoda ocjena učinkovitosti projekta te se koristi radi procjene mogućih rizika koji bi utjecali na profitabilnost projekta.

**Tablica 28. Penalizacija računa dobiti i gubitka (senzitivna analiza)**

Red. Zbroj	STAVKE PRIHODA I RASHODA/GUBITAK	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA					UKUPNO (HRK)
		1.god.	2.god.	3.god.	4.god.	5.god.	
<b>I. A</b>	<b>Ukupni prihodi A</b>	<b>909.000</b>	<b>1.187.600</b>	<b>1.340.400</b>	<b>1.386.200</b>	<b>3.707.640</b>	<b>8.530.840</b>
-	1.pretpostavka	45.450	59.380	67.020	69.310	185.382	426.542
<b>I. B</b>	<b>Ukupni prihodi B</b>	<b>863.550</b>	<b>1.128.220</b>	<b>1.273.380</b>	<b>1.316.890</b>	<b>3.522.258</b>	<b>8.104.298</b>
<b>II. A</b>	<b>Ukupni rashodi A</b>	<b>882.608</b>	<b>855.624</b>	<b>832.972</b>	<b>821.146</b>	<b>2.045.770</b>	<b>5.438.123</b>
+	2.pretpostavka	18.461	18.461	18.461	18.461	24.361	98.207
+	3.pretpostavka	11.094	11.094	11.094	11.094	11.094	55.470
<b>II. B</b>	<b>Ukupni rashodi B</b>	<b>912.164</b>	<b>885.179</b>	<b>862.528</b>	<b>850.702</b>	<b>2.081.226</b>	<b>5.591.801</b>
III. A	UKUP. DOBIT A (IA-IIA)	26.391	331.975	507.427	565.053	1.661.869	3.092.716
<b>III. B</b>	<b>UKUP. DOBIT B (IB-IIIB)</b>	<b>-48.614</b>	<b>243.040</b>	<b>410.851</b>	<b>466.187</b>	<b>1.441.031</b>	<b>2.512.496</b>
- P1	(minus) 20% por. na dobit A	5.278	66.395	101.485	113.010	332.373	618.543
- P2	(minus) 20% por. na dobit B	0	48.608	82.170	93.237	288.206	512.222
<b>IV. A</b>	<b>Čista dobit A (IIIA – P1)</b>	<b>21.113</b>	<b>265.580</b>	<b>405.941</b>	<b>452.042</b>	<b>1.329.495</b>	<b>2.474.173</b>
<b>IV. B</b>	<b>Čista dobit B (IIIB – P2)</b>	<b>-48.614</b>	<b>194.432</b>	<b>328.681</b>	<b>372.950</b>	<b>1.152.825</b>	<b>2.000.274</b>

**Izvor:** Vlastita izrada autorice

Tablica 28. prikazuje tri rizične pretpostavke i to :

1. pretpostavka : smanjenje prihoda za 5 %
2. pretpostavka: povećanje plaća za 5%
3. pretpostavka: povećanje kamatne stope za 5%

Tablica penalizirane projekcije računa dobiti – gubitka prikazuje kako i pod pretpostavkama kada se prihodi smanjuju, a rashodi uvećavaju, kamp „Paradies“ posluje samo u prvoj godini s vrlo malim gubitkom, a kasnije, idućih četiri godine kamp bi poslovao s dobiti. Analizom osjetljivosti prikazano je kako se ovaj projekt isplati i kako će bez obzira na mogućnost rizičnih situacija ovaj poduzetnički projekt biti uspješan.



## 12. PISMO PRIMATELJU PROJEKTA

**Kamp Paradies**  
Bana Berislavića 15,  
21236 Vrlika

**Addiko Bank**  
Slavonska avenija 6,  
10 000 Zagreb  
n/r Neža Perić

Poštovana gospodo Perić,

Ovim putem Vas želimo obavijestiti kako smo prema našem telefonskom razgovoru od 14.1.2019. godine, te usmenim dogovorom od 19.2.2019. godine, na adresu „Addiko Bank“ pravodobno uputili poduzetnički projekt kampa „Paradies“. Projekt je nastao idejom studentice koja je uvidjela nedostatak smještajnih kapaciteta tog područja. Poduzetnička ideja je detaljno razrađena te zajedno s analizama iznesena u poduzetničkom projektu u cilju dokazivanja isplativosti istog. Realizacija ovog poduzetničkog projekta uvelike bi pridonijela razvoju turizma na području Vrlike, kao i poboljšanju kvalitete života ljudi te se nadamo kako ćete isti razmotriti prilikom odobravanja kreditnih linija.

Za realizaciju ovog projekta potrebno je 1.275.000 kuna, od toga je 330.000 kuna vlastitih sredstava što čini 25,88 % ukupnog iznosa, a isti bi se iskoristio za kupovinu zemljišta potrebnog za izgradnju kampa. Ovim putem Vam se obraćam radi odobravanja kredita za ostalih 945.000 kuna (74,12 %), ukupno potrebitih ulaganja.

S poštovanjem,

Za kamp Paradies,

Jelena Brezović

U Karlovcu, svibanj 2019.

### 13. ZAKLJUČAK

Poduzetnički projekt prikazuje planirane ciljeve kroz određeno razdoblje te aktivnosti koje će biti poduzete radi ostvarivanja planiranih ciljeva. Izrada projekta zahtijeva vrijeme i sredstva, ukazuje na moguće rizične situacije i mogućnosti rješavanja istih, daje relevantne odgovore na sva pitanja, privlači potencijalne partnere te omogućuje brzu realizaciju kreditnog zahtjeva. Kamp čini jedan od najpopularnijih oblika smještaja u Republici Hrvatskoj te čini oko 25 % svih turističkih noćenja. Najveći broj kampova smješten je uz jadransku obalu, a ostali su smješteni uz rijeke ili jezera. Današnji kampovi osim kamp parcela, u ponudi imaju i mobilne kućice, bungalove, apartmane i glamping šatore. Kampovima su na raspolaganju i mnogi sadržaji u kampu kao što su: bazeni, igrališta, škola skijanja, jedrenja, surfanja, jahanja i drugi.

Ovaj završni rad na temu poduzetničkog projekta na primjeru turističkog kampa prikazuje i detaljno opisuje izgradnju i buduće poslovanje kampa „Paradies“. Kamp je zamišljen kao mali obiteljski kamp, kategoriziran s četiri zvjezdice te bi brojao deset zaposlenika. Bio bi smješten u Splitsko-dalmatinskoj županiji uz Peručko jezero. Zbog visokih ulaganja, kamp će se graditi u fazama, a zadnja faza bila bi u petoj godini poslovanja kampa, u toj završnoj fazi planira se kupovina mobilnih kućica i glamping šatora te će se zaposliti još po jedan radnik u svakom sektoru. Takvim načinom izgradnje veće su vjerojatnosti za odobrenje kreditnog zahtjeva te se smanjuju kreditna sredstva, a ulaže se veći dio vlastitih sredstava. Prema rezultatima provedenih istraživanja te analiza, ustanovljeno je kako će ovaj kamp opravdati uložene investicije te se povrat sredstava očekuje u vrlo kratkom vremenskom razdoblju.

Prema svemu navedenom, kamp „Paradies“ poslovat će već u drugoj godini s dobitkom te će isti ulagati u daljnji razvoj kampa. Kamp nema izravne konkurencije jer u okolici Vrlike ne postoji niti jedan kamp, najbliži kamp smješten je na moru te je udaljen dva sata vožnje od kampa „Paradies“. Prednost kampa „Paradies“ je i blizina mora, kao i činjenica kako iznad kampa prolazi državna cesta D1 Zagreb-Split. Osim prometne povezanosti i blizina mora, ovaj kamp atraktivan je za svoju ciljanu skupinu, obitelji, zbog očuvane i netaknute prirode, dvije različite klime, bogate kulturno-povijesne baštine te gastronomije kraja. Obitelji s djecom mogu uživati u kupanju u jezeru, sunčanju, vožnji čamcima te vožnji na biciklima po označenim biciklističkim stazama koje prolaze kroz čitavo područje.

Kamp „Paradies“ radio bi samo sezonski i to od 1. travnja, pa sve do 31. listopada. Nudio bi 50 smještajnih jedinica, te u petoj godini 5 mobilnih kućica i 10 glamping šatora, a osim smještajnih kapaciteta, imao bi u ponudi i najam čamaca, opreme za ronjenje i najam bicikla. Za vrijeme poslovanja kampa bile bi tri različite cijene, odnosno kako bi privukli goste u predsezoni cijene bi bile nešto niže, a u sezoni cijene bi bile više, dok bi u posezoni cijene bile opet niske kako bi zadržali goste. Cijene kampa „Paradies“ bile bi povoljnije od konkurencije, odnosno od kampova smještenih uz samu jadransku obalu. Kamp bi bio član Kamping udruženja Hrvatske te bi se promovirao u časopisima namijenjen kampistima, a surađivao bi i s turističkom zajednicom grada Vrlike u promoviranju istog s ciljem promicanja turističke ponude tog područja i upoznavanjem ciljane skupine s novim oblikom smještajnih kapaciteta Vrlike.

Iz ovog poduzetničkog projekta svakako je vidljivo da s promišljenim ulaganjima, postepeno kroz godine, ovaj projekt može biti vrlo isplativ, a što dokazuje i povrat investicije već nakon tri godine poslovanja, što je prema svim ekonomskim analizama i više nego prihvatljivo.

## **LITERATURA**

### **KNJIGE:**

1. Škrtić, M. : Osnove poduzetništva i menadžmenta 2. izdanje, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008.
2. Kuvačić, N.: BIZNIS-PLAN ili Poduzetnički projekt, Beretin, Split, 2013.
3. Sladoljev, J.: Kamping turizam, C.A.S.H., Pula, 1998.
4. Šošić, H.: Poduzetništvo, Centar za dopisno obrazovanje Birotehnika, Zagreb, 1995.

### **INTERNET IZVORI:**

1. Narodne novine d.d., <https://narodne-novine.nn.hr/> (12.03.2019.)
2. Zakon Hr, <https://zakon.hr/search.htm?svi=true> (20.02.2019.)
3. Turistička zajednica grada Vrlike, [www.visitvrlika.com](http://www.visitvrlika.com) (30.3.2019)
4. Kamping udruženja Hrvatske, <https://www.camping.hr/hr> (1.4.2019)

## POPIS VIZUALIJA

### POPIS TABLICA

Tablica 1: Projekcija konkurentskih prednosti i slabosti .....	15
Tablica 2: Projekcija godišnje prodaje i prihoda od prodaje .....	17
Tablica 3: Projekcija kapaciteta .....	19
Tablica 4: Projekcija ulaganja u stalna sredstava .....	20
Tablica 5: Projekcija ulaganja u materijalne inpute .....	21
Tablica 6: Projekcija potrebitih radnika i troškova rada .....	22
Tablica 7: Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša .....	23
Tablica 8: Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu pri radu .....	23
Tablica 9: Projekcija terminskog plana aktivizacije projekata .....	24
Tablica 10: Popis i trajanje aktivnosti (poslova) izvedbe .....	25
Tablica 11: Projekcija potrebitih zaposlenika i troškova rada .....	27
Tablica 12: Popis aktivnosti i kvantifikacija promidžbenih ulaganja .....	30
Tablica 13: Projekcija potrebitih ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstava .....	31
Tablica 14: Projekcija potrebitih ulaganja prema stavkama bi mjesecima aktivizacije .....	32
Tablica 15: Projekcija potrebitih ulaganja prema izvorima i stavkama .....	33
Tablica 16: Prema izvorima i mjesecima aktivizacije .....	34
Tablica 17: Projekcija uskladbe ulaganja izvora po mjesecima aktivizacije .....	35
Tablica 18: Projekcija otplate zajma prema jednakim anuitetima .....	36
Tablica 19: Projekcija godišnje amortizacije i ostatka vrijednosti projekata .....	38
Tablica 20: Dinamička projekcija prihodna .....	39
Tablica 21: Dinamička projekcija rashoda .....	40
Tablica 22: Dinamička projekcija računa dobiti- gubitka .....	41
Tablica 23: Dinamička projekcija ekonomskih tijekova .....	42
Tablica 24: Dinamička projekcija financijskih tijekova .....	43
Tablica 25: Izračun razdoblja (roka) povratka .....	44
Tablica 26: Izračun čiste (neto) sadašnje vrijednost .....	47
Tablica 27: Interna stopa profitabilnost .....	47
Tablica 28: Penalizacija računa dobiti i gubitka (senzitivna analiza) .....	49

## **POPIS SLIKA**

Slika 1. Kamp „Slapić“ .....	4
Slika 2. Zaštitni znak kampa .....	29