

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU DOMA ZA STARIJE I NEMOĆNE „BELISIMA“

Filipović, Martina

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:128:856623>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



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

Martina Filipović

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU
DOMA ZA STARIJE I NEMOĆNE „BELISIMA“**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

Martina Filipović

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU
DOMA ZA STARIJE I NEMOĆNE „BELISIMA“**

Završni rad

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

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

Matični broj studenta: 0248047425

Karlovac, ožujak, 2021.

ZAHVALA

Ovom se prilikom zahvaljujem svojoj mentorici Andreji Primužak, dipl.oec. na prenesenom znanju tokom moga razdoblja studiranja, također se želim zahvaliti na uloženom trudu, savjetima i pomoći tijekom pisanja ovoga završnog rada.

Zahvaljujem se i svojoj obitelji koja mi je bila velika podrška tokom studiranja, zahvaljujem se i svim svojim prijateljima te kolegama na savjetima i velikoj podršci.

Hvala Vam !

SAŽETAK

Poduzetništvo je gospodarska aktivnost pojedinca ili skupine ljudi koji ulagujući određeni kapital i preuzimajući rizik realiziraju određenu ideju i pretvaraju ju u poduzetnički projekt. Poduzetništvo je temelj gospodarskog rasta i razvoja svake zemlje. Naime poduzetništvo predstavlja sposobnost fizičke osobe da kombinacijom različitih resursa zadovolji potrebe tržišta, samim time preuzme rizik, a sve s ciljem ostvarivanja zarade, odnosno dobiti.

Unutar ovoga rada predstavljen je poduzetnički projekt na primjeru doma za starije i nemoćne osobe „Belisima“.

Dom za starije i nemoćne „Belisima“ se bavi pružanjem socijalne skrbi sa smještajem za starije osobe. U sklopu doma nalazi se 10 spavaćih soba sa svom potrebnom infrastrukturom za korisnike doma.

Dom za starije i nemoćne osobe nalazi se u mirnome mjestu, okružen prirodom koja daje mir, svjež zrak korisnicima doma.

Za realizaciju ovoga poduzetničkog projekta potrebno je uložiti 3.000.000,00 hrk od čega stalna sredstva čine 2.100.000,00 kuna a preostali iznos od 900.000,00 kuna ide u trajna obrtna sredstva.

Od ukupnoga iznosa trajnih sredstava za materijalnu imovinu se izdvaja 1.900.000,00 kuna dok preostali dio od 200.000,00 kuna ide za nematerijalnu imovinu.

Ključne riječi: *poduzetništvo, poduzetnički projekt*

ABSTRACT

Entrepreneurship is the economic activity of an individual or a group of people who, by investing certain capital and taking risk, realize a certain idea and turn it into an entrepreneurial project.

Entrepreneurship is the foundation of every country's economic growth and development. Namely, entrepreneurship represents the ability of a natural person to satisfy the needs of the market by combining different resources, while taking risks, with the aim of making a profit.

This paper presents an entrepreneurial project on the example of the home for the elderly and the infirm "Belisima".

The Home for the elderly and the infirm "Belisima" provides social care with accommodation for the elderly and the infirm. The home consists of 10 bedrooms with all the necessary infrastructure needed for home users.

The home for the elderly and the infirm is located in a quiet place, surrounded by nature which provides peace and fresh air to the users of the home.

For the realization of this entrepreneurial project, it is necessary to invest HRK 3,000,000.00, of which fixed assets amount to HRK 2,100,000.00 and the remaining amount of HRK 900,000.00 goes to permanent working capital.

Of the total amount of fixed assets for tangible assets, HRK 1,900,000.00 is allocated, while the remaining part of HRK 200,000.00 goes to intangible assets.

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurial project*

SADRŽAJ :

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	1
2. POJAM I ODREDNICE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIKA	2
2.1. Vrste poduzetništva	3
2.2. Osobine poduzetnika	3
2.3. Klasifikacija poduzetnika	4
2.4. Sudionici poduzetničkog procesa	5
2.5. Odrednice ženskog poduzetništva	5
2.6. Pozitivni i negativni aspekti ulaska u poduzetništvo	6
2.7. Poduzetništvo u malim poduzećima.....	6
2.7.1 Zakonska regulativa malog poduzetništva	7
3. POSLOVNI PLAN	8
3.1. Najčešće poduzetničke pogreške	8
3.2. Elementi poslovnog plana	9
4. NASLOVNICA PROJEKTA	10
4.1. Operativni sažetak.....	11
4.1.2. Podaci o investitoru.....	11
4.1.3. Asortiman robe	12
4.1.4. Tržišni podaci	12
4.1.5. Potrebna ulaganja	12
4.1.6. Izvori kapitala.....	13
4.1.7. Potrebni zaposlenici	13
4.1.8. Aktivacijsko razdoblje	13
4.1.9. Mjere zaštite.....	14
4.1.10. Pokazatelji učinkovitosti	14
5. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE	15
5.1. Evolucija ideje i nositelj pothvata	15
5.2. Opis proizvoda, roba ili usluga.....	15

5.3.	Reference nositelja pothvata.....	15
6.	TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA.....	16
6.1.	Projekcija ciljnih tržišta.....	16
6.2.	Projekcija konkurencije.....	16
6.3.	Projekcija cijena.....	18
6.4.	Projekcija prodaje i prihoda.....	18
7.	TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA.....	19
7.1.	Projekcija lokacije.....	19
7.2.	Projekcija tehnologije.....	19
7.3.	Projekcija kapaciteta.....	19
7.4.	Projekcija stalnih sredstava.....	19
7.5.	Projekcija materijalnih inputa.....	21
7.6.	Projekcija zaposlenika.....	22
7.7.	Projekcija zaštitnih mjera.....	22
8.	MENadžMENT PROJEKTA.....	23
8.1.	Planiranje.....	23
8.2.	Organiziranje.....	23
8.3.	Upravljanje ljudskim resursima.....	24
8.4.	Vođenje.....	24
9.	MARKETING PROJEKTA.....	25
9.1.	Ciljni tržišni segment.....	25
9.2.	Aktivnosti marketinškog programa.....	26
9.3.	Naziv tvrtke i slogan.....	26
9.4.	Grafičko rješenje zaštitnog znaka.....	27
10.	TROŠKOVI POSLOVANJA.....	28
11.	RAČUN DOBITI I GUBITKA.....	29
12.	OCJENA UČINKOVITOSTI PROJEKTA.....	30
12.1.	Razdoblje povrata.....	30
12.2.	Pravilo palca.....	30
12.3.	Interna stopa profitabilnosti.....	31
12.4.	Analiza likvidnosti.....	31
12.5.	Godišnja stopa prinosa.....	31

12.6.	Čista i relativna sadašnja vrijednost	31
13.	ZAKLJUČAK.....	32
	POPIS LITERATURE.....	33
	POPIS ILUSTRACIJA	34

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Završni rad je napravljen sukladno uputama za pisanje Završnog rada Veleučilišta u Karlovcu, Poslovnog odjela, Stručnog studija ugostiteljstva.

Završni rad je samostalna poduzetnička ideja autorice rada, koja se temelji na poduzetničkom projektu doma za starije i nemoćne „Belisima“.

Poduzetnički projekt se temelji na teorijskom i praktičnom dijelu, u kojemu se uz pomoć stečenog znanja autorice u teorijskom dijelu objašnjavaju osnovni pojmovi poduzetništva te se isti primjenjuju na praktičnom dijelu rada.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Podaci koji su se koristili za izradu završnog rada korišteni su iz stručne literature, te sa Internet stranica.

Kroz cijeli završni rad koriste se različite metode, poput metoda deskripcije, analize, klasifikacije, u radu je korištena i metoda prikupljanja za stolom.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad se sastoji od trinaest međusobno povezanih cjelina.

Na početku samoga rada objašnjava se predmet i cilj rada, izvori podataka i metode prikupljanja te sadržaj.

Nakon sadržaja rad se nastavlja sa osnovnim pojmovima o poduzetništvu koje su podijeljene u dvije osnovne cjeline te se nakon toga rad nastavlja ispreplitati sa poduzetništvom ali na konkretnom primjeru otvaranja doma za starije i nemoćne osobe „Belisima“.

2. POJAM I ODREDNICE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIKA

Poduzetništvo je gospodarska aktivnost pojedinca ili skupine ljudi koji ulagajući određeni kapital i preuzimajući rizik realiziraju određenu ideju i pretvaraju ju u poduzetnički projekt.

Može se reći da je poduzetništvo splet poslovnih aktivnosti u sklopu kojih poduzetnik ima ideju za koju smatra da je dobra poslovna prilika, u istu ulaže vlastiti ili tuđi kapital, preuzima rizik a sve u svrhu profita.

Poduzetništvo je temelj gospodarskog rasta i razvoja svake zemlje. Naime poduzetništvo predstavlja sposobnost fizičke osobe da kombinacijom različitih resursa zadovolji potrebe tržišta, samim time preuzme rizik, a sve s ciljem ostvarivanja zarade, odnosno dobiti.¹

Poduzetnik je osoba koja ulaže vlastite napore, sposobnosti i ideje kako bi pridonijela kvaliteti života društvu u kojemu se nalazi.

Poduzetnik se najčešće definira kao osoba nadarena poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna da preuzme rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnoga razvoja.²

Svaki uspješan poduzetnik prije ulaska u poduzetništvo mora imati ideju koja može nastati slučajno u nekoj životnoj situaciji, ili se može raditi istraživanje kako bi se saznalo što je to što potencijalni korisnici najviše žele i trebaju te na temelju istraživanja krenuti u poslovni pothvat. Biti poduzetnik nije nimalo jednostavno, poduzetnik osim što mora imati ideju, kapital sa kojim će realizirati ideju mora biti spreman odgovoriti i na neka ključna pitanja sa kojima će se morati nositi tokom svog poduzetničkog pothvata, neka od ključnih pitanja su : Kolika je vjerojatnost da poduzeće neće uspješno poslovati? Što u slučaju da poduzeće propadne?

Upravo odgovorom na ova pitanja smanjuje se rizik od istoga, naime ako je poduzetnik svjestan da postoji mogućnost propadanja poduzeća i prije samoga ulaska u poduzetništvo ima plan kako spriječiti isto veoma je mala vjerojatnost da će poduzeće poslovati sa gubitkom i na kraju propasti.

Vrlo često dolazi do nerazumijevanje između poduzetnika i menadžera, osnovna razlika je što menadžer vodi posao a poduzetnik osim što vodi posao ujedno je i vlasnik poduzeća.

¹ Buble, M., Kružić, D. : Poduzetništvo-realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRiF Plus, Zagreb, 2006., str.9

² Jelavić, A., Ravlić, P., Starčević, A., Šamnabović, J. : Ekonomika poduzeća, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1995., str.60

2.1. Vrste poduzetništva

U suvremenoj literaturi poduzetništvo se najčešće dijeli na : tradicionalno, korporativno i socijalno poduzetništvo.³

Tradicionalno poduzetništvo podrazumijeva tradicionalan način pokretanja poduzetničkog pothvata.

Tradicionalno poduzetništvo se najčešće primjenjuje u malim i srednjim poduzećima.

Ova vrsta poduzetništva funkcionira tako što poduzetnik prvo razvije ideju, odluči se na poslovni pothvat, uloži svoj kapital te organizira resurse koji su mu potrebni kakao bi uspio stvoriti proizvod koji želi, preuzima rizik za isto a sve u svrhu ostvarivanja dobiti.

Korporativno poduzetništvo najčešće se primjenjuje u korporacijama odnosno u velikim poduzećima.

Korporativno poduzetništvo je u svakom smislu složenije od tradicionalnog poduzetništva.

Kod ovakvoga oblika poduzetništva poduzetniku treba puno veći broj ljudi, materijala, alata, tehnike kako bi ostvario konkurentsku prednost.

Socijalno poduzetništvo je vrsta poduzetništva koja se razlikuje od prethodna dva, jer ovaj oblik poduzetništva stavlja naglasak na socijalni učinak.

Socijalno poduzetništvo predstavlja potpuno novi koncept pokretanja poduzetničke aktivnosti, tzv. socijalno poduzetništvo kojem pripadaju neprofitne organizacije čiji je ključni cilj doprinos društvu te stvaranje nove društvene vrijednosti.⁴

U ovakvom obliku poduzetništva se zapošljavaju socijalno ugrožene osobe te se na taj način žele riješiti društveni problemi.

2.2. Osobine poduzetnika

Postoje stručnjaci koji smatraju da se poduzetnik rađa sa „osobinom poduzetničkog pothvata“, da im je to urođeno.

Većina se ipak slaže da su osobine uspješnog poduzetnika: marljivost, snalažljivost, upornost, samouvjerenost, inovativnost, ustrajnost, želja i volja za radom, odgovornost.

Poduzetnik mora biti hrabar, čvrstih odluka i uvjerenja kako bi mogao svoje odluke prilagoditi riziku kojega je spreman preuzeti.

Osim navedenih osobina poduzetnik si mora postaviti realne ciljeve, misiju i viziju što će ostvarivati kroz svoj poduzetnički projekt.

Ukoliko poduzetnik nije spreman preuzeti veći ili manji rizik koji će se javljati tokom cijeloga poslovanja te nije kreativan u smislu da konstantno ima ideje i svoju prvotnu ideju unaprjeđuje ne bi ni trebao započeti poduzetnički pothvat jer vrlo vjerojatno svoj cilj neće uspjeti ostvariti.

³ Škrtić, M. : Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u Karlovcu, 2008., str. 31.

⁴ Ibid., str. 28

2.3. Klasifikacija poduzetnika

Poduzetnike bismo mogli svrstati u četiri osnovne skupine, a to su:

1. Poduzetnik pionir
2. Poduzetnik strateg
3. Poduzetnik stvaratelj
4. Poduzetnik voditelj

Svi navedeni poduzetnici će detaljnije biti razrađeni u nastavku rada, a svima je zajedničko da moraju imati osobine koje su navedene i objašnjenje u prethodnom poglavlju.

Za poduzetnika pionira možemo reći da je to poduzetnik koji se nalazi na samome početku, odnosno on tek ulazi u svoj poduzetnički pothvat.

Poduzetnik pionir bi trebao imati razvijenu ideju, imati puno energije te biti jako strpljiv i ustrajan kako bi svoju ideju uspio realizirati.

Poduzetnik pionir je poduzetnik koji je sklon riziku i brzom odlučivanju, pun je ideja stvaralačke snage, nestrpljenja u nemira.⁵

Poduzetnik strateg dominira kao poduzetnik svjestan svojih rizika, fleksibilan je i orijentiran prema budućnosti, podiže decentralizaciju te samim time menadžerima ostavlja veliku slobodu odlučivanja.

Poduzetnik strateg je jako angažiran i željan uspjeha.

Poduzetnik stvaratelj je poduzetnik koji brzo donosi odluke, nije baš sklon riziku.

Poduzetnici stvaratelji su dobri organizatori te veoma ambiciozne osobe.

Zadnja vrsta poduzetnika je poduzetnik voditelj.

Poduzetnik voditelj je dobar koordinador, težište stavlja na dobre međuljudske odnose, nastoji motivirati djelatnike i manje je sklon riziku i kreativnosti.⁶

Sve prethodno navedene vrste poduzetnika imaju svoje mane i vrline, neki preuzimaju više rizika, neki svoje planove provode više racionalno, svi su različiti no svi imaju osobine koje ih povezuju a to su motiviranost, želja za uspjehom, rad, strpljivost.

Stručnjaci smatraju da je „idealna“ poduzetnik osoba koja ima karakteristike svih navedenih i objašnjenih vrsta poduzetnika. Da bi se isto postiglo poduzetnici trebaju upotpunosti biti posvećeni svome radu.

⁵ Drucker, P.F.: The Effective Executive, Harper & Row, New York, 1996., str.23

⁶ Kuvačić, N.: Poduzetnički projekt, Beretin, Split, 2013., str.74

2.4. Sudionici poduzetničkog procesa

U samome poduzetničkom procesu sudjeluje više strana koje imaju zajednički cilj.

U poduzetničkom procesu sudjeluju poduzetnici, inovatori, investitori, menadžeri, izvršitelji i država.

Svi navedeni će biti detaljnije objašnjeni u nastavku rada, kao i njihova uloga u poduzetničkom procesu.

Poduzetnici- to su pravne ili fizičke osobe koje upravljaju resursima i ulažu kapital kako bi ostvarile dobit.

Poduzetnik je uvijek i vlasnik poduzeća koji u pravilu i vodi poduzeće pa je ujedno i menadžer.

Inovatori- Pravne ili fizičke osobe koje koriste svoje talente kreativnosti te upravo uz taj talent i znanje koje imaju smišljaju različite inovacije

Investitor- Pravna ili fizička osoba koja u pravilu ulaže svoja sredstva ali može i posuđena sredstava odnosno kapital u neki posao te očekuje ostvarivanje profita u budućnosti.

Menadžer- Osoba koja vodi posao, mora posjedovati stručne vještine i znanja kako bi kvalitetno vodila posao.

Njihova osnovana funkcija je upravljanje poslom a to postižu planiranjem, organiziranjem, koordiniranjem, usmjeravanjem te kontroliranjem.

Izvršitelj- Specijalno educirane osobe za pojedine izvršne poslove u proizvodnoj, trgovačkoj ili uslužnoj djelatnosti koje poduzetnici stalno ili povremeno angažiraju kao zaposlenike.

Država- Neizostavni dio svakoga poslovanja jer ima veliku ulogu u obavljanju posla kroz razne uvijete koje diktira u području gdje se poduzetnik nalazi.

Država potiče i podupire poduzetništvo na svim razinama upravne i samoupravne administracije.

2.5. Odrednice ženskog poduzetništva

Žene su puno manje zastupljene u poduzetništvu, premda se uvelike radi na tome i sve više žena se odlučuje postati poduzetnicama ipak su muškarci još uvijek dominantni kao poduzetnici.

Uzrok tome što je manje žena nego muškaraca kao poduzetnika su razne prepreke s kojima se žene moraju nositi u samostalnom poduzeću poput : tradicionalna razmišljanja oko uloge žene, nedovoljna podrška kako društva tako i obitelji i još mnogo drugih.

Žene su kao poduzetnice počele ravnopravno konkurirati muškarcima nakon pojave centra za izobrazbu žene.

U ovakvim centrima žene se specijaliziralo u raznim područjima poput marketinga, financija, strategije i razvoja.

Žene poduzetnice na posao gledaju drugačije od muškaraca najviše u pogledu toga što su u poslu realnije, uvažavaju savjete suradnika, bolje razumiju ljude, znaju slušati.

Kako bi žene bile ravnopravnije u poduzetništvu te još uspješnije moraju imati veliko samopouzdanje, vjerovati same u sebe, moraju razvijati svoju sposobnost odnosno biti svjesne da mogu prevladati svaku prepreku sa kojom se susreću tokom svoga poduzetničkog pothvata, svakog dana moraju razvijati svoje znanje te usavršavati se u obrazovnom smislu kako bi mogle pratiti trendove na tržištu i konkurirati drugima.

Također u poduzetništvu je od velike uloge iskustvo, iskustvo je nešto što se stječe godinama, sa više godina iskustva manja je šansa za pogreške.

Velika prednost žena poduzetnica je snalažljivost, žene su po prirodi jako snalažljive te na taj način brzo mogu naći izlaz iz poteškoća te dođu do potrebnih informacija na različite načine.

2.6. Pozitivni i negativni aspekti ulaska u poduzetništvo

Svaka djelatnost ima svoje pozitivne i negativne strane odnosno prednosti i nedostatke.

Ulazak u poduzetništvo mora biti dobro isplanirano kako bi se ostvario krajnji cilj poduzetništva a to je ostvarivanje profita.

Samostalnost kod donošenja odluka je jedan od pozitivnih strana koja se uvijek ističe u poduzetništvu jer poduzetnik ima mogućnost donositi odluka kada i kako on to želi te na taj način između ostaloga sam sebi dokazuje da je iznimno sposobna osoba i to mu daje vjetra u leđa za nastavkom donošenja odluka koje utječu na posao te u konačnici na ostvarivanje profita što je i osnovni cilj poduzetnika.

Neke od negativnih aspekata ulaska u poduzetništvo bi bilo preuzimanje rizika, jer uvijek postoji mogućnost da posao neće napredovati onako kako bi to poduzetnik želio, sa lošim poslovanjem ili propadanjem poduzeća dolazi i do velikog gubitka kapitala, stresa, sa svime ovime poduzetnik treba biti upoznat prije otvaranja bilo kakvoga poduzeća.

2.7. Poduzetništvo u malim poduzećima

Prilikom određivanja maloga poduzetništva u većini slučajeva se kao kriterij uzima broj zaposlenika iz razloga što je taj broj dostupan i objektivnan.

U literaturi se najčešće upotrebljavaju kriteriji ukupne vrijednosti imovine, vrijednosti dioničkog kapitala, visina prihoda

U Hrvatskoj malo poduzetništvo predstavlja zajednički radni naziv za obrt, zadruga i mala trgovačka društva.⁷

⁷ Renko, S., Malo poduzetništvo, Izvor ekonomskog progresa Republike Hrvatske, 2000., str.498

2.7.1 Zakonska regulativa malog poduzetništva

Poduzetnička društva se dijele na : mikro, mala, srednja i velika poduzeća.

Ovakvu klasifikaciju društva je skoro nemoguće definirati jer svaka zemlja drugačije određuje što to znači malo, srednje ili veliko poduzeće, no u konačnici osnovni kriteriji koji se uzimaju kod ove klasifikacije su : godišnji prosjek zaposlenih, godišnji prihod te iznos ukupne aktive.

Mikro poduzeća su poduzeća koja zapošljavaju od 1-9 radnika te imaju ukupnu aktivu od 2.600.000,00 kuna, odnosno imaju prihod od 5.200.000,00 kuna.

Mala poduzeće su ona poduzeća koja zapošljavaju od 10-49 radnika. Imaju ukupnu aktivu u iznosu od 30.000.000,00 kuna odnosno ukupan prihod od 60.000.000,00 kuna.

Srednja poduzeća su ona poduzeća koja zapošljavaju oko 250 radnika, imaju ukupnu aktivu u iznosu od 150.000.000,00 kuna odnosno prihode u iznosu od 300.000.000,00 kune.

Velika poduzeća su ona koja zadovoljenju barem 2 od tri kriterija, postoje zakonom određene djelatnosti koje bez obzira na uvijete spadaju pod velika poduzeća, primjerice to su banke, leasing društva, burze i sl.

3. POSLOVNI PLAN

Neizostavan dio u poduzetništvu je poslovni plan.

U poslovnome planu svaki poduzetnik prikazuje svoje ideje, planove, opisuje svoje poduzeće.

Poslovni plan mora biti stručno i profesionalno napisan kako bi se shvatila ozbiljnost poduzetnika.

Prije početka izrade poslovnog plana poduzetnik mora razumijevati vanjske i unutarnje čimbenike koji utječu na poslovanje, rast i razvoj poduzeća.

Vanjski čimbenici su čimbenici na koje poduzetnik ne može direktno utjecati to su primjerice konkurencija, promjena zakonske regulative.

Unutarnji čimbenici su čimbenici na koje poduzetnik može utjecati to mogu biti odnos sa kupcima, zaposlenici i sl.

Prilikom izrade poslovnog plana poduzetnik mora odrediti cijenu proizvoda ili usluge, veličinu prodaje proizvoda ili usluge, troškove u poduzeću, plaću zaposlenika.

3.1. Najčešće poduzetničke pogreške

Poduzetnički plan mora biti što je više moguće realan.

Prilikom izrade poduzetničkog plana postoji nekoliko pogrešaka koje poduzetnici najčešće čine.

Prva pogreška do koje dolazi a ima veliki utjecaj na daljnje poslovanje je pogrešna procjena tržišta- poduzetnici početnici koji nemaju dovoljno iskustva rade ovu grešku jer nerealno ocijene tržište i mogućnost plasmana svoga proizvoda ili usluge, najčešće su previše ambiciozni te subjektivno donesu procjenu.

Poduzetnici se također moraju nositi sa velikim troškovima, prije nego poduzeće počne uspješno poslovati moraju se uložiti velika sredstva, osobe koje nemaju dovoljno iskustava nerijetko zaključuje da će troškovi poslovanja biti manji nego što uistinu budu pa se poduzetnici moraju brzo snaći odnosno posegnuti za novim, neplaniranim kreditom, stoga je od velike važnosti paziti na ovu pogrešku te jako dobro iskalkulirati troškove prije otvaranja poduzeća.

Još neke od pogrešaka do kojih dolazi su : nedostatak sredstva za poslovanje te ne praćenje poslovnog plana.

3.2. Elementi poslovnog plana

Svaki poslovni plan mora sadržavati sljedeće elemente:

- Podaci o poduzetniku
- Poduzetnička ideja
- Opis proizvoda i načina proizvodnje
- Strukturu ulaganja i izvore financiranja
- Tržišna opravdanost
- Ekonomska opravdanost

Podaci o poduzetniku- smatra se najlakšom stavkom u poduzetničkom planu, u ovoj stavci poduzetnik daje svoje osobe podatke, objašnjava čime se bavi, tko su mu glavni suradnici u poduzetničkom projektu.

Poduzetnik detaljno treba pojasniti zašto smatra da ima sposobnosti, znanje i vještine da bude uspješan u svome poduzetničkom pothvatu.

Poduzetnička ideja- u ovoj stavci poslovnoga plana treba se ukratko opisati nastanak ideje, proizvoda, također je poželjno da se opišu potencijalni kupci te obrazloži zašto je ideja orijentirana baš na te kupce.

Dobra poslovna ideja je ona ideja koja sadrži kombinaciju interesa i vještina poduzetnika te ne izazva velike troškove i veliki broj radnika u prvoj godini poslovanja.

Poduzetnička ideja mora moći odgovoriti na neka ključna pitanja kao što su : Što će se proizvoditi? Na koji način će se proizvoditi? Za koje ciljno tržište i zašto baš za to tržište?

Opis proizvoda i način proizvodnje- U ovome dijelu poduzetničkog plana detaljno se opisuje proizvod ili usluga koju će poduzetnik prezentirati svojim potencijalnim kupcima. Potrebno je opisati tijek i trajanje samoga proizvodnog procesa te navesti svu potrebnu infrastrukturu koja će se koristiti u ostvarivanju poduzetničke ideje.

Struktura ulaganja i izvori financiranja- Ovaj dio poduzetničkog plana se bavi isključivo financiranjem poduzetničkog projekta, to bi značilo da se treba navesti koliki dio se financira iz vlastitih sredstava a koliki dio iz sredstava donacija ili kredita.

Tržišna opravdanost- tržišno opravdanim proizvodom ili uslugom se smatra taka proizvod ili usluga za kojim postoji potreba i pažnja tržišta.

Ukoliko je tržište zainteresirano za poduzetničku ideju tek tada se ideja može pretvoriti u uspješan poduzetnički projekt.

Ekonomska opravdanost- u ekonomskoj opravdanosti ideje se analizira isplativost same ideje jer prije svega poduzetnik za cilj ima financijsku dobit.

4. NASLOVNICA PROJEKTA

Dom za starije i nemoćne „Belisima“

Strmec Bukevski 4, 10410 V.Gorica

Republika Hrvatska

Slika 1. Dom za starije i nemoćne osobe



Izvor: www.domovi-za-starije.com (01.05.2021)

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU DOMA ZA STARIJE I NEMOĆNE „BELISIMA“

Član trgovačkog društva: Martina Filipović

Osoba za vezu: Martina Filipović

Tel: 098/9866-172

Karlovac, ožujak, 2021.

4.1. Operativni sažetak

4.1.2. Podaci o investitoru

Ovaj poduzetnički projekt je elaborat ideje apsolvantice Veleučilišta u Karlovcu, Poslovnog odjela, stručnog studija ugostiteljstva Martine Filipović. Riječ je o poduzetničkom projektu na primjeru doma za starije i nemoćne „Belisima“.

Projekt

Naziv: Dom za starije i nemoćne Belisima

Adresa: Strmec Bukevski 4, 10410 Velika Gorica

Članovi uprave (vlasništvo): Martina Filipović (100% vlasništvo)

Direktor: Martina Filipović

Temeljni kapital: -

Poslovna banka: Zagrebačka banka d.d

Registrirana djelatnost: Djelatnosti socijalne skrbi sa smještajem za starije osobe.

4.1.3. Asortiman robe

Dom za starije i nemoćne „Belisima“ se bavi pružanjem socijalne skrbi sa smještajem za starije osobe.

Domovi za starije i nemoćne osobe razvrstavaju se u tri kategorije i to: prvu, drugu i treću kategoriju o čemu se izdaje rješenje.⁸ S obzirom na veličinu i broj zaposlenika dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ svrstava se u prvu kategoriju.

U sklopu doma nalazi se 10 spavaćih soba sa svom potrebnom infrastrukturom za korisnike doma.

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ nalazi se nadomak grada Zagreba u malenome, mirnome mjestu Strmec Bukevski gdje nudi svojim korisnicima netaknutu prirodu, svjež zrak. Unutar doma nalazi se veliko imanje na kojemu se radi na domaćoj poljoprivredi kako bi korisnici doma uvijek imali svježe a što je i najvažnije domaće voće i povrće, također je pomoć korisnika uvijek dobrodošla kako bi se osjećali aktivnima i što više vremena provodili na svježem zraku.

Dom za starije i nemoćne „Belisima“ svojim korisnicima omogućuje jednodnevni odlazak na more uz pratnju stručnih osoba.

Netaknuta priroda, stručno osoblje, domaća prehrana te brojne aktivnosti koje dom nudi svojim korisnicima zasigurno će privući mnogobrojne potencijalne korisnike doma.

4.1.4. Tržišni podaci

Unutar samoga mjesta Strmec Bukevski ne postoji niti jedan dom za starije i nemoćne tako da dom Belisima nema izravnu konkurenciju, no zbog neposredne blizine grada Velike Gorice i grada Zagreba gdje ima puno domova za starije i nemoćne ipak stvaraju domu „Belisima“ konkurenciju.

Kao što je navedeno dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ nudi nešto drugačije, netaknutu prirodu, domaće proizvode, te je zbog svega navedenog izuzetno konkurentan na tržištu.

4.1.5. Potrebna ulaganja

Za realizaciju ovoga poduzetničkog projekta potrebno je uložiti 3.000.000,00 hrk od čega stalna sredstva čine 2.100.000,00 kuna a preostali iznos od 900.000,00 kuna ide u trajna obrtna sredstva.

Od ukupnoga iznosa trajnih sredstava za materijalnu imovinu se izdvaja 1.900.000,00 kuna dok preostali dio od 200.000,00 kuna ide za nematerijalnu imovinu.

⁸ Narodne novine, <https://narodne-novine.nn.hr/> (članak 2.)

4.1.6. Izvori kapitala

Od ukupno 3.000.000,00 kuna ukupnog iznosa ulaganja za ovaj poduzetnički projekt, vlastita sredstva iznose 1.000.000,00 kuna dok preostali iznos od 2.000.000,00 kuna će biti kredit banke.

4.1.7. Potrebni zaposlenici

Poduzetnički projekt otvaranja doma za starije i nemoćne osobe zahtjeva ukupno deset zaposlenika

Sama investitorica Martina Filipović će biti voditeljica doma za starije i nemoćne te s obzirom na dugogodišnje iskustva rada u računovodstvu ista će se baviti papirologijom, te računovodstvenim zadacima, kao i brigom oko nabave svih potrebnih materijala za neometano poslovanje doma za starije i nemoćne.

Uz voditelja doma za starije i nemoćne također će biti zaposlene četiri kuharice- dvije u jutarnjoj i dvije u popodnevnoj smjeni, čistačica koja će dolaziti svaki dan pospremiti radne prostorije kao i sobe korisnika doma za starije i nemoćne.

S obzirom da dom za starije i nemoćne sadrži soba u kojima će biti smješteno po dva korisnika medicinskih sestara će biti zaposleno četiri te jedna medicinska sestra u noćnoj smjeni kako bi uvijek bila na raspolaganju korisnicima doma ukoliko im zatreba pomoć.

Ukupan mjesečni bruto iznos plaće iznosi 74.500,00 kuna od toga menadžer doma za starije i nemoćne ima plaću od 10.000,00 kuna, medicinske sestre imaju plaću od 8.000,00 kuna (ukupno 40.000,00kuna), čistačica ima plaću od 4.500,00 kuna te kuharice imaju plaću u iznosu od 5.000,00 kuna.

4.1.8. Aktivacijsko razdoblje

Iako poslovni prostor doma za starije i nemoćne već postoji, odnosno na mjestu gdje će se nalaziti poslovni prostor trenutno se nalazi velika obiteljska kuća koja će biti otkupljena od trenutnih vlasnika te prenamijenjena u dom za starije i nemoćne „Belisima“.

Trenutan objekt će biti prenamijenjen na način da će se prvi kat kuće u potpunosti renovirati, te će se od istoga napraviti malo predsoblje, ured za voditelja hotela, kuhinja te prostorija koja će se koristiti za ostavu stvari, dok će se na prva dva kata nalaziti na svakome po 5 spavaćih soba sa kupaonicama.

Unutar kuće potrebno je uvesti lift kako bi korisnicima bio olakšan pristup dolaska do soba. Predviđeno vrijeme adaptacije te potpune renovacije postojećeg objekta u dom za starije i nemoćne iznosi 1.god.

4.1.9. Mjere zaštite

Dom za starije i nemoćne „Belisima“ vodi veliku brigu oko mjera zaštite, ponajviše zbog toga što svojim korisnicima želimo priuštiti što veću mogu zaštitu te njihov boravak učiniti što sigurnijima, stoga će se u domu za starije i nemoćne poduzetni sve potrebne mjere u skladu sa zakonom o zaštiti okoliša, zaštiti od požara, zaštiti na radu.

Na svim mjestima će biti prikazan plan evakuacije u slučaju požara, te će se na svakome katu nalaziti protupožarni aparat, unutar svake sobe nalaziti će se detektor dima kako bi se osigurala što brža reakcija u slučaju požara.

4-1.10. Pokazatelji učinkovitosti

Učinkovitost poslovanja poduzetničkog projekta analizirala se u izračunima ocjena profitabilnosti, od kojih bi se mogli izdvojiti razdoblje povrata, stopa prinosa, pravilo palca, točka pokrića, čista sadašnja vrijednost, interna stopa profitabilnosti, prosječna stopa profitabilnosti, analiza likvidnosti i osjetljivosti.

Na temelju navedenih izračuna dolazi se do zaključka da je poduzetnički projekt otvaranja doma za starije i nemoćne osobe „Belisima“ profitabilan i isplativ, a sama uspješnost poslovanja doma za starije i nemoćne „Belisima“ će se utvrditi analizom odnosa bilančnih pozicija te pozicija u računu dobiti i gubitka tijekom promatranog razdoblja.

5. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE

5.1. Evolucija ideje i nositelj pothvata

Poduzetnički projekt otvaranja doma za starije i nemoćne „Belisima“ ideja je apsolventice Veleučilišta u Karlovcu Martine Filipović.

Jedan od najvažnijih čimbenika koji su utjecali na donošenje odluke za investiranjem u dom za starije i nemoćne je velika ljubav prema starijim osobama, konkretno prema baki sa kojom autorica živi, te neprestana briga o istoj, uvelike je utjecao jedan poseban osjećaj kada netko ovisi o Vama i velika ljubav i zahvalnost koju Vam ta osoba pruža samo jer joj poklanjate pokoji trenutak pažnje.

Zbog svega navedenoga autorica se odlučila na ovaj poduzetnički projekt kako bi i drugima starijim osoba pokušala uljepšati starost, posebno osobama o kojima se nema tko brinuti.

5.2. Opis proizvoda, roba ili usluga

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ pružati će vrhunsku uslugu, njegu i brigu za starije osobe.

Korisnici doma za starije i nemoćne „Belisima“ biti će smješteni u 10 soba po dva korisnika u svakoj sobi.

Sobe će biti prilagođene na način da korisnici imaju sve na jednom mjestu.

Osim samoga smještaja, u sklopu doma za starije i nemoćne nalazi se i veliko dvorište u kojemu će korisnici doma moći boraviti kako bi što više bili na svježem zraku, također nudi im se mogućnost pomaganja oko vrta, cvjetnjaka, voćki kako bi se i dalje osjećali aktivno.

5.3. Reference nositelja pothvata

Autorica projekta rođena je 05.07.1995 god. u Zagrebu.

Osnovnu školu pohađala je u Šćitarjevu, malenom mjestu nedaleko Velike Gorice, srednju školu je završila u Zagrebu za turističko- hotelijerskog komercijalista u Ugostiteljskom učilištu Zagreb.

Autorica je trenutno apsolventica Veleučilišta u Karlovcu, Poslovnog odjela, smjera Ugostiteljstvo.

Autorica se koristi njemačkim i engleskim jezikom kako u govoru tako i pismu, također je i informatički pismena a neke od karakteristika autorice su : vrijedna je, marljiva, brižna, ambiciozna osoba, osjećanja te su to ujedno i neke osobine koje su ju potaknule na otvaranje doma za starije i nemoćne.

6. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA

6.1. Projekcija ciljnih tržišta

Kako bi poduzetnički projekt što uspješnije poslovao treba imati ciljno tržište, to je osnova za pokretanje samoga projekta.

Potencijalni poduzetnik mora saznati želje, potrebe i mogućnosti potencijalnih kupaca ili korisnika usluga kako bi mogao svoj proizvod ili uslugu prilagoditi kupcima.

Ciljano tržište za ovaj poduzetnički projekt su sve starije osobe koje iz bilo kojega razloga više ne mogu ili ne žele živjeti sami te traže nekoga tko će biti uz njih i tko će se brinuti o njima.

6.2. Projekcija konkurencije

Prilikom istraživanja tržišta velika pozornost treba se usmjeriti na konkurenciju, jer upravo konkurencija stvara veliku prijetnju novome poduzetničkom projektu.

U samome mjestu Strmec Bukevski ne postoji niti jedan objekt ovakvoga tipa, stoga dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ nema izravnu konkurenciju, no zbog neposredne blizine grada Velika Gorica i grada Zagreba gdje ima nemali broj domova za starije i nemoćne postoji veliki broj konkurencije.

Upravo zbog velikog broja konkurencije u gradovima Velika Gorica i Zagreb, dom za starije i nemoćne „Belisima“ svojim korisnicima ne nudi samo klasičnu uslugu nego nudi i svjež zrak, mirno okruženje, vrt, cvjetnjake, mir koji je posebno starijim osobama jako potreban, te zbog toga dom za starije i nemoćne „Belisima“ može konkurirati svim domovima u neposrednom okruženju.

Tablica 1 Projekcija konkurentskih prednosti i slabosti

REDNI BROJ	PODRUČJE KOMPARACIJE	1.KONKURENT	2.KONKURENT	3.KONKURENT
1.	Asortiman robe	0	+	+
2.	Tehnička obilježja robe	+	+	+
3.	Uporabna obilježja robe	0	+	+
4.	Poslije prodajne usluge potrošačima	+	+	+
5.	Ostala obilježja robe	+	+	+
6.	Prodajni kanali i distribucija	0	0	0
7.	Cijene i uvjeti plaćanja	0	+	0
8.	Uvjeti, način i rokovi isporuke	+	+	+
9.	Ekonomska propaganda	0	+	+
10.	Aktivnosti promicanja prodaje	+	+	+
11.	Osobno-prodajna promidžba	0	0	0
12.	Publicitet i odnosi s javnošću	0	0	0
13.	Nabavni kanali i distribucija	0	0	0
14.	Lokacija	+	+	+
15.	Stručno osoblje	+	+	+
UKUPNO		0	+	+

Izvor: Vlastita izrada autorice

S obzirom na to da dom za starije i nemoćne „Belisima“ nema izravnu konkurenciju, za potrebu izrade tablice korištena je struktura konkurencije iz obližnjih gradova kao najveća konkurencija domu.

6.3. Projekcija cijena

Cijena svakoga proizvoda ili usluge ima veliku ulogu u poslovanju, jer je to jedan od najvažnijih čimbenika kod potencijalnog kupca.

Cijena proizvoda ili usluga treba biti realna i treba pružati kvalitetan omjer cijene i usluge koja se nudi.

Svaki potrošač očekuje da će za novce koje on ulaže u nešto bilo da kupuje neki proizvod ili za svoj novac koristi neku uslugu, želi dobiti kvalitetan proizvod ili uslugu, da ona ispuni sva njegova očekivanja da nema osjećaj kao da je ovac uzalud potrošio na nešto.

Svaki poduzetnik odnosno svako poduzeće formira cijenu ovisno o ponudi i potražnji na tržištu gdje se nudi proizvod ili usluga.

U domu za starije i nemoćne osobe „Belisima“ cijene se baziraju na mjesečnoj usluzi te cijena korištenja doma za jedan mjesec iznosi 4.500 kn.

6.4. Projekcija prodaje i prihoda

Jedan od najvažnijih čimbenika poduzetničkog projekta je projekcija prodaje i prihoda na temelju kojih se vidi koliko je isplativo ulagati u neki projekt.

Svaki zainteresirani želi znati koliko, kada, gdje i kako će se proizvoditi ili pružati neka usluga te koliko je sam poduzetnički projekt profitabilan. Zato je projekcija prodaje i prihoda jedan od najboljih odgovora na pitanje koliko će se na godišnjoj bazi zaraditi od nekog poduzetničkog projekta.

Tablica 2. Projekcija godišnje prodaje i prihoda

Redni broj	Naziv usluge	Količina	Jedinična cijena (kune)	Ukupna cijena (kune)
1.	Prihodi od korištenja doma na godišnjoj bazi	240	4.500	1.080.000
2.	Prihodi od dodatnih izleta(toplice, more)	20	100	2.000
Ukupno				1.082.000,00

Izvor: Vlastita izrada autorice

7. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA

7.1. Projekcija lokacije

Lokacija sama po sebi predstavlja mjesto na kojemu se susreću ponuda i potražnja. Sama lokacija može se promatrati sa aspekta mikro i makro lokacije. Na primjeru ovoga poduzetničkog projekta makro lokacija bi bila mjesto Strmec Bukevski dok je mikro lokacija sama adresa doma a to je Strmec Bukevski 4.

Razlog odabira upravo ove lokacije za otvaranje poduzetničkog projekta jest mir, svjež zrak, priroda, seoska idila a opet blizina velikih gradova kao i glavnoga grada Zagreba.

7.2. Projekcija tehnologije

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ biti će opremljen kvalitetnom opremom koja je potreba za sve korisnika doma.

U samome domu nalaziti će se lift koji će pomoći korisnicima da dođu do svoje sobe ukoliko ne mogu koristiti stepenice, svaka soba će biti klimatizirana, imati će televizor te protupožarne aparate.

7.3. Projekcija kapaciteta

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ imati će 10 soba raspodijeljenih na 2 kata, a u svakoj spavaćoj sobi nalaziti će se po dva krevete, odnosno biti će smještene dvije osobe u jednoj sobi.

7.4. Projekcija stalnih sredstava

Stalna sredstva predstavljaju sva materijalna i nematerijalna sredstva odnosno svu materijalnu i nematerijalnu imovinu koja ima vijek trajanja duži od jedne godine.

U stalna sredstva ulaze različita dugotrajna prava (nematerijalna imovina), zemljište, nasade, osnovno stado, zatvoreni i otvoreni prostor, proizvodna pomoćna i druga oprema te druga materijalna imovina s vijekom trajanja duljim od godine dana.

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ sastoji se od samoga doma veličine 400m², dok se u sklopu doma nalazi dvorište, parking, vrt i terasa koji se prostiru na 1400 m².

Tablica 3. Projekcija ulaganja u stalna sredstva

Redni broj	Stalna sredstva	Ukupan iznos ulaganja
1.	Zemljište	478.000,00
2.	Prenamjena objekta	700.000,00
3.	Inventar	600.000,00
4.	Proizvodna oprema	60.000,00
5.	Pomoćna oprema	15.000,00
6.	Uredska oprema	8.000,00
7.	Ostala oprema	9.000,00
8.	Pribor i alati	30.000,00
9.	Prijevozna sredstva	50.000,00
10.	Ostala materijalna imovina	50.000,00
11.	Nematerijalna imovina	100.000,00
	Ukupno	2.100.000,00 kn

Izvor: Vlastita izrada autorice

7.5. Projekcija materijalnih inputa

Materijalni inputi su oni inputi koji se potroše u cijelosti nakon što im prođe rok trajanja, to se odnosi na sva sredstva koja imaju rok trajanja kraći od godine dana.

Tablica 4. Projekcija ulaganja u materijalne inpute

Redni broj	Popis materijalnih inputa	Količina	Jed.cijena	Ukupna vrijednost
I.	Proizvodni dio			
1.				
2.				
3.				
II.	Uslužni dio			40.000,00
2.1	Sirovine			5.000,00
2.2	Repromaterijal			15.000,00
2.3	Energenti			20.000,00
2.4	Sitni inventar			
2.5	Ostali materijalni inputi			
III.	Trgovački dio			6.000,00
3.1	Prvi unos robe			
3.2	Sirovine			
3.3	Repromaterijal			
3.4	Energenti			
3.5	Sitni inventar			
3.6	Ostali materijalni inputi			
3.7	Skladišni materijal			1.000,00
3.8	Režije			
3.9	Radna odjeća			5.000,00
Ukupno				46.000,00

Izvor: Vlastita izrada autorice

7.6. Projekcija zaposlenika

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ zapošljavati će ukupno 10 osoba. Zaposlenici su od velike važnosti u poslovanju svakoga objekta te će se u njih ulagati tokom cijelog poslovanja kako bi isti bili zadovoljni te tako doprinijeli uspješnom poslovanju doma.

Tablica 5. Projekcija zaposlenika

Redni Broj	Radno Mjesto	Stručna sprema	Ukupan br. zaposlenika	Troškovi zaposlenika
I.	Uslužni Radnici			
1.	Menadžer doma	VSS	1.	10.000,00
2.	Kuharica	SSS	4.	8.000,00
3.	Čistačica	SSS	1.	4.500,00
4.	Medicinska Sestra	VSS	4.	5.000,00
Ukupno			10.	74.500,00

Izvor: Vlastita izrada autorice

7.7. Projekcija zaštitnih mjera

Zaštita zaposlenika, korisnika doma, te okoliša je jedan od glavnih prioriteta u poslovanju doma za starije i nemoćne osobe „Belisima“.

Provođenjem svih potrebnih zaštitnih mjera sam rizik se svodi na minimum te tima dolazi do boljeg poslovanja svakoga objekta.

Svi zaposlenici moraju biti educirani kako bi uspješnije obavljali svoj posao te samim time zaštitili sebe ali i korisnike doma koji u velikoj mjeri ovise o njima.

8. MENADŽMENT PROJEKTA

Menadžment možemo definirati kao proces u kojemu pojedinci radeći zajedno u skupinama ostvaruju odabrane ciljeve.

Menadžment je funkcija koja koordinira ljudske napore u svrhu izvršavanja određenih ciljeva koristeći dostupne resurse efikasno i učinkovito.

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ biti će registriran kao d.o.o. odnosno društvo s ograničenom odgovornošću čija će vlasnica a ujedno i menadžerica biti Martina Filipović.

Sam menadžment se može podijeliti na četiri funkcije a to su: planiranje, organiziranje, upravljanje ljudskim resursima te vođenje.

8.1. Planiranje

Planiranje se smatra osnovnom funkcijom menadžmenta , planiranje nam zapravo pomaže otkriti gdje je poduzeće sada a gdje zapravo želi biti, odnosno planiranje usmjerava poduzeće prema budućnosti.

Planiranje možemo podijeliti na nekoliko osnovnih faza a to su: operativni planovi- obuhvaćaju razdoblje od mjesec dana, u konkretnom primjeru to bi bila priprema zemljišta, sirovina. Nadalje, imamo kratkoročne planove- to su planovi koji pokrivaju razdoblje u trajanju od jedne godine, imamo i srednjoročne planove to su planovi koji se odnose na razdoblje od jedne do pet godina te na kraju imamo dugoročne planove to su svi oni planovi čije je razdoblje trajanja duže od pet godina.

8.2. Organiziranje

Organiziranje je usko vezano uz funkciju planiranja, jer da bi se određeni planovi ostvarili mora se napraviti dobra organizacija.

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ će biti organizirano na sljedeći način ; Menadžerica hotela a ujedno i vlasnica će se nalaziti na samome vrhu organizacije, ispod nje će se nalaziti odgovorne osobe u skladu sa svojim zaduženjima koje će ujedno voditi brigu o zaposlenicima.

8.3. Upravljanje ljudskim resursima

Upravljanje ljudskim resursima je jako bitno za samo poslovanje poduzeća.

Oko ove funkcije glavnu ulogu će imati vlasnica doma za starije i nemoćne osobe, koja će na temelju iskustva, znanja, stručne spreme zapošljivati i raspoređivati zaposlenike na radne funkcije a ujedno će i voditi brigu da svaki djelatnik bude zaposlen putem natječaja za posao kako bi se dala prilika mladim i stručnim osobama za zapošljavanje.

8.4. Vođenje

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ vodstvo će se voditi na način da svaki djelatnik nosi određeni dio vodstva i odgovornosti kako bi svi jednako sudjelovali u svim procesima. Vlasnica hotela će ipak imati završnu riječ ali uvažavajući mišljenje, želje i potrebe svojih zaposlenika te ih dodatno nagrađujući kroz razne bonuse za trud i volju koju ulažu u nesmetano funkcioniranje samoga doma.

9. MARKETING PROJEKTA

Američko marketinško udruženje (AMA) marketing je definiralo kao skup institucija i procesa za kreiranje, komuniciranje, dostavljanje i razmjenu ponude koje imaju vrijednost za kupce, klijente, partnere i društvo u cjelini.

Cilj marketinga je da se temeljem dobivenih rezultata istraživanja tržišta zadovolje potrebe potrošača, stoga će dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ pratiti tržište te unaprjeđivati svoju ponudu i prilagođavati ju ciljanom tržištu kako bi i korisnici ali i vlasnica u konačnici bili zadovoljni.

9.1. Ciljni tržišni segment

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ orijentiran je na sve osobe starije životne dobi koje više ne mogu živjeti samostalno te im treba svakodnevna pomoć i briga, također je orijentiran za sve starije osobe koje mogu živjeti samostalno ali ne žele živjeti same, žele se družiti i provoditi vrijeme sa drugim ljudima.

9.2. Aktivnosti marketinškog programa

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ će jako ulagati u marketinške aktivnosti kako bi ga ljudi prepoznali i kako bi se istaknuo na tržištu.

Dom za starije i nemoćne osobe će se oglašavati putem interneta, također će imati i svoju Facebook stranicu kako bi mlađi ljudi vidjeli dom i preporučili ga svojim bakama ili djedovima, također dom za starije i nemoćne osobe će se oglašavati putem televizije, radija te novina.

Tablica 6. Popis promidžbenih ulaganja

Redni broj.	Naziv aktivnosti	Troškovi ulaganja (HRK)
1.	Izrada web i Facebook stranice	500,00
2.	Oglašavanje putem novina	200,00
3.	Oglašavanje putem radija i TV-a	9.000,00
Ukupno		9.700,00

Izvor: Vlastita izrada autorice

9.3. Naziv tvrtke i slogan

Sam naziv poduzeća jako je bitan za vizualni i korporativni identitet samoga poduzeća.

Ime poduzeća trebalo bi biti lako pamtljivo, uočljivo nešto što kada čujete ne zaboravite odmah.

Dom za starije i nemoćne osobe „Belisima“ nosi ovaj naziv jer je baka autorice ovoga rada nju nazvala Belisima te se na ovaj način autorica htjela zahvaliti baki na svemu i nazvati svoj dom za starije i nemoćne „Belisima“.

9.4. Grafičko rješenje zaštitnog znaka

Zaštitni znak poduzeća odnosno logo treba bi biti jednostavan, nešto što će se istaknuti i na taj način obaviti najbolju promociju samoga poduzeća.

Logo Doma za starije i nemoćne „Belisima“ će biti malena sličica bake i unuke kako na terasi doma za starije i nemoćne sjede i uživaju u pogledu.

10. TROŠKOVI POSLOVANJA

Za realizaciju ovoga poduzetničkog projekta potrebno je uložiti 3.000.000,00 HRK od čega će stalna sredstva činiti 2.100.000,00 kuna a trajna obrtna sredstva će iznositi 1.900.000,00 kuna.

Tablica 7. Potrebna ulaganja

Red. Broj	Stalna i obrtna sredstva	Iznosi
I.	Stalna sredstva-ukupno	3.000.000,00
1.	Nematerijalna imovina- ukupno	150.000,00
2.	Osnivački izdaci	150.000,00
II.	Materijalna imovina	1.358.000,00
1.	Kupnja objekta	478.000,00
2.	Prenamjena objekta	700.000,00
3.	Postrojenje i oprema	100.000,00
4.	Alati, pribor	30.000,00
5.	Prijevozna sredstva	50.000,00
III.	Obrtna sredstva	1.900.000,00
1.	Materijal	1.025,500
2.	Godišnje plaće	74.500,00
3	Ostala obrtna sredstva	800.000,00
	Ukupno	3.000.000,00

Izvor: Vlastita izrada autorice

11. RAČUN DOBITI I GUBITKA

Račun dobiti i gubitka prikazuje koliku je dobit odnosno koliki je prihod imala tvrtka u nekom razdoblju, odnosno računom dobiti i gubitka se prikazuje koliko je tvrtka imala prihoda, rashoda te u konačnici koliki je profit tvrtke.

Računom dobiti i gubitka zapravo odgovaramo na pitanje kolika je profitabilnost nekoga poduzeća.

Svaki račun dobiti i gubitka se sastoji od : prihoda, rashoda te dobiti ili gubitka.

Prihod predstavlja vrijednost prodanih proizvoda ili usluga koje je društvo ostvarilo u nekom određenom razdoblju.

Postoji nekoliko vrsta prihoda a to su: redovni prihodi koji se ostvaruju prodajom nekoga proizvoda ili usluge, zatim imamo financijske prihode koji podrazumijevaju prihode od dividendi, udjela u dobiti i na kraju imamo izvanredne prihode koji nastaju od naplate prethodno otpisanih potraživanja.

Rashodi podrazumijevaju smanjenje ekonomske koristi u smislu smanjenja imovine, povećanja obveza.

Rashodi se mogu svrstati u dvije skupine a to su: redovni rashodi- oni rashodi koji nastaju iz redovitih aktivnosti poduzeća te izvanredni rashodi- iznenadno i neplanirano povećanje obveza.

12. OCJENA UČINKOVITOSTI PROJEKTA

Za ocjenu učinkovitosti određenog projekta koriste se podaci na kraju određenog razdoblja, najčešće na kraju poslovne godine, a kao izvor podataka koriste se temeljna financijska izvješća. Ocjenom učinkovitosti projekta radi se na analizi isplativosti samoga projekta te se također analizira može li se i kada očekivati povrat uložених sredstava. Sama ocjena učinkovitosti projekta trebala bi moći pokazati nekoliko pokazatelja koji uvelike ovise o tome hoće li se poduzetnik uopće upustiti u svoj poduzetnički projekt, najvažnije značajke same ocjene učinkovitosti projekta biti će razrađene u daljnjem seminarskom radu a neke od njih su :

- Razdoblje povrata
- Pravilo palca
- Interna stopa profitabilnosti
- Analiza likvidnosti
- Godišnja stopa prinosa
- Čista i relativna sadašnja vrijednost

12.1. Razdoblje povrata

Razdoblje povrata prikazuje koliko je godina potrebno da se uložena sredstva vrate poduzetniku.

Poduzetnički projekt se smatra uspješnijim i kvalitetnijim ukoliko je broj godina koji je potreban za povrat uložених sredstava što manji.

Kako bi se razdoblje povrata što točnije odredilo poduzetnici se koriste sljedećom formulom

$$T = I / D$$

Gdje slovo T predstavlja broj godina, dok su I- ukupan iznos investicija a D- godišnji dobitak.

12.2. Pravilo palca

Pravilo palca se često naziva i pravilo 72 a njime se utvrđuje broj godina koje su potrebne da bi se dohodak udvostručio uz prosječnu stopu ekonomskog rasta. Pravilo palca se koristi na način da se godišnji prihod podijeli sa brojem 72 te se na taj način dobije broj godina koji je potreban za udvostručenje prihoda, dok se sami prinos računa na način da se zadani broj godina podijeli sa brojem 72.

12.3. Interna stopa profitabilnosti

Profitabilnost pokazuje koliko je neko poduzeće uspješno odnosno koliko je profita poduzeće ostvarilo u promatranom periodu. Interna stopa profitabilnosti predstavlja diskontnu stopu koja svodi neto novčane tokove investicije na samu vrijednost investicijskih troškova. Neto i bruto marža, povrat na imovinu i kapital spadaju u najčešće pokazatelje profitabilnosti poduzeća.

12.4. Analiza likvidnosti

Likvidnost je zapravo sposobnost samoga poduzeća da može podmiriti svoje obveze u svakome trenutku.

Svako poduzeće koje ima primitke jednake ili veće od 0 se smatra likvidnim poduzećem dok sva poduzeća koja imaju primitke manje od 0 svrstavamo u nelikvidna poduzeća.

Najčešći pokazatelji likvidnosti nekoga poduzeća su: koeficijent trenutne likvidnosti, koeficijent ubrzane likvidnosti, koeficijent tekuće likvidnosti te koeficijent financijske stabilnosti.

12.5. Godišnja stopa prinosa

Godišnjom stopom prinosa prikazuje se profitna učinkovitost samoga projekta.

Godišnja stopa prinosa se računa niže prikazanom formulom u kojoj Sp predstavlja stopu prinosa, ND predstavlja kvocijent čiste dobiti a Io predstavlja ukupnu ulaganja u sam projekt.

$$SP = ND/Io * 100$$

12.6. Čista i relativna sadašnja vrijednost

Čista sadašnja vrijednost se izračunava na način što čiste primitke ekonomskoga toka iz pojedinih godina promatranoga vijeka eksploatacije projekta preračunavamo na sadašnju vrijednost pomoću diskontnoga činitelja iz drugih financijskih tablica složenih kamata.

Metoda čiste sadašnje vrijednosti vrlo je pogodna dinamička metoda za ocjenu učinkovitosti projekta.

13. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je gospodarska aktivnost pojedinca ili skupine ljudi koji ulagujući određeni kapital i preuzimajući rizik realiziraju određenu poslovnu ideju u poduzetnički projekt.

Ovaj poduzetnički projekt je elaborat ideje autorice Martine Filipović. Riječ je o poduzetničkom projektu na primjeru doma za starije i nemoćne osobe „Belisima“.

Poduzetničkim projektom otvaranja doma za starije i nemoćne osobe autorica želi pokazati kako je moguće ljubav i brigu prema stariji osobama pretvoriti u uspješan poduzetnički projekt koji će svim korisnicima pružiti ljubav i brigu.

Za realizaciju poduzetničkog projekta potrebno je uložiti 3.000.000,00 HRK od čega stalna sredstva čine 2.100.000,00 kuna a preostali iznos od 900.000,00 kuna ide u trajna obrtna sredstva.

S obzirom na veliki trud sama autorica ovoga rada očekuje da će njezini korisnici a i svi ostali prepoznati uloženi trud, brigu i ljubav koja će biti pružena korisnicima doma te da će dom uspješno poslovati a možda u budućnosti i povećati svoje kapacitete.

POPIS LITERATURE

Stručna literatura:

1. Buble, M. : Managment malog poduzeća I. dio, Ekonomski fakultet u Splitu, Split 2003.
2. Buble, M., Kružić,D.: Poduzetništvo-realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF Plus, Zagreb, 2006.
3. Buble, M., Osnove menadžmenta, Zagreb 2006.
4. Buble, M.: Poduzetništvo, Aspira-Visoka škola za menadžment i dizajn, Split 2014.
5. Kuvačić, N.: Poduzetnički projekt, Beretin, Split, 2013.
6. Kružić, D., Poduzetnička radionica: Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, 2007.
7. Starčević, A., Šamnabović, J.: Ekonomika poduzeća, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb 1995.

Internet stranice:

1. Cepar, <http://www.cepor.hr/> (10.02.2021.)
2. Narodne novine, <https://narodne-novine.nn.hr> (15.02.2021)
3. Enciklopedija, www.enciklopedija.hr (20.03.2021.)

POPIS ILUSTRACIJA

TABLICE

Tablica 1. Projekcija konkurentskih prednosti i slabosti	17
Tablica 2. Projekcija godišnje prodaje i prihoda.....	18
Tablica 3. Projekcija ulaganja u stalna sredstva.....	20
Tablica 4. Projekcija ulaganja u materijalne inpute	21
Tablica 5. Projekcija zaposlenika.....	22
Tablica 6. Popis promidžbenih ulaganja	26
Tablica 7. Potrebna ulaganja.....	28

SLIKE

Slika 1. Dom za starije i nemoćne osobe	10
---	----