

PODUZETNIČKI PROJEKT MA PRIMJERU AGENCIJE ZA AVANTURISTIČKI TURIZAM "FUN & RELAX"

Rupčić, Anita

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:128:809834>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-31**



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 REPOZITORIJ

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

ANITA RUPČIĆ

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU
AGENCIJE ZA AVANTURISTIČKI TURIZAM „FUN & RELAX“

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2019.

Anita Rupčić

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU
AGENCIJE ZA AVANTURISTIČKI TURIZAM „FUN & RELAX“**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

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

Matični broj studenta: 0621612020

Karlovac, srpanj 2019.

ZAHVALA

Veliku zahvalu dugujem svojim roditeljima koji su mi omogućili studiranje i poticali me na učenje i ulaganje u sebe i svoje znanje. Tijekom studiranja upoznala sam mnoge ljude koji su mi dali motivaciju i snagu kada sam mislila da nikada neću položiti ispit, i koji su skupa samnom učili i trudili se da dođemo do kraja. Stoga i oni zaslužuju svoje mjesto u ovoj zahvali. Također se želim zahvaliti i samom Veleučilištu u Karlovcu i divnim profesorima koji su mi prenijeli znanje i obogatili me novim vještinama koje će mi, sigurna sam, uvelike pomoći u potrazi za poslom i stvaranjem karijere. Te na kraju, posljednja, ali ne i manje bitna zahvala... Želim se zahvaliti svojoj mentorici Andreji Primužak na uloženom trudu i strpljenju, što mi je omogućilo da što bolje pokažem stečeno znanje ovim završnim radom.

U svakom slučaju, studiranje na Veleučilištu u Karlovcu ostavilo je pozitivan trag i nezaboravne trenutke, zbog kojih ću se uvijek sa smiješkom sjećati tih godina. To mi je ujedno i poticaj za daljnje školovanje, koje će mi, sigurna sam donijeti nove nezaboravne trenutke, ali i još bitnije, nova znanja i iskustva.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja podataka.....	1
1.3. Struktura rada.....	1
2. TEORIJSKI DIO	2
2.1. Povijesni razvoj poduzetništva.....	2
2.2. Pojmovno određivanje i vrste poduzetništva.....	3
2.3. Pojmovno određivanje poduzetnika.....	4
2.4. Osnovne značajke malih poduzeća.....	5
2.5. Poduzetnički projekt.....	6
2.6. Turizam i specifični oblici turizma u svijetu.....	7
3. PRAKTIČNI DIO	9
3.1. Podaci o investitoru.....	9
3.2. Asortiman usluga.....	9
3.3. Tržišni podaci.....	10
3.4. Potrebna ulaganja.....	10
3.5. Potrebni zaposlenici	10
3.6. Izvori kapitala.....	11
3.7. Aktivizacijsko razdoblje	12
3.8. Zaštita na radu i zaštita okoliša.....	13
3.9. Pokazatelji učinkovitosti.....	13
4. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE	14
4.1. Evolucija ideje i nositelj pothvata.....	14
4.2. Referencije nositelja pothvata.....	14
4.3. Opis proizvoda, robe ili usluga.....	15
5. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA	16
5.1. Projekcija ciljnih tržišta.....	16
5.2. Projekcija konkurencije.....	16
5.3. Projekcija cijena.....	18
5.4. Projekcija tržišne ekspanzije.....	18
5.5. Projekcija prodaje i prihoda.....	19
6. TEHNIČKO – TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA	20
6.1. Projekcija lokacije.....	20

6.2. Projekcija kapaciteta.....	20
6.3. Projekcija stalnih sredstava.....	21
6.4. Projekcija materijalnih inputa.....	22
6.5. Projekcija zaposlenika.....	23
6.6. Projekcija zaštitnih mjera.....	24
6.7. Projekcija aktivizacijskog razdoblja.....	25
7. MENADŽMENT PROJEKTA.....	26
8. MARKETING PROJEKTA.....	27
8.1. Aktivnosti – sastavnice promidžbenog programa.....	27
8.2. Ime tvrtke i slogan.....	29
8.3. Grafičko i likovno rješenje zaštitnog znaka.....	29
9. FINANIJSKI PODACI PROJEKTA.....	30
9.1. Projekcija ulaganja u stalna i obrtna sredstva.....	30
9.2. Projekcija otplate zajma.....	31
9.3. Projekcija amortizacije i ostatak vrijednosti.....	31
9.4. Projekcija prihoda.....	33
9.5. Projekcija rashoda.....	34
9.6. Projekcija računa dobiti i gubitka.....	35
9.7. Projekcija ekonomskih i finansijskih tijekova.....	36
10. OCJENA UČINKOVITOSTI PROJEKTA.....	38
10.1. Razdoblje povrata.....	38
10.2. Godišnja stopa prinosa.....	39
10.3. Pravilo palca.....	39
10.4. Čista i relativna sadašnja vrijednost.....	40
10.5. Analiza likvidnosti.....	41
10.6. Analiza osjetljivosti.....	41
10.7. Pismo primatelju	43
11. ZAKLJUČAK.....	44
POPIS LITERATURE	45
POPIS SLIKA.....	46
POPIS TABLICA.....	47

SAŽETAK

Poduzetništvo je jedna vrlo važna gospodarska aktivnost koja nas uči na koji način upravljati raspoloživim resursima da bi se došlo do zacrtanog cilja. Zahtjeva određeno znanje pojedinca, odnosno poduzetnika koji je spreman preuzeti rizik kako bi ostvario neki poslovni cilj. Znanje, vještine, hrabrost, istraživanje i prepoznavanje prilika koje nudi tržište su ključne odrednice koje poduzetnik mora posjedovati, jer mora biti spreman iskoristiti svaku priliku i pratiti novonastale trendove kako bi uspio na tržištu.

Kako bi se prikazala učinkovitost projekta potrebno je napraviti niz istraživanja i izračuna koji su prikazani u poslovnom planu. Poslovni plan predstavlja opis poslovne ideje te mjere i aktivnosti potrebne za njenu realizaciju.

Agencija za avanturistički turizam "Fun & Relax" sastavlja ovaj poslovni plan kako bi pobliže predočila poslovnu ideju i prikazala njenu isplativost. Za realizaciju poslovne ideje potrebno je uložiti 650.000,00 kn, od čega je 250.000,00 kn vlastitih sredstava, 80.000,00 kn bespovratnih sredstava te 320.000,00 kn tuđih sredstava, odnosno kredit u Privrednoj banci Zagreb.

Ključne riječi: *Poduzetništvo, Poduzetnik, Poslovni plan*

ABSTRACT

Entrepreneurship is a very important segment of the economy which teaches us how to organize resources to reach a certain economic goal. To reach that goal, an entrepreneur needs specific knowledge and needs to take certain risks in order to make a profit. Besides knowledge, boldness and researching and recognizing the right opportunities that the market offers are the key skills an entrepreneur must possess in order to succeed on the free market. He must be able to recognize each opportunity and be aware of the latest trends.

In order to show the effectiveness of the project, numerous studies and calculations which are shown in the business plan were done. This business plan presents a description of the business idea and the measures and actions needed for it to succeed.

Adventure Travel agency “Fun & Relax” compiles this business plan to present the idea more thoroughly and to show its profitability. For the realization of this business idea an investment of 650,000.00 kn is needed. 80,000.00 kn non-refundable, 250,000.00 kn will come from own funds, and 320,000.00 kn is to be loaned from Privredna banka Zagreb.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneur's business plan

1. UVOD

1.1.Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada je poduzetnički projekt na primjeru agencije za avanturistički turizam, autorice Anite Rupčić. Spoj avanture, rekreacije, opuštanja i zabave predstavlja savršenu kombinaciju, potrebnu za uspješnost ovog projekta. Cilj rada je dokazati isplativost ovog projekta, na način da će se prikazati svi bitni čimbenici i opravdani argumenti potkrijepljeni financijskim analizama i istraživanjem tržišta.

1.2.Izvori podataka i metode prikupljanja podataka

Za izradu završnog rada korištene su informacije iz knjige: "Waserbauer B.;Varičak I.; Znanstveni i stručni rad - načela i metode, Veleučilište u Karlovcu, 2009." i "Kuvačić, N; Biznis plan ili poduzetnički projekt, Beretin, Split, 2012" te informacije dostupne na Internetu. Prilikom provedbe istraživanja koristiti će se sljedeće znanstvene metode: deskriptivna i matematička metoda, analiza i sinteza, statistička metoda, metoda komparacije i metoda kompilacije.

1.3.Struktura rada

Rad je strukturiran na način da je podijeljen na praktični i teorijski dio. U teorijskom dijelu pojašnjen je pojam poduzetništva, turizma i poslovnog plana, a u praktičnom dijelu je prikazan poslovni plan agencije za avanturistički turizam „Fun & Relax“. Rad se sastoji od 11 poglavlja.

2. TEORIJSKI DIO

2.1. Povijesni razvoj poduzetništva

Poduzetništvo ima vrlo velik ekonomski, socijalni i politički značaj, stoga ga je potrebno izučavati i poticati. Sam pojam poduzetništva možemo definirati kao proces stvaranja vrijednosti kombinacijom resursa u svrhu iskorištavanja prilika uz razumno preuzimanje rizika.

Prvi zapisi, koji ukazuju na pojavu poduzetništva, pronađeni su u egipatskoj, arapskoj i kineskoj civilizaciji, a u staroj Grčkoj i Rimskom carstvu pojavljuju se različiti tipovi poduzetničkih aktivnosti koje su ojačale trgovinu i novčarsko poslovanje. Prvim poduzetnikom u povijesti smatra se Marko Polo, koji je utvrdio trgovački put prema Dalekom Istoku, a začeci trgovačkih poduzeća javljaju se u 12. stoljeću u Italiji gdje su bila osnovana kao privremena ili obiteljska poduzeća. Ubrzo nakon toga, osnovale su se i trgovačke gilde, odnosno udruženja trgovaca, čiji je cilj bio uzajamna pomoć u trgovačkim poslovima. U 17. stoljeću dolazi do razvoja raznih oblika obrta i trgovačkih poduzeća, te dolazi do porasta međunarodne i prekoceanske trgovine. Krajem 20. stoljeća s naglim razvojem informacijsko – komunikacijske tehnologije poduzetništvo postaje temeljna gospodarska djelatnost.¹

¹ PVZG, <http://www.vpsz.hr/media/files/Skripta-osnove-poduzetnistva-03-2013.pdf> (24. 06. 2018.)

2.2. Pojmovno određenje i vrste poduzetništva

Sam pojam poduzetništva može se definirati na razne načine, ali u konačnici sve se svodi na to da je poduzetništvo proces ulaganja resursa u pokretanje poduzetničke ideje, kako bi se ostvario profit. Svaki poduzetnik, ulaskom u poduzetničke vode, mora biti spreman na određene rizike koje svaka donesena odluka nosi. Razlikujemo tri oblika poduzetništva: tradicionalno, korporativno i društveno poduzetništvo.²

Tradicionalno poduzetništvo se provodi u malim i srednjim poduzećima koja, inovativnim metodama i preuzimanjem određenog rizika, poduzimaju mjere koje vode ka ostvarenju poslovnih ciljeva. Koncept tradicionalnog poduzetništva sastoji se od: generiranja ideja, identificiranja ideja i vizija, pokretanja vlastitog pothvata, razvijanja infrastrukture, provođenja studije izvedivosti i planiranja poslovanja.

Korporativno poduzetništvo može se prepoznati u velikim organizacijama, a zahtijeva posebne vještine i alate potrebne za održavanje konkurentske prednosti i prepoznavanje prilika na tržištu za ostvarenje što boljeg poslovnog rezultata. Pravilno rukovođenje vještinama i alatima za rezultat ima stvaranje „poduzeća“ unutar postojećih organizacija, stvaranje novih proizvoda, usluga i procesa i kontinuirano obnavljanje strategije konkurentske pozicije.

Društveno poduzetništvo podrazumijeva poslovanje vođeno društvenim ciljevima i stvaranjem pozitivnog društvenog učinka. Izgrađuje temelje za društvene promjene i zadovoljava potrebe zajednice kroz participiranje članova te iste zajednice. Ostvareni profit reinvestira se ulaganjem u zajednicu ili se ulaže u nove pothvate koji za cilj imaju poboljšanje uvjeta življenja, očuvanje okoliša i održivi razvoj. Europska unija je 2010. godine usvojila strategiju Europa 2020 čiji su ciljevi:³

- zapošljavanje: 75 % populacije u dobi između 20 i 64 godine života bi trebalo biti zaposleno
- inovacije: 3 % BDP-a EU treba investirati u istraživanje i razvoj
- klimatske promjene: treba ispuniti klimatsko – energetske ciljeve „20/20/20“ uključujući i smanjenje emisije CO₂ do 30%

² Recupero, <http://recupero.com.hr/blog-objava/poduzetnistvo/> (27. 06. 2018.)

³ Odraz, <http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/pojmovnik/strategija-europa-2020>, (27.06.2019.)

- obrazovanje: postotak osoba koje rano napuste školovanje trebao bi biti ispod 10%, a najmanje 40% mlađe generacije trebalo bi završiti tercijarni stupanj obrazovanja
- siromaštvo: 20 milijuna manje ljudi trebalo bi biti u opasnosti od siromaštva

Društveno poduzetništvo je na razini Europske unije pokazalo izniman utjecaj na društvene i gospodarske prilike te je zabilježeno više od 14,5 milijuna plaćenih radnih mjesta.

2.3.Pojmovno određenje poduzetnika

U stručnoj literaturi postoji puno definicija poduzetnika, ali uzevši u obzir modernu ekonomsku teoriju poduzetnik je nosilac gospodarske aktivnosti koji ulaže svoj kapital u gospodarsku djelatnost na svoj rizik, zbog ostvarenja profita. On uspostavlja vezu između tržišta rada, usluga i kapitala. Poduzetnik može, ali i ne mora biti i menadžer. Profesor David C. Mc Clelland s Harvardskog sveučilišta utvrdio je šest osobina poduzetnika koje su ključne za uspjeh: inovativnost, razumno preuzimanje rizika, samouvjerenost, uporan rad, postavljanje ciljeva i odgovornost.⁴ Poduzetnici se na putu prema uspjehu svakodnevno susreću sa mnoštvom pitanja i problema za koje treba pronaći adekvatno rješenje. Stoga prije donošenja odluke treba jasno definirati cilj pothvata, pronaći odgovarajuću strategiju i prilagoditi kapacitete u svrhu izvođenja strategije. Poduzetnik se stalno mora usavršavati i pratiti trendove kako bi bio u korak sa zahtjevima tržišta i bio u mogućnosti prilagoditi proizvod potrebama tržišta.

⁴ Škrtić M., Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u Karlovcu, 2008. god, str. 18

2.4.Osnovne značajke malih poduzeća

Uobičajena podjela poduzeća u ekonomskoj teoriji je na mala, srednja i velika poduzeća. Mala i srednja poduzeća se od velikih poduzeća razlikuju po kvantitativnim kriterijima, kriterijima osnivanja poduzeća i kvalitativnim kriterijima. Kvantitativni kriteriji podrazumijevaju: zbroj bilance nakon odbitka gubitka, godišnji prihod od prodaje i godišnji prosjek zaposlenih. Na temelju tog kriterija možemo izvesti karakteristike malog poduzeća, odnosno njima upravljaju vlasnici, poslovno su nezavisna, visoko personalizirana, u svojim poslovnim aktivnostima su uglavnom lokalno usmjerena, tržišni udio u privrednoj grani im je relativno malen i u svojem razvoju se uglavnom orijentiraju na interne izvore kapitala. Prema Zakonu o računovodstvu Republike Hrvatske, malim poduzećem se smatra poduzeće čiji dobitak ne prelazi vrijednost od 1 milijun eura, prihod za proteklu godinu nije veći od 2 milijuna eura i godišnji prosjek mora biti do 50 zaposlenih. Kriterij osnivanja malih i srednjih poduzeća podrazumijeva da se mala i srednja poduzeća mogu razvrstati s obzirom na čimbenike koji su utjecali na njihovo osnivanje, odnosno na ponudu i potražnju. Postoji dakle i klasifikacija putem kvalitativnih pokazatelja kao što su : oblik vlasništva, kvaliteta organizacijske strukture i adaptabilnost poslovnog programa. Mala poduzeća popunjavaju prazne prostore koje ostavljaju velika poduzeća i zadovoljavaju potrebe većih gospodarskih subjekata. Struktura malog poduzeća je mnogo jednostavnija, ima manje razina pa je i komunikacija unutar poduzeća mnogo brža i efikasnija. Za njihovo osnivanje nisu potrebna velika financijska sredstva pa je i sam rizik osnivanja manji. Bez obzira na brojne prednosti malih poduzeća u usporedbi sa velikim imaju i slabosti: ⁵

- Neodgovarajuće financiranje, odnosno neodgovarajuća kreditna podrška od strane države i banaka,
- Nedovoljno razvijen menadžment,
- Planiranje je često nerazvijeno i podcjenjuje se što može dovesti do donošenja pogrešnih odluka,
- Nepostojanje istraživačko – razvojnih službi dovodi do teže spoznaje potreba tržišta,
- Nepotpunost informatičkih znanja poduzetnika.

⁵ Škrtić M., op.cit., str. 94-97.

2.5. Poduzetnički projekt

Poduzetnički projekt ili poslovni plan prikazuje poslovnu ideju poduzetnika, s ciljem procjene učinkovitosti i profitabilnosti projekta. Izrađuje se kako bi se predvidjela buduća događanja kako bi se smanjio stupanj rizika, vremena i potrebnih sredstava. Poslovni plan mora biti temeljen na nekoliko načela:⁶

- Da je lako čitljiv i razumljiv,
- Da je orijentiran prema tržištu, a ne prema tehnologiji rada ili kapacitetu poduzetnika,
- Da sadrži procjenu utjecaja konkurencije,
- Da ima uvjerljivu i realnu razvojnu viziju.

Izrada poslovnog plana je vrlo zahtjevan proces koji iziskuje mnogo truda i vremena uloženog u istraživanje i prikupljanje potrebnih informacija. Svaki poslovni plan je drugačiji i sastavljen je u drugačijoj formi, ali bitno je da sadrži osnovne informacije koje su bitne za što realniju interpretaciju poslovne ideje. Poslovni plan mora se sastojati od sljedećih elemenata:

- Opis ideje i referencije pothvata,
- Tržišni podaci projekta,
- Tehničko – tehnološki opis projekta,
- Menadžment projekta,
- Marketing projekta,
- Financijski podaci projekta,
- Ocjena učinkovitosti projekta.

Svaki od elemenata je jednako važan kako bi se na kraju dobila što realnija slika isplativosti projekta. Na temelju financijskih podataka projekta izračunava se ocjena učinkovitosti projekta, u koju najčešće pripadaju analize osjetljivosti, likvidnosti, stopa profitabilnosti te izračunavanje roka povrata ulaganja.

⁶ Cabar, <http://www.cabar.hr/wp-content/uploads/2011/11/POSLOVNI-PLAN-PODUZETNIKA-hrv.pdf>, (27.06. 2019.)

2.6. Turizam i specifični oblici turizma u svijetu

Počeci turizma sežu u daleku povijest, kada su ljudi odlazili iz mjesta stalnog boravka u posjetu proročištima, sportskim igrama, hodočašćima, odlazili su na viteške igre, istraživačka putovanja te na edukativna putovanja. Razvojem gradova, pojavom željeznice, parobroda i izgradnjom makadamske ceste, ljudi su se sve češće odlučivali na putovanje izvan mjesta stalnog boravka u potrazi za zadovoljenjem svojih kulturnih, intelektualnih i inih potreba. Razvoj modernog turizma možemo podijeliti na tri faze: početnu (1850. – 1914.), razvojnu (1914. – 1945.) i visoku (1945.) fazu, koja se još naziva i fazom masovnog turizma. Ekspanzija masovnog turizma dovela je do pojave ozbiljnih ekoloških problema, pa se javila potreba za pojačanom svijesti o zagađenosti okoliša, ali i za očuvanjem drugih turističkih resursa poput kulture, tradicije, običaja, stila života i sl. Početkom 1990-ih godina teorija i praksa razvoja turizma razvile su alate za prognoziranje novih segmenta turističke potražnje, pa se danas u svijetu može prepoznati preko 30 osnovnih specifičnih oblika turizma. Svaki od njih zahtijeva poseban marketinški pristup, organizacijski sustav i specijaliziranu radnu snagu. Poslovanje na suvremenom turističkom tržištu temelji se na specijalizaciji turističkog proizvoda koji je sastavljen na način da udovolji potrebama točno određenog segmenta potražnje. S obzirom na jaku konkurenciju među turističkim destinacijama potrebne su stalne inovacije i prilagođavanje trendovima, jer u suvremeno doba, više nije privilegija putovati, već ostvariti poseban i traženi doživljaj na tom putovanju. Specifični oblici turizma su: “posebna skupina turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim, dominantnim turističkim motivom, koji turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju, čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena ostvarenju doživljaja vezanih uz dominantan interes tog potrošača”.⁷

⁷ Referada, <http://www.referada.hr/wp-content/uploads/2014/07/TURIZAM-skripta-prema-knjizi.pdf> (01.07.2019. god)

Agencija za avanturistički turizam

Rakovac 1, Karlovac

Tel: 047/357-256

E - mail: fun&relax@gmail.com

PODUZETNIČKI PROJEKT

Agencija za avanturistički turizam

“ FUN & RELAX”



Vlasnica poduzeća:

Anita Rupčić

Osoba za kontakt:

Anita Rupčić

047/ 357 - 256

Autor projekta:

Anita Rupčić, bacc.oec.

Primatelj projekta:

Privredna banka Zagreb

Posebne informacije:Projekt je preslikan u 3 istovjetna primjerka. Ovo je prvi od ukupno tri uporabnih preslika. Podaci iz ovoga projekta tajni su - povjerljivi. Autori pridržavaju prava intelektualnog vlasništva.

Karlovac, 2019.

3. PRAKTIČNI DIO

3.1. Podaci o investitoru

Agenciju za avanturistički turizam “Fun & Relax” osnovala je Anita Rupčić. Rođena u Rijeci 14. 02. 1993. godine. Završila je srednju Ekonomsku školu u Ogulinu te upisala stručni studij Ugostiteljstva na Veleučilištu u Karlovcu.

Kreativna je i inovativna osoba koja voli izazove i stalno je u pokretu, a dosadašnje školovanje dalo joj je podlogu za bavljenje ovom vrstom djelatnosti. U planu je i nastavak školovanja kako bi što bolje mogla realizirati i usavršiti svoju ideju. Motivacija za ulazak u poduzetničke vode proizašla je iz činjenice da se sve više ljudi odlučuje na provođenje odmora u neposrednom doticaju s prirodom te da je za bijeg od svakodnevnih problema i stresa upravo stapanje s prirodom pravo rješenje. Investitor Anita, svoje godišnje odmore već niz godina provodi upravo na taj način te zna da takav oblik odmora za rezultat ima “punjenje baterija” u fizičkom, duhovnom i psihičkom smislu i upravo to je ono što želi ponuditi ljudima.

3.2. Asortiman usluga

Potreba za istraživanjem i ostvarenjem doživljaja za nečim novim i nepoznatim nalazi se u svim ljudima, netko je svjestan toga, a u nekome se ta potreba jednostavno treba probuditi. Upravo zadovoljenje takvih potreba se nastoji postići otvaranjem agencije i djelovanjem kroz nju. Samom ponudom i marketinškim aktivnostima nastoji se turiste potaknuti da odaberu upravo tu vrstu turizma te im se daje sigurnost da će ostvariti svoje potrebe.

Asortiman usluga obuhvaća ispunjenje potreba na fizičkoj, duhovnoj, emocionalnoj i psihičkoj razini. Formiran je na način da se može individualno, ali i grupno prilagoditi željama turista jer imaju mogućnost sami formirati svoj turistički aranžman.

3.3.Tržišni podaci

Agencija za avanturistički turizam pozicionirana je u Karlovcu, gradu na četiri rijeke, koji je sam po sebi bogat resursima potrebnim za ostvarenje ovog oblika turizma. Tržište poslovanja nije ograničeno samo na grad Karlovac, već na područje cijele Hrvatske, kako bi se omogućilo turistima istraživanje prirodnih ljepota naše države. Istraživanjem tržišta došlo se je do zaključka da postoji velika potražnja za avanturističkim turizmom te se je na temelju tih rezultata formirao asortiman usluga. Upravo zbog toga smatra se da je tržište pogodno za uspješno ostvarenje poduzetničke ideje, ali i za njen daljnji razvoj.

3.4. Potrebna ulaganja

Za realizaciju poduzetničkog projekta potrebno je uložiti 650.000,00 kn, od kojih je 250.000,00 kn vlastitih sredstava, 80.000,00 kn poticajnih sredstava iz EU fondova, a 320.000,00 kn kredit od Privredne banke Zagreb. U stalna sredstva uloženo je 450.000,00 kn, od kojih je 350.000,00 kn potrebno za materijalnu imovinu, a 100.000,00 kn za nematerijalnu, za obrtna sredstva izdvojeno je 200.000,00 kn.

3.5.Potrebni zaposlenici

Investitor Anita Rupčić vodit će poslovanje, brinuti o knjigovodstvu te komunicirati sa klijentima i sastavljati ponude. Potrebno će biti zaposliti još dva zaposlenika koji će pomagati investitoru, kako bi se što kvalitetnije i učinkovitije obavio posao. Za početak je u planu povremeno zapošljavati stručno osoblje za provedbu avanturističkih aktivnosti. U bliskoj budućnosti je u planu proširenje asortimana, čime će doći do potrebe za dodatnim radnim mjestima.

Planirano radno vrijeme agencije je od 08:00 h do 20:00h, od ponedjeljka do petka, a subotom od 08:00 - 13:00 sati. Radi se u dvije smjene. Poslovanje je organizirano na način da se putem e-mail pošte, telefonski ili dolaskom u poslovnicu može iskazati interes za određeni turistički aranžman.

3.6. Izvori kapitala

Kako bi se projekt uspješno realizirao potrebno je 650.000,00 kn, od kojih je 250.000,00 kn vlastitih sredstava, 80.000,00 kn poticajnih sredstava iz fondova EU, a 320.000,00 kn tuđi kapital, točnije zajam u Privrednoj banci Zagreb.

Tablica 1. Projekcija stalnih sredstava i izvora kapitala

Red. Broj		Iznos (kn)	Struktura	
			%	%
1.	VLASTITA SREDSTVA	250.000,00	75,75	
2.	BESPOVRATNA SREDSTVA	80.000,00	24,24	
	UKUPNO	330.000,00	100	50,77
	NOVAC – GOTOVINA	30.000,00	9,09	
	POSLOVNI PROSTOR	200.000,00	60,60	
	UREDSKA OPREMA	20.000,00	6,06	
	POSLOVNI INVENTAR	55.000,00	16,67	
	OSTALO	15.000,00	4,55	
2.	TUĐI KAPITAL	320.000,00	100	49,23
	PRODAJA DIONICA			
	BANKARSKI ZAJMOVI	320.000,00	100	
	OSTALO			
3.	UKUPNA POTREBNA SREDSTVA	650.000,00		100

Izvor: vlastita izrada autorice

Vlastita sredstva iznose 75,75 %, a bespovratna sredstva 24,24, čiji ukupni postotak od ukupnih potrebnih sredstava iznosi 50,77 %. Podijeljeni su na gotovi novac, poslovni prostor, uredsku opremu, poslovni inventar te na ostale popratne troškove, a tuđi kapital iznosi 49,23% od ukupno potrebnih sredstava.

3.7. Aktivizacijsko razdoblje

Aktivizacijsko razdoblje podrazumijeva vrijeme koje je potrebno za realizaciju poduzetničke ideje.

Tablica 2. Aktivizacijsko razdoblje

Red. Broj	PREDVIĐENE AKTIVNOSTI	POČETAK AKTIVNOSTI	ZAVRŠETAK AKTIVNOSTI	TRAJANJE (dana)
1.	Izrada poduzetničkog projekta	01. 02. 2019.	01.04.2019.	57
2.	Pravno-administrativni i financijski poslovi	01. 04. 2019.	30.04.2019.	30
3.	Odobrenje kredita	02. 05. 2019.	14.07. 2019.	44
4.	Kupnja i opremanje prostora	17. 07. 2019.	31. 07. 2019.	14
5.	Zapošljavanje djelatnika	01. 08. 2019.	31. 08. 2019.	30
	Početak rada	01. 09. 2019.		

Izvor: vlastita izrada autorice

Za realizaciju poduzetničke ideje predviđa se vrijeme od 168 dana, odnosno 7 mjeseci. Za to vrijeme izrađen je poduzetnički projekt, obavljeni su pravno-administracijski poslovi, odobren je kredit, opremljen prostor te zaposleni djelatnici.

3.8.Zaštita na radu i zaštita okoliša

Zaštita zaposlenika, ali i klijenata koji dolaze je jako bitna. Prostor je opremljen protupožarnim aparatom te kutijom prve pomoći. Provjerene su instalacije te su mogućnosti za bilo kakve nezgode svedene na minimum. Djelatnici će položiti tečaj prve pomoći i redovito pohađati seminare o sigurnosnim mjerama za različite vrste aktivnosti, kako bi bili spremni za sve moguće situacije na terenu. Za povremene zaposlenike, odnosno stručno osoblje koje vodi turiste, osigurana je sva potrebna oprema i edukacija kako bi se sigurno i bez straha mogla pružiti kvalitetna usluga.

S obzirom na to da su priroda, okoliš i čisti zrak glavni adut ovog poduzetničkog projekta i da se na temelju prirodnih resursa gradi posao, očuvanje okoliša i održivi razvoj su jako bitna komponenta. Sva moguća zagađenja svedena su na minimum. U poslovnom prostoru postavljene su štedne žarulje, koševi za smeće za odvajanje otpada te je posebna pažnja posvećena edukaciji zaposlenika o zaštiti okoliša. Pomoću promotivnih materijala, uz samu ponudu usluga uvršteni su i tekstovi o važnosti zaštite okoliša kako bi se ekološki osvijestili potencijalni i postojeći klijenti.

3.9.Pokazatelji učinkovitosti

Svi pokazatelji i istraživanja tržišta pokazuju da je projekt učinkovit i profitabilan te da postoje velike mogućnosti za širenje poslovanja u budućnosti. Do tih zaključaka došlo se pomoću kalkulacija i metoda koje će biti prikazane u daljnjem tekstu. Za ocjenu učinkovitosti projekta koristile su se kalkulacije i metode: razdoblje povrata, godišnja stopa prinosa, pravilo palca, točka pokrića ili prag profitabilnosti, čista i relativna sadašnja vrijednost, analiza likvidnosti i senzitivna analiza.

4. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE

U sljedećim poglavljima opisan je nastanak poduzetničke ideje, usluge koje se nude te referencije nositelja pothvata koje su zaslužne za očekivanu uspješnost ovog projekta.

4.1. Evolucija ideje i nositelj pothvata

Ideja o bavljenju privatnim poduzetništvom proizašla je iz kreativnosti investitora, čija je želja omogućiti turistima vrhunsku uslugu i ponuditi im godišnji odmor koji nikada neće zaboraviti. Istraživanje prirodnih ljepota i širenje svijesti o važnosti njenog očuvanja su glavni motiv ulaska u poduzetničke vode. Ljubav prema prirodi, čisti zrak i energija koju iz nje dobivamo, stvaraju u čovjeku neopisiv osjećaj koji se kroz poslovanje želi prenijeti svakome tko ima želju maknuti se iz stresnog i ubrzanog života, barem na kratko i napuniti baterije.

Nositelj pothvata: Anita Rupčić

Mjesto i godina rođenja: Rijeka, 1993. godine

Adresa stanovanja: Kamenica Skradnička 73B, Tounj

E-mail: rupcic.anita@gmail.com

Državljanstvo: Hrvatsko

Nacionalnost: Hrvatica

Obrazovanje: Gimnazija Bernardina Frankopana Ogulin, smjer Ekonomija

Veleučilište u Karlovcu, stručni studij Ugostiteljstva

Znanje stranih jezika: Engleski i Njemački jezik

Bračni status: Neudana

4.2. Referencije nositelja pothvata

Republika Hrvatska je država koja ima jako puno prirodnih resursa pogodnih za sve oblike turizma, a Anita svoj pothvat gradi upravo na tim resursima. Cilj pothvata je uz doživljaj pustolovine, adrenalina i opuštanja pokazati turistima prirodne ljepote Hrvatske. Anita zna da je znanje i obrazovanje ključ uspješnog poslovanja, stoga se pobrinula da njezini zaposlenici imaju odgovarajuću stručnu spremu te stalno radi na dodatnim usavršavanjima, koji će joj se u kratkom vremenu višestruko isplatiti. Poduzetničkih osobina joj ne fali, odgovorna je, moralna, kreativna, motivirana, inovativna i usredotočena na ostvarenje konačnog cilja.

4.3. Opis proizvoda, robe ili usluga

Agencija Fun & Relax pruža usluge organizacije jednodnevnih i višednevnih izleta u privlačne turističke destinacije, sa uključenim dodatnim sadržajima. Aranžmani su kreirani na način da su rangirani na temelju zahtjevnosti navedenih aktivnosti u paketu.

Tablica 3. Ljestvice zahtjevnosti turističkih paketa

OPUŠTENO	LAGANO	UMJERENO
Ovaj paket podrazumijeva odmor i relaksaciju. Od turista se ne zahtjeva nikakav teži fizički napor.	U izlet su uključene jednostavne fizičke aktivnosti, koje ne zahtijevaju kondiciju.	U ovaj paket su uključene aktivnosti koje zahtijevaju prosječnu fizičku kondiciju.
TEŠKO	MIX	
Ovaj paket podrazumijeva ekstremne sportove, sa visokom dozom rizika. Potrebna je jako dobra fizička kondicija, obuka i oprema.	Ovaj paket se kreira u suradnji sa turistima. Na temelju njihovih ideja i mogućnosti agencije.	

Izvor: vlastita izrada autora

U prvom paketu nalaze se posjeti i obilasci nacionalnih parkova i parkova prirode, u drugom paketu su aktivnosti malo zahtjevnije nego u prvom, ali i dalje nije potrebna prevelika fizička kondicija, npr. kampiranje, ribolov, vožnja čamcem, jahanje. Treći paket podrazumijeva npr. obilazak nacionalnih parkova biciklom, planinarenje, kampiranje u divljini sa vodičem, kajaking i sl. Četvrti paket podrazumijeva hard adventure, odnosno aktivnosti koje zahtijevaju specijalnu opremu, stručno osoblje i fizičku kondiciju. U tom paketu pružaju se usluge raftinga, bungge jumping, skakanje s padobranom, padobransko jedrenje, canyoning. U zadnjem paketu postoji mogućnost kombinacije prva četiri paketa i on je najčešće organiziran kao višednevni izlet. Usluge koje čine predmet poslovanja:

- usluge organizacije prijevoza turista do dogovorene destinacije,
- usluge organizacije smještaja i prehrane turista,
- aktivnosti koje se nalaze u programu putovanja,
- usluge vodiča i ostalog stručnog osoblja ,
- najam ili prodaja opreme,
- ostale sporedne usluge.

5. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA

Istraživanje tržišta je jedan od najbitnijih dijelova, jer ono daje informacije o tržištu. U ovom poglavlju prikazana je analiza provedenog istraživanja tržišta.

5.1. Projekcija ciljnih tržišta

Usluge agencije za avanturistički turizam Fun & Relax mogu koristiti turisti svih dobnih skupina zbog toga što se nudi mogućnost kombinacije različitih vrsta aktivnosti, ovisno o dobi i željama klijenata. Nakon provedenog anketnog upitnika zaključeno je da najveću potražnju za turističkim paketima pokazuju turisti u dobnoj granici od 18 - 40 godina. Dosta veliki interes za ovaj oblik turizma, ali u smislu soft adventure putovanja pokazali su i turisti stariji od 40 godina. Agencija Fun & Relax trenutno je orjentirana na domaće tržište, na kojem je dobila odlične rezultate, odnosno velika je potražnja za turističkim paketima, ali u skorije vrijeme u planu je proširenje opsega poslovanja.

5.2. Projekcija konkurencije

Kako bi se zauzeo što veći udio na tržištu i osigurao uspjeh napravljena je analiza konkurencije. S obzirom na ubrzan razvoj ove vrste turizma, konkurencije u Hrvatskoj ima puno, ali agencija je trenutno bazirana na kontinentalnu Hrvatsku, stoga će biti prikazani samo konkurenti na tom području.

Popis konkurenata uključenih u komparaciju:

1. Croatia Open Land, Kamensko 6a, Karlovac
2. Srakovčić d.o.o., Perivoj Josipa Vrbanića 8, Karlovac
3. 4 rijeke pustolovine, Belaj 61, Duga Resa
4. Terra Croatica, Dubovac 11, Karlovac

Tablica 4. Komparacija konkurencijskih prednosti

Red.broj	Područja komparacije (prednosti i slabosti)	Konkurenti s popisa			
		1	2	3	4
1.	Asortiman proizvoda, robe i usluga	+	+	+	+
2.	Tehnička obilježja proizvoda, robe i usluga	+	+	+	+
3.	Uporabna obilježja proizvoda, robe i usluga	0	0	0	0
4.	Ostala obilježja proizvoda, robe i usluga	+	+	+	+
5.	Prodajni kanali i prodajna distribucija	0	0	0	0
6.	Cijene, popusti, načini i uvjeti plaćanja	+	0	+	0
7.	Uvjeti, način i rokovi isporuke	+	+	+	+
8.	Ekonomska propaganda	+	0	0	+
9.	Aktivnosti promicanja prodaje	0	0	0	0
10.	Osobno - prodajna promidžba	+	0	+	+
11.	Publicitet i odnosi s javnošću	0	0	0	0
12.	Nabavni kanali i nabavna distribucija	0	0	0	0
13.	Poslijeprodajne usluge potrošačima	+	0	+	+
14.	Skladištenje i politika zaliha	+	+	+	+
	UKUPNA OCJENA KOMPARACIJE	+	0	+	+

Izvor: vlastita izrada autora

Nakon komparacije došlo se je do zaključka da je Srakovčić d.o.o. dosta jak na tržištu i predstavlja jaku konkurenciju. Nizom mjera potrebno je poboljšati propagandu i promociju te utjecati na cijene kako bi se željeni segment tržišta odlučio na kupnju aranžmana u agenciji Fun & Relax.

5.3. Projekcija cijena

Uzevši u obzir konkurenciju, financijsko stanje potrošača te stil života, cijena je jedna od najbitnijih stavki. Cijene turističkih paketa formirati će se na način da će se istražiti tržište, vidjeti što turistima treba i prilagoditi im cijenu paketa, uzevši naravno u obzir i troškove. Cijene su formirane za svaki paket posebno, ali su i podložne promjenama, ovisno o situaciji na tržištu. S obzirom na veliku konkurenciju te dostupnost informacija potencijalnim kupcima, cijena je jedan od presudnih čimbenika za kupnju, stoga će se i taj element uzeti u obzir prilikom formiranja cijena usluga.

Kako bi se što efikasnije formirale cijene usluga uzeta su u obzir četiri bitna tržišna čimbenika: troškovi, ponuda i potražnja te percepcija potrošača i konkurencija. Određeni potrošači kupuju usluge zbog cijene, ali većina zbog kvalitete pružene usluge, stoga je bitno da postavljena cijena opravdava pruženu uslugu. U obzir je znači uzeta percepcija potrošača o vrijednosti proizvoda.

5.4. Projekcija tržišne ekspanzije

Mogućnosti za širenje su velike i očekivane. Na početku poslovanja postavljen je cilj prema kojem se teži. Velike su mogućnosti za širenje i zauzimanje većeg tržišnog udjela. Naravno uz širenje na tržištu, ostvariti će se potreba za dodatnim zapošljavanjem te širenjem poslovnog prostora.

Taj plan ostvariti će se na način da će se konstantno raditi analiza tržišta i proučavati želje i potrebe korisnika usluga. Na taj način nadići će se konkurenciju, jer će u svakom trenutku biti poznato kakvu ponudu usluga potrošači traže. Kvaliteta ponuđenih usluga sama po sebi omogućuje dobru promidžbu, a pozitivna iskustva potrošača, maksimizirati će potražnju u narednim periodima poslovanja.

5.5. Projekcija prodaje i prihoda

Zarada od prodaje proizvoda i usluga obračunava se nakon završetka turističke usluge te se obračunava porez od 25%. U tablici je prikazana projekcija prodaje i prihoda od prodaje za narednih 5 godina.

Tablica 5. Projekcija godišnje prodaje i prihoda od prodaje

OPIS	2019. (4 mjeseca)	2020.	2021.	2022.	2023.
Prihod od prijevoza	66.683,00	200.150,00	200.250,00	200.300,00	200.450,00
Prihod od smještaja i hrane	17.500,00	150.050,00	150.200,00	150.250,00	150.300,00
Prihod od aktivnosti u programu putovanja	30.000,00	365.000,00	365.500,00	376.000,00	390.000,00
Prihod od usluga stručnog osoblja	23.350,00	125.000,00	130.000,00	135.000,00	140.000,00
Prihod od najma ili prodaje opreme	33.220,00	100.020,00	100.050,00	100.100,00	100.120,00
Prihod od ostalih usluga	50.000,00	55.000,00	58.000,00	63.000,00	68.000,00
UKUPAN PRIHOD OD PRODAJE	220.753,00	995.220,00	1.004.000,00	1.024.650,00	1.048.870,00

Izvor: vlastita izrada autorice

Prihodi se ostvaruju od prodaje usluga prijevoza, smještaja i hrane, aktivnosti u programu putovanja, stručnog osoblja, najma i prodaje opreme te ostalih usluga. Iz tablice je vidljiv rast prihoda na kraju pete godine za 386.611,00 kn odnosno za 64%.

6. TEHNIČKO - TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA

U ovom poglavlju prikazati će se mikro i makro projekcija lokacije, projekcija zaposlenika, stalnih sredstava te materijalne i nematerijalne imovine.

6.1. Projekcija lokacije

Mikrolokacija projekta je grad Karlovac i okolica Karlovca. Poslovni prostor nalaziti će se u zgradi sportske dvorane koja je smještena u neposrednoj blizini rijeke Korane. Odluka o mikrolokaciji donesena je zbog velike cirkulacije domicilnog stanovništva, ali i inozemnih i domaćih turista na tom području.

6.2. Projekcija kapaciteta

Kako bi se što kvalitetnije pružila usluga klijentima i formirao paket usluga koji bi zadovoljio njihove želje i potrebe, rad je organiziran u dvije smjene. U svakoj smjeni rade jedna djelatnica i investitor. Internet stranica preko koje se može ugovoriti sastanak te mail adresa uvelike olakšavaju rad, jer su klijentima u svakom trenutku dostupne informacije o proizvodima i uslugama i mogu kontaktirati nekoga od zaposlenika. Takav princip rada omogućuje dostupnost informacija klijentima u svakom trenutku.

6.3.Projekcija stalnih sredstava

Agencija raspolaže materijalnim i nematerijalnim sredstvima koja su potrebna za nesmetan rad i pružanje što bolje usluge. Poslovni prostor veličine je 70 m² i opremljen je potrebnom uredskom i terenskom opremom.

Tablica 6. Projekcija ulaganja u stalna sredstva

Red. Broj	Popis stalnih sredstava	Velčina/ količina	Jedinična cijena	Ukupna vrijednost
1	Zemljište			
2	Građevinski objekti	70m ²	210.000,00	210.000,00
3	Uredska oprema		25.000,00	25.000,00
4	Poslovni inventar		65.000,00	65.000,00
5	Pribor i alati		20.000,00	20.000,00
6	Nematerijalna imovina		100.000,00	100.000,00
7	Ostala oprema		30.000,00	30.000,00
	Ukupno		450.000,00	450.000,00

Izvor: vlastita izrada autorice

Od ukupno 650.000,00 kn potrebnih za realizaciju projekta, u stalna sredstva uloženo je 450.000,00 kn, što u postocima iznosi 69,23 %. U materijalnu imovinu, koju čine poslovni prostor, uredska oprema, poslovni inventar te ostala oprema uloženo je ukupno 350.000,00 kn, a u nematerijalnu 100.000,00 kn.

6.4. Projekcija materijalnih inputa

Materijalni resursi su resursi koji se u pravilu istroše u cijelosti u određenom ciklusu poslovanja. Njihova organizacija je bitna kako bi se kvalitetno rasporedili troškovi poslovanja.

Tablica 7. Projekcija ulaganja u materijalne inpute

Red. Broj	Popis materijalnih inputa	Količina	Jedinična cijena	Ukupna vrijednost
I.	PROIZVODNI DIO – UKUPNO			1.500,00
	Suveniri	100	15	1.500,00
II.	USLUŽNI DIO – UKUPNO			30.000,00
	Sirovine			5.000,00
	Energenti			10.000,00
	Sitan inventar			15.000,00
III.	TRGOVAČKI DIO- UKUPNO			
	prvi unos robe			
	Sirovine			
	Repromaterijal			
	Energenti			
	Ostali materijalni inputi			
IV.	SVEUKUPNA VRIJEDNOST			31.500,00

Izvor: vlastita izrada autorice

Iz projekcije je vidljivo da je u uslužni i proizvodni sektor uloženo 31.500,00 kn, od kojih na uslužni dio otpada 30.000,00 kn, a na proizvodni 1.500,00 kn.

6.5. Projekcija zaposlenika

Agencija za avanturistički turizam Fun & Relax zaposliti će dva stalna djelatnika sa minimalno višom stručnom spremom te terenske djelatnike koji će biti zaposleni na ugovor o djelu i raditi će po potrebi. Nakon proširenja poslovanja u planu je zaposliti još minimalno jednog djelatnika u uredu te terenske djelatnike prebaciti na ugovor o radu. Djelatnici moraju baratati sa minimalno dva strana jezika, biti informatički pismeni te spremni na avanturu. Moraju biti vedri, veseli, ljubazni te motivirani. U planu je također, zapošljavati studente, u mjesecima kada je potražnja najveća, a to se očekuje u periodu od 04. – 10.-og mjeseca.

Tablica 8. Projekcija zaposlenika

Red. Broj	Radno mjesto	Stručna sprema	Ukupno	Mjesečna kompenzacija
I.	PROIZVODNI RADNICI			
II.	TRGOVAČKI RADNICI			
III.	USLUŽNI RADNICI			
	Vlasnica – menadžer	VŠS	1	6.000,00
	Administrativni djelatnici	VŠS	2	10.000,00
	Terenski djelatnici	VSS	4	44.000,00
IV.	UKUPNO			60.000,00

Izvor: vlastita izrada autorice

Bruto plaća vlasnice iznosi 6.000,00 kn, a za dva administrativna djelatnika 10.000,00 kn. Za terenske djelatnike se procjenjuje oko 44.000,00 kn bruto za tekući mjesec, njima se obračunava plaća po satu rada po cijeni od 30 kn plus terenski dodatak.

6.6. Projekcija zaštitnih mjera

Sigurnost zaposlenika je jako bitna, stoga se, provođenjem raznih mjera zaštite, rizik svodi na minimum. Djelatnici će biti educirani o svim zaštitnim mjerama te opremljeni svom potrebnom opremom kako bi što sigurnije obavljali posao. Poslovni prostor opremljen je vatrogasnim aparatom te kutijom prve pomoći.

Tablica 9. Projekcija zaštitnih mjera

Red.broj	Naziv aktivnosti	Vrijednost opreme	Ukupna ulaganja
I.	MJERE ZAŠTITE NA RADU		
	Vatrogasni aparat	250,00	500,00
	Kutija za prvu pomoć	150,00	450,00
	Edukacija zaposlenika	500,00	1000,00
	UKUPNO	900,00	1950,00
II.	MJERE ZAŠTITE OKOLIŠA		
	Štedne žarulje	15,00	75,00
	Kante za sortiranje otpada	100,00	100,00
	Edukacija zaposlenika	500,00	1000,00
	UKUPNO	615,00	1175,00
III.	UKUPNO I+II	1515,00	3125,00

Izvor: vlastita izrada autorice

Prirodni resursi su temelj poslovanja agencije, stoga je veliki trud uložen u minimiziranje bilo kakvog onečišćenja prirodne okoline. Za osvjetljenje prostora koriste se štedne žarulje, papir reciklira, za otpad se koriste sortirne kante za odvajanje otpada, a osoblje je educirano o važnosti očuvanja okoliša.

6.7. Projekcija aktivizacijskog razdoblja

Aktivizacijsko razdoblje podrazumijeva vrijeme potrebno za eksploataciju projekta.

Tablica 10. Aktivizacijsko razdoblje

Red.broj aktivnosti	Mjeseci aktivizacijskog razdoblja											
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
1.		■	■									
2.				■								
3.					■	■	■					
4.							■					
5.								■				

Izvor: vlastita izrada autorice

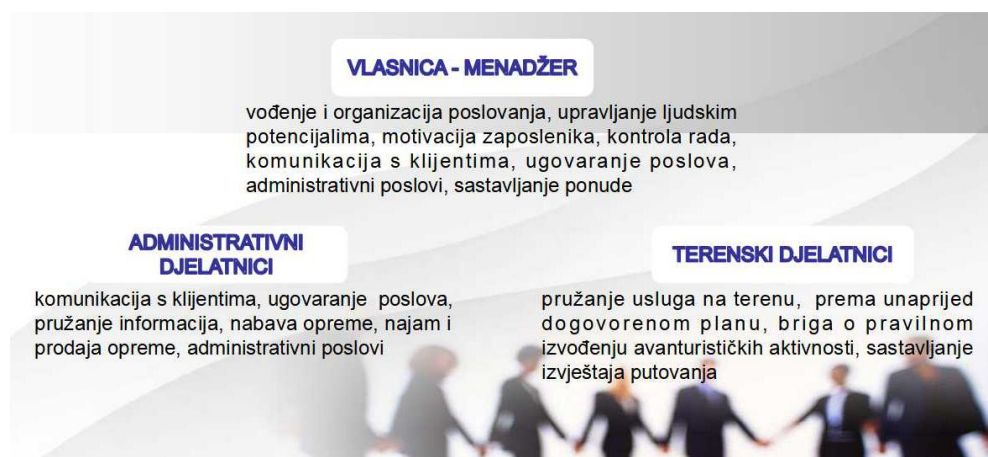
Prva aktivnost podrazumijeva izradu poslovnog plana, druga pravno-administrativne i financijske poslove, treća odobrenje kredita, četvrta kupnju i opremanje poslovnog prostora te peta zapošljavanje djelatnika i pripremanje za rad. Očekivani početak rada je 01. 09. 2019.godine.

7. MENADŽMENT PROJEKTA

Agencija za avanturistički turizam ima uslužnu funkciju i cilj joj je udovoljiti potrebama kupaca. Registrirana je kao društvo s ograničenom odgovornošću zbog jednostavnosti registracije, zbog činjenice da društvo s ograničenom odgovornošću može osnovati fizička osoba te zbog bolje mogućnosti za širenje na tržištu. Menadžment podrazumijeva četiri funkcije koje se moraju pravilno voditi kako bi poduzeće što uspješnije poslovalo, a to su planiranje, organiziranje, upravljanje ljudskim potencijalima te motivacija.

Vođenje funkcija menadžmenta biti će posao vlasnice te se u blizjoj budućnosti ne predviđa zapošljavanje drugih menadžera. Vlasnica je začetnik ideje te posjeduje vještine potrebne za obavljanje ovog posla, odnosno posla koji obuhvaća daljnji razvoj poduzeća i pripremu istog za borbu i opstanak na tržištu.

Slika 1. Shema radnih zadataka prema radnom mjestu



Izvor: vlastita izrada autora

Uz vlasnicu, koja će biti na menadžerskoj funkciji u planu je stalno zaposliti dva administrativna i četiri terenska djelatnika. Poslovanje će se temeljiti na dvosmjernoj komunikaciji između vlasnice i zaposlenika, jer ipak su djelatnici ti koji su u neposrednom kontaktu sa kupcima, te iz druge perspektive mogu sagledati određenu poslovnu situaciju. Demokratskim pristupom prema zaposlenicima, odnosno uvažavanjem njihovih ideja i održavanjem dvosmjerne komunikacije ulaže se u motivaciju zaposlenika, ali i u lakšu organizaciju samog poslovanja. Održavanjem brainstorminga i team buildinga, davanjem bonusa za dobro odrađen posao, raznim edukacijama, ali i uspostavljanjem dobre poslovne klime utjecati će se na rast motivacije kod djelatnika.

8. MARKETING PROJEKTA

Marketing predstavlja vrlo važan odjel u procesu poslovanja svakog poduzeća, stoga je njemu dana prilično velika važnost. Turistička agencija je sastavila vlastiti marketinški plan u kojem se je pomno obradila svaka grana marketinga, sve sa ciljem odabira najbolje strategije za funkcioniranje na tržištu.

Odabir djelatnosti, nakon odluke bavljenja privatnim poduzetništvom je proizašao iz provedenih istraživanja, u kojima je glavno pitanje bilo "Što je današnjem čovječanstvu potrebno?". Odgovor na to pitanje je bio odmor, opuštanje, rekreacija i punjenje baterija za povratak u stvarni svijet. Od davnih dana je poznato da ljudi vole putovati, upoznavati nove gradove, kulture i jednostavno se odmaknuti od poznate sredine; laički rečeno, ohladiti glavu od briga i problema. Na temelju provedenih istraživanja tržišta donesen je zaključak da je najveća zainteresiranost turista, za ovaj oblik turizma u dobnom rasponu od 20-45 godina, te je ponuda usluga prilagođena tim rezultatima.

8.1. Aktivnosti - sastavnice promidžbenog programa

Kako bi se glas o agenciji što više proširio potrebno je odabrati pravilan splet promidžbenih aktivnosti i osmisliti dobru reklamu, koja će privući turiste da kupe turistički aranžman. U današnje vrijeme, vrijeme Interneta, vrlo je lako pustiti reklamu znajući da će je vidjeti veliki broj ljudi, ali isto tako treba biti svjestan da istu olakotnu okolnost ima i konkurencija, stoga su zaista veliki napori uloženi u izradu kvalitetne reklame.

Tablica 12. Popis aktivnosti i kvantifikacija promidžbenih aktivnosti

MJESECI PROJEKTA	PLANIRANE PROMIDŽBENE AKTIVNOSTI TIJEKOM AKTIVIZACIJSKOG RAZDOBLJA	ULAGANJA
7.	Web stranica, Facebook profil, Twitter profil	200,00
8.	Web stranica, Facebook profil, Twitter profil	200,00
9.	Web stranica, Facebook profil, Twitter profil	200,00
10.	Radijsko oglašavanje	2000,00
11.	Dijeljenje letaka	500,00
12.	Nagradne igre	500,00
	UKUPNO	3600,00
	PLANIRANE PROMIDŽBENE AKTIVNOSTI TIJEKOM PRVE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA	
1.	Web stranica, Facebook profil, Twitter profil	200,00
2.	Web stranica, Facebook profil, Twitter profil	200,00
3.	Nagradne igre	50,00
4.	Web stranica, Facebook profil, Twitter profil	200,00
5.	Televizijska reklama	10000,00
6.	Dijeljenje letaka	500,00
7.	Web stranica, Facebook profil, Twitter profil	200,00
8.	Plakati	1000,00
.....		
	SVEUKUPNA ULAGANJA	19200,00

Izvor: vlastita izrada autora

Sveukupna ulaganja na koncu prve godine eksploatacije projekta iznositi će 19.200,00 kn. Najunosnije i najskuplje su televizijske i radio reklame, te plakati postavljeni uz prometnice, također veliki naponi su uloženi i u on line marketing preko kojeg se nudi mogućnost nagradnih igara.

8.2. Ime tvrtke i slogan

Samo ime tvrtke na neki način je reklama, stoga ono mora biti zvučno, lako pamtljivo te mora asocirati na primarnu djelatnost kojom se poduzeće bavi. Odabrano ime "Fun & Relax" asocira na zabavu i opuštanje, upravo oni osjećaji koji se, kroz djelovanje agencije, pokušavaju pobuditi u ljudima.

8.3. Grafičko i likovno rješenje zaštitnog znaka

Slika 2. Logo tvrtke



Izvor: vlastita izrada autorice

Zaštitni znak je jedna od prvih stavki koju će kupac primjetiti i zbog kojeg će agencija biti prepoznatljiva na tržištu. Mora biti upečatljiv i prikazivati primarnu djelatnost kojom se poduzeće bavi.

9. FINANCIJSKI PODACI PROJEKTA

9.1. Projekcija ulaganja u stalna i obrtna sredstva

Stalna sredstva su sredstva koja se koriste duže vremensko razdoblje i njihova se potrošnja odvija kroz više proizvodnih ciklusa, odnosno troše se postepeno. Obrtna sredstva su imovina s kojom poduzeće raspolaže, a vijek trajanja im je manji od godine dana.

Tablica 12. Projekcija visine i strukture ukupnih ulaganja

Red. broj	STAVKE STALNIH I TRAJNIH OBRJNIH SREDSTAVA	IZNOS	STRUKTURA	
I.	STALNA SREDSTVA – UKUPNO	450.000,00		69,23%
I.A.	Nematerijalna imovina – ukupno	100.000,00	100%	
1.	Osnivački izdaci	40.000,00	40%	
2.	Patenti, licencije, goodwill i sl.	15.000,00	15%	
3.	Copyright, software i slično	15.000,00	15%	
4.	Ostala nematerijalna imovina	30.000,00	30%	
I.B.	Materijalna imovina – ukupno	350.000,00	100%	
1.	Građevinski objekti	210.000,00	60%	
2.	Postrojenja i oprema	65.000,00	18,57%	
3.	Pribor, alati i slično	20.000,00	3,08%	
4.	Invetar, pokućstvo i ostalo	25.000,00	7,14%	
5.	Ostala materijalna imovina	30.000,00	8,57%	
II.	OBRITNA SREDSTVA – UKUPNO	200.000,00	100%	30,76%
2.	Materijal	10.000,00	5%	
3.	Plaće	180.000,00	90%	
4.	Ostala trajna obrtna sredstva	10.000,00	5%	
I+II	UKUPNO POTREBITA SREDSTVA	650.000,00		100%

Izvor: vlastita izrada autora

U stalna sredstva uloženo je ukupno 450.000,00 kn, što u ukupnoj strukturi ulaganja iznosi 69,23 %, dok je u obrtna sredstva uloženo 200.000,00 kn odnosno 30,76 %. U nematerijalnu imovinu uloženo je 100.000,00 kn, a u materijalnu imovinu 350.000,00 kn.

9.2. Projekcija otplate zajma

S obzirom na nedostatak vlastitih sredstava potrebnih za osnivanje i širenje poduzeća, firma "Fun & Relax" odlučila se na kredit u Privrednoj banci Zagreb.

Tablica 13. Projekcija otplate zajma

Godina otplate	Iznos anuiteta	Iznos kamata	Otplatne kvote	Ostatak duga u kunama
0.	—	—	—	320.000,00
1.	51.362,03	9.600,00	41.762,03	278.237,97
2.	51.362,03	8.347,14	43.014,90	235.223,07
3.	51.362,03	7.056,70	44.305,34	190.917,73
4.	51.362,03	5.727,53	45.634,50	145.283,23
5.	51.362,03	4.358,50	47.003,53	98.279,70
6.	51.362,03	2.948,39	48.413,64	49.866,06
7.	51.362,03	1.495,99	49.866,05	-0,01
UKUPNO	359.534,21	39.534,51	319.999,70	

Izvor:vlastita izrada autora

U tablici je prikazana projekcija otplate zajma u iznosu od 320.000,00 kn. Rok otplate zajma je 7 godina, uz kamatnu stopu od 3%, što na kraju sedme godine iznosi 39.534,51 kn.

9.3. Projekcija amortizacije i ostatak vrijednosti

Amortizacija podrazumijeva postepeno trošenje materijalne i nematerijalne imovine te prenošenje dijela vrijednosti imovine na nove proizvode.

Tablica 14. Projekcija godišnje amortizacije i ostatak vrijednosti projekta

Redni broj	STAVKE SREDSTAVA	Nabavna vrijednost	Stopa amortizacije	NULTA I PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE							
				0-ta.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	STALNA SREDSTVA – UKUPNO				74.300,00	74.300,00	74.300,00	74.300,00	74.300,00	59.300,00	59.300,00
A.	Nematerijalna imovina – ukupno				40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
1.	Osnivački izdaci	40.000,00	20%		8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
2.	Patenti, licencija i sl.	15.000,00	20%		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
3.	Copyright, trademark i sl.	15.000,00	20%		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
4.	Ostala nematerijalna imovina	30.000,00	20%		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
B.	Materijalna imovina – ukupno				34.300,00	34.300,00	34.300,00	34.300,00	34.300,00	19.300,00	19.300,00
1.	Građevinski objekti	210.000,00	3%		6.300,00	6.300,00	6.300,00	6.300,00	6.300,00	6.300,00	6.300,00
2.	Postrojenja i oprema	65.000,00	20%		13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00
3.	Pribor, alati i slično	20.000,00	20%		4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00		
4.	Inventar, pokućstvo i slično	25.000,00	20%		5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00		
5.	Ostala materijalna imovina	30.000,00	20%		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00		
II.	OBRTNA SREDSTVA – UKUPNO										
A.	Ulaganja u trajna obrtna sredstva	200.000,00									
III.	PROJEKT - UKUPNO (I+II)				74.300,00	74.300,00	74.300,00	74.300,00	74.300,00	59.300,00	59.300,00

Izvor: Vlastita izrada autora

U tablici je prikazana projekcija godišnje amortizacije za 7 godina eksploatacije projekta. Izračunana je na način da se od nabavne cijene izračuna postotak, odnosno stopa amortizacije. Amortizacija za prvih 5 godina iznosi 74.300,00 kn, a za posljednje dvije 59.300,00 kn.

9.4. Projekcija prihoda

Poslovni prihodi nastaju prodajom proizvoda i usluga poduzeća. Projekcija prihoda i rashoda je bitna, kako bi se u konačnici mogla izraditi projekcija računa dobiti i gubitka.

Tablica 15. Dinamička projekcija prihoda

Red.broj	STAVKE PRIHODA PRODANIH USLUGA I ROIZVODA	PRIHODI TIJEKOM PROMATRANIH GODINA EKSPLOATACIJE							UKUPNO
		1.god.	2. god.	3.god.	4. god.	5. god.	6. god	7. god.	
1.	PRIHOD OD PRIJEVOZA	200.150,00	200.250,00	200.300,00	200.450,00	200.500,00	200.700,00	210.300,00	1.412.650,00
2.	PRIHOD OD UGOSTITELJSTVA I HOTELIJERSTVA	150.050,00	150.200,00	150.250,00	150.300,00	150.400,00	150.500,00	160.000,00	1.061.700,00
3.	PRIHOD OD AKTIVNOSTI U PROGRAMU PUTOVANJA	365.000,00	365.500,00	376.000,00	390.000,00	450.000,00	470.000,00	500.000,00	2.916.500,00
4.	PRIHOD OD USLUGA STRUČNOG OSOBLJA	125.000,00	130.000,00	135.000,00	140.000,00	145.000,00	160.000,00	170.000,00	1.005.000,00
5.	PRIHOD OD NAJMA I PRODAJE OPREME	100.020,00	100.050,00	100.100,00	100.120,00	100.200,00	100.250,00	100.300,00	701.040,00
6.	PRIHOD OD OSTALIH USLUGA	50.000,00	55.000,00	58.000,00	53.000,00	68.000,00	70.000,00	75.000,00	429.000,00
	UKUPAN PRIHOD	990.220,00	1.001.000,00	1.019.650,00	1.033.870,00	1.114.100,00	1.151.450,00	1.215.600,00	7.525.890,00

Izvor: vlastita izrada autora

Iz prikazane tablice može se vidjeti da očekivani prihodi na kraju sedme godine iznose 7.525.890,00 kn. U projekciju prihoda uključeni su prihod od prijevoza, prihod od ugostiteljstva i hotelijerstva, prihod od grupnih aranžmana, prihod od usluga stručnog osoblja, prihod od najma i prodaje opreme i prihod od ostalih usluga. Najveći priljev novca, 2.916.500,00 kn, dolazi od grupnih aranžmana, koji su organizirani kao grupni višednevni izleti s raznovrsnim uključenim aktivnostima.

9.5. Projekcija rashoda

Projekcija rashoda je bitna kako bi se troškove poslovanja imalo pod kontrolom i s njima lakše upravljalo. Napravljena je dinamička projekcija rashoda za sedam godina eksploatacije projekta.

Tablica 16. Dinamička projekcija rashoda

Red.broj	STAVKE RASHODA - TROŠKOVI PROJEKTA	RASHODI - TROŠKOVI TIJEKOM PROMATRANIH GODINA EKSPLOATACIJE PROJEKTA							UKUPNO
		1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	5. god.	6. god.	7. god.	
1.	Materijalni troškovi	330.000,00	330.300,00	330.400,00	330.800,00	340.000,00	360.000,00	360.500,00	2.382.000,00
2.	Troškovi usluga	41.000,00	41.300,00	41.500,00	42.000,00	42.200,00	42.300,00	42.500,00	292.800,00
3.	Troškovi amortizacije	74.300,00	74.300,00	74.300,00	74.300,00	74.300,00	59.300,00	59.300,00	475.100,00
4.	Ostali troškovi poslovanja	500,00	510,00	520,00	550,00	570,00	600,00	620,00	3.870,00
5.	Troškovi osoblja	270.000,00	270.000,00	270.100,00	270.500,00	270.600,00	271.200,00	271.250,00	1.893.650,00
6.	Financijski troškovi	5.000,00	5.500,00	5.600,00	5.700,00	5.800,00	5.850,00	5.900,00	39.350,00
7.	Troškovi kamata	9.600,00	8.347,14	7.056,70	5.727,53	4.358,50	2.948,39	1.495,99	39.534,25
8.	Izvanredni rashodi	400,00	430,00	450,00	500,00	550,00	600,00	650,00	3.580,00
UKUPNI RASHODI – TROŠKOVI		730.800,00	730.687,14	729.926,70	730.077,53	738.378,50	742.798,39	742.215,99	5.144.884,25

Izvor: vlastita izrada autora

Ukupni rashodi na kraju sedme godine eksploatacije projekta iznose 5.144.884,25 kn. Najveći troškovi pokazali su se u materijalnim troškovima, 2.382.000,00 kn te troškovima osoblja 1.893.650,00 kn. Tijekom vremena, pokušati će se utjecati na smanjenje troškova.

9.6. Projekcija računa dobiti i gubitka

Račun dobiti i gubitka sastavljen je kako bi se opravdala isplativost projekta, odnosno kako bi se prikazala uspješnost projekta za vremensko razdoblje od 7 godina.

Tablica 17. Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka

Red.br oj	STAVKE PRIHODA I RASHODA DOBIT/GUBITAK PROJEKTA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA							UKUPNO
		1. god.	2. god.	3.god.	4.god.	5.god.	6.god	7.god.	
I.	UKUPNI PRIHODI	990.220,00	1.001.000,00	1.019.650,00	1.033.870,00	1.114.100,00	1.151.450,00	1.215.600,00	7.525.890,00
II.	UKUPNI RASHODI	730.800,00	730.687,14	729.926,70	730.077,53	738.378,50	742.798,39	742.215,99	5.144.884,14
III.	UKUPNA DOBIT – GUBITAK	259.420,00	270.312,86	289.723,30	303.792,47	375.721,50	408.651,61	473.384,01	2.381.005,86
	Porez na dobit 20 %	51.884,00	54.062,57	57.944,66	60.758,49	75.144,32	81.730,32	94.676,80	476.201,16
IV.	ČISTA DOBIT	207.536,00	216.250,29	231.778,64	243.034,00	300.577,20	326.921,29	378.707,21	1.904.804,72
	Zakonske pričuve	10.376,80	10.812,51	11.588,93	12.151,70	15.028,86	16.346,06	18.935,36	95.240,22
	Statutarne pričuve	10.376,80	10.812,51	11.588,93	12.151,70	15.028,86	16.346,06	18.935,36	95.240,22
	Ostale pričuve								
V.	ZADRŽANA DOBIT	186.782,40	194.625,26	208.600,78	218.730,60	270.519,48	394.229,16	340.836,49	1.814.324,25

Izvor: vlastita izrada autora

Tablica 18 pokazuje da ukupna zadržana dobit od prve do sedme godine iznosi 1.814.324,25 kn. Zadržana dobit će u prvoj godini eksploatacije projekta iznositi 186.782,40 kn, a u sedmoj godini 340.836,49 kn, što označava povećanje dobiti za 54,80 %. Ukoliko se uspije utjecati na smanjenje troškova iz tablice 17., zadržana dobit na kraju sedme godine mogla bi biti i veća.

9.7. Projekcija ekonomskih i financijskih tijekova

Ekonomski tok je prikaz poslovnih događaja koji utječu na kretanje ekonomskog potencijala projekta, a razlikuje se od financijskog tijeka po tome što se u primitke ne uključuju izvori financiranja, a među izdatke izdaci za otplatu zajmova. Financijski tok prikazuje likvidnost projekta, a ekonomski rentabilnost projekta.

Tablica 18. Dinamička projekcija ekonomskih tijekova

Red.broj	STAVKE PRIMITAKA I IZDATAKA	NULTA I PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA								UKUPNO
		0.god.	1.god.	2.god.	3.god.	4.god.	5.god.	6.god.	7.god.	
I.	UKUPNI PRIMICI	0	990.220,00	1.001.000,00	1.019.650,00	1.033.870,00	1.114.100,00	1.151.450,00	1.215.600,00	7.525.890,00
1.	Ukupni prihodi		990.220,00	1.001.000,00	1.019.650,00	1.033.870,00	1.114.100,00	1.151.450,00	895.600,00	7.205.890,00
2.	Ostatak vrijed.stalnih sred.									
3.	Ostatak vrijed. Obrtnih sred.								200.000,00	200.000,00
II.	UKUPNI IZDACI	650.000,00	779.880,00	777.648,00	778.284,00	780.060,00	791.664,00	816.660,00	817.704,00	6.191.900,00
1.	Ulaganja u stalna sredstva	450.000,00								450.000,00
2.	Ulaganja u obrtna sredstva	200.000,00								200.000,00
3.	Rashodi (bez amor. I kamata)		649.900,00	648.040,00	648.570,00	650.050,00	659.720,00	680.550,00	681.420,00	4.572.134,89
4.	Porez na ukupnu dobit 20%)		129.980,00	129.608,00	129.714,00	130.010,00	131.944,00	136.110,00	136.284,00	923.650,00
III.	ČISTI PRIMICI I.-II.)	650.000,00	210.340,00	223.352,00	241.366,00	253.810,00	322.436,00	334.790,00	397.896,00	1.333.990,00
IV.	KUMUL. ČISTI PRIMITAKA	650.000,00	439.660,00	-216.308,00	25.056,00	278.866,00	601.302,00	936.092,00	1.333.990,00	

Izvor: vlastita izrada autora

Na kraju sedme godine ukupni primici iznose 1.215.600,00 kn, ukupni izdaci 817.704,00 što znači da su čisti primici 397.896,00 kn. Kumulativ čistih primitaka iznosi 1.333.990,00 kn.

Tablica 19. Dinamička projekcija financijskih tijekova

Red Broj	STAVKE PRIMITAKA I IZDATAKA	NULTA I PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA								UKUPNO
		0.-god.	1.god.	2.god.	3.god.	4.god.	5.god.	6.god.	7.god.	
I.	UKUPNI PRIMICI	650.000,00	990.220,00	1.001.000,00	1.019.650,00	1.033.870,00	1.114.100,00	1.151.450,00	1.215.600,00	8.175.890,00
1.	Ukupni prihodi		990.220,00	1.001.000,00	1.019.650,00	1.033.870,00	1.114.100,00	1.151.450,00	1.215.600,00	7.525.890,00
2.	Vlastiti izvori financiranja	250.000,00								250.000,00
3.	Bankarski zajmovi	320.000,00								320.000,00
4.	Ostatak vrijed.obrtnih sred.								320.000,00	320.000,00
II.	UKUPNI IZDACI	650.000,00	831.242,03	829.010,03	829.646,03	831.422,03	843.026,03	868.022,03	869.066,03	6.551.434,21
1.	Ulaganja u stalna sredstva	450.000,00								
2.	Ulaganja u obrtna sredstva	200.000,00								
3.	Rashodi (bez amort. i kamata)		649.900,00	648.040,00	648.570,00	650.050,00	659.720,00	680.550,00	681.420,00	4.618.250,00
4.	Porez na dobit (20%)		129.980,00	129.608,00	129.714,00	130.010,00	131.944,00	136.110,00	136.284,00	923.650,00
5.	Anuiteti bankarskih zajmova		51.362,03	51.362,03	51.362,03	51.362,03	51.362,03	51.362,03	51.362,03	359.534,21
III.	ČISTI PRIMICI (I.-II.)	0	158.977,97	171.989,97	190.003,97	202.447,97	271.073,97	283.427,97	346.533,97	1.624.455,79
IV.	KUMULAT. ČISTI PRIMITAKA	0	158.977,97	330.967,94	520.971,91	723.419,88	994.493,85	1.277.921,82	1.624.455,79	

Izvor: Vlastita izrada autora

Razlikom ukupnih primitaka i ukupnih izdataka dobivaju se čisti primici koji na kraju sedme godine iznose 346.533,97 kn, a kumulativ čistih primitaka iznosi 1.624.455,79 kn. Ukupna razlika svih sedam godina između primitaka i izdataka iznosi 1.624.455,79, čime se može potvrditi povratak ulaganja sredstava nakon sedam godina.

10. OCJENA UČINKOVITOSTI PROJEKTA

Ocjenu učinkovitosti projekta nužno je izraditi kako bi se dokazala isplativost projekta. Projekt se ocjenjuje pomoću standardnih metoda; razdoblje povrata, godišnja stopa prinosa, pravilo palca, točka pokrića, čista i relativna sadašnja vrijednost, analiza likvidnosti i senzitivna analiza.

10.1. Razdoblje povrata

Razdoblje povrata ulaganja podrazumijeva najkraće vrijeme koje je potrebno da se povрати izvorno ulaganje. Što je vrijeme povrata kraće, to je projekt prihvatljiviji i obratno.

Tablica 20. Izračun razdoblja povrata ulaganja

Godina projekta	ULAGANJA U PROJEKT		ČISTI PRIMICI EKON. TIJEKA		Nepokrivene investicije
	Godišnji iznos	Kumulativ	Godišnji iznos	Kumulativ	
0.	650.000,00	650.000,00	0	0	-650.000,00
1.		650.000,00	210.340,00	210.340,00	-439.660,00
2.		650.000,00	223.352,00	433.690,00	-5.970,00
3.		650.000,00	241.366,00	464.718,00	458.748,00
4.		650.000,00	253.810,00	495.176,00	953.924,00
5.		650.000,00	322.436,00	576.246,00	1.530.170,00

Izvor: vlastita izrada autora

Pozitivne investicije očekuju se u trećoj godini u iznosu od 458.748,00 kn, a na kraju pete godine 1.530.170,00. Zaključak je da je vrijeme povrata investicije tri godine te da se i ubuduće očekuju pozitivni rezultati.

10.2. Godišnja stopa prinosa

Stopa prinosa pokazuje profitnu učinkovitost poslovnog plana. Poželjno je da projekt ima višu stopu prinosa.

Tablica 21. Godišnja stopa prinosa

Godina projekta	ND	Io	SP %
1.	207.536,00	650.000,00	31.93
2.	216.250,29	650.000,00	33,27
3.	231.778,64	650.000,00	35.66
4.	243.034,00	650.000,00	37.39
5.	300.577,29	650.000,00	46.24

Izvor: vlastita izrada autora

Prve godine eksploatacije projekta, stopa prinosa iznosi 31.93 %, a na kraju pete godine 46,24 %, što pokazuje rast od 14.31 %. S obzirom na rezultate u prvih pet godina, očekuje se kontinuirani rast i u narednim godinama eksploatacije projekta.

10.3. Pravilo palca

Pravilo palca ili pravilo 72 prikazuje visinu prinosa potrebnu za udvostručenje iznosa u određenom broju godina. Računa se na način da se broj 72 podijeli sa godišnjom visinom prinosa te se na taj način dobije broj godina koje su potrebne da se iznos udvostruči.

Primjena pravila:

Primjer 1. Izračunava se stopa prinosa na razdoblje od 5 godina

$$n- 5 \text{ godina} \quad 72:5 = 14,4 \%$$

- Stopa prinosa za 5 godina iznosi 14,4 %

Primjer 2. Izračunava se broj godina uz stopu prinosa od 12%

$$P - 12\% \quad 72 : 12 = 6 \text{ godina}$$

- Uz stopu prinosa od 12% potrebno je 6 godina za udvostručenje početne investicije

10. 4. Čista i relativna sadašnja vrijednost

Čista sadašnja vrijednost predstavlja sadašnju vrijednost čistih novčanih tokova, umanjenu za investicijske troškove. Investicijski projekti koji imaju negativnu čistu sadašnju vrijednost umanjuju sadašnju vrijednost tvrtke, a prag prihvatljivosti projekta je nulta čista sadašnja vrijednost.⁸

Tablica 22. Izračun čiste sadašnje vrijednosti

Godine projekta	ČISTI PRIMICI EKONOMSKOG TIJEKA	DISKON. STOPA	DISKON. ČINITELJ	SADAŠNJA VRIJEDNOST	KUMULATIV
0.	Iznos ulaganja -- 650.000,00	1			-650.000,00
1.	210.340,00	7	0,93	196.579,44	-453.420,56
2.	223.352,00	7	0,87	195.084,29	-258.336,27
3.	241.366,00	7	0,82	197.026,55	-61.309,72
4.	253.810,00	7	0,76	193.630,43	132.320,71
UKUPNA SADAŠNJA VRIJEDNOST PRIMITAKA				782.320,71	
ČISTA SADAŠNJA VRIJEDNOST PROJEKTA				132.320,71	

Izvor: vlastita izrada autora

Iz izračuna je vidljivo da projekt postaje isplativ nakon treće godine eksploatacije. Čista sadašnja vrijednost, nakon četvrte godine eksploatacije projekta i diskontiranom stopom od 7% iznosi 132.320,71 kn.

⁸Poslovni dnevnik, <http://www.poslovni.hr/leksikon/cista-sadasnja-vrijednost-118>, (03. 05. 2019.)

10.5. Analiza likvidnosti

Likvidnost se može definirati kao sposobnost da se sredstvo iz nekog oblika pretvori u novac. Analiza likvidnosti pokazuje ima li poduzeće dovoljno sredstava za podmirenje kratkoročnih obveza. Pokazatelji likvidnosti daju dobru sliku o uspješnosti poduzeća i pokazuju smjer kretanja likvidnosti kroz određeni period.

10. 6. Analiza osjetljivosti

Analiza osjetljivosti je jednostavan način za procjenu rizika, a sastoji se od postupka opterećivanja projekta s različitim negativnim situacijama koje se mogu pojaviti tijekom životnog vijeka projekta.⁹

⁹Hrčak, <https://hrcak.srce.hr/76457?lang=en>, (13. 05. 2019.)

Tablica 23. Penalizirana projekcija računa dobiti - gubitka (senzitivna analiza)

Red. Broj	STAVKE PRIHODA I RASHODA DOBIT/GUBITAK PROJEKTA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA					UKUPNO
		1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	5. god.	
I A	Ukupni prihodi A	990.220,00	1.001.000,00	1.019.650,00	1.033.870,00	1.114.100,00	5.158.840,00
	(minus 10 %) prva pretpostavka	99.022,00	100.100,00	101.965,00	103.387,00	111.410,00	515.884,00
	(minus 5 %) druga pretpostavka	49.511,00	50.050,00	50.982,50	51.693,50	55.705,00	257.942,00
I B	Ukupni prihodi B	841.687,00	850.850,00	866.702,50	878.789,50	946.985,00	4.385.014,00
II A	Ukupni rashodi A	730.800,00	730.687,14	729.926,70	730.077,53	738.378,50	3.659.869,87
	(plus 10 %) treća pretpostavka	73.080,00	73.607,81	72.992,67	73.007,75	73.837,85	366.526,08
	(plus 5 %) četvrta pretpostavka	36.540,00	36.534,36	36.496,34	36.503,88	36.918,93	182.993,51
II B	Ukupni rashodi B	840.420,00	840.289,31	839.415,71	766.581,41	849.135,28	4.135.841,71
III A	UKUPNA DOBIT A (IA - IIA)	259.420,00	270.312,86	289.723,30	303.792,47	375.721,50	1.498.970,13
III B	UKUPNA DOBIT B (IB - IIB)	1.867,00	10.561,00	27.286,80	112.208,09	97.849,72	249.772,61
P1	minus 20 % poreza na dobit	51.884,00	54.062,57	57.944,66	60.758,49	75.144,30	299.794,02
P2	minus 20 % poreza na dobit	373,40	2.112,20	5.457,36	22.441,62	19.569,94	49.954,52
IV A	ČISTA DOBIT A (IIIA - P1)	207.536,00	216.250,29	231.778,64	243.033,98	300.577,20	1.199.176,11
IV B	ČISTA DOBIT B (IIIB-P2)	1.493,60	8.448,80	21.829,44	89.766,47	78.279,78	199.818,09

Izvor: Vlastita izrada autora

U tablici 24 prikazana je penalizirana projekcija računa dobiti i gubitka. Nakon provedbe analize može se zaključiti da čista dobit A na kraju pete godine iznosi 300.577,20 kn, a čista dobit B, odnosno dobit koja je bila podložna pretpostavkama 78. 279,78 kn.

10.7. Pismo primatelju

Fun & Relax

Agencija za avanturistički
turizam

Rakovac 1,47000 Karlovac

Tel: 047/ 558-836

Privredna banka Zagreb d.d.

Radnička cesta 50,

10 000 Zagreb

Poštovani,

Obraćam Vam se ovim putem, s ciljem odobrenja zajma za pokretanje poslovnog pothvata. Nastavno na telefonski razgovor obavljen 15. svibnja 2019. godine, želim Vas obavijestiti da je poslovni projekt pod nazivom „Agencija za avanturistički turizam Fun & Relax“, poslan na Vašu adresu.

Poslovni projekt rezultat je ideje Anite Rupčić. U njemu je prikazana realizacija ideje, potrebna ulaganja te isplativost projekta na razdoblje od 5 godina. Za pokretanje projekta potrebno je sveukupno uložiti 650.000,00 kn, od kojih je 250.000,00 vlastitih sredstava, 80.000,00 bespovratnih sredstava, te je još potrebno 320.000,00 kn zajma. U projektu je prikazana i ocjena učinkovitosti projekta, čiji su rezultati svi pozitivni, a povrat uložениh sredstava očekuje se u trećoj godini eksploatacije projekta.

Zahvaljujem Vam se na vremenu te ukoliko bude potrebno, sa zadovoljstvom ću Vam naknadno poslati sve potrebne informacije.

Nadam se pozitivnom odgovoru i veselim sklapanju poslovne suradnje.

S poštovanjem,

Anita Rupčić

11.ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je sposobnost pojedinca ili grupe ljudi da uz dobru i kreativnu ideju, kapital i preuzimanje rizika uđu u poslovni pothvat s ciljem ostvarenja profita. Kako bi se dokazala isplativost projekta potrebno je zasebno razraditi svaku razinu eksploatacije projekta, što se najlakše prikazuje kroz poslovni plan. Poslovni plan sadrži sve bitne informacije vezane za projekt; opis i nastanak poduzetničke ideje, potrebna ulaganja za eksploataciju projekta, financijska izvješća i ocjenu učinkovitosti projekta, sve sa ciljem dokazivanja isplativosti projekta.

Turizam možemo definirati kao kretanje pojedinca iz mjesta stalnog boravka u druge destinacije zbog odmora, rekreacije, vjerskih razloga i sl. S obzirom na ubrzan razvoj turizma posljednjih godina ideja za poslovni plan proizašla je iz činjenice da se veliki broj turista odlučuje za avanturistički turizam, jer on na najbolji način može spojiti čovjeka sa prirodom.

Poslovni plan predstavljen u ovom završnom radu napisan je na primjeru agencije za avanturistički turizam „Fun & Relax“. S obzirom na užurbani ritam života, stres i rutinu u koju mnogi ljudi s vremenom upadnu, avanturistički turizam pravi je izbor za razbijanje upravo te rutine. Agencija za avanturistički turizam „Fun & Relax“, upravo na tome gradi svoju ponudu. Ponuda je u potpunosti prilagođena ciljnom tržištu, a cijena formirana na temelju mogućnosti tržišta i konkurencije. Za pokretanje projekta potrebno je uložiti 650.000,00 kn, od kojih je 250.000,00 kn vlastitih sredstava, 80.000,00 kn bespovratnih sredstava i 320.000,00 kn zajam u Privrednoj banci Zagreb. Na temelju provedene financijske analize i ocjene učinkovitosti projekta, zaključeno je da je projekt isplativ. Povrat uložених sredstava očekuje se u trećoj godini eksploatacije projekta, a čista sadašnja vrijednost projekta iznosi 132.320,71 kn. Godišnja stopa prinosa na kraju pete godine iznosi 46,24 %, a nakon provođenja senzitivne analize, čista dobit na kraju pete godine iznosi 78.279,78kn. Rezultati iz svake provedene analize i istraživanja su pozitivni, stoga se sa sigurnošću može reći da ovaj projekt ima elemente za daljnji rast i razvoj.

POPIS LITERATURE

Stručna literatura

1. Čorak S. et.al.: Hrvatski turizam – plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006. God
2. Kuvačić N.; Beretin: Biznis plan ili poduzetnički projekt; Split, 2012. God
3. Škrtić M., Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac 2008. God
4. Wasserbauer B., Varičak I.: Znanstveni i stručni rad – načela i metode, Veleučilište u Karlovcu, 2009. God

Internet

5. Cabar, <http://www.cabar.hr/wp-content/uploads/2011/11/POSLOVNI-PLAN-PODUZETNIKA-hrv.pdf>, 27.06. 2019. god
6. Hrčak, <https://hrcak.srce.hr/76457?lang=en>, 13.05.2019. god
7. Odraz, <http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/pojmovnik/strategija-europa-2020>, 27.06.2019. god
8. Poslovni dnevnik, <http://www.poslovni.hr/leksikon/cista-sadasnja-vrijednost-118>, 03.05. 2019. God
9. Profitiraj.hr, <https://profitiraj.hr/financijski-pokazatelji-pokazatelji-likvidnosti/>, 13.05.2019. god
10. PVZG, <http://www.vpsz.hr/media/files/skripta-osnovepoduzetnistva-03-2013.pdf>, 24.06.2018. god
11. Recupero, <http://recupero.com.hr/blog-objava/poduzetnistvo/>, 27. 06. 2019. God
12. Referada, <http://www.referada.hr/wp-content/uploads/2014/07/TURIZAM-skripta-prema-knjizi.pdf>, 01.07.2019. god
13. Repozitorij, <https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin:1912/preview>, 06.05.2019.god
14. Upravljanje financijama, http://www.revizorska-komora.hr/pdf/Edukacija_2012/Upravljanje%20financijama_formule%20i%20tablice.pdf, 06. 05. 2019. God

POPIS SLIKA

SLIKA 1. SHEMA RADNIH ZADATAKA PREMA RADNOM MJESTU.....	26
SLIKA 2. LOGO TVRTKE	29

POPIS TABLICA

Tablica 1. Projekcija stalnih sredstava I izvora kapitala.....	11
Tablica 2. Aktivizacijsko razdoblje	12
Tablica 3. Ljestvice zahtjevnosti turističkih paketa.....	15
Tablica 4. Komparacija konkurencijskih prednosti	17
Tablica 5. Projekcija godišnje prodaje I prihoda od prodaje.....	19
Tablica 6. Projekcija ulaganja u stalna sredstva	21
Tablica 7. Projekcija ulaganja u materijalne inpute.....	22
Tablica 8. Projekcija zaposlenika.....	23
Tablica 9. Projekcija zaštitnih mjera.....	24
Tablica 10. Aktivizacijsko razdoblje	25
Tablica 11. Popis aktivnosti I kvantifikacija promidžbenih aktivnosti.....	28
Tablica 12. Projekcija visine I strukture ukupnih ulaganja	30
Tablica 13. Dinamička projekcija otplate zajma	31
Tablica 14. Projekcija godišnje amortizacije I ostatak vrijednosti projekta.....	32
Tablica 15. Dinamička projekcija prihoda.....	33
Tablica 16. Dinamička projekcija rashoda	34
Tablica 17. Dinamička projekcija računa dobiti I gubitka.....	35
Tablica 18. Dinamička projekcija ekonomskih tješkova	36
Tablica 19. Dinamička projekcija financijskih tješkova.....	37
Tablica 20. Izračun razdoblja povrata ulaganja	38
Tablica 21. Godišnja stopa prinosa.....	39
Tablica 22. Izračun čiste sadašnje vrijednosti	40
Tablica 23. Penalizirana projekcija računa dobiti – gubitka (senzitivna analiza)	42