

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU SAMOPOSLUŽNE AUTOPRAONICE „BRM-BRM WASH“

Vučković, Dino

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:526814>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-02**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

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



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Dino Vučković

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU SAMOPOSLUŽNE
AUTOPRAONICE „BRM-BRM WASH“

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

Dino Vučković

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU SAMOPOSLUŽNE
AUTOPRAONICE „BRM-BRM WASH“**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

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

Matični broj studenta: 0618612056

Karlovac, 2021.

ZAHVALA

U ovom dijelu rada, želim se zahvaliti svim profesorima što su mi omogućili kvalitetnu poduku i obrazovanje. Ovo obrazovanje ne smatram krajem, nego početkom novog života i cjeloživotnog učenja. Posebnu zahvalu dajem profesorici Andreji Primužak, koja mi je pristala biti mentorica, i svojim savjetima vodila kroz pisanje ovog završnog rada.

Najveću zahvalu upućujem svojoj supruzi Adriani, koja mi je tokom cijelog mog studiranja bila podrška, i koja mi je pružala nesebičnu potporu i razumijevanje u teškim situacijama.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Struktura rada	1
2. TEORIJSKI DIO	2
2.1. Pojmovno određenje poduzetništva	2
2.2. Klasifikacija poduzetništva.....	2
2.2.1. Tradicionalno poduzetništvo	2
2.2.2. Korporativno poduzetništvo	2
2.2.3. Socijalno poduzetništvo	2
2.3. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo	3
2.4. Pojmovno određenje poduzetnika.....	4
2.5. Tipovi poduzetnika	5
2.6. Ključne osobine uspješnog poduzetnika.....	6
2.7. Moguće strategije ulaska u poduzetništvo	7
2.7.1. Započinjanje od nule.....	7
2.7.2. Kupnja postojećeg poduzeća	7
2.7.3. Kupnja franšize	8
2.8. Pravni oblici poduzeća.....	8
3. PRAKTIČNI DIO	11
3.1. Podaci o investitoru	11
3.2. Asortiman usluga	11
3.3. Tržišni podaci	11
3.4. Potrebna ulaganja.....	12
3.5. Potrebni zaposlenici.....	12
3.6. Izvori kapitala	12
3.7. Aktivizacijsko razdoblje	12
3.8. Zaštitne mjere	13
3.9. Pokazatelj 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 i usluga	14

5. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA.....	15
5.1. Projekcija ciljnih tržišta	16
5.2. Projekcija konkurencije	16
5.3. Projekcija cijena.....	18
5.4. Projekcija prodaje i prihoda.....	18
6. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA.....	19
6.1. Projekcija lokacije.....	19
6.2. Projekcija kapaciteta	19
6.3. Projekcija stalnih sredstava.....	19
6.4. Projekcija materijalnih inputa	20
6.5. Projekcija zaposlenika	21
6.6. Projekcija zaštitnih mjera.....	22
6.7. Projekcija aktivizacijskog razdoblja	22
7. MENADŽMENT PROJEKTA.....	24
8. MARKETING PROJEKTA	25
8.1. Aktivnosti marketinških programa	25
8.2. Ime tvrtke i slogan	26
8.3. Likovno rješenje zaštitnog znaka.....	26
8.4. Promidžbene aktivnosti.....	26
9. FINACIJSKI PODACI.....	27
9.1. Struktura ulaganja u trajna i obrtna sredstva	27
9.2. Projekcija otplate zajma.....	28
9.3. Projekcija amortizacije	28
9.4. Projekcija prihoda.....	30
9.5. Projekcija rashoda.....	31
9.6. Projekcija računa dobiti i gubitka	31
9.7. Finacijski i ekonomski tijek.....	32
10. OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA	36
10.1. Razdoblje povrata	36
10.2. Godišnja stopa prinosa.....	37
10.3. Pravilo palca	37
10.4. Čista sadašnja vrijednost.....	37
10.5. Interna stopa profitabilnosti	38
10.6. Analiza likvidnosti	39

10.7. Pismo primatelju	42
11. ZAKLJUČAK	43
POPIS LITERATURE	44
POPIS ILUSTRACIJA.....	45

SAŽETAK

Poduzetništvo je jedna od najvažnijih grana gospodarstva, ali nadasve je važna značajka i za samo društvo. Poduzetništvo na neki način možemo gledati i sa strane „kockanja“ jer sami ishod poslovnog uspjeha ponekad ne ovisi samo o dobroj ideji i poznavanju tržišnih prilika, već ovisi dosta i o sreći. Poduzetnik je osoba koja je po svojoj prirodi vrlo inteligentna, pronicljiva, izrazito sposobna da neku svoju ideju pretvori u poduzetnički projekt koji će biti prepoznat na tržištu konkurencije. Mora biti spreman na odricanja, odlučan u svojoj namjeri da pretvori svoju ideju u koristan poduzetnički pothvat, koji će biti veliki doprinos njegovoj zajednici, a i samome gospodarstvu.

Poduzetnik mora biti sposoban da pokori sve tržišne neprilike, da pokuša procijeniti misli, tehnike i buduće korake konkurenta, te da na taj način bude ispred njega. Mora biti svjestan rizika, promjena na tržištu, želja i potreba kupaca, te uvijek od najgorega mora moći napraviti najbolje.

Poslovni plan je dokument koji sadrži cjelovito razrađeno obrazloženje ulaganja u posao. Njegova izrada iziskuje vrijeme i sredstva, privlači poslovne partnere i investitore, te omogućuje dobivanje kreditnih zahtjeva. Poslovni plan izrađuje se zbog potrebe utvrđivanja konkretnih ciljeva, te realizacije istih. Koristi se za brzu i jednostavnu komunikaciju sa partnerima, financijerima i svim ostalima koji su uključeni u njegovu izvedbu.

Ključne riječi: poduzetništvo, tržište, poslovni plan, ciljevi

SUMMARY

Entrepreneurship is one of the most important branches of the economy, but above all, it is an important feature for the society alone. Entrepreneurship can in some ways be seen from the side of „gambling“ because the outcome of business success sometimes does not only depend on good ideas and knowledge of market opportunities, it depends a lot on happiness. An entrepreneur is a person who is by nature very intelligent, pronounced, extremely capable to turn his idea into entrepreneurial project that will be recognizable in the competition market. He must be willing to give up, determined in his intention to turn his idea into a useful entrepreneurial venture, which will be a great contribution to his community, and to the economy itself.

The entrepreneur must be able to conquer all market troubles, to try to assess the thoughts, techniques and future steps of the competitor, and thus be ahead of him. He must be aware of the risks, changes in the market, the wishes and needs of customers, and he must always be able to make the best of the worst.

A business plan is a document that contains a comprehensive elaboration of the investment in the business. Its development requires time and resources, attracts business partners and investors, and enables obtaining credit applications. The business plan is made due to the need to determine specific goals and their realization. It is used for quick and easy communication with partners, financiers and everyone else involved in its performance.

Keywords: entrepreneurship, market, business plan, goals

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada je poduzetnički projekt na primjeru samoposlužne autopraonice “Brm-Brm Wash”, autora Dine Vučkovića. Društvena komponenta, kao jedna od najvažnijih komponenti poduzetništva, ogleda se i u ovom završnom radu kroz projekt otvaranja samoposlužne autopraonice. Cilj rada je pokazati bitne činjenice za realizaciju projekta i ostvarivanje profita. Financijskom analizom bit će potkrijepljena isplativost ulaganja.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Podaci su prikupljeni iz stručne literature i sa relevantnih internetskih stranica. Korištene su deskriptivna metoda i metoda za stolom.

1.3. Struktura rada

Rad je podijeljen na teorijski i praktični dio. U teorijskom dijelu utvrđen je pojam poduzetništva i njegova klasifikacija, njegove prednosti i nedostaci, pojam poduzetnika, njegove osobine, te moguće strategije ulaska u biznis. U praktičnom dijelu prikazat će se poslovanje samoposlužne autopraonice, opći podaci, opis poduzetničke ideje, tržišni podaci projekta, tehničko-tehnološki opis projekta, menadžment projekta, marketing projekta, financijske podaci, ocjene učinkovitosti projekta, te na kraju zaključak.

2. TEORIJSKI DIO

2.1. Pojmovno određenje poduzetništva

Poduzetništvo je proces stvaranja vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike. Uključuje sve poduzetnikove djelatnosti koje su usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, širenja na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, potrošača i tehnologija.¹

Izvedena istoznačnica sa francuskog i engleskog jezika, poduzetništvo označava svaki posao, trgovinu, cijelu poduzetničku strukturu i sl. Zapravo, označava sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata sa kapitalom, a koji je povezan s većom ili manjom neizvješnošću i rizikom.²

2.2. Klasifikacija poduzetništva

U ovom poglavlju bit će objašnjena razlika između tradicionalnog, korporativnog i socijalnog poduzetništva.

2.2.1. Tradicionalno poduzetništvo

Poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima poznato je pod nazivom tradicionalno poduzetništvo, iz razloga jer je povijesno gledano, poduzetništvo tradicionalno vezano za poduzetnike, te ima tradiciju i civilizacijski utjecaj na život i rad ljudi. Prvi poznati zapisi o malim poduzećima pojavili su se prije otprilike 4000 godina, i to u gotovo svim poznatim starim kulturama kao što su Rimljani, Babilonci, Egipćani, Grci i ostali. U Republici Hrvatskoj malo gospodarstvo čini 99,5% ukupnog broja poduzeća, zapošljava 66% djelatnika, ostvaruje

¹ Škrtić, M., Mikić, M.: Poduzetništvo, Sinergija-nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2011., str. 1

² Kuvačić, N.: Poduzetnička biblija, Split, 2005., str. 2

52% ukupnog prihoda i 57% ukupne dobiti gospodarstva. Mikro, mala i srednja poduzeća također su i temeljni institucijski oblik europskog gospodarstva.³

2.2.2. Korporativno poduzetništvo

Korporativno poduzetništvo označuje procese u kojima se razvijaju inovativni sustavi i proizvodi kreiranjem poduzetničke kulture, a pojavljuje se u različitim oblicima. Također, to je proces u kojem velika poduzeća traže nove načine korištenja, održavanja i zadržavanja inovacija te ostvarenja profita, i to na način da se od djelatnika očekuje stvaranje poduzeća unutar postojeće organizacije. Takvo poduzeće nije definirano zakonom, već posluje kao poslovna jedinica.⁴

2.2.3. Socijalno poduzetništvo

Socijalno poduzetništvo može se definirati kao neprofitna inicijativa u potrazi za alternativnim osnivačkim strategijama ili upravljačkim shemama, a sve u svrhu stvaranja društvene vrijednosti. Cilj mu je stvaranje socioekonomskih struktura, veza, institucija, organizacija i mjera koje rezultiraju održivom društvenom korišću i daljnjim razvojem. Označava primjenu poduzetničkog ponašanja više za društvene, a ne toliko profitne ciljeve. Svoj profit rabe za dobrobit određenih, “ugroženih” društvenih skupina.⁵

2.3. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

Odluka o ulasku u poduzetničke aktivnosti temelji se na pozitivnom očekivanju boljeg sutra, odnosno o vaganju između prednosti i nedostataka ulaska u poduzetništvo. U nastavku će biti navedene neke prednosti i nedostaci.

Prednosti:

³ Škrtić, M., Mikić, M.,: op. cit ., str. 6

⁴ Ibidem, str. 17.

⁵ Ibidem, str. 23.

- stvara se temeljno zadovoljstvo u spoznaji da ste se u svom poslu gospodar samom sebi, da sukladno prilikama samostalno donosite odluke
- ostvarena dobit slobodno se raspodjeljuje za proširenje posla ili za povećanje štednje za mirovinu
- mogućnost prodaja dijela svoje imovine ili cijelog posla
- ostvarena dobit može se koristiti i za povećanje osobne potrošnje
- samostalno poduzetništvo može se voditi kao obiteljski posao, pa se time stvara mjera optimum između privatnog i profesionalnog.⁶

Nedostaci:

- ponekad otežano, ali i nužno prihvaćanje realnosti da u svim aktivnostima neće biti potpune slobode akcije
- kupac proizvoda i usluga vrlo je često “poslovni gospodar”, jer njemu se je potrebno prilagođavati i usmjeravati aktivnosti
- država određuje pravila i zahtijeva da se mora placate porez, pa se poduzetnik može osjećati sputanim
- vrlo često dobavljači mogu uvjetovati ponašanje, posebno bankari
- poduzetničke ambicije mogu biti ograničene zbog nedovoljnih materijalnih i novčanih sredstava
- poduzetništvo će osobito u početku, zahtijevati dug i naporan dan, i sedmodnevni radni tjedan
- profesionalni i privatni život su često neodvojivi jedan od drugog, pa je potrebno razumijevanje obitelji i private okoline.⁷

2.4. Pojmovno određenje poduzetnika

Poduzetnik se može definirati kao osoba nadarena poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogata znanjem o poslovima i ljudima, te odlučna i spremna da preuzme rizik upravljanja poduzećem, a sve na temelju inovacija i stalnog razvoja. Za pojam suvremenog poduzetnika nije presudno je li on vlasnik ili pak profesionalni poduzetnik-menadžer. Bez

⁶ Škrtić, M.,: Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008, str. 36

⁷ Ibidem

obzira u kojem gospodarskom okruženju djeluje i kojom aktivnošću se bavi, poduzetnik mora biti kreativan, inovativan, dinamičan, spreman na rizik te uporan rad. Mora biti sposoban brzo uočiti gospodarske šanse, ali i probleme i mogućnosti. Ukoliko ne uspije u svom poslovnom pothvatu, mora početi ponovo, tj, mora znati i gubiti. Isto tako, ukoliko uspije, ne smije se zadovoljiti postignutim, već dalje traži nove ideje i mogućnosti.⁸

2.5. Tipovi poduzetnika

Prema nedavnim istraživanjima identificirano je pet tipova poduzetnika, kao i njihov utjecaj osobnih karakteristika na način vođenja poslovanja.

Idealisti: Kao razlog svog ulaska u poduzetničke vode navode sjajnu poslovnu ideju ili rad na nečemu posebnom. Oni uživaju u kreativnom radu, no nestrpljivi su u provedbi administrativnih i pravnih pitanja. Prilikom donošenja odluka usredotočeni su na cijenu i stvaranje odnosa sa pouzdanim dobavljačima.

Optimizatori: Najvažnije su im prednosti poduzetništva, odnosno uživaju u slobodi i ne žele raditi za nekog. Žele razvoj, usredotočuju se na profite, a ne prihode. Vješti su u financijskom pitanjima i koriste tehnologiju u svrhu smanjenja troškova. Ne zabrinjavaju ih drugi poduzetnici, jer oni sami kontroliraju vlastito poslovanje.

Radnici: Vole svoj posao poput optimizatora i u usporedbi s drugima uložiti će dodatne napore u svrhu ostvarivanja ciljeva. Orijentirani su na detalje i rast poduzeća. Financijski su agresivni i detaljno nadziru poslovanje. Najčešće posjeduju dugoročne planove te ih se striktno drže.

Žongleri: Najviše su zaokupljeni upravljanjem poslovanja. Teško im je delegirati ovlasti i odgovornost, pa često sve poslove obavljaju sami zbog osiguranja visokih standarda. Rezultat toga je konstantan nedostatak vremena za obavljanje svih poslova. Oni obavljaju nekoliko poslova simultano. Često prihvaćaju nove tehnologije, te su konstantno u potrazi za novim načinima unapređenja poslovanja. Osjećaju pritisak postizanja pozitivnog novčanog toka u poslovanju.

Održavatelji: svoje poduzeće najčešće stjeću kupnjom ili naslijeđem. Od svih pet tipova oni se najlošije služe tehnologijom, te preferiraju detaljne opise mogućih koristi u rješavanju

⁸ Škrtić, M.,: op.cit., str. 18.

problema. Oni su najkonzervativnija grupa i ne teže postizanju većih stopa rasta. Vrlo im je važno balansiranje između poslovnog i obiteljskog života.⁹

2.6. Ključne osobine uspješnog poduzetnika

Individualne osobine poduzetnika su temeljno polazište za razumijevanje i objašnjenje fenomena poduzetništva. Polazeći od tvrdnje da poduzetnici transformiraju sve svoje nade i osjećaje u posao, kao ključne individualne osobine ističu se:

- potreba postignuća i postizanja uspjeha u poslu kojim se bavi
- vjerovanje i pouzdanje u vlastite snage i sposobnosti
- intenzivna angažiranost i orijentiranost prema poslu
- poteškoće u uspostavljanju socijalnih i emocionalnih odnosa s drugim ljudima u poduzeću i izvan njega
- nedostatak menadžerskih sposobnosti, osjećaja za detalje i interesa za dnevne organizacijske probleme¹⁰

Uz prvu osobinu vezana je spremnost odnosno inicijativa za pokretanje novih poslova i poduzimanje rizičnih pothvata, pri čemu preferiraju stručnost, a orijentirani su na ostvarenje svojih vlastitih vizija poduzeća. Samopouzdanje, odlučnost i vjerovanje u vlastite sposobnosti, spoznaja da sami upravljaju vlastitim životom i poduzećem, utječu na to da je većina poduzetnika prvenstveno okrenuta sama sebi. Njihove osobine samokontrole i samoorganiziranja se temelje na tome, zatim intenzivna angažiranost te potpuna orijentiranost poslu kojim se bave.

Kao posljedica pretjerane i iscrpljujuće osobine angažiranosti često nastaju poteškoće u uspostavljanju kontakata, te odnosa sa suradnicima i poslovnim partnerima. Radi se o kvaliteti socijalnih i emocionalnih odnosa, odnosno o slaboj povezanosti s drugim ljudima, zbog čega velik broj poduzetnika pribjegava autokratskom načinu ponašanja. Potrebno je istaknuti da se upravo tu i ostvaruje nešto što bi mogli nazvati poduzetničkim mentalitetom, jer spomenuta emocionalna neravnoteža vodi prema još većem zatvaranju poduzetnika u vlastiti poslovni svijet, Bijeg od ljudi kompenzira se potpunim zatvaranjem u posao, što ne mora nužno biti štetno niti za poduzeće, niti za njegovo okruženje.¹¹

⁹ Škrtić, M., Mikić, M.,: op. cit .. str. 105.

¹⁰ Primijenjeno poduzetništvo, skupina autora, Beretin- Split, Cera Prom-Zagreb, 2006., str. 43

¹¹ Ibidem, str. 44.

2.7. Moguće strategije ulaska u poduzetništvo

Postoji nekoliko temeljnih strategija pokretanja vlastitog poduzeća i ostvarivanja poduzetničke aktivnosti, a to su:

- počinjanje od nule
- kupnja postojećeg poduzeća
- kupnja franšize

2.7.1. Počinjanje od nule

Ovu metodu koriste “čisti” poduzetnici, to su oni kojima je osnivanje i oblikovanje vlastitog poduzeća mnogo veći izazov nego kupnja već postojećeg poduzeća. Ovaj tip poduzetnika teži stvaralačkom zadovoljstvu koje dolazi od vlastite ideje i njezine realizacije. U ovoj vrsti aktivnosti, rizik je najveći, jer novootvoreni poslovi imaju mnogo manje šanse za uspjeh od preuzetih uspješnih poslova. Šanse za uspjeh su veće ukoliko se radi o sasvim novim ili inovativnim proizvodima ili uslugama, o stvaranju novih potreba, tržišta ili potrošača.¹²

U počinjanju poslova od nule, poduzetnik mora uložiti mnogo truda o prikupljanju informacija o tržištu. Mora si postaviti pitanje kako smanjiti rizik u poslovanju. Prije procjene prihoda poduzetnik bi trebao odgovoriti na neka od sljedećih pitanja: *Tko će biti moji kupci? Gdje se nalaze? Koliko će ih kupovati od mene? Po kojim cijenama će biti voljni kupovati moj proizvod ili uslugu?*¹³

2.7.2. Kupnja postojećeg poduzeća

U razvijenim gospodarstvima bankari i pravnici često poduzetnicima savjetuju da radije kupe poduzeće nego da počnu posao od nule. Razlog ovome je manji rizik, jer ukoliko se radi o uspješnom poduzeću koje je već dokazalo sposobnost privlačenja kupaca ili već stvorilo stalne potrošače, šanse za uspješni nastavak poslovanja su mnogo veće. Isto tako, postoje podaci o ranijim uspjesima, ali i o neuspjesima, tako da se pogreške ne bi ponavljale.¹⁴

¹² Škrtić, M.,: Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008, str. 60

¹³ Ibidem

¹⁴ Ibidem, str. 63.

Prilikom kupnje poduzeća poseban je problem utvrđivanja vrijednosti. U cilju rješavanja navedenog problema, poduzetnik bi trebao raspolagati informacijama i znanjem o metodama procjene vrijednosti poduzeća, ekonomskom i financijskom položaju u gospodarskoj strukturi. Isto tako, potrebno je znati i razlog zašto vlasnik želi prodati poduzeće. Vrijednost poduzeća utvrđuje se različitim metodama procjenjivanja koje uzimaju u razmatranje više okolnosti, poput bilance, istraživanja o položaju poduzeća na tržištu i budućem poslovanju.¹⁵

2.7.3. Kupnja franšize

Ova metoda kao mogućnost ulaganja u poduzetništvo izaziva velike razlike u mišljenju i kod potencijalnih poduzetnika, kao i kod znanstvenika poduzetničke ekonomije. Jedan dio njih smatra franšizu najboljom šansom zbog najmanjeg mogućeg rizika, dok ga drugi smatraju krajnje nepovoljnim zbog visoke franšizne naknade. Prije svega, u ovoj metodi najveći je nedostatak poduzetničke autonomije i šansi za poduzetničku inovativnost.¹⁶

Franšizam zapravo predstavlja način pomoću kojeg se u cilju zajedničkog obavljanja djelatnosti povezuju poznati i veliki poduzetnici s malim poduzetnicima. Takvim povezivanjem stvara se lanac međusobno povezanih poduzeća. Bez obzira na određene nedostatke, praksa pokazuje da je franšizam postao vrlo raširen način ulaska u poduzetništvo. Na osnovu franšiznih ugovora najviše posluju restorani brze prehrane, trgovine, benzinske crpke, automehaničarske radionice, razni servisi itd.¹⁷

2.8. Pravni oblici poduzeća

Izborom organizacijskog oblika poduzetništva posredno se bira i oblik poreza koji će se morati plaćati, te je stoga o tome potrebno razmišljati kad se planiraju porezne obveze. Tim načinom poduzetnik u okviru financijskog planiranja nastoji smanjiti porezno opterećenje poslovnog poduhvata. Osnovni pravno-organizacijski oblici poduzetništva su:

¹⁵ Ibidem

¹⁶ Škrtić, M.,: op. cit., str. 65.

¹⁷ Ibidem

1. Trgovačka društva: jednostavno društvo sa ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.), društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.), dionička društva (d.d.), komanditno društvo k.d.
2. Obrti i slobodna zanimanja
3. Zadruga, ortaštva, Registar poreznih obveznika (RPO), obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG), udruga , ustanove, zaklade, fondacije¹⁸

Svaki od navedenih pravno-organizacijskih oblika reguliran je određenim zakonom: Zakon o trgovačkim društvima, Zakon o obrtu, Uredba o računovodstvu neprofitnih organizacija itd. U Republici Hrvatskoj d.o.o., j.d.o.o. i obrt su najčešći oblici ulaska u poslovni pothvat.

Jednostavno društvo sa ograničenom odgovornošću je trgovačko društvo koje odgovara za svoje obveze samo do visine uplaćenog kapitala, dok kod obrta obrtnik odgovara svojom cjelokupnom imovinom. J.d.o.o. uveden je 2012. godine, te temeljni kapital za osnivanje iznosi 10,00 kn, za razliku od d.o.o. kojemu capital iznosi 20.000,00 kn. Trgovačka društva u Republici Hrvatskoj su obveznici poreza na dobit, te prema Zakonu o računovodstvu moraju voditi dvojno knjigovodstvo, te predavati financijske izvještaje na FINA-u i Poreznu upravu.¹⁹ Što se tiče obrta, obrtnik odgovara svojom cjelokupnom imovinom. Obrtnik vodi jednostavno knjigovodstvo, te plaća porez na dohodak, koji je razlika između prihoda i rashoda. Obrt mora ući u sustav poreza na dobit i voditi dvojno knjigovodstvo ako ostvari prihod veći od 2.000.000,00 kn ili dohodak od 400.000,00 kn, ako ima imovinu veću od 2.000.000,00 kn ili zapošljava više od 15 djelatnika.²⁰

Dioničko društvo je oblik poduzeća čija je vlasnička glavnica podijeljena na jednake dijelove-dionice. Predstavlja ograničenu odgovornost vlasnika dionica. Kao sastavni dio svoje unutarnje organizacije ima upravu, nadzorni odbor i skupštinu. U Republici Hrvatskoj minimalni iznos za osnivanje iznosi 200.000,00 kn. Za obveze dioničko društvo odgovara vjerovnicima cijelom svojom imovinom. Vlasnik dionice, odnosno dioničar, odgovara samo do iznosa vrijednosti vlastitih dionica. Dionice mogu mjenjati vlasnika, darivnjem ili najčešće prodajom.²¹

¹⁸ Službena Web stranice tvrtke Ekonos d.o.o: <http://www.ekonos.hr/porezi/pravni-oblici-poduzetnistva-i-dio/> (27.06.2021.)

¹⁹ Ibidem

²⁰ Ibidem

²¹ Web stranica Enciklopedije: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=15293> (27.06.2021.)

Autopraonica “Brm-Brm Wash”, Karlovac

Turanj, tel: 047/222-333

e-mail: info@brm-brm.hr

PODUZETNIČKI PROJEKT

Autopraonica “Brm-Brm Wash”



Vlasnik tvrtke:

Dino Vučković

Osoba za kontakt:

Dino Vučković

Tel: 091/191-5432

Autor projekta:

Dino Vučković, bacc.oec.

Posebne informacije:

Projekt je preslikan u četiri istovjetnih primjeraka. Ovo je prvi od ukupno četiri uporabnih preslika. Podaci iz ovog projekta tajni su – povjerljivi.

Autori pridržavaju prava intelektualnoga vlasništva.

Primjerak br. 1

Primatelj projekta:

Privredna banka Zagreb

Karlovac, 2021. godina

3. PRAKTIČNI DIO

3.1. Podaci o investitoru

Samoposlužnu autopraonicu “Brm-Brm Wash “ osnovao je Dino Vučković. Rođen je 8. listopada 1993. godine u Zagrebu. Nakon završene srednje Trgovačko-ugostiteljske škole stječe naziv komercijalist, te potom upisuje redovni stručni studij Ugostiteljstva na Veleučilištu u Karlovcu. Informatički je pismen i poznaje MS Office programe. Odlično govori engleski i služi se njemačkim jezikom.

Na ideju osnivanja samoposlužne autopraonice dolazi iz razloga jer ljudi često nemaju uvjete ni adekvatan prostor gdje bi mogli oprati svoje automobile. Samoposlužna autopraonica “Brm-Brm Wash” će biti smještena u južnom dijelu grada Karlovca, u naselju Turanj. To je jedina samoposlužna autopraonica u tom dijelu grada te će mu to biti najveća prednost. Velika prednost je i dobra prometna povezanost sa užim i širim centrom grada te se nalazi u blizini državne ceste D1.

3.2. Asortiman usluga

Kao što je i ranije rečeno, ideja otvaranja samoposlužne autopraonice “Brm-Brm Wash” proizašla je iz potrebe jer ljudi često nemaju prostor gdje bi mogli oprati svoje automobile. Predmet poslovanja su usluge te se njima želi zadovoljiti potražnja za pranjem automobile.

Osim samoposlužnog pranja automobila, nuditi će se i kemijska čišćenja automobila od strane stručnih djelatnika.

3.3. Tržišni podaci

Samoposlužna autopraonica smještena je u južnom dijelu grada Karlovca, u naselju Turanj. Svojim položajem u tom dijelu grada će biti jedina, te će joj to biti najveća prednost. Prometnicama je dobro povezana sa užim i širim centrom grada, te se nalazi u neposrednoj blizini državne ceste D1. Kao jedna od prednosti je to što se nalazi u blizini nekoliko ugostiteljskih objekata i trgovina.

3.4. Potrebna ulaganja

Za realizaciju ovog projekta potrebno je uložiti 613.000,00 kn. Stalna sredstva iznose 430.000,00 kn, a obrtna sredstva iznose 183.000,00 kn. Vlastiti izvori sredstava vlasnika iznose 363.000,00 kn, dok vanjski izvori koje je dobio u obliku kredita Privredne banke Zagreb iznose 250.000,00 kn.

3.5. Potrebni zaposlenici

Broj zaposlenih iznosit će troje, sa vlasnikom uključenim u posao. Dvoje zaposlenika morali su zadovoljiti uvjete za rad u samoposlužnoj autopraonici, a to je odgovarajuća srednja stručna sprema. Zaposlenici moraju poznavati funkcioniranje samoposlužnih uređaja i uređaja za kemijsko čišćenje automobile te biti otvoreni prema učenju i usvajanju novih znanja.

3.6. Izvori kapitala

Izvori kapitala za financiranje samoposlužne autopraonice sastoje se od vlastitih i tuđih izvora sredstava. Vlastiti izvori vlasnika iznose 363.000,00 kn, dok tuđi izvori iznose 250.000,00 kn.

3.7. Aktivizacijsko razdoblje

Aktivizacijsko razdoblje je razdoblje koje se provodi prije samog početka poslovanja poduzetničkog projekta. Svi radovi koji su bili potrebni za otvaranje samoposlužne autopraonice "Brm-Brm Wash" završeni su u roku od 12 mjeseci. Što se tiče aktivnosti vezanih za pokretanje projekta, većih problema nije bilo. Zaposlenici su pronađeni u rekordnom vremenu. Odobrenje kredita je isto tako prošlo bez problema, budući da je vlasnik financijski stabilan, i da je veći udio sredstava u njegovom vlasništvu.

3.8. Zaštitne mjere

Zaštitne mjere su na visokom nivou. Budući da se radi o samoposlužnoj autopraonici, opremljenost kutijama prve pomoći, protupožarnim alarmima i opremom za gašenje požara bila je jedina moguća odgovarajuća opcija. Što se tiče otpadnih voda, one su također zbrinute na odgovarajući način. Svi djelatnici morali su položiti ispit zaštite na radu, kako bi se ozljede na radu svele na minimum.

3.9. Pokazatelj učinkovitosti

Poslovni plan izrađuje se kao podloga za sve buduće ulagače, kreditore, menadžere i za sve ostale zainteresirane za poslovni projekt. Svrha mu je da prikaže sve bitne elemente potrebne za uspješnost pothvata. Metode koje se koriste da bi se pokazala učinkovitost projekta su razdoblje povrata, godišnja stopa prinosa, pravilo palca, čista sadašnja vrijednost, prosječna profitabilnost, analiza likvidnosti i analiza osjetljivosti.

4. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE

4.1. Evolucija ideje i nositelj pothvata

Danas, u 21. stoljeću, svjesni smo da broj vozila iz dana u dan neprekidno raste, te se stvara potražnja za dodatnim autopraonicama. Na ideju otvaranje samoposlužne autopraonice vlasnik dolazi jer ljudi vrlo često nemaju adekvatan prostor gdje bi mogli oprati svoje automobile. Biti će smještena u južnom dijelu grada Karlovca, te će biti jedina u tom dijelu grada i to će joj biti najveća prednost.

Podaci o autoru: Dino Vučković

Datum i mjesto rođenja: 08.10.1993., Zagreb

Adresa: Luščić 41a, Karlovac

Broj telefona: 091/191-5432

Državljanstvo: Hrvatsko

Nacionalnost: Hrvat

Bračni status: Oženjen

4.2. Referencije nositelja pothvata

Automobili, koji su nekoć bili luksuz, danas su potreba. Velikom broju ljudi oni nisu samo prijevozna sredstva, već na neki način “članovi” obitelji. Osobe koje se odluče profesionalno baviti ovim poslom, moraju imati ljubav i strast prema tom zanimanju. Od ljudi koji se bave ovim poslom očekuje se izuzetno kvalitetan rad, te puno strpljenja i predanosti.

4.3. Opis proizvoda, robe i usluga

Usluge koje se nude u samoposlužnoj autopraonici “Brm-Brm Wash” su mnogobrojne. Osim samoposlužne autopraonice, usluge koje obavljaju djelatnici su kemijska čišćenja, usluge poliranja i nanošenja voska te sitni popravci ogrebotina. Klijentima se pružaju kvalitetna čišćenja interijera te korištenje sredstava visoke kvalitete, kako u samoposlužnoj autopraonici,

tako i u uslugama poliranja i voskarenja. Djelatnici su educirane osobe s odgovarajućom stručnom spremom, koje su predane svom poslu i voljne učiti nove znanja i vještine.

5. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA

Istraživanjem tržišta na području grada Karlovca dobiveni rezultati poslužili su kao odlična podloga vlasniku da se odluči za ovaj pothvat, da uvidi prednosti i nedostatke svojih konkurenata i na temelju toga pokrene svoju vlastitu samoposlužnu autopraonicu.

5.1. Projekcija ciljnih tržišta

Budući da se radi o samoposlužnoj autopraonici, ciljno tržište su svi vlasnici automobila. Uslugama samoposlužne autopraonice koriste se većinom ljudi koji žive u stanovima, ali i velik broj ljudi koji žive u kućama koji ne žele prati svoje automobile u dvorištima ili nemaju adekvatnu opremu i sredstva za kvalitetno pranje.

5.2. Projekcija konkurencije

Uvidom u tržišnu analizu dobiveni su rezultati koji pokazuju da na području Karlovca, odnosno u centru i sjevernom dijelu grada ima dovoljan broj samoposlužnih autopraonica, ali u južnom dijelu će ovo biti jedina, te će joj to biti najveća konkurentska prednost. Velika prednost u odnosu na ostale konkurente je lokacija, odnosno blizina državne ceste D1 te dobra povezanost prometnicama sa centrom grada i ostalim prigradskim naseljima.

Prednost pred ostalim samoposlužnim autopraonicama je što neke od njih nemaju u ponudi dodatne usluge poput kemijskog čišćenja, poliranja i nanošenje voska, te sitnih popravaka ogrebotina. Jedna od prednosti je i usluga podnog pranja, koju ne nudi niti jedna autopraonica u gradu Karlovcu.

Tablica 1: Projekcija (ocjena) konkurencijskih prednosti i slabosti

POPIS KONKURENATA UKLJUČENIH U KOMPARACIJU				
1.	ODETA autopraonica			
2.	Autopraonica Ilovac			
3.	Samoposlužna autopraonica Dubovac			
KOMPARACIJA KONKURENCIJSKIH PREDNOSTI				
Redni broj	Područja komparacije (prednosti i slabosti)	Konkurenti s popisa		
		1.	2.	3.
1.	Asortiman proizvoda, robe, usluga	0	+	-
2.	Tehnička obilježja proizvoda, robe, usluga	0	+	-
3.	Uporabna obilježja proizvoda, robe, usluga	-	0	0
4.	Poslije prodajne usluge potrošačima	+	-	-
5.	Ostala obilježja proizvoda, robe, usluga	0	0	+
6.	Prodajni kanali i prodajna distribucija	-	0	+
7.	Cijene, popusti, načini i uvjeti plaćanja	-	+	0
8.	Uvjeti, način i rokovi isporuke	0	0	+
9.	Ekonomska propaganda	+	-	0
10.	Aktivnosti promicanja prodaje	+	-	0
11.	Osobno-prodajna promidžba	-	0	+
12.	Publicitet i odnosi s javnošću	0	0	+
13.	Nabavni kanali i nabavna distribucija	0	+	+
14.	Lokacija	+	+	+
15.	Stručno osoblje	0	+	0
Ostala područja komparacije				
16.	Odgoda plaćanja	0	0	0
Ukupna ocjena komparacije		+	+	+

Izvor: vlastita obrada autora

Istraživanjem tržišta utvrđeno je da su najbolji konkurenti Odeta autopraonica, Autopraonica Ilovac i Samoposlužna autopraonica Dubovac. Sve tri praonice ocijenjene su kao jaki konkurenti u raznim područjima djelovanja.

5.3. Projekcija cijena

Cijena je oduvijek bila jedna od najvažnijih stavki u poslovnom svijetu. Uspoređivanje i formiranje cijene u odnosu na konkurentske nije teško, budući da je sve transparentno i podaci su javnog karaktera. Cijena ne mora nužno biti i pokazatelj kvalitete, no u većini slučajeva što se tiče usluga u autopraonicama koje obavljaju djelatnici, veća cijena znači i kvalitetniju uslugu.

Što se tiče samoposlužne autopraonice, cijene su u globalu jednake, odnosno količina novca koji se ubaci u uređaj jednaka je količini sredstva za pranje koji se ispusti kroz mlaznicu.

5.4. Projekcija prodaje i prihoda

Ekonomski isplativost samoposlužne autopraonice "Brm-Brm Wash" manifestirat će se kroz različite usluge koje tvrtka nudi. Prihodi će se ostvarivati korištenjem samoposlužnih uređaja za pranje te dodatnih usluga koji će obavljati djelatnici.

6. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA

Tehničko-tehnološki opis projekta pokazuje neke najvažnije komponente poduzeća. Prikazuje se koliki je kapacitet, gdje je lokacija navedenog poduzetničkog projekta, potrebna sredstva te inputi.

6.1. Projekcija lokacije

Lokacija samoposlužne autopraonice „Brm-Brm Wash“ nalazi se u južnom dijelu grada Karlovca, u naselju Turanj. Turanj se nalazi u relativno napučenom dijelu grada, prepoznatljiv po svojoj dobroj prometnoj povezanosti sa užim i širim centrom grada, kao i sa okolnim naseljima. Velika prednost je blizina državne ceste D1, kao i blizina nekoliko ugostiteljskih objekata i trgovina.

6.2. Projekcija kapaciteta

Kapacitet pokazuje maksimalnu mogućnost prihvata vozila u samoposlužnoj autopraonici u isto vrijeme te mogućnost proširenja. Samoposlužna autopraonica „Brm-Brm Wash“ nema mogućnost proširenja, ali ima mogućnost proširenja ponude usluga.

6.3. Projekcija stalnih sredstava

Svaki poduzetnički pothvat mora imati financijska sredstva potrebna za provođenje poduzetničkog pothvata. Ovisno o potrebama, sredstva se troše različito.

Tablica 2: Projekcija stalnih sredstava

POPIS STALNIH SREDSTAVA, MATERIJALA I RADOVA	KOLIČINA (u jed. mjere)	JEDINIČNA CIJENA	UKUPNO U KUNAMA
Zemljište			
Građevinski objekti			200.000,00
Proizvodna postrojenja			
Proizvodna oprema			
Pomoćna oprema			50.000,00
Uredska oprema			50.000,00
Ostala oprema			
Pogonski strojevi			
Pribor i alati			15.000,00
Poslovni inventar			40.000,00
Prijevozna sredstva			
Nematerijalna imovina			65.000,00
			420.000,00

Izvor: vlastita obrada autora

Tablica predočuje stalna sredstva. Ukupan iznos je 420.000,00 kuna, što se dijeli na materijalnu i nematerijalnu imovinu. Materijalna imovina podijeljena je na građevinske objekte, pomoćnu opremu, uredsku opremu, pribor i alate, i poslovni inventar.

6.4. Projekcija materijalnih inputa

U slučaju samoposlužne autopraonice nema proizvodnog ni trgovačkog dijela, već se sve odnosi na uslužni dio. Ukupno 30.000,00 kuna je potrebno uložiti u uslužni dio. Odnosi se na nabavu sirovina, energenata i sitnog inventara.

Tablica 3: Projekcija ulaganja u materijalne inpute

POPIS MATERIJALNIH INPUTA PROJEKTA	KOL. (u jed. Mjere)	JEDINIČNA CIJENA	UKUPNO U KUNAMA
PROIZVODNI DIO – UKUPNO			
USLUŽNI DIO – UKUPNO			30.000,00
Sirovine – ukupno			7.000,00
Repromaterijal – ukupno			
Energenti – ukupno			10.000,00
Sitan inventar – ukupno			13.000,00
Ostali materijalni inputi – ukupno			
TRGOVAČKI DIO – UKUPNO			
Prvi unos robe			
Sirovine – ukupno			
Repromaterijal – ukupno			
Energenti – ukupno			
Sitan inventar – ukupno			
Ostali materijalni inputi – ukupno			
			30.000,00

Izvor: vlastita obrada autora

6.5. Projekcija zaposlenika

Vlasnik samoposlužne autopraonice odlučio je da će tražiti od svojih zaposlenika sposobnost i znanje u korištenju uređaja za kemijsko čišćenje, poliranje i nanošenje voska te znanje u sitnim popravcima ogrebotina. Zaposlenici bi trebali znati način funkcioniranja samoposlužnih uređaja te po potrebi otkloniti zastoje i kvarove. Za uspješno poslovanje tvrtke bit će uključena troje djelatnika, uključujući vlasnika. U smjenama će raditi po 1 djelatnik.

Tablica 4: Projekcija potrebnih zaposlenika

TOČAN NAZIV RADNOG MJESTA	POTREBITI RADNICI I TROŠKOVI RADA			UKUPNO U KUNAMA
	Stručna sprema	Jedna smjena	Ukupno	
PROIZVODNI RADNICI				
TRGOVAČKI RADNICI				
USLUŽNI RADNICI			3	14.250,00
Menadžer vlasnik	VŠS	1	1	5.250,00
Specijalizirani korespondenti	SSS	1	2	9.000,00
		2	3	14.250,00

Izvor: vlastita obrada autora

Ukupan izdatak na plaće iznosi 14.250,00 kuna, potrebno je još dvoje kvalitetno specijaliziranih korespondenata koji bi imali mjesečnu plaću 4.500,00 kuna. Nakon provedbenog razdoblja predviđa se i zapošljavanje još ljudi ukoliko bude potrebno.

6.6. Projekcija zaštitnih mjera

Poslovanje samoposlužne autopraonice „Brm-Brm Wash“ odvija se prema svim Zakonskim normama. Odnos sa zaposlenicima uređen je Zakonom o radu, te su zaposlenici položili ispit Zaštite na radu i pridržavaju se sigurnosnih mjera.

6.7. Projekcija aktivizacijskog razdoblja

Aktivizacijsko razdoblje podrazumijeva popis svih aktivnosti kroz određeno razdoblje koji su nužni za uspješan početak poslovanja. Aktivizacijsko razdoblje započelo je u svibnju 2021.

godine, a završilo u svibnju 2022. godine. Početak rada samoposlužne autopraonice započeo je u srpnju 2022. godine. Na samome početku bio je izrađen poslovni plan, sljedećih mjeseci tražilo se odobrenje bankarskog zajma, nabava uredske opreme te na kraju zapošljavanje adekvatnih djelatnika.

7. MENADŽMENT PROJEKTA

Samoposlužna autopraonica „Brm-Brm Wash“svrstava se u uslužne djelatnosti, budući da se radi o samoposlužnim uređajima za pranje automobila i kemijskim čišćenjima automobila koje obavljaju djelatnici tvrtke. Tvrtka je registrirana kao društvo s ograničenom odgovornošću. Sam poduzetnik je i menadžer svih aktivnosti. Projekt je planiran kroz djelovanje u narednih 5 godina.

Vlasnik je odlučio zaposliti dvoje zaposlenika, koji će biti podijeljeni za rad u dvije smjene. Zaposlenici su osposobljeni za rad na uređajima za kemijsko čišćenje automobila, te su upoznati sa načinom funkcioniranja samoposlužnih uređaja, te sa velikim potencijalom za učenjem novih znanja i vještina. Odnos vlasnika i zaposlenika je vrlo profesionalan, te pun obostranog povjerenja i razumijevanja.

Vlasnik obavlja sve funkcije menadžmenta, bavi se planiranjem svih aktivnosti potrebnih za rad tvrtke, inovativnošću u osmišljavanju novih aktivnosti te koordinaciji i motiviranju svojih zaposlenika. Involviran je u sve funkcije nužne za uspješno poslovanje tvrtke.

8. MARKETING PROJEKTA

Marketing sam po sebi označava splet marketinškig aktivnosti koje se provode da bi se poduzetnički pothvat mogao predstaviti na što moguće bolji način. Samoposlužna autopraonica ima svoje promidžbene aktivnosti, tv i radio reklame, Web stranicu i Facebook profil. Svi detalji marketinških aktivnosti po mjesecima vidljivi su u dolje prikazanoj tablici.

8.1. Aktivnosti marketinških programa

Tijekom prve godine, tj. u aktivizacijskom razdoblju planira se izdvojiti 7.000,00 kuna na promidžbene aktivnosti, a tijekom eksploatacijskog razdoblja 10.500,00 kuna. Najviše se oglašava putem tv i radio reklama, interneta i dijeljenjem letaka te su osmišljeni dani otvorenih vrata.

Tablica 5: Popis aktivnosti i kvantifikacija promidžbenih ulaganja

Mjesec	Naziv planiranih promidžbenih aktivnosti tijekom aktivizacije i prve godine eksploatacije projekta	Troškovi ulaganja u kunama
	Ukupno – tijekom aktivizacijskoga razdoblja	7.000,00
...		
lipanj	Dijeljenje letaka	200,00
srpanj	Web stranica, Facebook profil	300,00
kolovoz	Web stranica, Facebook profil	300,00
rujan	Web stranica, Facebook profil	300,00
listopad	Tv i radio reklame	5.000,00
studeni	Dan otvorenih vrata	500,00
prosinac	Poklon bonovi	400,00
Mjesec	Ukupno – tijekom prve godine eksploatacije projekta	10.500,00
siječanj	Tv i radio reklame	5.000,00
veljača	Tv i radio reklame	5.000,00
ožujak	Dijeljenje letaka	200,00
travanj	Web stranica, Facebook profil	300,00
...		
		17.500,00

Izvor: vlastita obrada autora

8.2. Ime tvrtke i slogan

Vlasnik samoposlužne autopraonice „Brm-Brm Wash“ odlučio je dati takav naziv svojoj tvrtci jer njezino ime asocira da se radi o samoposlužnoj autopraonici, a uz to, ime je lako pamtljivo i prepoznatljivo.

8.3. Likovno rješenje zaštitnog znaka

Zaštitni znak je nešto što svaka tvrtka koja želi biti originalna i prepoznatljiva na tržištu mora imati. To mora biti isključivo njezino, nešto što će klijenti prepoznati i čemu će vjerovati. Logo „Brm-Brm Wash“ pokazuje animirani automobil koji pere sam sebe, i kao takav je zanimljiv i privlači pažnju.

Slika 1: Logo “Brm-Brm Wash”



Izvor: vlastita izrada autora

8.4. Promidžbene aktivnosti

Da bi bila prepoznatljiva na tržištu, poduzetnička ideja mora imati odgovarajući marketing, odnosno jake promidžbene aktivnosti. Samoposlužna autopraonica se za oblik svog oglašavanja odlučila za oglašavanje na lokalnom radiju i televiziji, putem Web stranice i Facebook profila te fizički putem dijeljenja letaka u Karlovačkoj županiji. Osmišljen su i poklon bonovi te dan otvorenih vrata.

9. FINANCIJSKI PODACI

9.1. Struktura ulaganja u trajna i obrtna sredstva

Projekcijom visine i strukture ulaganja vide se najbolja moguća rješenja ulaganja, na taj način vidi se na što se najviše troši i na koji dio odlazi najviše sredstava.

Tablica 6: Projekcija visine i strukture ukupnih ulaganja

STAVKE STALNIH I TRAJNIH OBRTNIH SREDSTAVA	IZNOS U KUNAMA	STRUKTURA	
		(%)	(%)
STALNA SREDSTVA – UKUPNO	430.000,00		70,15%
Nematerijalna imovina - ukupno	65.000,00	100%	
Osnivački izdaci + osiguranje	60.000,00	92%	
Koncesije, zakup, najam, leasing i sl.			
Patenti, licencije, goodwill i sl.			
Copyright, trademark i sl.			
Ostala nematerijalna imovina	5000	8%	
Materijalna imovina – ukupno	315.000,00	100,00%	
Zemljište			
Građevinski objekti	200.000,00	63,49%	
Postrojenja i oprema	50.000,00	15,87%	
Pribor, alati, pogonski strojevi i slično	15.000,00	4,76%	
Inventar, pokućstvo i slično	50.000,00	15,87%	
Prijevozna sredstva			
Trajni nasadi			
Ostala materijalna imovina			
OBRTNA SREDSTVA – UKUPNO	183.000,00	100%	29,85%
Sirovine	7000	3,83%	
Materijal	5.000,00	2,73%	
Prvi unos robe			
Ukupne godišnje plaće	171.000,00	93,44%	
Vanjske usluge			
Porez na dodanu vrijednost			
Ostala trajna obrtna sredstva			
UKUPNO POTREBNA SREDSTVA	613.000,00		100%

Izvor: vlastita obrada autora

Ukupna potrebna sredstva iznose 613.000,00 kuna. Stalna sredstva imaju udio od 70,15%, a obrtna sredstva 29,85%. Za materijalnu imovinu potrebno je 315.000,00 kuna, za nematerijalnu 65.000,00 kuna.

9.2. Projekcija otplate zajma

Najčešći oblik vanjskog financiranja su krediti. Dobivanjem kredita vlasnik mora biti svjestan obveze vraćanja kredita zajedno sa predviđenim kamatama. Kredit nije moguće dobiti ukoliko banka procijeni da osoba koja traži kredit nije sposobna ili nema mogućnost vraćanja kredita sa kamatama.

Tablica 7: Projekcija otplate zajma

Anuitet	Kamate	Otplatna kvota	Glavnica	Ostatak duga
0				250.000,00
1	56.156,78	10.000,00	46.156,78	203.843,22
2	56.156,78	8.153,73	48.003,05	155.840,17
3	56.156,78	6.233,61	49.923,17	105.917,00
4	56.156,78	4.236,68	51.920,10	53.996,90
5	56.156,78	2.159,88	53.996,90	-

Izvor: vlastita obrada autora

Tablica 7 prikazuje projektu otplate zajma kroz pet godina. Kamate su iste i isnose 56.156,78 kuna godišnje. Na kraju otplate iznosi 30.783,9 kuna.

9.3. Projekcija amortizacije

Amortizacija je nužna budući da svaka oprema ima svoj ograničeni vijek trajanja, vremenom se troši te ju treba zamijeniti novom. Ukoliko su troškovi kupnje nove opreme i postrojenja preveliki, vlasnik treba uložiti u popravak postojećih, te mora planirati i sredstva za takve izdatke.

Tablica 8: Projekcija godišnje amortizacije i ostatak vrijednosti projekta

STAVKE SREDSTAVA	Nabavna vrijednost	Amort. %	Nulta i promatrane godine eksplo. projekta						Ostatak vrijedn.
			0. god.	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	5. god.	
STAL. SRED.			-	42.000,00	42.000,00	42.000,00	42.000,00	29.000,00	
Nem. Im. - uk.			-	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	
Osnivački izdaci	60000,00	20%	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	13.000,00	
Koncesije zakup i sl.									
Patenti, licenca i sl.									
Copyright, trademark i sl.									
Ost. nem. sred.	5000,00	20%		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	
Mat. im. –ukupno			-	29.000,00	29.000,00	29.000,00	29.000,00	16.000,00	
Zemljište									
Građ. Objekti	200.000,00	3%		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	
Postrojenja i oprema	50.000,00	20%	-	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	
Pribor, alati i sl.	15.000,00	20%	-	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00		
Inventar, pokućstvo i sl.	50.000,00	20%	-	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00		
Višegodišnji nasadi									
Stado i sl.									
Ost. mat. im.									
OBRT. SRED.									
Ul. u trajna obrt. sred.	183.000,00								
PROJEKT UKUPNO				42.000,00	42.000,00	42.000,00	42.000,00	29.000,00	

Izvor: vlastita obrada autora

Prikazana je projekcija amortizacije. Nakon što je obračunat odgovarajući postotak kamata na stavke sredstva, dobiva se ukupna vrijednost projekta. Prve četiri godine projekt vrijedi 43.000,00 kuna, a u petoj godini je 30.000,00 kuna.

9.4. Projekcija prihoda

Projekcija prihoda prikazuje koji proizvodi ili usluge donose najviše profita tijekom promatranih godina.

Tablica 9: Dinamička projekcija prihoda

STAVKE PRIHODA (PROIZVODI, ROBA, USLUGE I DRUGO)	PRIHODI TIJEKOM PROMATRANIH GODINA EKSPLOATACIJE (KOLIČINA X CIJENA)					UKUPNO U KUNAMA
	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	5. god.	
Prihod usluga kemijskog čišćenja	180.000,00	181.500,00	182.000,00	182.500,00	183.000,00	909.000,00
Prihod usluga pranja	153.000,00	153.500,00	154.000,00	155.000,00	157.000,00	772.500,00
Prihod usluga poliranja i voska	98.000,00	98.500,00	99.000,00	101.000,00	102.500,00	499.000,00
Prihod od sitnih popravaka lakiranja ogrebotina	85.000,00	86.000,00	87.000,00	87.500,00	88.000,00	433.500,00
Prihod od samoposlužne praonice	70.000,00	71.000,00	71.500,00	72.000,00	73.000,00	357.500,00
Podno pranje	52.000,00	53.500,00	54.000,00	55.000,00	57.000,00	271.500,00
Predpranje visokim pritiskom	40.000,00	41.000,00	41.500,00	43.500,00	44.000,00	210.000,00
Aktivna pjena	40.500,00	41.000,00	42.500,00	43.000,00	44.000,00	211.000,00
Sušenje automobila	30.000,00	31.000,00	32.000,00	33.500,00	35.500,00	162.000,00
Prihod ostalih usluga	20.000,00	21.000,00	21.500,00	22.500,00	23.000,00	108.000,00
Ukupno	768.500,00	778.000,00	785.000,00	795.500,00	807.000,00	3.934.000,00

Izvor: vlastita obrada autora

Tablica prikazuje stavke prihoda, sastoji se od usluga kemijskog čišćenja, pranja, poliranja i voska, sitnih popravaka, samoposlužne praonice, podnog pranja, predpranja visokim pritiskom, aktivne pjene, sušenje automobila i prihod ostalih usluga. Ukupni prihodi, gledajući razdoblje na pet godina, iznose 3.934.000,00 kuna.

9.5. Projekcija rashoda

Projekcija rashoda prikazuje na koje stavke projekta odlazi najviše novca. Koliko će neki poduzetnički projekt koštati ovisi o različitim elementima. Ona ovisi o materijalnim troškovima, troškovima usluge (budući da se radi o uslužnoj djelatnosti), troškovima amortizacije tijekom godina i ostalim troškovima.

Tablica 10: Dinamička projekcija rashoda

STAVKE RASHODA – TROŠKOVI PROJEKTA	RASHODI - TROŠKOVI TIJEKOM PROMATRANIH GOD. EKSPLOATACIJE PROJEKTA					UKUPNO U KUNAMA
	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	5. god.	
Materijalni troškovi	315.000,00	316.000,00	316.500,00	317.000,00	318.000,00	1.582.500,00
Troškovi usluga	20.000,00	21.000,00	21.500,00	23.000,00	23.500,00	109.000,00
Troškovi amortizacije	43.000,00	43.000,00	43.000,00	43.000,00	30.000,00	202.000,00
Ostali troškovi poslovanja	200,00	250,00	300,00	400,00	450,00	1.600,00
Troškovi osoblja	171.000,00	171.000,00	171.000,00	171.000,00	171.000,00	855.000,00
Financijski troškovi	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	25.000,00
Kamata na zajam	10.000,00	8.153,73	6.233,61	4.236,68	2.159,88	30.783,90
Izvanredni troškovi	300,00	320,00	350,00	400,00	450,00	1.820,00
Ukupno	564.500,00	564.723,73	563.883,61	564.036,68	550.559,88	2.807.703,90

Izvor: vlastita obrada autora

Rashodi su podijeljeni na materijalne troškove, troškove usluga, amortizacije, osoblja, financijske troškove, kamate na zajam, izvanredne i ostale troškove. Najviše iznose materijalni troškovi, a zatim troškovi osoblja. Protokom vremena troškovi će se pokušati minimalizirati. Ukupni iznos rashoda tijekom promatranih godina iznosi 2.807.703,90 kuna.

9.6. Projekcija računa dobiti i gubitka

Na kraju svake poslovne godine radi se račun dobiti i gubitka. Nakon izvršenja svih postupaka, promatranja ulaganja, projekcije prihoda i rashoda, radi se projekcija dobiti i gubitka. Ukoliko dobiveni rezultat prije oporezivanja bude negativan, za tvrtku se kaže da je poslovala sa gubitkom.

Tablica 11: Dinamička projekcija dobiti i gubitka

STAVKE PRIHODA I RASHODA DOBIT/GUBITAK PROJEKTA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE					UKUPNO U KUNAMA
	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	5. god.	
Ukupni prihodi	768.500,00	778.000,00	785.000,00	795.500,00	807.000,00	3.934.000,00
Ukupni rashodi	564.500,00	564.723,73	563.883,61	564.036,68	550.559,88	2.807.703,90
Ukupna dobit-gubitak (I-II)	204.000,00	213.276,27	221.116,39	231.463,32	256.440,12	1.126.296,10
Porez na dobit (20%)	40.800,00	42.655,25	44.223,28	46.292,66	51.288,02	225.259,22
Čista dobit	163.200,00	170.621,02	176.893,11	185.170,66	205.152,10	901.036,88
Zakonske pričuve - 5%	8.160,00	8.531,05	8.844,66	9.258,53	10.257,60	45.051,84
Statutarne pričuve - 5%	8.160,00	8.531,05	8.844,66	9.258,53	10.257,60	45.051,84
Ostale pričuve						
Zadržana dobit	146.880,00	153.558,91	159.203,80	166.653,59	184.636,89	810.933,19

Izvor: vlastita obrada autora

Ukupni prihodi su 3.934.000,00 kuna, rashodi 2.807.703,90 kuna. Ukupna dobit je 1.126.296,10 kuna. Uzimajući u obzir porez i pričuve, čista dobit iznosi 901.036,88 kuna, uz pričuve zadržana dobit je 810.933,19 kuna.

9.7. Financijski i ekonomski tijek

Financijski tijek pokazuje sva povećanja i smanjenja u poslovanju što utječu na financijski potencijal. Veličina financijskog tijeka ovisi o prihodima i rashodima za vrijeme trajanja projekta. Ekonomski tijek je prikaz onih poslovnih događaja koji utječu na kretanje ekonomskog potencijala projekta.

Tablica 12: Projekcija ekonomskih tijekova

STAVKE PRIMITAKA I IZDATAKA	NULTA I PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA						UKUPNO
							U
	0. god.	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	5. god.	KUNAMA
UKUPNI PRIMICI	0	768.500,00	778.000,00	785.000,00	795.500,00	807.000,00	3.934.000,00
Ukupni prihodi		768.500,00	778.000,00	785.000,00	795.500,00	624.000,00	3.751.000,00
Ostak vrij. obrtnih sredstava						183.000,00	183.000,00
UKUPNI IZDACI	613.000,00	619.800,00	620.068,48	619.060,33	619.244,02	618.671,86	3.709.844,68
Ulaganja u stalna sredstva	183.000,00						183.000,00
Ulaganja u obrtna sredstva	430.000,00						430.000,00
Rashodi (bez amor. i kama.)		516.500,00	516.723,73	515.883,61	516.036,68	515.559,88	2.580.703,90
Porez na ukup. dobit (20%)		103.300,00	103.344,75	103.176,72	103.207,34	103.111,98	516.140,78
ČISTI PRIMICI (I.-II.)	-613.000,00	148.700,00	157.931,52	165.939,67	176.255,98	188.328,14	224.155,32
KUMUL. ČISTIH PRIMI.	-613.000,00	-464.300,00	-306.368,48	-140.428,81	35.827,18	224.155,32	

Izvor: vlastita obrada autora

Tablica 13: Projekcija financijskih tijekova

STAVKE PRIMITAKA I IZDATAKA	NULTA I PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA						UKUPNO
	0. god.	1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	5. god.	U KUNAMA
UKUPNI PRIMICI	613.000,00	768.500,00	778.000,00	785.000,00	795.500,00	807.000,00	4.547.000,00
Ukupni prihodi		768.500,00	778.000,00	785.000,00	795.500,00	807.000,00	3.934.000,00
Vlastiti izvori financiranja	363.000,00						363.000,00
Dionički kapital (event.)							
Bankarski zajmovi	250.000,00						250.000,00
Robni krediti							
Ostatak vrijed. stalnih sred.							
Ostatak vrij. obrtnih sredst.						183.000,00	183.000,00
Obvezatne pričuve							
Neobvezatne pričuve							
UKUPNI IZDACI	613.000,00	686.286,78	686.559,73	685.534,78	685.721,53	685.139,83	4.096.296,60
Ulaganja u stalna sredstva	430.000,00						430.000,00
Ulaganja u obrtna sredstva	183.000,00						183.000,00
Rashodi (bez amor. i kam.)		516.500,00	516.723,73	515.883,61	516.036,68	515.559,88	2.580.703,90
Porez na dobit (20%)		103.300,00	103.344,75	103.176,72	103.207,34	103.111,98	570.194,72
Obvezatne pričuve		5.165,00	5.167,24	5.158,84	5.160,37	5.155,60	25.807,04
Neobvezatne pričuve		5.165,00	5.167,24	5.158,84	5.160,37	5.155,60	25.807,04
Anuiteti bankarskih zajmova		56.156,78	56.156,78	56.156,78	56.156,78	56.156,78	280.783,90
Anuiteti robnih kredita							
Dividende (eventualno)							
ČISTI PRIMICI (I.-II.)	0	82.213,22	91.440,27	99.465,22	109.778,47	121.860,17	450.703,40
KUMUL. ČISTIH PRIML.	0	82.213,22	173.653,49	273.118,71	382.897,18	504.757,34	

Izvor: vlastita obrada autora

Tablica 12 prikazuje projekciju ekonomskih tijekova, u kojoj su ukupni primici 3.934.000,00 kuna, a izdaci 3.709.844,68 kuna. Nakon izračuna, čisti primici iznose 450.703,40 kuna. Promatranje eksploatacije projekta vrši se kroz pet godina te se ostvaruju pozitivni čisti primici svake godine.

Tablica 13 prikazuje projekciju financijskih tijekova. Uz vlastite izvore financiranja i bankarske zajmove, ukupni primici iznose 4.547.000,00 kuna, a izdaci 4.096.296,60. Ubrajaju se: ulaganja u stalna i obrtna sredstva, rashodi bez amortizacije i kamata, porez, (ne) obvezatne pričuve i anuiteti bankarskih zajmova. Razlika primitika i izadataka stvara čiste primitke te iznose 450.703,40 kuna.

10. OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA

U ovom dijelu prikazat će se metode i ocjene učinkovitosti poduzetničkog projekta. Ti podaci će biti prikazani u obliku razdoblja povrata, stopa prinosa, pravilo palca, točke pokrića, čista sadašnja vrijednost, interna stopa profitabilnosti, prosječna profitabilnost, analiza likvidnosti i analiza osjetljivosti.

10.1. Razdoblje povrata

Razdoblje povrata označava potreban broj godina da bi se vratilo izvorno ulaganje. Ono je bitno pri procjeni rizika i likvidnosti nekog projekta, procjeni brže stope povrata i obnovi sredstava. Pogodno je kod razdoblja povrata jer tvrtkama koje imaju problema s novčanim sredstvima omogućava procjenu obrtaja oskudnih resursa kako bi se što prije povratila uložena sredstva.²²

Tablica 14: Razdoblje povrata ulaganja

ULAGANJA U PROJEKT		ČISTI PRIMICI EKON. TIJEKA		Nepokrivene investicije
Godišnji iznos	Kumulativ	Godišnji iznos	Kumulativ	
613.000,00	613.000,00	0,00	0,00	-613.000,00
	613.000,00	148.700,00	148.700,00	-468.640,00
	613.000,00	157.931,52	306.631,52	-162.008,48
	613.000,00	165.939,67	472.571,19	310.562,72
	613.000,00	176.255,98	648.827,18	959.389,89
	613.000,00	188.328,14	837.155,32	1.796.545,21

Izvor: vlastita obrada autora

U tablici je vidljivo smanjenje nepokrivenih investicija tijekom prve dvije godine te se u trećoj ostvaruju pozitivni rezultati. Zaključak je da na kraju razdoblja projekt zasigurno ostvaruje pozitivne rezultate.

²² Web stranica Moj bankar: <https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/R/Razdoblje-povrata> (26.08.2021.)

10.2. Godišnja stopa prinosa

Statistički pokazatelj profite učinkovitosti poduzetničkog projekta. Relativan je izraz oplodnje investicijskog kapitala u pojedinim godinama njegovog eksploatacijskog razdoblja.

10.3. Pravilo palca

To pravilo označava brzi složeni kamatni račun primjeren za izračune do 20% prinosa. Iznad tog prinosa dolazi do većih odstupanja. Pravilo palca omogućava brzi izračun:

- a) Godine koje su potrebne, uz određeni godišnji prinos da se investicija udvostruči
- b) Prinos potreban da se u određenim godinama investicija udvostruči²³

10.4. Čista sadašnja vrijednost

Čista sadašnja vrijedost je sadašnja vrijednost čistih novčanih tokova projekta koja je umanjena za investicijske troškove. Ona predstavlja temeljni kriterij, odnosno metode financijskog odlučivanja, kriterij čiste sadašnje vrijednosti usklađene sa temeljnim financijskim ciljem poduzeća, te maksimalizacijom njegove sadašnje vrijednosti odnosno običnih dionica.²⁴

²³ Web stranica investicijskih fondova: <https://hrportfolio.hr/informativni-izracun-prinosa/pravilo-72> (26.08.2021.)

²⁴ Web stranica Poslovnog dnevnika: www.poslovni.hr(26.08.2021.)

Tablica 15: Obračun čiste sadašnje vrijednosti

Godine projekta	ČISTI PRIMICI EKONOMSKOGA TIJEKA	DISKON. STOPA	DISKON. ČINITELJ	SADAŠNJA VRIJEDNOST PRIMITAKA PROJEKTA
0.	(iznos ulaganja) – 613.000,00	5%	1	613.000,00
1.	148.700,00	5%	0,93	141.619,05
2.	157.931,52	5%	0,87	143.248,55
3.	165.939,67	5%	0,82	143.344,92
4.	176.255,98	5%	0,76	145.006,23
5.	188.328,14	5%	0,71	147.560,03
I. UKUPNA SADAŠNJA VRIJEDNOST PRIMITAKA				720.778,78
II. ČISTA SADAŠNJA VRIJEDNOST PROJEKTA (I. - 0.)				107.778,78

Izvor: vlastita obrada autora

Tablica 15 prikazuje obračun čiste sadašnje vrijednosti. Ukupna sadašnja vrijednost primitaka iznosi 720.778,78 kuna. Razlikom te vrijednosti i iznosa ulaganja od 613.000,00 kuna, dolazi se do iznosa 107.778,78 kuna. Ostvaruju se pozitivni rezultati.

10.5. Interna stopa profitabilnosti

Interna stopa profitabilnosti bazna je metoda ocjene financijske efikasnosti investicijskih mogućnosti.

Tablica 16: Interna stopa profitabilnosti

Diskontna stopa	Čista sadašnja vrijednost
5%	107.778,78
7%	68.111,88
9%	31.750,25
10,90%	-48,02

Izvor: vlastita obrada autora

Uz diskontnu stopu od 5% čista sadašnja vrijednost iznosi 107.778,78 kuna. Kako bi se dobio negativan rezultat potrebno je izračunati stopu koja to omogućuje. Ona iznosi 10,9% te daje čistu sadašnju vrijednost od -48,02 kuna.

10.6. Analiza likvidnosti

Upravljanje likvidnošću središnje banke podrazumijeva osiguranje ponude likvidnosti bankarskom sustavu omogućuje održavanje kamatne stope na prekonoćnom međubankarskom tržištu unutar kamatnog raspona. Postiže se operacijama na otvorenom tržištu i zahtijeva prognozu likvidnosti bankarskog sustava.²⁵

²⁵ Službena Web stranica HNB: <https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/monetarna-politika/analiza-likvidnosti>(26.08.2021.)

Tablica 17: Penalizacija računa dobiti i gubitka

Red. broj	STAVKE PRIHODA I RASHODA DOBIT/GUBITAK PROJEKTA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA					UKUPNO U KUNAMA
		1. god.	2. god.	3. god.	4. god.	5. god.	
I. A	Ukupni prihodi A	768.500,00	778.000,00	785.000,00	795.500,00	807.000,00	3.934.000,00
–	(manje) Prva pretpostavka	76.850,00	77.800,00	78.500,00	79.550,00	80.700,00	393.400,00
	(-10%)						0,00
–	(manje) Druga pretpostavka	38.425,00	38.900,00	39.250,00	39.775,00	40.350,00	196.700,00
	(-5%)						0,00
I. B	Ukupni prihodi B	653.225,00	661.300,00	667.250,00	676.175,00	685.950,00	3.343.900,00
II A	Ukupni rashodi A	564.500,00	564.723,73	563.883,61	564.036,68	550.559,88	2.807.703,90
+	(više) Treća pretpostavka (10%)	56.450,00	56.472,37	56.388,36	56.403,67	55.055,99	280.770,39
+	(više) Četvrta pretpostavka (5%)	28.225,00	28.236,19	28.194,18	28.201,83	27.527,99	140.385,20
II. B	Ukupni rashodi B	649.175,00	649.432,29	648.466,15	648.642,18	633.143,86	3.228.859,49
IIIA	UKUP. DOBIT A (IA-IIA)	204.000,00	213.276,27	221.116,39	231.463,32	256.440,12	1.126.296,10
IIIB	UKUP. DOBIT B (IB-IIB)	4.050,00	11.867,71	18.783,85	27.532,82	52.806,14	115.040,52
– P1	(manje) 20% por. na dobit A	40.800,00	42.655,25	44.223,28	46.292,66	51.288,02	225.259,22
– P2	(manje) 20% por. na dobit B	810,00	2.373,54	3.756,77	5.506,56	10.561,23	23.008,10
IVA	ČISTA DOBIT A (IIIA-P1)	163.200,00	170.621,02	176.893,11	185.170,66	205.152,10	901.036,88
IVB	ČISTA DOBIT B (IIIB-P2)	3.240,00	9.494,17	15.027,08	22.026,25	42.244,91	92.032,41

Izvor: vlastita obrada autora

Navedena je penalizacija računa dobiti i gubitka. Ukupni prihodi iznose 3.934.000,00 kuna, oduzevši pretpostavke (15%) iznose 3.343.900,00 kuna. Rashodi ostvaruju iznos od 2.807.703,90 kuna na koji se dodaje pretpostavka (15%) te je tada 3.228.859,49 kuna. Oduzimajući početne rezultate ukupna dobit je 1.126.296,10 kuna, a nakon obračunatih pretpostavki 115.040,52 kuna. Obračunavajući poreze na pozitivne rezultate, početna čista dobit je 901.036,88 kuna, računajući pretpostavke i porez na dobit, čista dobit je 92.032,41 kn.

10.7. Pismo primatelju

Autopraonica "Brm-Brm Wash"

Turanj,

47000 Karlovac

Tel.: 047/222-333

Privredna banka Zagreb d.d.,

Radnička cesta 50,

10 000 Zagreb

Poštovani,

temeljem telefonskog kontakta 01. veljače 2021., po dogovoru, ovim pismom Vas želim obavijestiti da je projekt Autopraonica "Brm-Brm Wash" pravovremeno poslan na adresu Radnička cesta 50, 10000 Zagreb. Prijavljujem se na natječaj za odobravanje poduzetničkih zajmova, raspisanog u službenom listu Republike Hrvatske.

Poduzetnički projekt je elaborat Dine Vučkovića. Sama tema je osnovana u cilju upoznavanja i kretanja. Za realizaciju ovog projekta potrebno je uložiti 613.000,00 kn. Stalna sredstva iznose 430.000,00 kn, a obrtna sredstva iznose 183.000,00 kn. Vlastiti izvori sredstava vlasnika iznose 363.000,00 kn, dok vanjski izvori koje je dobio u obliku kredita Privredne banke Zagreb iznose 250.000,00 kn.

Rezultati projekta su pozitivni. Sve stavke pozitivne realizacije su predočene u projektu. Po potrebi ću Vam dostaviti potrebne informacije.

Nadam se ugodnom daljnjem poslovanju.

S poštovanjem,

Dino Vučković

11. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je jedna od najvažnijih grana gospodarstva, ali iznad svega važna značajka i za samo društvo. To je spoj ljubavi prema određenom zanimanju kojem se u potpunosti treba posvetiti zbog različitih faktora, iako je u većini slučajeva glavni motiv pokretanja poduzetničkog projekta ostvarivanje profita. Poduzetnik je osoba koja je po prirodi inteligentna, pronicljiva, te izrazito sposobna da neku svoju ideju pretvori u poduzetnički projekt koji će biti prepoznat na tržištu konkurencije. Mora biti spremna na odricanja, odlučna u svojoj namjeri da pretvori svoju ideju u koristan poduzetnički pothvat, koji će biti veliki doprinos njegovoj zajednici, ali i samom gospodarstvu.

Poduzetnički plan je detaljan opis poslovanja budućeg poduzetničkog projekta. Njegova izrada iziskuje vrijeme i sredstva. Bitan je jer pokazuje isplativost ulaganja u određenu djelatnost, te omogućuje dobivanje kreditnih zahtjeva. Koristi se za brzu i jednostavnu komunikaciju sa partnerima, financijerima i svim ostalima zainteresiranim za projekt.

Autora ovog rada nikada nisu zanimale površne stvari. Oduvijek mu je želja postići društvenu promjenu na bolje, te da svojim djelovanjem bude uzor i koristi svojoj zajednici na najbolji mogući način. Njegova ljubav prema automobilima ga je potaknula na ovaj poduzetnički projekt. Odlučio se za otvaranje samoposlužne autopraonice sa dodatnim uslugama vezane za čišćenje i održavanje automobila. Za pokretanje poduzetničkog projekta potrebno je 613.000,00 kn. Od toga vlastiti izvori sredstava iznose 363.000,00 kn, a 250.000,00 kn vanjski izvori sredstava koji su dobiveni u obliku kredita od Privredne banke Zagreb. Stalna sredstva iznose 430.000,00 kn, a obrtna sredstva iznose 183.000,00 kn. Proces aktivizacije je trajao 12 mjeseci, a početak rada 14 mjeseci od dana početka aktivizacije. Čista dobit poslije pretpostavke i plaćanja svih poreza ukupno kroz 5 godina iznosi 92.032,41 kn.

POPIS LITERATURE

KNJIGE:

- 1) Kuvačić, N.: Poduzetnička biblija, Split, 2005.
- 2) Primijenjeno poduzetništvo, skupina autora, Beretin- Split, Cera Prom-Zagreb, 2006.
- 3) Škrtić, M.: Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008.
- 4) Škrtić, M., Mikić, M.: Poduzetništvo, Sinergija-nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2011.

WEB STRANICE:

- 1) Službena Web stranice tvrtke Ekonos d.o.o: <http://www.ekonoss.hr/porezi/pravni-oblici-poduzetnistva-i-dio/> (27.06.2021.)
- 2) Web stranica Enciklopedije: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=15293> (27.06.2021.)
- 3) Web stranica Moj bankar: <https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/R/Razdoblje-povrata> (26.08.2021.)
- 4) Web stranica investicijskih fondova: <https://hrportfolio.hr/informativni-izracun-prinosa/pravilo-72> (26.08.2021.)
- 5) Web stranica Poslovnog dnevnika: www.poslovni.hr (26.08.2021.)
- 6) Službena Web stranica HNB: <https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/monetarna-politika/analiza-likvidnosti> (26.08.2021.)

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS TABLICA

Tablica 1: Projekcija (ocjena) konkurencijskih prednosti i slabosti.....	17
Tablica 2: Projekcija stalnih sredstava.....	20
Tablica 3: Projekcija ulaganja u materijalne inpute.....	21
Tablica 4: Projekcija potrebnih zaposlenika.....	22
Tablica 5: Popis aktivnosti i kvantifikacija promidžbenih ulaganja.....	25
Tablica 6: Projekcija visine i strukture ukupnih ulaganja.....	27
Tablica 7: Projekcija otplate zajma.....	28
Tablica 8: Projekcija godišnje amortizacije i ostatak vrijednosti projekta.....	29
Tablica 9: Dinamička projekcija prihoda.....	30
Tablica 10: Dinamička projekcija rashoda.....	31
Tablica 11: Dinamička projekcija dobiti i gubitka.....	32
Tablica 12: Projekcija ekonomskih tijekova.....	33
Tablica 13: Projekcija financijskih tijekova.....	34
Tablica 14: Razdoblje povrata ulaganja.....	36
Tablica 15: Obračun čiste sadašnje vrijednosti.....	38
Tablica 16: Interna stopa profitabilnosti.....	38
Tablica 17: Penalizacija računa dobiti i gubitka.....	40

POPIS SLIKA

Slika 1: Logo "Brm-Brm Wash"26