

# PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU FITNESS CENTRA „ AGRAM“

---

Šop, Filip Nathan

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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:128:591920>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-22**



**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

Filip Nathan Šop

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU  
FITNESS CENTRA  
„AGRAM“**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2022.

Filip Nathan Šop

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU  
FITNESS CENTRA  
„ AGRAM“**

ZAVRŠNI RAD

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU  
POSLOVNI ODJEL  
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

KOLEGIJ: Osnove poduzetništva

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

MATIČNI BROJ STUDENTA: 0618617083

Karlovac, prosinac, 2022.

## **ZAHVALA**

Htio bi se zahvaliti profesorici Andreji Primužak koja mi je bila mentorica i velika pomoć kod izrade završnog rada i tokom cjelokupnog školovanja na Veleučilištu u Karlovcu.

# SADRŽAJ

1 .UVOD .....	1
1.1. Predmet i cilj rada .....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	1
2.TEORIJSKI DIO .....	2
2.1. Pojmovno određenje poduzetništva.....	2
2.2. Teorijski pristup izučavanju poduzetnika i poduzetništva .....	2
2.3. Suvremene mjere poticaja razvoja poduzetništva u RH.....	3
2.4. Pojmovno određenje poduzetnika .....	4
3. PRAKTICNI DIO .....	5
3.1. Naslovnica poduzetničkog projekta .....	5
3. 2. Operativni sažetak projekta.....	6
3.2.1. Podaci o investitoru i važnosti projekta .....	6
3.2.2. Asortiman proizvoda .....	8
3.2.3. Tržišna pozicioniranost .....	9
3.2.4. Analiza kupaca .....	9
3.2.5. Analiza konkurencije.....	10
3.2.6. SWOT analiza .....	11
3.2.7. Definiranje marketing miksa .....	14
4. FINANCIJSKI DIO PROJEKTA.....	19
4.1. Oprema.....	19
4.2. Zaposlenici .....	22
4.3. Izvedba projekta .....	24
4.3.1. Financiranje.....	24
4.3.2 Pregled očekivanih prihoda i rashoda .....	25
5. ZAKLJUČAK .....	27
LITERATURA.....	28
POPIS ILUSTRACIJA.....	29

## SAŽETAK

Poduzetništvo je važan segment svakog gospodarstva. Važnost poduzetništva očituje se u mnogobrojnim čimbenicima kao što su: ekonomski, tehnološki, sociološki te društveni. Poduzetništvo donosi općem blagostanju društva, razvijanju i jačanju nacionalne ekonomije, te povećava životni standard stanovništva u cjelini.

Poduzetništvo je proces ulaganja resursa u neku poslovnu aktivnost radi ostvarivanja određenih poslovnih i drugih učinaka.

Poduzetnik je osoba koja se bavi poduzetništvom, osoba koja ne obavlja uhodane zadatke već je uvijek inovator koji na vlastiti rizik uvodi nove proizvodne kombinacije na osnovi nove tehnologije i nove organizacije.

Svrha ovog rada, upravo je sagledati osobine, vještine i ponašanja poduzetnika koje ga čine uspješnim, koje mu pomažu da prepozna i iskoristi prilike u okruženju.

Poduzetnički projekt izraditi će se na primjeru fitness centra „Agram“.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnik, poduzetničke osobine i vještine, poduzetnički, pothvat.

## **SUMMARY**

Entrepreneurship is an important segment of every economy. The importance of entrepreneurship is manifested in numerous factors such as: economic, technological, sociological and social. Entrepreneurship contributes to the general well-being of society, the development and strengthening of the national economy, and increases the standard of living of the population as a whole.

Entrepreneurship is the process of investing resources in a business activity in order to achieve certain business and other effects.

An entrepreneur is a person who is engaged in entrepreneurship, a person who does not perform established tasks, but is always an innovator who introduces new production combinations based on new technology and new organization at his own risk.

The purpose of this work is to look at the characteristics, skills and behaviors entrepreneurs who make him successful, who help him to recognize and take advantage of opportunities in the environment.

The entrepreneurial project will be created on the example of the "Agram" fitness center.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurial traits and skills, entrepreneurial, venture.

# **1 .UVOD**

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

Poduzetnički projekt je predmet rada koji autor obrađuje na konkretnom primjeru fitness centra, primjenjujući pri tom stečena znanja sa Poslovnog odjela Veleučilišta u Karlovcu. Cilj rada je samostalno izraditi poduzetnički plan kojim će se obraditi cijeli postupak osnivanja fitness centra.

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

Poduzetnički projekt je osmišljen i pisan na temelju osobnog iskustva koje je uvelike pridonijelo kvaliteti praktičnog dijela rada, dok je teorijski dio popunjen uz pomoć relevantne stručne literature i dostupnih Internet stranica. U radu su korištene metoda analize, sinteze, metode dokazivanja, deskriptivna metoda i metoda prikupljanja za stolom.

## **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Poduzetnički plan je rad podijeljen na četiri dijela gdje je prvi, uvodni dio, mjesto za približavanje teme samom čitatelju i svrsi rada. Drugi i treći dio su podijeljeni na teorijski i praktični gdje se u teorijskom dijelu govori više o poduzetništvu, menadžmentu i općenito o fitnessu, a u praktičnom dijelu se opisuje poduzetnički projekt na konkretnom primjeru fitness centra. U završnom dijelu se dolazi do predstavljanja rezultata poslovanja i zaključka uz literaturu i popis korištenih ilustracija.



## **2. TEORIJSKI DIO**

### **2.1. Pojmovno određenje poduzetništva**

Poduzetništvo se najčešće definira kao ukupnost organizacijskih, inovacijskih, te upravljačkih sposobnosti. U praksi bi to bio proces stvaranja novih vrijednosti kroz iskorištavanje prilika sa određenim resursima na raspolaganju. Poduzeće je stoga samostalna gospodarska, tehnička i društvena cjelina u vlasništvu određenih subjekata, koja proizvodi dobra ili usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resursima i snoseći poslovni rizik, radi ostvarivanja dobiti i drugih ekonomskih i društvenih ciljeva.

Za poduzetnike, ulazak u poduzetništvo je ozbiljan poduhvat u koji se mnogi upuštaju zbog prednosti koje samo poduzetništvo nudi. Najučestalije prednosti su preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom, mogućnost mijenjanja stvari, ostvarivanje neograničenih profita, priznatost u društvu, kreativnost, te na kraju krajeva, raditi stvari koje volite. Sam ulazak u svijet poduzetništva nosi i određene rizike koji se poistovjećuju sa otvaranjem novog „biznisa“. Najčešći nedostaci ulaska u poduzetništvo su nesigurnost dohotka, rizik gubitka uloženog kapitala, nedefinirano radno vrijeme i naporan rad, niska kvaliteta života za vrijeme uspostavljanja poslovanja, visoka razina stresa, neograničena odgovornost, te obeshrabrenje.<sup>1</sup>

### **2.2. Teorijski pristup izučavanju poduzetnika i poduzetništva**

Poduzetnik raspolaže sa mnogobrojnim psihološkim svojstvima kao što su kreativnost, inovativnost, fleksibilnost, spremnost na rizik, sposobnost predviđanja.

Neoklasični pristup prikazuje poduzetništvo kao djelatnost ljudi čiji je osnovni cilj optimizacija inputa u cilju maksimiziranja profita. Neoklasična teorija bazira se na

---

<sup>1</sup> Mr.sc. Neven Šipić, Dr.sc. Zoran Najdanović (2012); Osnove poduzetništva, Visoka poslovna škola Zagreb, katedra za marketing, Zagreb, str 5.

racionalnom ponašanju i potpunoj informiranosti o tržišnim procesima. Kao takva potpuno isključuje neizvjesnost kao jedan od neizostavnih elemenata poduzetništva. Ovaj pristup trenutačno doživljava najozbiljnije kritike, s obzirom na mane koje pokazuje u sadašnjim uvjetima. Sociokulturni pristup ističe sklonost poduzetništvu kao posljedicu spleta društvenih odnosa i okolnosti. Poduzetništvo tretira kao ekonomsku djelatnost koja u okviru sociokulturnih institucija efikasno rabi prirodne, društvene i ekonomske potencijale.<sup>2</sup>

### **2.3. Suvremene mjere poticaja razvoja poduzetništva u RH**

Poduzetništvo u Hrvatskoj se nastoji poticati na što više načina. Generalne smjernice ukazuju da se poticaji naviše odnose na povećanje marketinških aktivnosti, poticanje uvođenja novih tehnologija i primjena znanja u tehnološkom razvoju, sustav kvalitete i tehničke regulative, inovacije i nove proizvode, zajednički proizvod (klaster), zadrugarstvo, edukaciju u poduzetništvu, te na poduzetnička infrastrukturu (poduzetničke potporne institucije i poduzetnički inkubatori).<sup>3</sup>

Mjere poticaja razvoja poduzetništva imaju za cilj ekonomski rast. Ekonomski rast je porast ukupnog outputa gospodarstva. Cilj mjera poticanja razvoja poduzetništva je stvaranje povoljnog poduzetničkog okruženja za djelovanje poduzetnika, razvijanje poduzetničke klime i osiguranje preduvjeta za razvoj poduzetničkih sposobnosti.

---

<sup>2</sup> Mr.sc. Neven Šipić, Dr.sc. Zoran Najdanović (2012); Osnove poduzetništva, Visoka poslovna škola Zagreb, katedra za marketing, Zagreb, str 7.

<sup>3</sup> Ibidem

## 2.4. Pojmovno određenje poduzetnika

Termin poduzetnik (engl. entrepreneur) prvi je u ekonomsku znanost uveo Cantillon u svojoj Raspravi o naravi trgovine (1725.) u kojoj je kao poduzetnika prikazao zakupnike zemljišta, trgovce, industrijalce, graditelje, itd., ali i slikare, liječnike i odvjetnike, naglašavajući već spomenutu neizvjesnost i rizik u njihovom poslovanju i dijeleći ih na poduzetnike s kapitalom i poduzetnike s vlastitim radom. Ovisno o tome rade li poduzetnici i sami ili stječu kapital A. Smith razlikuje poduzetnike koji to čine marljivošću i štedljivošću, poslovnim špekulacijama i poslovnim inovacijama. Prema modernoj ekonomskoj teoriji poduzetnik je nosilac gospodarske aktivnosti, ekonomski subjekt i pionir razvoja, koji angažira svoj kapital u gospodarsku djelatnost u tržišnoj konkurenciji na svoj rizik, zbog čega ima autonomiju djelovanja i ostvarenja profita. On uspostavlja vezu između tržišta rada, usluga i kapitala.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Mr.sc. Neven Šipić, Dr.sc. Zoran Najdanović (2012);op.cit., str 11.

### 3. PRAKTIČNI DIO

#### 3.1. Naslovnica poduzetničkog projekta

Agram d.o.o. (utemeljeno 2022.)

Varšavska ulica 16

Republika Hrvatska



PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU FITNESS CENTRA

**Autor projekta:**

Filip Nathan Šop, bacc. oec.

**Radno vrijeme:**

Pon-Sub: 8h-23h

Ned: 10h-22h

**Vlasnik obrta:**

Filip Nathan Šop

**Osoba za kontakt:**

Filip Nathan Šop

Tel: 0800 3993

## 3. 2. Operativni sažetak projekta

### 3.2.1. Podaci o investitoru i važnosti projekta

Autor ovog projekta je Filip Nathan Šop, rođen 18.10.1996. godine, u Londonu. Završio je Ekonomsko turističku školu u Karlovcu te upisuje stručni studij Ugostiteljstva na Veleučilištu u Karlovcu. Planira nastavak školovanja sveučilišnog diplomskog studija.

**Tablica 1:** Osnovni podaci o investitoru

PODACI O INVESTITORU	
Ime i prezime	Filip Nathan Šop
Datum rođenja	18.10.1996.
Završena srednja škola	Ekonomska turistička škola, Karlovac
Mjesto i adresa stanovanja	47000 Karlovac, Krleže 4
Studij	Stručni studij Ugostiteljstva, Karlovac

Izvor: izrada autora

Investitor i poduzetnik projekta je Filip Nathan Šop, rođen u Londonu 18.10.1996 godine. Godine 2017. upisuje stručni studij Ugostiteljstva u Karlovcu. Studij pohađa redovito i stječe brojna različita stručna znanja koja kasnije, uz strast za tjelovježbom, odlučuje primijeniti na poduzetničkom projektu. Uz suvremeni način života koji nije naročito aktivnog tipa za većinu ljudi zbog poslovnih ili drugih obaveza dolazi po povećanja potražnje za aktivnim stilom života i tjelovježbom.

Ideja o otvaranju fitness centra nastala je jer je briga o zdravlju postala suvremeni imperativ koji podrazumijeva cjelogodišnju tjelesnu aktivnost, dovoljno sna i pravilnu prehranu.

Brojni su individualni i grupni trenažni programi koji se mogu provoditi u centru koji će biti smješten u unajmljenom prostoru zgrade i prostire se na 700 četvornih metara. Ovi programi će biti popraćeni vrhunskim praktičnim i teoretskim znanjem trenera, vrhunskom i modernom opremom u teretani, kao i mogućnošću grupnih treninga.

### **BITNE INFORMACIJE O PROJEKTU :**

**Puni naziv tvrtke:** Agram Fitness Centar

**Adresa tvrtke:** Varšavska ulica 16, 10 000, Zagreb

**Vlasništvo:** Filip Nathan Šop (100%)

**Direktor:** Filip Nathan Šop

**Temeljni kapital:** 20.000,00 kn

**Poslovna banka:** Privredna banka Zagreb d.d.

**Djelatnost prema NKD:** Fitnes centri, razred 93.13

**Misija** - napraviti mjesto gdje su svi dobrodošli i prihvaćeni, bez obzira na trenutnu fizičku spremu i dob. Svatko bi trebao imati priliku da vodi zdrav i kvalitetan život. Pristupačne cijene i kvalitetna usluga, kroz koju ćemo vam omogućiti edukativno, zabavno, inovativno i prijateljsko iskustvo.

**Vizija** – pružiti svojim korisnicima najbolju moguću uslugu u skladu sa našim visokim standardima poslovanja i stručnosti

**Strategija** – raznim marketinškim i ostalim medijima doći do što većeg dijela svojih novih korisnika uz konstantno razvijanje naše ponude i usavršavanje naših zaposlenika

### 3.2.2. Asortiman proizvoda

U ponudi fitness centra će se nalaziti teretana sa spravama za vježbanje i raznim utezima, dvorana za održavanje grupnih treninga sa različitim rekvizitima koju su potrebni u tom segmentu treninga kao što su: bučice, girije, vijače za preskakanje, prostirke, utezi za zglobove, trening prsluci, pilates lopte.

Korisnicima će na raspolaganju biti i personalizirani individualni tip treninga koji će se povoditi sa osobnim trenerom. Klijent će prvo sa trenerom proći mjerene tjelesne mase, postavljanje ciljeva treninga, izrada plana prehrane koji će pratiti uz privatne treninge sa našim stručnim osobljem.

Programi treninga će se razlikovati jer će neke osobe htjeti raditi na muskulaturi trbuha, mišića stražnjice, a neki će htjeti poraditi na svom aerobnom kapacitetu i učvrstiti leđnu muskulaturu. Također, postoje razlike od potpunog početnika , rekreativca ili vrhunskog sportaša koji zbog ozljede želi ojačati neki dio tijela.

Potencijalni korisnici usluge crossfit izabiru program dizajniran da izmami što širi adaptacijski odgovor organizma. To nije baš fitness program već namjerni pokušaj optimalizacije fizičke sposobnosti u svakoj od 10 domena motoričkih i funkcionalnih sposobnosti: kardiovaskularna i respiratorna izdržljivost, opća izdržljivost, snaga, gipkost, jakost, brzina, koordinacija, agilnost, ravnoteža, preciznost. Sveukupni cilj crossfita je pripremiti ljude za svakodnevne aktivnosti, te će se on u ovom fitness centru održavati za napredne i početničke korisnike.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Što je crossfit?(Internet): <http://www.sportskitrening.hr> (23.11.2022.)

### 3.2.3. Tržišna pozicioniranost

Teretana će biti smještena u samom centru Zagreba u unajmljenom prostoru poslovne zgrade udaljene samo tri minute hoda od Trga bana Josipa Jelačića, ujedno glavnog gradskog trga. Zbog lokacije koja se nalazi na atraktivnom mjestu u središtu grada Zagreba gdje se nalazi mnoštvo poslovnih zgrada i ostalih objekata mislimo da će to uvelike utjecati na potražnju jer će korisnici moći nakon ili prije posla obaviti tjelovježbu.

### 3.2.4. Analiza kupaca

Ova analiza je potrebna kako bi se pravovremeno i sa što većom točnošću utvrdile karakteristike i potrebe ciljnog segmenta kupaca, s obzirom da je temeljna marketinška zadaća svake tvrtke optimalno zadovoljiti potrebe tržišta uz postizanje zadovoljavajuće razine dobiti.

Imajući na umu da se u kupovnom procesu kupci odlučuju i razumom i emocionalno, u analizi potencijalnih kupaca veliku pozornost treba obratiti potrebama, motivima i ostalim čimbenicima koji utječu na ponašanje kupaca:<sup>6</sup>

- Društveni čimbenici(kultura, staleži, referentne grupe, obitelj, status...)
- Osobni čimbenici(životna dob, ekonomsko stanje, znanje, način života...)
- Psihološki čimbenici(motivi, percepcije, uvjerenja, stavovi...)
- Situacijski čimbenici(okruženje, psihofizičko stanje u trenutku odluke...)

Usluge će biti namijenjene muškarcima i ženama u dobi od 18 do 70 godina. Naš cilj kao što je ranije navedeno u misiji i viziji projekta je napraviti mjesto gdje su svi dobrodošli i prihvaćeni, bez obzira na trenutnu fizičku spremu i dob. Pristupačne cijene i kvalitetna

---

<sup>6</sup> Kružić, D.(2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str.79



usluga, kroz koju ćemo vam omogućiti edukativno, zabavno, inovativno i prijateljsko iskustvo.

### **3.2.5. Analiza konkurencije**

Prilikom provođenja analize tržišnog natjecanja važno je uzeti u obzir konkurente koji djeluju u istoj ili srodnim industrijama i ciljaju na iste ili srodne kategorije klijenata. Tvrtke se natječu za što veći udio u "tržišnom kolaču" jer se u suvremenim gospodarskim okruženjima često događa da potencijalna ponuda u većoj ili manjoj mjeri premašuje potražnju.

Ključni elementi kod analize konkurencije su:

1. Identifikacija postojeće i potencijalne konkurencije;
2. Analiza ciljeva konkurencije;
3. Dubinska analiza postojećih i budućih strategija konkurencije;
4. Analiza snaga i slabosti konkurencije;
5. Analiza financijskih pokazatelja.

Mogućnost korištenja tehnologije i interneta čini analizu konkurencije jednostavnijom u modernom poslovanju. Većina informacija koje tvrtke dijele nalaze se na njihovim web stranicama, kao i financijska i godišnja izvješća koja moraju biti javno objavljena.

Glavni konkurenti fitness centra Agram su:

Synergy Fitness Centar

Forma fit factory

World Class Downtown.

Prednost fitness centra Agram u odnosu na konkurenciju su lokacija u samom središtu grada, usluge odnosno programi su raznovrsni gdje svi mogu pronaći nešto za sebe, te novouređeni prostor i ugodan ambijent uz najmodernije sprave Life Fitness, Hammer Strenght.

### 3.2.6. SWOT analiza

SWOT analiza podrazumijeva istraživanje svih važnijih karakteristika kako vanjskog tako i unutarnjeg okruženja sa svrhom identifikacije strateških čimbenika koji će odrediti budućnost poduzeća. Analiza okruženja i identifikacija strateških čimbenika može se sagledati kao potpora odlučivanju u procesu formulacije strategije.<sup>7</sup>

SWOT analiza analizira i identificira četiri aspekta, a to su: **S** Strengths (snage), **W** Weaknesses (slabosti), **O** Opportunities (prilike), **T** Threats (prijetnje). Promatranjem vlastitih snaga i slabosti u kombinaciji s prilikama i prijetnjama dolazimo do strateških saznanja kako bismo mogli poduzeti pravilne mjere i aktivnosti za postizanje poslovnih i drugih ciljeva tvrtke.<sup>8</sup>

Kod SWOT analize potrebno je razlikovati unutarnje i vanjske čimbenike, te opasnosti koji oni predstavljaju. Glavna razlika je u tome da na unutarnje čimbenike možemo utjecati i prilagoditi ih svom poslovanju, dok na vanjske čimbenike ne možemo utjecati, ali ih možemo prepoznati i djelovati na iste.

Najvažniji vanjski i unutarnji čimbenici za budućnost poduzeća nazivaju se strateškim čimbenicima. Oni se sumiraju u SWOT analizi. U konačnici SWOT analiza trebala bi identificirati prilike koje se ne mogu trenutno iskoristiti zbog nedostatka potrebnih resursa i jedinstvene kompetencije koje poduzeće posjeduje i superioran način na koji ih koristi. Vanjsko okruženje sastoji se od varijabli (prilika i prijetnji) koje su izvan poduzeća i obično nisu unutar kratkoročne kontrole menadžmenta. Te varijable čine kontekst unutar kojeg poduzeće posluje. U unutarnjem okruženju identificiraju se snage i slabosti.

---

<sup>7</sup> [https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/OIM/dhruska/SWOT\\_analiza.pdf](https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/OIM/dhruska/SWOT_analiza.pdf) (24.11.2022.)

<sup>8</sup> <https://www.markething.hr/sto-je-swot-analiza-i-koje-su-smjernice-potrebne-za-izradu/> (24.11.2022.)

#### Prednosti SWOT-a:

- Ključni element formulacije strateške opcije jest usklađivanje organizacijskih snaga i slabosti s prilikama i prijetnjama koje postoje na tržištu.
- Kada se ispravno koristiti, SWOT analiza može pružiti dobru osnovu za formiranje strategije poslovanja

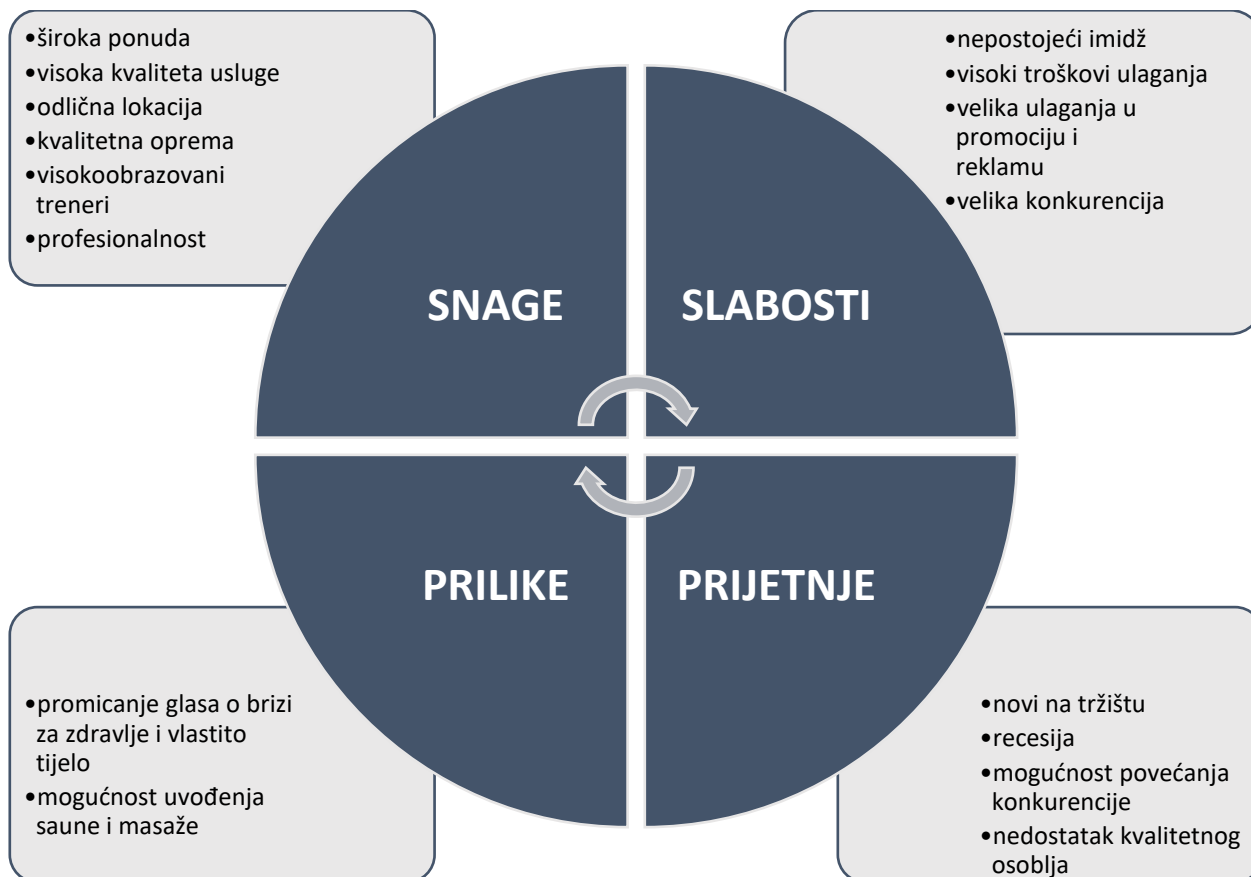
#### Nedostaci SWOT-a:

- SWOT je malokad efektivna metoda, jer je ukorijenjena u trenutne percepcije organizacije. (Ipak, SWOT se još uvijek zagovara kao snažan alat za planiranje u svim vrstama poslovnih aktivnosti!)
- U praksi je to često aktivnost koja se ne provodi dobro. Nakon identificiranja svih važnih točaka, ne zna se što učiniti s generiranim podacima.
- Što se tiče korištenja informacija generiranih kako bi se donijele strategije, SWOT analiza nije perspektivna.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> [https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/OIM/dhruska/SWOT\\_analiza.pdf](https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/OIM/dhruska/SWOT_analiza.pdf) (24.11.2022.)

**Tablica 2: SWOT analiza**



Izvor: Izrada autora

Visoka kvaliteta usluge i široki izbor proizvoda u fitness centru Agram njegove su glavne prednosti. Svi korisnici usluga doći će u kontakt s ljubaznim i stručnim osobljem koje je uvijek spremno na suradnju i pomoć svim članovima kojima je to potrebno. Članovi će također imati pristup širokom rasponu opcija proteinskih pločica, kao i opciju odabira vrste treninga.

S obzirom na to da fitness centar Agram trenutno ima nepostojeći imidž mora puno ulagati u ovaj dio kako bi se postigao dobar glas, glavna ranjivost su visoki početni troškovi ulaganja koji će se dobrim poslovanjem pokriti kroz značajna ulaganja u promociju i oglašavanje.

Najveća prijetnja fitness centru Agram je zbog nedavnog izlaska na tržište. Slično tome, u ovom sektoru postoji oštra konkurencija, koja potencijalne kupce može odvesti u obližnje fitness objekte koji već postoje. Budući da na našim prostorima sve više visokoobrazovanih trenera odlazi iz zemlje u potrazi za boljim radnim uvjetima, većom plaćom i izgledima za napredovanje, opasnost bi mogao predstavljati i nedostatak kvalitetnog kadra.

### 3.2.7. Definiranje marketing miksa

Upravljanje marketinškim miksom podrazumijeva kombinaciju proizvoda, cijene, distribucije i promocije koje će u najvećoj mogućoj mjeri zadovoljiti potrebe različitih tržišnih sektora i potrošača uspješnije od konkurencije:

**Proizvoda** (Product): koji ima funkciju zadovoljavanja potreba kupca

**Cijene** (Price) : koji označava vrijednost zadovoljavanja potreba kupca

**Distribucije** (Location) : koji ima funkciju dostupnosti proizvoda na tržištu

**Promocije** (Promotion) : koja obavlja komunikaciju s tržištem.

**Slika 1:** Koncept marketinškog miksa



Izvor: prema Kotler P., „Upravljanjem marketingom“, Mate d.o.o., Zagreb, 2001.

## **Usluga**

Usluge fitness centra Agram uključuju pristup svim spravama u objektu kao i grupne treninge koji se održavaju u manjoj dvorani u određenim terminima i cijenama.

Početicima se savjetuje da razgovaraju s trenerima u objektu kako bi se utvrdilo njihovo početno stanje i fizička spremnost. Odatle mogu odlučiti hoće li trenirati samostalno ili po prilagođenom programu u skladu s trenerom. Također se savjetuje da izmjere postotak tjelesne masti, što će moći učiniti u fitness centru.

Usluge centra moći će koristiti i profesionalni sportaši koji sa svojim trenerima održavaju kondiciju potrebnu za svoj sport. Dodatno, svi članovi fitness centra imat će pristup uslugama prodajnog automata koji je opremljen proteinskim pločicama, raznim napitcima uključujući svježe cijeđene sokove, različite dodatke prehrane i zdravim grickalicama.

## **Cijena**

Cijena predstavlja vrijednost proizvoda/usluge izražena u novcu. Cijena koja će u kombinaciji s drugim elementima marketinškog miksa pomoći u postizanju kratkoročnih i dugoročnih korporativnih ciljeva je ona kojoj bi trgovci trebali težiti, a ne najviša moguća cijena.

**Slika 2:** Cjenik

AGRAM BASIC PROGRAM	AGRAM PERSONAL PROGRAM	ZA STUDENTE S 20% POPUSTA
od 265 kn mjesečno (35,17 €)	od 1.100 kn mjesečno (146,00 €)	od 220 kn mjesečno (29,20 €)
SAMOSTALNI TRENING U TERETANI UZ MOGUĆNOST KONZULTACIJE S TRENEROM + SVI GRUPNI PROGRAMI	UKLJUČUJE: IZRADU OSOBNOG PROGRAMA TRENINGA TRENER S KLIJENTOM RADI „JEDAN NA JEDAN“ DEMONSTRIRA, NADGLEDA, SAVJETUJE I EDUCIRA + NEOGRANIČENI DOLAZAK U TERETANU + SVI GRUPNI PROGRAMI	SAMOSTALNI TRENING U TERETANI UZ MOGUĆNOST KONZULTACIJE S TRENEROM + SVI GRUPNI PROGRAMI pogledajte uvjete za studentski popust
od 08 : 00 do 16 : 00 sati:		od 08 : 00 do 16 : 00 sati:
2x tjedno 265 kn (35,17 €)		2x tjedno 210 kn (27,87 €)
3x tjedno 300 kn (39,82 €)		3x tjedno 240 kn (31,85 €)
NO LIMIT 340 kn (45,13 €)		NO LIMIT 270 kn (35,83 €)
od 08 : 00 do 22 : 00 sata:	od 08 : 00 do 22 : 00 sata:	od 08 : 00 do 22 : 00 sata:
2x tjedno 330 kn (43,80 €)	8 sati osobnog treninga 1.100kn (146,00 €)	2x tjedno 265 kn (35,17 €)
3x tjedno 360 kn (47,78 €)	12 sati osobnog treninga 1.650kn (218,99 €)	3x tjedno 290 kn (38,49 €)
NO LIMIT 400 kn (53,09 €)	16 sati osobnog treninga 2.200kn (291,99 €)	NO LIMIT 320 kn (42,27 €)

Izvor: vlastita izrada

Promocija je svaki oblik komunikacije čija je uloga informiranje, podsjećanje ljudi o proizvodima, uslugama, imidžu, idejama ili društvenoj uključenosti. Pri tome se razlikuju vrste promocije koje čine promotivni miks poduzeća (oglašavanje, direktni marketing, Internet marketing, unapređenje prodaje, odnosi s javnošću i osobna prodaja).<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Previšić J., Ozretić DĐ., „Marketing“, Adverta, Zagreb, 2004.

**Tablica 3:** Elementi promotivnog miksa



Izvor: izrada autora

Odabir ciljne publike, definiranje ciljeva promocije, razvoj poruke, izbor medija i proračun za promociju određuju najbolju metodu za upravljanje promotivnim miksom.

Fitness centra Agram svoju promociju vršit će preko web stranice i društvenih mreža (facebooka, instragrama, tiktoka). Promociju uživo iz prve ruke vršit će hodajuće reklame koje će dijeliti letke po gradu i potencijalnim korisnicima ukratko opisati proizvod odnosno uslugu koju nudimo.



**Tablica 4:** Cijene promocije

Vrsta Promocije	Cijena HRK
Web stranica	1.500,00 kn
Društvene mreže	Vlastito vođenje (besplatno)
Hodajuće reklame	6.000,00 kn

Izvor: izrada autora

### Distribucija

Distribucija je neizostavan element u svijetu poslovanja i marketinga. Distribucijom se referiramo na skup aktivnosti koje se provode od trenutka izrade proizvoda do kupnje od strane krajnjeg kupca.

Distribucija je stoga odlučujući aspekt koji treba uzeti u obzir u svijetu poslovanja i marketinga. Dakle, distribucija je dio strategije usvojene u marketinškom miksu, na isti način kao što je dio dobro poznatih 4 P marketinga. I, distribucijom, mislimo na one aktivnosti koje tvrtka provodi od trenutka kada je proizvod proizveden, pa sve dok proizvod ne dođe na policu s koje ga krajnji kupac uzima da ga konzumira.<sup>11</sup>

Postoje dva kanala distribucije:

- 1) Izravni distribucijski kanal
- 2) Neizravni distribucijski kanal

Neizravni distribucijski kanal koristi u svojoj distribuciji posrednike koji krajnji proizvod prodaju kupcima. Fitness centar Agram će koristiti izravni distribucijski kanal jer će svoj krajnji proizvod odnosno uslugu plasirati na tržište dok se ona koristi.

---

<sup>11</sup> <https://hr.economy-pedia.com/11040900-distribution> (26.11.2022.)

## 4. FINANCIJSKI DIO PROJEKTA

### 4.1. Oprema

Fitness centar Agram jedan je od najopremljenijih i najvećih fitness centara u ovom dijelu Hrvatske. Uz stručno osoblje, novouređeni prostor i ugodan ambijent uz najmodernije sprave Life Fitness, Hammer Strenght pružat će svojim korisnicima korisne zdravstvene i fitness usluge. Cjelokupni fitness sadrži prostor za kardio, teretanu, borilačke sportove, grupne programe.

**Tablica 5:** Popis opreme u fitness centru Agram

Br.	Opis	Količina	Cijena	Ukupno
1.	Traka za trčanje	8	26,127.00 kn	209,016.00 kn
2.	Orbitrek	5	6,400.00 kn	32,000.00 kn
3.	Simulatori veslanja	2	13,500.00 kn	27,000.00 kn
4.	Gumena podna obloga	400 m <sup>2</sup>	168 kn po m <sup>2</sup>	67,200.00 kn
5.	Sobni bicikl	4	8,799.00 kn	35,196.00 kn
6.	Klupa za trbušnjake	4	1.419,00 kn	4,257.00 kn
7.	Bench klupe	4	3.189,00 kn	12,756.00 kn
8.	Podesive klupe	3	1,949.00 kn	5,847.00 kn
9.	Fiksne bench klupe	2	649.00 kn	1,348.00 kn
10.	Kosi bench klupe	2	3,569.00 kn	7,138.00 kn
11.	Kontra kosa klupa	2	1,890.00 kn	3,780.00 kn
12.	Hiperekstenzija klupa	2	3,309.00 kn	6,618.00 kn
13.	Scott klupa	2	2,409.00 kn	4,818.00 kn
14.	Shoulder press klupa	1	5,059.00 kn	5,059.00 kn
15.	Kavezi (Squat Half Rack)	4	8,419.00 kn	33,676.00 kn
16.	Stalak za bučice	2	2,590.00 kn	5,180.00 kn

17.	Gumirana bučica 5 kg	4	120.00 kn	480.00 kn
18.	Bučica 7,5 kg	4	180.00 kn	720.00 kn
19.	Bučica 10 kg	4	240.00 kn	960.00 kn
20..	Bučica 12.5 kg	4	300.00 kn	1,200.00 kn
21.	Bučica 15 kg	4	360.00 kn	1,440.00 kn
22.	Bučica 17,5 kg	4	420.00 kn	1,680.00 kn
23.	Bučica 20 kg	4	480.00 kn	1,920.00 kn
24.	Bučica 22,5 kg	4	540.00 kn	2,160.00 kn
25.	Bučica 25 kg	4	600.00 kn	2,400.00 kn
26.	Bučica 27,5kg	4	660.00 kn	2,640.00 kn
27.	Bučica 30 kg	4	720.00 kn	2,880.00 kn
28.	Bučica 32,5 kg	4	780.00 kn	3,120.00 kn
29.	Bučica 35 kg	4	840.00 kn	3,360.00 kn
30.	Bučica 37,5 kg	4	900.00 kn	3,600.00 kn
31.	Bučica 40 kg	4	960.00 kn	3,840.00 kn
32.	Bumper plate 5 kg	15	179.00 kn	2,685.00 kn
33.	Bumper plate 10 kg	20	299.00 kn	5,980.00 kn
34.	Bumper plate 15 kg	20	419.00 kn	8,380.00 kn
35.	Bumper plate 20 kg	30	539.00 kn	16,170.00 kn
36.	Bumper plate 25 kg	15	659.00 kn	9,885.00 kn
37.	Olimpijske šipke	20	690.00 kn	13,800.00 kn
38.	Olimpijska ez šipka	4	440.00 kn	1,760.00 kn
39.	Dual pulley system	2	21,299.00 kn	42,598.00 kn
40.	Lat mašina	2	15,029.00 kn	30,058.00 kn
41.	Leg press	2	11,239.00 kn	22,478.00 kn
42.	Ab machine	1	14,719.00 kn	14,719.00 kn
43.	Abductor/ductor machine	1	13,129.00 kn	13,129.00 kn
44.	Pectoral	1	17,191.00 kn	17,191.00 kn
45.	Leg exstension machine	1	17,309.00 kn	17,309.00 kn
46.	Leg curl machine	1	18,399.00 kn	18,399.00 kn

47.	Reverse fly machine	1	15,349.00 kn	15,349.00 kn
48.	Smitt machine	1	15,279.00 kn	15,279.00 kn
49.	Vertical knee raise	1	3,200.00 kn	3,200.00 kn
50.	Chest press	1	10,489.00 kn	10,489.00 kn
51.	Chin/dip combo	1	13,219.00 kn	13,219.00 kn
52.	Balans polulopta	2	689.00 kn	1,378.00 kn
53.	Medicinke 3,4,5,7,10 kg	5	1,561.00 kn	7,805.00 kn
54.	Pilates lopta	3	30.00 kn	90.00 kn
55.	Latex band- guma za trening	4	139.00 kn	556.00 kn
56.	Komplet girja 4,8,12,16,20,24,28,32,kg(x2)	2	5,068.00 kn	10,136.00 kn
57.	Vijača	20	55.00 kn	1,100.00 kn
58.	Strunjača	15	159.00 kn	2,385.00 kn
59.	Pojas	5	89.00 kn	445.00 kn
60.	Jednoručni cable grip	2	100.00 kn	200.00 kn
61.	Kratka lat šipka	2	199.00 kn	398.00 kn
62.	Lat šipka	2	290.00 kn	480.00kn
63.	Set ručica za lat mašinu	1	957.00 kn	957.00 kn
64.	Ormarići za svlačionice	300	100.00 kn	30,000.00 kn
65.	Klupe za svlačionicu	4	300.00 kn	1,200.00 kn
66.	Oprema za wc i tuševe	10	7,500.00 kn	75,000.00 kn
67.	Klimatizacijski uređaji	7	8,000.00 kn	56,000.00 kn
68.	Velika ogledala	1	15,000.00 kn	15,000.00 kn
69.	Uređaj za analizu masnoće	1	4,500.00 kn	4,500.00 kn
<b>UKUPNO</b>				<b>992,996.00 kn</b>

Izvor: izrada autora

## 4.2. Zaposlenici

Fitness centar Agram imat će 16 zaposlenika:

- Recepcionar- centar će imati 2 osobe koje će raditi na ulazu u teretanu odnosno recepciji fitness centra. Posao recepcionara obuhvaćati će upis novih članova, davanje informacija vezanih uz fitness centar, vođenje evidencije ulaska i izlaska članova, te izdavanje ključeva za ormariće u svlačionici.
- Profesionalni trener- centar će imati 12 trenera koji će biti na usluzi članovima za privatne treninge, voditi grupne i crossfit treninge. Treneri su također završili dodatni tečaj nutricionizma, te će našim članovima ukoliko se odluče za tu uslugu napraviti plan prehrane.
- Održavanje čistoće prostora- centar će zapošljavati 2 osobe koje će se brinuti o čistoći prostora teretane i svlačionica.

**Tablica 6:** Zaposlenici fitness centra Agram

Br.	Radno mjesto	Broj zaposlenika
1.	Recepcionar	2
2.	Profesionalni trener	12
3.	Održavanje čistoće prostora	2
<b>Ukupno</b>		<b>16</b>

Izvor: izrada autora

Trošak plaće za poslodavca obuhvaća ukupan trošak neto plaće koju zaposlenik prima na svoj tekući račun, te doprinose iz bruto plaće- 1. stup mirovinskog osiguranja(15%) i 2. stup mirovinskog osiguranja(5%), kao i doprinose na bruto plaću koji iznose 20% (zdravstveno osiguranje , zaštita na radu , zapošljavanje) i stopu prireza od 18%.

**Tablica 7:** Primjer računanja plaće

<b>Bruto 1</b>		<b>6.636,13 HRK</b>	<b>880,77 EUR</b>
I. stup mirovinskog osiguranja	15,00%	995,42 HRK	132,11 EUR
II. stup mirovinskog osiguranja	5,00%	331,81 HRK	44,04 EUR
<b>Ukupno doprinosi iz bruta</b>	<b>20,00%</b>	<b>1.327,23 HRK</b>	<b>176,15 EUR</b>
Ukupna olakšica		4.000,00 HRK	530,89 EUR
<b>Oporezivi dohodak</b>		<b>1.308,90 HRK</b>	<b>173,72 EUR</b>
Ukupni porez		261,78 HRK	34,74 EUR
Ukupni prirez	18,00%	47,12 HRK	6,25 EUR
<b>Ukupni porez i prirez</b>		<b>308,90 HRK</b>	<b>40,99 EUR</b>
<b>Bruto 2</b>		<b>7.731,09 HRK</b>	<b>1.026,10 EUR</b>
Doprinos za zdravstveno osiguranje	16.50%	1.094,96 HRK	145,33 EUR
<b>Ukupno doprinosi na bruto</b>		<b>1.094,96 HRK</b>	<b>145,33 EUR</b>
<b>Neto plaća</b>		<b>5.000,00 HRK</b>	<b>663,61 EUR</b>

Izvor: [https://www.moj-posao.net/Kalkulator Placa\(24.11.2022.\)](https://www.moj-posao.net/Kalkulator_Placa(24.11.2022.))

**Tablica 8:** Troškovi plaća zaposlenika

Br.	Radno mjesto	Broj zaposlenika	Neto plaća (HRK)	Bruto I plaća (HRK)	Bruto II plaća (HRK)
1.	Recepcionar	2	5.000,00 kn	6.636,13 kn	7.731,09 kn
2.	Profesionalni trener	12	6.700,00 kn	9.417,54 kn	10.971,43
3.	Zaposlenik zadužen za čistoću	2	3.000,00 kn	3.750,00	4.368,75
<b>UKUPNO</b>					<b>155.856,84 kn</b>

Izvor: izrada autora

### 4.3. Izvedba projekta

#### 4.3.1. Financiranje

Financijske odluke dio su kategorije ključnih izbora. Izbor sredstava pri kupnji na tržištu ovisit će o cijeni i raspoloživosti sredstava. Vlastiti izvori (temeljni kapital, ortački ulozi i tuđi ulozi (sve vrste kratkoročnih i dugoročnih obveza), ovisno o vlasništvu, sve su to mogući izvori financiranja.

Za otvaranje i upis društva na Trgovačkom sudu u Zagrebu treba izdvojiti 20,000.00 kn za temeljni kapital i 5,000.00 kn ostalih troškova upisa( javni bilježnik, dokumentacija, itd.). u otvaranje fitness centra Agram bi se uložilo 650,000.00 kn vlastitih sredstava dok bi se ostali dio ulaganja financirao iz tuđih sredstava( kredit od banke).

**Tablica 9:** Početni troškovi ulaganja

Početni troškovi	Visina troškova
Registracija poduzeća i temeljni kapital	25,000.00 kn
Kupnja opreme za teretanu u dvoranu	<b>992,996.00 kn</b>
Ugovori za izgradnju tuševa i toaleta	246.549,00 kn
Ostali troškovi uređenja	386.845,36 kn
<b>Ukupno</b>	<b>1.651.390,36 kn</b>

Izvor: izrada autora

### 4.3.2 Pregled očekivanih prihoda i rashoda

Analitički sažetak godišnjih predviđenih prihoda i troškova fitness centra bit će naveden u ovom odjeljku poglavlja.

Projekcije prihoda od ukupno 5,316,600.00 HRK godišnje, temeljene na cjeniku i veličini fitness centra, prikazane su u tablicama u nastavku.

**Tablica 10:** Pregled očekivanih prihoda

Usluga	Cijena usluge	Potencijalni broj korisnika	Mjesečni prihodi	Godišnji prihodi
Teretana 2x tjedno	330.00 kn	100	33.000,00 kn	396.000kn
Teretana 3x tjedno	360.00 kn	150	54.000,00 kn	648.000kn
Teretana svaki dan	400.00 kn	200	80.000,00 kn	960.000kn
Studentska članarina 2x tjedno	265.00 kn	130	34.450,00 kn	413.400kn
Studentska članarina 3x tjedno	290.00 kn	200	58.000,00 kn	696.000 kn
Studentska članarina svaki dan	320.00 kn	230	73.600,00 kn	883.200 kn
Osobni trener+ izrada osobnog programa	2.200,00 kn	50	110.000,00 kn	1.320.000,00 kn
<b>Ukupni godišnji prihod fitness centra</b>				<b>5,316,600.00 kn</b>

Izvor: izrada autora

Predviđeno je da će dva puta tjedno teretanu posjećivati 100 korisnika, tri puta tjedno 150 korisnika, neograničeno mjesečno 200 članova, dok se očekuje će studenti posjećivati fitness centar dva puta tjedno 130 članova, tri puta tjedno 200, neograničeno mjesečno 230. Najveća zarada se očekuje od individualiziranog programa sa trenerom gdje se očekuje 50 korisnika.



Troškovi vezani uz korištenje električne energije, vode, najam prostora i plaće osoblja su tekući troškovi na godišnjoj razini.

**Tablica 11:** Projekcija tekućih troškova na razini godine

Energent	Jedinica mjere	Godišnja količina	Cijena po jedinici mjere HRK	Trošak u prvoj godini (HRK)
Električna energija	kWh	83.536	0,84	70.170,24 kn
Voda	m3	1800	18,9	34.020,00 kn
Najam prostora	m2	700	1200	840.000,00 kn
Zaposlenici	osoba	16	155.856,84 kn	2.493.709,44 kn
<b>Ukupan trošak</b>				<b>3.437.899,68 kn</b>

Izvor: izrada autora

## 5. ZAKLJUČAK

Tvrtka koja želi biti konkurentna na tržištu mora shvatiti koliko je izrada poslovnog plana važna za njegovu konkurentnost prednost, ali i tržišnu poziciju. Koncept poduzetništva naglašava važnost inicijative jedne osobe ili grupe u pokretanju određene poslovne aktivnosti s namjerom ostvarivanja dobiti. Kapitalna ulaganja i preuzimanje rizika značajni su čimbenici profitabilnosti komercijalne aktivnosti. Svaka aktivnost uključuje određenu razinu rizika, ali svaki poduzetnik mora razumjeti kako prepoznati rizik, kako bi njime pravilno i uspješno upravljao. Profitabilnost ima utjecaj na sposobnost poduzeća da se natječe. To je konačni rezultat strateškog planiranja i izvršenja, ali u potpunosti ovisi o industrijskoj strukturi, odnosno tržištu na kojem se poduzeća natječu.

Tjelovježba i rekreacija potrebna je i korisna tijekom cijelog života. Suvremenim načinom života često nismo aktivni zbog posla ili nekih drugih obaveza zbog kojih provodimo dosta vremena sjedilačkim načinom života, stoga je vrlo bitno ulaganje vremena u svoje zdravlje.

Može se zaključiti da bi otvaranje fitness centra Agram bilo isplativo na temelju predočenih podataka iz poslovnog plana. Glavne prednosti centra su lokacija u samom centru grada, raznovrsne usluge, atraktivno uređen prostor i stručno osoblje.

Ubrzan i moderan način života uvelike utječe na kvalitetu života koja bi bila u velikoj mjeri poboljšana upravo otvaranjem još jednog fitness centra za koji su u ovom završnom radu predočeni svi relevantni podaci nužni za njegovo otvaranje.

## LITERATURA

### KNJIGE:

- 1) Kotler P: „Upravljanjem marketingom“, Mate d.o.o., Zagreb, 2001.
- 2) Kružić, D.: Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Ekonomski fakultet u Splitu,2008.
- 3) Previšić, J ., Ozretić DĐ: „Marketing“ , Adverta, Zagreb, 2004.
- 4) Šipić,N., Najdanović,Z.; Osnove poduzetništva, Visoka poslovna škola Zagreb, katedra za marketing, Zagreb, 2012.

### WEB STRANICE:

- 1) <http://www.sportskitrening.hr> (23.11.2022.)
- 2)[https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/OIM/dhruska/SWOT\\_analiza.pdf](https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/OIM/dhruska/SWOT_analiza.pdf)  
(24.11.2022.)
- 3) <https://www.markething.hr/sto-je-swot-analiza-i-koje-su-smjernice-potrebne-za-izradu/>  
(24.11.2022.)
- 4) <https://hr.economy-pedia.com/11040900-distribution> (26.11.2022.)
- 5) [https://www.moj-posao.net/Kalkulator Placa](https://www.moj-posao.net/Kalkulator_Placa)(24.11.2022.)

## POPIS ILUSTRACIJA

### POPIS TABLICA

<b>Tablica 1:</b> Osnovni podaci o investitoru .....	6
<b>Tablica 2:</b> SWOT analiza .....	13
<b>Tablica 3:</b> Elementi promotivnog miksa .....	17
<b>Tablica 4:</b> Cijene promocije .....	18
<b>Tablica 5:</b> Popis opreme u fitness centru Agram .....	19
<b>Tablica 6:</b> Zaposlenici fitness centra Agram .....	22
<b>Tablica 7:</b> Primjer računanja plaće .....	23
<b>Tablica 8:</b> Troškovi plaća zaposlenika .....	23
<b>Tablica 9:</b> Početni troškovi ulaganja .....	24
<b>Tablica 10:</b> Pregled očekivanih prihoda .....	25
<b>Tablica 11:</b> Projekcija tekućih troškova na razini godine .....	26

### POPIS SLIKA:

<b>Slika 1:</b> Koncept marketinškog miksa .....	14
<b>Slika 2:</b> Cjenik .....	16