

# PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU OPTIKE - OPTIKA FOKUS

---

**Alandžak, Lucija**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*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:128:975596>

*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 REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU  
POSLOVNI ODJEL  
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Lucija Alandžak

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU  
OPTIKE - OPTIKA FOKUS**

ZAVRŠNI RAD

KARLOVAC, 2023.

Lucija Alandžak

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU OPTIKE – OPTIKA  
FOKUS**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

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

Matični broj studenta: 0621615027

Karlovac, rujan 2023.

## ZAHVALA

Želim se zahvaliti svojoj mentorici Andreji Primužak, dipl. oec. prvenstveno na tome što je pristala biti moja mentorica. Hvala na strpljenju, podršci, pomoći oko pisanja ovog završnog rada, vremenu koje je odvojila za konzultacije i dogovore, na povjerenju i vođenju kroz cijeli proces pisanja završnog rada, to je bilo jedno posebno iskustvo. Želim se zahvaliti svome mužu Rafaelu koji je bio uz mene, motivirao me i pružao mi podršku kroz cijelo moje obrazovanje. Jedno veliko hvala mojim roditeljima i obitelji jer nisu gubili vjeru u mene. Hvala svim profesorima na prenesenom znanju. Na kraju, hvala mojim kolegama, bez kojih ovo iskustvo ne bi bilo takvo, nekim danima teško, nekim danima lako, ali najvažnije je da nismo odustali i da smo došli do samoga kraja.

## SAŽETAK

Završni rad pisan je na temu poduzetničkog projekta optike „Fokus“. U teorijskom dijelu je objašnjen pojam poduzetnika, poduzetništva, vrste poduzetništva i njegov smisao. U radu su napisani podaci o vlasnicima optike, lokaciji na kojoj se optika nalazi i njene pojedinosti. Navedeni su zaposlenici koji su potrebni kako bi optika mogla raditi i prodavati svoje proizvode i usluge stalnim, ali i potencijalnim kupcima. Ulaganja i kapital koji su bili potrebni za otvaranje optike i njene prve dane poslovanja. Opisuje se detaljno aktivizacijsko razdoblje koje je bilo potrebno da se optika otvori. Asortiman proizvoda i usluga koji je u ponudi detaljno je prikazan i naveden, uz točne brojeve koji govore koliko se dnevno prodaje proizvoda i usluga. Važni su i pokazatelji učinkovitosti projekta, oni su svakako na strani optike jer optika postoji od 1991. godine. Poštuju se mjere zaštite okoliša te mjere zaštite pri radu, jer njome se osigurava zaposlenicima, ali i korisnicima siguran boravak u prostorima optike. Konkurencija je velika. Na području Karlovca nalazi se nekoliko optika koje su potencijalna prijetnja i konkurencija, ali optika Fokus svojom kvalitetom proizvoda, usluga i robe, vodi uspješno poslovanje već 32-je godine. Pokazatelji učinkovitosti kojima su se služili tijekom planiranja i otvaranja optike pokazuju da je projekt profitabilan i učinkovit što je jako važno za početak poslovanja i nastavak u kojem se želi ostvariti profit koji bi omogućio širenje optike na druge lokacije.

Promidžbene aktivnosti su važne za svaki oblik poduzeća pa tako i za optiku. Važno je na pravi način obavljati promidžbene aktivnosti, kako bi one došle do potencijalnih klijenata i kupaca. Putem promidžbenih aktivnosti mogu se saznati mnogi podaci o proizvodima i uslugama. Ulaganja koja su bila potrebna kod osnivanja poduzetničke ideje, 1991. godine bilo je potrebno uložiti 56 600 eura. U stalna sredstva uloženo je 22 000 eura. Ulaganja u materijalnu imovinu iznosila su 24 600 eura, a u nematerijalnu 7 000 eura. Obrtna sredstva iznosila su 3 000 eura.

**Ključne riječi:** poduzetnički projekt, poduzetništvo, optika

## ABSTRACT

The final paper was written on the topic of the business plan of the optics company "Fokus". In the theoretical part, the concept of entrepreneur, entrepreneurship, types of entrepreneurship and its meaning are explained. The paper contains information about the owners of the optics, the location where the optics are located and their details. The employees who are needed in order for the opticians to work and sell their products and services to permanent and potential customers are listed. Investments and capital that were needed to open the optician and its first days of operation. The activation period required for the optic to open is described in detail. The range of products and services offered is detailed and listed, with exact numbers showing how many products and services are sold daily. Indicators of project effectiveness are also important, they are certainly on the side of optics, because optics has been around since 1991. Environmental protection measures and occupational safety measures are respected, as they ensure a safe stay for employees and users in the optical areas. The competition is great. In the area of Karlovac, there are several opticians who are potential friends and competitors, but optician "Fokus" with its quality of products, services and goods, has been running a successful business for 32 years. The efficiency indicators that were used during the planning and opening of the optician show that the project is profitable and efficient, which is very important for the start of business and the continuation in which it is desired to make a profit that would enable the optician to expand to other locations. Promotional activities are important for every form of business, including optics. It is important to carry out promotional activities in the right way, so that they reach potential clients and customers. Many information about products and services can be obtained through advertising activities. Investments that were needed when establishing an entrepreneurial idea, in 1991, it was necessary to invest 56,600 € 22,000 € were invested in fixed assets. Investments in tangible assets amounted to 24,600 € and in intangible assets 7,000 € Working capital amounted to 3,000 €

Keywords: entrepreneurial project, entrepreneurship, optics

## 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. Povijesni razvoj poduzetništva.....	2
2.3. Vrste poduzetništva .....	5
2.4 Smisao poduzetništva .....	5
3. PRAKTIČNI DIO .....	7
3.1. Podaci o investitoru .....	7
3.2. Tržišni podaci .....	7
3.3. Asortiman usluga.....	7
4. OPERATIVNI DIO PROJEKTA.....	8
4.1. Potrebna ulaganja .....	8
4.2. Potrebni radnici i zaposlenici .....	8
4.3. Izvori kapitala.....	8
4.4. Aktivizacijsko razdoblje.....	9
4.5 Mjere zaštite okoliša i zaštite pri radu.....	9
4.6. Pokazatelji učinkovitosti projekta .....	10
5. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE .....	10
5.1. Evolucija ideje i nositelja pothvata .....	10
5.2. Opis proizvoda, robe i usluga.....	10

6. TRŽIŠNI PODACI.....	12
6.1. Projekcija ciljnih tržišta.....	12
6.2. Projekcija konkurencije.....	12
6.3. Projekcija cijena.....	14
6.4. Projekcija prodaje i prihoda.....	14
7. TEHNIČKO – TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA .....	15
7.1. Projekcija lokacije.....	15
7.2. Projekcija tehnologije.....	15
7.3. Projekcija kapaciteta .....	15
7.4. Projekcija stalnih sredstava .....	16
7.5. Projekcija materijalnih inputa .....	17
7.6. Projekcija zaposlenika.....	18
7.7. Projekcija zaštitnih mjera.....	19
7.8. Projekcija aktivizacijskog razdoblja.....	20
8. MENADŽMENT PROJEKTA .....	21
9. MARKETING PROJEKTA.....	25
9.1. Ime tvrtke .....	25
9.2. Aktivnosti marketinškog programa.....	26
9.3. Likovno i grafičko rješenje zaštitnog znaka.....	26
9.4. Promidžbene aktivnosti .....	26
10. FINANCIJSKI PODACI PROJEKTA.....	27
10.1. Projekcija ulaganja .....	27
10.2. Projekcija otplate zajma .....	28
10.3. Projekcija amortizacije.....	28
10.4. Projekcija prihoda .....	29
10.5. Projekcija rashoda .....	31
10.6. Projekcija računa dobiti i gubitka.....	32



10.7. Financijski i ekonomski tijek .....	33
11. OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA .....	36
11.1. Razdoblje povrata.....	36
11.2. Godišnja stopa prinosa .....	37
11.3. Pravilo palca.....	38
11.4. Analiza likvidnosti .....	38
11.5. Analiza osjetljivosti.....	39
12. ZAKLJUČAK .....	40
LITERATURA.....	41
POPIS ILUSTRACIJA.....	42

## **1. UVOD**

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

Tema ovoga završnog rada je poduzetnički projekt na primjeru optike „Fokus“. Predmet ovog završnog rada je objasniti pojam poduzetnika i poduzetništva u teorijskom smislu, a u praktičnom smislu približiti i detaljno objasniti sve potrebne pothvate za otvaranje optike. Cilj je prikupljanje informacija, analiza i dokazivanje profita optike. Važno je prikazati sve bitne čimbenike koji su bili potrebni za otvaranje optike, ali i čimbenike koji su bitni za poslovanje, budući da optika „Fokus“ radi od 1991. godine, pa sve do danas.

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

Izvori podataka ovog završnog rada temeljili su se na informacijama i podacima koji su dobiveni od vlasnika optike „Fokus“, stručne literature kao i člancima koji su dostupni na internetskim stranicama. Prilikom istraživanja podataka koristila se metoda istraživanja za stolom, analiza i sinteza, statistička metoda, metoda dokazivanja, deskriptivna metoda i matematička metoda.

### **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Rad je podijeljen na teorijski i praktični dio. Sastoji se od 12 poglavlja. U teorijskom dijelu pojašnjeni su pojmovi poduzetnika, poduzetništva, povijesnog razvoja poduzetništva te vrste poduzetništva. U praktičnom dijelu navedeni su podaci o investitoru, tržišni podaci, asortiman usluga, potrebna ulaganja, potrebni zaposlenici, izvori kapitala, aktivizacijsko razdoblje, mjere zaštite okoliša, promidžbene aktivnosti, učinkovitost te konkurencija.

## 2. TEORIJSKI DIO

### 2.1. Povijesni razvoj poduzetništva

Neke od ranih definicija datiraju od 18.st. i pripisuju se ekonomistima kao što su: Adam Smith i John S. Mill. Prema Škrtić i Mikić (2011) na razvoj poduzetništva utjecale su i škole ekonomske misli i to redom: francuska, engleska, njemačka, austrijska, američka i neoklasična škola. <sup>1</sup>

Francuski teoretičari koji su doprinijeli boljem razumijevanju poduzetnika i poduzetništva su: Richard Cantillon, Nicolas Baudeau i Jean Baptiste Say. Richard Cantillon prvi je teoretičar koji je spomenuo pojam „poduzetnik“.

Jean B. Say naveo je tri faktora proizvodnje, a oni su:

1. Rad
2. Kapital
3. Zemlja

J.B. Say smatra da je poduzetnik pokretač razvoja i promjena u ekonomiji.

Britanski teoretičar koji se istaknuo je Adam Smith. Adam Smith zalagao se za potpunu ekonomsku slobodu i slobodu konkurencije. Prema njemu svaki poduzetnik mora biti: avanturist, voditelj projekta i poduzimatelj akcije. Poduzimatelj akcije je osoba koja se suočava s rizikom, formulira planove i projekte s ciljem ostvarenja profita, kontrolira i organizira proizvodne faktore.

U britanskoj školi istaknuo se David Ricardo te on zagovara teoriju Adama Smitha. On smatra da je profit nagrada za prihvaćanje rizika u poslovnim aktivnostima. Takav je pristup razvio i Jeremy Betham. Betham je razvio tri temeljna faktora proizvodnje, a oni su:

1. Želja za proizvodnjom bogatstva
2. Tehnička znanja poduzetnika
3. Moć kapitala

Njemački teoretičari koji su se istaknuli su: Johann Heinrich von Thunen i Hans Care Friedrich von Mangoldt. Oni smatraju da je poduzetništvo proces napuštanja starih metoda te rađanje novih metoda proizvodnje.

Austrijskoj školi pripadaju teoretičari Carl Menger i Fridrich von Wieser. Prema C. Mengenu poduzetništvo treba uključiti informacije o ekonomskim situacijama, ekonomskim kalkulacijama i nadzor izvršenja plana proizvodnje. F.W.Wieser je proširio Mengerovu ideju

---

<sup>1</sup> <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efos:4585/datastream/PDF/view> (3.2.2023.)

poduzetničke djelatnosti i dodao dimenzije uvođenja, opreznosti i preuzimanja rizika njegovom poduzetniku.<sup>2</sup>

Američka škola razvijala se zahvaljujući njemačkim školama jer se većina američkih teoretičara educirala u Njemačkoj. Teoretičari koji su se istaknuli su: Amasa Walker i Frederich Bernard Hawley. A.Walker poduzetnika tumači kao kreatora ekonomskog bogatstva. Poduzetnik treba preuzeti odgovornost za svoje postupke te mora imati određene tehničke vještine i znanja, te administracijske ovlasti.

U modernom pristupu poduzetništva istaknuli su se: Humberto Barreto, William Baumore i David Birch. H. Burreto navodi da je poduzetništvo kao funkcija nestalo iz moderne mikroekonomske teorije.

Baumol je tumačio da je poduzetnik u modernoj ekonomskoj teoriji smatra sinonimom za menadžera, vlasnika i kapitalistu.

D. Birch isticao je važnost srednjih i malih poduzeća u doprinosu poduzetnika i inovacijskoj aktivnosti, stvaranju novih zanimanja i otvaranja novih radnih mjesta. Poduzetništvo je danas značajno za svaku zemlju jer se tim putem generiraju nova radna mjesta, razvija se zemlja i raste konkurentnost zemlje.

Poduzetništvo u Hrvatskoj počelo se razvijati uvođenjem tržišne ekonomije 90-ih godina 20. stoljeća (osamostaljenjem Hrvatske) uz provođenje privatizacije društvenog vlasništva poduzeća i imovine. Bez obzira na probleme i posljedice provedbe privatizacije vlasništva, posve se izmijenio pristup proizvodnji i organizaciji gospodarskih djelatnosti. Za razvoj poduzetništva važno je pozitivno stajalište društva i pravna stabilnost koja poduzetniku ostavlja dovoljno prostora za kreaciju i inovativnost. Razvojem poduzetništva i jačanjem konkurencije sve se više stvarala neizvjesnost na tržištu, a povećao se rizik poslovanja. Kapital se ulaže u profitabilnije sektore pa se pojavljuje poduzetničko bankarstvo sa svrhom da se angažira tuđi novac u poslovne aktivnosti s većim dobitkom. Osnovni resurs kojim se poduzetnik koristi u poduzetničkom pothvatu je znanje, koje je ključan čimbenik gospodarskog razvoja.

---

<sup>2</sup> <http://www.sveopoduzetnistvu.com/index.php?main=clanak&id=224> (3.2.2023.)

## **2.2. Pojam poduzetnika i poduzetništva**

Poduzetnik je osoba koja je služeći se svojim talentom, znanjem i drugim sposobnostima prepoznaje i stvara mogućnost i prilike za poduzimanje poduzetničke aktivnosti. Razvija i konkretizira poduzetničke namjere, određuje i pronalazi, te osigurava potrebne resurse za realizaciju poduzetničke namjere. Vršiti posudbu uspjeha, upravlja neizvjesnošću i rizikom pothvata čiji je rezultat profit ili neka druga korist.

Osobine poduzetnika:

1. Inovativnost
2. Razumno preuzimanje rizika
  - a) Financijski rizik
  - b) Rizik karijere
  - c) Obiteljski rizik
  - d) Fizički rizik
3. Samouvjerenost
4. Upornost
5. Postavljanje ciljeva
6. Odgovornost

Pojam „poduzetništvo“ definira se na mnogo načina. Poduzetništvo uključuje stvaranje nečega novoga, traženje prednosti u obliku potrebnog vremena i truda. Donosi nagrade u obliku novca, profita i preuzima potreban rizik.

Poduzetništvo se može definirati i kao posebna ekonomska funkcija različita od vlasničke i upravljačke, bilo da je obavlja pojedinac ili institucija. Bit te funkcije sastoji se u usmjeravanju postojećih resursa na pokretanje novih poslovnih inicijativa, s očekivanjem da će one dati iznadprosječan prinos. Za razvoj poduzetništva važno je pozitivno stajalište društva i pravna stabilnost koja poduzetniku ostavlja dovoljno prostora za kreaciju i inovativnost.

Smatra se da bi poduzetnik trebao posjedovati ovih 7 temeljnih poduzetničkih osobina:

1. Inovativnost
2. Samouvjerenost
3. Radoholičnost
4. Svrhovitost
5. Sklonost preuzimanja rizika
6. Odgovornost

## 7. Samostalnost

Neke osobine su urođene, a neke stečene. <sup>3</sup>

### 2.3. Vrste poduzetništva

#### 1. Privatno poduzetništvo

U privatno poduzetništvo spadaju tvrtke koje se razvijaju kroz privatni kapital. Početno ulaganje može potjecati od istih poduzetnika kada su u pitanju mala poduzeća ili od različitih poduzetnika u slučaju većih projekata.

#### 2. Javno poduzetništvo

U javno poduzetništvo spadaju poduzeća koje je razvio javni sektor putem svojih razvojnih agencija. U svim zemljama moguće je pronaći ovu vrstu javnih inicijativa usmjerenih na pokrivanje nedostataka u ponudi privatnih poduzetnika.

#### 3. Individualno poduzetništvo

Individualno poduzetništvo je ono koje je razvila samo jedna osoba ili obitelj. Ova vrste poduzetništva obično je češća u slučajevima malih poduzeća i neobično je da uključuje istraživačke i razvojne procese.

#### 4. Masovno poduzetništvo

Ova vrste poduzetništva javlja se u društvenim kontekstima gdje postoji povoljna klima za stvaranje novih poduzeća. Može se ostvariti uz pomoć vlade. <sup>4</sup>

### 2.4 Smisao poduzetništva

Iz različitih teorija pojma „poduzetništvo“ moguće je definirati poduzetništvo kao užu smisao i širi smisao poduzetništva.

#### 1. Uži smisao

Uži smisao je proces stvaranja vrijednosti kombinacijama resursa u svrhu iskorištavanja prilika uz razumno prepoznavanje rizika.

---

<sup>3</sup> <https://hrcak.srce.hr/file/192157> (10.2.2023.)

<sup>4</sup> <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efos:4585/datastream/PDF/view> (10.2.2023.)

## 2. Širi smisao

Širi smisao poduzetništva je svaka aktivnost koja uključuje kreativnost, inovativnost, upornost, dosljednost, samostalnost, odgovornost u preuzimanju rizika.

Poduzetništvo nužno ne podrazumijeva gospodarsku aktivnost. Osobe mogu biti poduzetne i izvan gospodarskih aktivnosti. One podrazumijevaju potrebu da se radi na drugačiji način.

Poduzetništvo podrazumijeva prihvaćanje odgovornosti za vlastite postupke, bili oni pozitivni ili negativni, razvijanje strateške vizije, postavljanje i postizanje ciljeva i motiviranost za njihov uspjeh. Poduzetništvo postaje jedna od ključnih kompetencija cjeloživotnog obrazovanja.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> <https://hrcak.srce.hr/file/192157> (10.2.2023.)

### **3. PRAKTIČNI DIO**

#### **3.1. Podaci o investitoru**

Optika Fokus obiteljski je obrt koji je osnovan u Karlovcu 1991. godine.

Visoka razina stručnog osoblja, redovite edukacije, unapređenje znanja svih zaposlenih ključni su za prepoznatljivost povjerenje kupaca koje uživaju.. Optika ima zaposlene inženjere optometrije, visoko obrazovanog stručnjaka specijaliziranog za određivanje i korekciju refrakcijskih pogrešaka oka te propisivanje kontaktnih leća ili naočala za vid.

Klijentima se pruža individualni pristup, ispunjavaju se potrebe svake osobe pojedinačno.

Suradnja se ostvaruje sa isključivo pouzdanim dobavljačima koji imaju certificirane proizvode koji zadovoljavaju najviše europske i svjetske standarde kvalitete.

Briga za klijente, stručnost osoblja, velika ponuda i individualni pristup ključ su uspjeha optike Fokus koja posluje preko 30 godina.

#### **3.2. Tržišni podaci**

Optika Fokus nalazi se u Karlovcu u ulici Vladimira Nazora 8. Radno vrijeme od ponedjeljka do petka od 08:00 – 20:00h.

Uz veliku konkurenciju drugih optika koje se nalaze u Karlovcu svojim uslugama, individualnim pristupom i ponudom uspjeli su zadržati kvalitetu i povjerenje kupaca što potvrđuje i duga tradicija preko 30 godina.

#### **3.3. Asortiman usluga**

U optici Fokus svakodnevno se vrše stručni pregledi vida koje radi stručno osoblje. Nakon pregleda daje se stručno mišljenje, savjet i preporuka za potrebno pomagalo, bilo da se radi o naočalima ili kontaktnim lećama.

Proizvodi i usluge koji se nude u optici su:

Proizvodi:

1. Sunčane naočale
2. Dioptrijske naočale
3. Kontaktne leće
4. Pribor za naočale
5. Okviri za naočale

Usluge:

1. Pregled vida
2. Kontrola vida
3. Mjerenje očnog tlaka



## 4. OPERATIVNI DIO PROJEKTA

### 4.1. Potrebna ulaganja

Kod osnivanja poduzetničke ideje 1991. godine bilo je potrebno uložiti 56 600 eura. U stalna sredstva uloženo je 22 000 eura. Ulaganja u materijalnu imovinu iznosila su 24 600 eura, a ulaganja u nematerijalnu imovinu 7 000 eura. Obrtna sredstva iznosila su 3 000 eura.

### 4.2. Potrebni radnici i zaposlenici

U novootvorenoj optici zaposleno je 5 djelatnika. Jedan inženjer optometrije, jedan stručnjak za korekcije oka te za propisivanje kontaktnih leća i naočala za vid. Također postoje i 2 prodavača koji rade u optici svaki u jednoj smjeni od ponedjeljka do petka, te jedna osobu koja obavlja administrativne poslovne. Prodavači u opisu svoga posla uz prodaju kontaktnih leća i naočala sunčanih i naočala za vid, također imaju i komunikaciju sa klijentima koji kontaktiraju putem telefona, e – maila ili dolaskom u poslovniciu.

### 4.3. Izvori kapitala

Izvori kapitala podijeljeni su na: vlastita sredstva, bespovratna sredstva, poslovni prostor, uredska oprema, interijer, te bankarske zajmove. Svaka od ovih stavki nosi određeni dio novca koji je potreban za ulaganje u djelatnost.

Tablica 1: Izvori kapitala za poduzetnički plan

1.	VLASTITA SREDSTVA	10 000 €
2.	BEZPOVRATNA SREDSTVA	7 800 €
3.	STALNA SREDSTVA	22 000 €
4.	GOTOVINA	6 800 €
5.	UREDSKA OPREMA	1 500 €
6.	POSLOVNI INVENTAR	3 000 €
7.	POSLOVNI PROSTOR	2 000 €
8.	BANKARSKI ZAJMOVI	3 500 €
9.	UKUPNA POTREBNA SREDSTVA	56 600 €

Izvor: Autor rada

U tablici 1 su prikazana ukupna potrebna sredstva za otvaranje optike. Kapital iznosi 56 600 € te je bio potreban iz 8 različitih izvora, što je detaljno prikazano u tablici.

#### 4.4. Aktivizacijsko razdoblje

U aktivizacijsko razdoblje ubraja se vrijeme koje je potrebno za realizaciju poduzetničke ideje. Za realizaciju poduzetničke ideje bilo je potrebno 8 mjeseci.

8 mjeseci je bilo potrebno da se izradi poduzetnički projekt, pravni i financijski poslovi, odobrenje kredita, zapošljavanje, te se nakon 305 dana otvorilo poduzeće koje je počelo sa radom 1.6.1991.

Tablica 2: Aktivizacijsko razdoblje potrebno za otvaranje

Redni broj	PREDVIĐENE AKTIVNOSTI	POČETAK AKTIVNOSTI	ZAVRŠETAK AKTIVNOSTI	BROJ DANA TRAJANJA
1.	Izrada poduzetničkog projekta	1.10.	1.2.	151
2.	Pravni i financijski poslovi	2.2.	1.4.	88
3.	Odobrenje kredita	3.4.	1.5.	28
4.	Opremanje prostora	1.5.	20.5.	20
5.	Zapošljavanje	10.5	25.5.	15
6.	Početak rada	1.6.1991.		

Izvor: Autor rada

#### 4.5. Mjere zaštite okoliša i zaštite pri radu

Mjere koje će biti korištene su u skladu sa Zakonima o zaštiti okoliša, zaštiti od požara, zaštiti na radu te u skladu sa standardima djelatnosti. Za mjere zaštite okoliša koristi se tehnika odvajanja otpada, u što spada razdvajanje komunalnog i tehnološkog otpada. Pokušava se u što većoj mjeri paziti na zagađenje okoliša te se u optici koriste štedne žarulje, odvajanje otpada, protupožarni plan optike će biti izložen na vidljivom mjestu.

#### **4.6. Pokazatelji učinkovitosti projekta**

Pokazatelji učinkovitosti, kojima se je služilo tijekom planiranja i otvaranja optike, pokazuju da je projekt profitabilan i učinkovit što je jako važno za početak poslovanja i nastavak u kojem se želi ostvariti profit koji bi omogućio širenje optike na druge lokacije.

### **5. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE**

#### **5.1. Evolucija ideje i nositelja pothvata**

Ideja o osnivanju optike došla je tako što na području grada Karlovca, 1990-ih, nije bilo dovoljno radnji koje bi pružale usluge pregleda vida, izrada naočala i sl. Postojao je mali broj ovakvih radnji te se je smatralo da je ovakav oblik radnje nedovoljno zastupljen na području grada Karlovca pa se je 1991.godine išlo u realizaciju poduzetničke ideje, tj. otvaranja optike.

Nositelj pothvata: gospodin Antić

Adresa: Ulica Vladimira Nazora 8, 47000 Karlovac

Telefon: 047 616 222

Mail: [info@optikafokus.hr](mailto:info@optikafokus.hr)

Slika 1: Logo optike



Izvor: <https://images.app.goo.gl/A5ALXD9SZ72AJ8eP7> (17.3.2023.)

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

Optika pruža svojim korisnicima mnogo proizvoda, robe i usluga ,koje se nastoje sve ove godine ,održati na što višem nivou. Proizvodi koji su dostupni korisnicima i klijentima su: sunčane naočale, dioptrijske naočale, kontaktne leće, okviri za naočale, stakla za naočale, pribor za naočale, pribor za održavanje i čistoću naočala.

Što se usluga tiče ,moguće je obaviti pregled i kontrolu vida, mjerenje očnog tlaka, isprobavanje željenih modela naočala prije odluke o kupnji istih.

Temeljne odrednice nekih od obilježja:

## 1. Tehnička obilježja

U tehnička obilježja svrstavaju se kvalitetne proizvode, proizvode koji su rađeni po narudžbi, to je jako važno obilježje za uspješno poslovanje, kojeg se treba držati i raditi na tome da bude što uspješnije i kvalitetnije obilježje.

## 2. Uporabna obilježja

Pod uporabna obilježja ubrajaju se proizvodi koji su namijenjeni za zaštitu i poboljšanje vida.

## 3. Oblikovna obilježja

Oblikovna obilježja važna su za izradu sunčanih i dioptrijskih naočala po mjeri, željama i potrebama potrošača.

## 4. Estetska obilježja

Važnost estetskih obilježja je jako značajna jer ona na prvi pogled privuče pažnju potencijalnog kupca zato što su proizvodi estetskih izloženi na policama optike kako bi potencijalni kupac mogao probati i pogledati sunčane naočale, dioptrijske naočale ili okvire za naočale.

## 5. Promidžbena obilježja

Ova skupina obilježja jako je važna za dobro poslovanje optike jer se putem promidžbenih kanala oglašava poduzeće, putem papirnatih vrećica sa logom optike koju kupac dobiva ukoliko kupi neki od proizvoda koji se nudi u optici, tu se još ubrajaju novine, radio oglašavanje, letci, plakati i sl.

## 6. Kvalitativna obilježja

Ova obilježja imaju poseban značaj zato što se ovim oblikom obilježja želi poboljšati kvaliteta proizvoda koji se prodaju i da upravo taj proizvod ima što duže razdoblje u kojem se koristi.

## 7. Usluga potrošačima

Usluge potrošačima su brojne kao na primjer: besplatne kontrole vida, prvi pregled koji se ne naplaćuje, savjeti stručnog osoblja kod prvog sastanka bilo da se radi o savjetovanju ili o kupnji proizvoda, mjerenje očnog tlaka i sl.

## **6. TRŽIŠNI PODACI**

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

Ciljno tržište je grupa primatelja prema kojima je usmjeren određeni proizvod, roba ili usluga. Ciljana tržišta su skupine ljudi koji su grupirani prema dobi, spolu, obrazovanju ili društvenom statusu.

Nakon ispitivanja tržišta anketama i dobivenih rezultata iz ispitivanja potrošača na području grada Karlovca odlučeno je da se poduzeće orijentira na skupinu žena i muškaraca od 30 do 80 godina starosti. Na temelju toga istraživanja moguće je bolje približiti uslugu zahtjevima takve skupine potrošača i posvetiti se njihovim željama, ali i potrebama kako bi bili zadovoljni nakon kupnje proizvoda ili korištenja usluga.

### **6.2. Projekcija konkurencije**

Konkurencija je suparništvo, nadmetanje ili natjecanje više osoba, poduzeća i sl.

Konkurencija je „zdrava“ jer uči i potiče da se bude bolji, daje se više od sebe, ulaže se više vremena kako bi bili bolji od svoje konkurencije. Kao i u svakoj djelatnosti, poslu, obrtu, svatko ima svoju konkurenciju. Nakon analize tržišta uvidjelo se da u Karlovcu postoje slična poduzeća koja obavljaju istu djelatnost i koja su konkurenti optici. Neke od tih konkurentskih optika su: optika Anda, optika Minus Plus, optika Ghetaldus i sl.

Na optici je da poboljša svoju ponudu, proširi asortiman proizvoda i usluga, smanjuje cijene ili nudi popuste klijentima kako bi bila konkurentnija od ostalih. Neke od akcija koje bi se mogle uvesti, a da ih konkurencija nema, su bolja promocija optike, ponuda artikala koje konkurencija ne nudi, akcija 1+1, akcija 1 + -50% na drugi artikl. Konkurencija je velika i jaka, te je potrebno biti jednostavan i jedinstven te nuditi nešto što ostale optike nemaju kako bi privukli nove, ali i zadržali stare klijente. Bitna je kvaliteta proizvoda i usluga, pristupačne cijene, ljubazno osoblje i sl.

Tablica 3: Popis konkurenata

POPIS KONKURENATA UKLJUČENIH U KOMPARACIJU				
1.	OPTIKA ANDA			
2.	OPTIKA MINUS PLUS			
3.	OPTIKA GHETALDUS			
KOMPARACIJA KONKURENTSKIH PREDNOSTI				
REDNI BROJ	PODRUČJA KOMPARACIJE (prednosti i slabosti)	KONKURENTI SA POPISA		
		1.	2.	3.
1.	Asortiman proizvoda i usluga	+	0	0
2.	Tehnička obilježja proizvoda i usluga	+	+	+
3.	Uporabna obilježja proizvoda i usluga	-	0	-
4.	Poslije prodajne usluge potrošačima	0	0	0
5.	Ostala obilježja proizvoda i usluga	0	0	+
6.	Prodajni kanali i prodajna distribucija	+	0	+
7.	Cijene, popusti, načini i uvjeti plaćanja	+	+	0
8.	Uvjeti, način i rokovi isporuke	0	0	-
9.	Ekonomska propaganda	-	-	-
10.	Aktivnosti promicanja prodaje	0	0	0
11.	Osobno – prodajna promidžba	+	0	0
12.	Publicitet i odnosi s javnošću	0	+	-
13.	Nabavni kanali i nabavna distribucija	0	0	-
14.	Skladištenje i politika zaliha	-	-	0
15.	Stručno osoblje	+	+	0
UKUPNA OCJENA KOMPARACIJE		13 = +	22 = 0	10 = -

LEGENDA	
+	Bolji od konkurenta
-	Lošiji od konkurenta
0	Jednaki konkurentu

Izvor: Autor rada

U tablici 3 je prikazan popis optika koje su konkurencija optici „Fokus“. Uspoređuju se prednosti i slabosti u nekoliko kategorija. U asortimanu proizvoda i usluga, tehničkim i

uporabnim obilježjima, cijenama, popustima, načinu i uvjetima plaćanja, roku i uvjetima isporuke proizvoda, aktivnostima promicanja prodaje, osobnoj promidžbi, publicitetu i odnosu s javnošću, nabavnim kanalima i nabavnoj distribuciji, skladištenju, te stručnom osoblju.

### 6.3. Projekcija cijena

Cijena je izraz mjere vrijednosti proizvoda, roba i usluga. Među potrošačkim preferencijama cijena stoji na samom vrhu. Na cijene mogu utjecati vanjski činitelji: dobavljači promjenom svojih cijena, vlasnik prostora ako poveća svoju najamninu, država putem poreza. Država želi olakšati poslovanje poduzetnicima manjim nametima, pa time se može očekivati i smanjenje cijena proizvoda i usluga. Ne bi trebalo biti velikog porasta cijena s obzirom na sadašnje cijene koje jesu. Što se konkurencije tiče i cijena, cijene su pristupačne i nisu podložne velikim promjenama. Klijenti su većinom stalni te se uvijek vraćaju, što bi značilo da su zadovoljni cijenama, ali i uslugama koje se dodatno nude.

### 6.4. Projekcija prodaje i prihoda

Tablica 4: Proizvodi i usluge

REDNI BROJ	NAZIV PROIZVODA, ROBE ILI USLUGA	KOLIČINA	JEDINIČNA CIJENA / €	UKUPNI IZNOS
1.	PROIZVODI			
1.1.	Dioptrijske naočale	2000 kom.	110 €	220 000 €
1.2.	Sunčane naočale	1200 kom.	150 €	180 000 €
1.3.	Kontaktne leće	650 kom.	30 €	19 500 €
1.4.	Okviri	850 kom.	55 €	46 750 €
1.5.	Stakla	2500 kom.	35 €	87 500 €
1.6.	Sredstva za čišćenje	1200 kom.	5 €	6 000 €
2.	USLUGE			
2.1.	Pregled vida	Besplatna usluga		
UKUPNI PRIHOD OD PRODAJE		559 750 €		

Izvor: Autor rada

U tablici 4 prikazan je broj proizvoda i usluga koje nudi optika, sa priloženim cijenama i količinama prodanih proizvoda i usluga. Na temelju provedenog istraživanja vidljivo je da ukupni prihod od godišnje prodaje iznosi 559 750 €

## 7. TEHNIČKO – TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA

### 7.1. Projekcija lokacije

Kada se govori o lokaciji optike „Fokus“, smještena je u Karlovcu, točnije u ulici Vladimira Nazora 8, gdje se nalazi od prvog dana otvorenja optike. Optika je na dobroj lokaciji koja je prometno povezana sa centrom grada, ali i dostupna za pješake.

Makro lokacija optike je Karlovac, dok je mikro lokacija ul. Vladimira Nazora 8.

### 7.2. Projekcija tehnologije

Tehnologija se definira kao razvoj i primjena alata, strojeva i materijala te postupaka za izradu proizvoda i obavljanja određene djelatnosti. Kada se govori o tehnologiji poduzetničkog projekta mora se naglasiti da se optike koristi isključivo suvremenom tehnologijom sa potpuno novom opremom. Koristi se novim tehnologijama kako bi korisnicima pružali što bolje proizvode i usluge.

### 7.3. Projekcija kapaciteta

Kapacitet se definira kao mogućnost/sposobnost nekog proizvoda ili usluge da u određenom vremenskom periodu proizvede određenu količinu robe, proizvoda i usluge.

Kako bi se u optici „Fokus“ pružila najbolja usluga klijentima optika radi u dvije smjene od 8 do 20 sati.

Tablica 5: Kapacitet optike

RED. BROJ	NAZIV PROIZVODA, USLUGE ILI ROBE	KOLIČINE U JEDNOJ SMJENI (08:00 – 14:00)	GODIŠNJI KAPACITET
I.	PROIZVODI		
1.	Dioptrijski okvir	6	2000
2.	Sunčane naočale	2	1200



3.	Kontaktne leće	4	650
4.	Stakla	3	2500
II.	USLUGE		
1.	Pregled vida	7	2100

Izvor: Autor rada

U tablici 5 je prikazan kapacitet optike na razini jedne smjene i količina prodanih proizvoda i usluga unutar jedne smjene.

#### 7.4. Projekcija stalnih sredstava

Stalna sredstva su sredstva koja se koriste duži vremenski period, ali najmanje godinu dana kao posrednici između rada i predmeta rada.

Karakteristike stalnih sredstava:

1. Koriste se duži vremenski period, ali najmanje godinu dana.
2. Cijelom svojom upotrebnom supstancom ulaze u proces proizvodnje.
3. Ne troše se odjednom, nego postepeno u više procesa reprodukcije.
4. Njihovo trošenje predstavlja prenošenje vrijednosti na proizvode.<sup>6</sup>

Tablica 6: Materijalna i stalna sredstva

RED. BROJ	POPIS STALNIH SREDSTAVA, MATERIJALA I RADOVA	KOLIČINA (U JEDINCI MJERE)	JEDINIČNA CIJENA	UKUPNA VRIJEDNOST
1.	Građevinski objekt	70 m <sup>2</sup>	700 €	49 000 €
2.	Proizvodna oprema	300 kom	350 €	105 000 €
3.	Uredska oprema	10 kom	150 €	1 500 €
4.	Pribor i alati	15 kom	110 €	1 650 €
UKUPNA VRIJEDNOST				157 150 €

Izvor: Autor rada

U tablici 6 je prikazan popis stalnih sredstava, materijala i radova koji su izraženi u jediničnoj cijeni, te ukupnoj vrijednosti koja iznosi 157 150 €

<sup>6</sup> <https://www.seminarski-diplomski.co.rs/RACUNOVODSTVO/Ekonomija-sredstava.html> (24.3.2023.)

## 7.5. Projekcija materijalnih inputa

Materijalni inputi su sve sirovine, alati, strojevi i oprema koji su potrebni za provođenje proizvodnog procesa poduzeća. Potrebno je pravilo upravljati materijalnim inputima kako bi se proizvodni proces mogao opskrbiti materijalnim resursima koji su potrebni u pogledu kvalitete, ali i količine.

Vrste materijalnih inputa:

### 1. Zgrade i objekti

Zgrade i objekti koriste se za obavljanje poslovne aktivnosti poduzeća. Svaka zgrada ili objekt da bi zadovoljili uvjete koji su potrebni za rad, potrebno je da sadrže neke stvari poput: električne energije, vode, usluge interneta i komunikacije i sl.

### 2. Strojevi i oprema

Strojevi i oprema važni su za poslovanje poduzeća, ali mogu se koristiti i za prijevoz ljudi, materijala, zaliha, robe i sirovina unutar poduzeća.

### 3. Sirovine

Sirovine su svi resursi treba obraditi kako bi postali proizvod koji će zadovoljiti potrebe krajnjeg korisnika/potrošača.<sup>7</sup>

Tablica 7: Materijalni inputi

REDNI BROJ	POPIS MATERIJALNIH INPUTA PROJEKTA	KOLIČINA	JEDINIČNA CIJENA	UKUPNA VRIJEDNOST
I.	PROIZVODNI DIO			
1.	REPROMATERIJAL UKUPNO	-		559 750 €
1.1.	Dioptrijske naočale	2 000	110 €	220 000 €
1.2.	Sunčane naočale	1 200	150 €	180 000 €
1.3.	Kontaktne leće	650	30 €	19 500 €
1.4.	Okviri	850	55 €	46 750 €
1.5.	Stakla	2 500	35 €	87 500 €
1.6.	Sredstva za čišćenje	1 200	5 €	6 000 €
II.	USLUŽNI DIO			
1.	Sitan inventar			17 500 €

<sup>7</sup> <https://hr.economy-pedia.com/11031722-material-resources> (24.3.2023.)

1.1.	Uredska oprema		1 500 €
1.2.	Poslovni inventar		3 000 €
SVEUKUPNA VRIJEDNOST (I. + II.)			581 750 €

Izvor: Autor rada

U tablici 7 su prikazani godišnji materijalni inputi koji iznose ukupno: 581 750 €. Od čega ukupni repromaterijal 559 750 € a sitan inventar 17 500 €

### 7.6. Projekcija zaposlenika

Zaposlenici su svi oni ljudi zaposleni u poduzeću koji na bilo koji način utječu na poslovanje i dobrobit poduzeća. Optika „Fokus“ ima 5 zaposlenika. To su redom: inženjer optometrije, stručnjak specijaliziran za korekcije oka, prodavači i administrativni djelatnik. U tablici 8 su prikazani zaposlenici sa svojim mjesečnim plaćama.

Tablica 8: Potrebni zaposlenici

RED. BROJ	NAZIV RADNOG MJESTA	STRUČNA SPREMA	JEDNA SMJENA	UKUPNO	MJESEČNE KOMPENZACIJE
I.	PROIZVODNI RADNICI				
1.	Inženjer optometrije	Stručni prvostupnik	1	1	1 200 €
2.	Specijalizant za korekcije oka	Stručni prvostupnik	1	1	1 200 €
II.	TRGOVAČKI RADNICI				
1.	Prodavač	SSS	1	2	800 €
2.	Prodavač	SSS	1		800 €
III.	USLUŽNI RADNICI				
1.	Administrativni djelatnik	Stručni prvostupnik	1	1	1 000 €
SVEUKUPNO (I. + II. + III.)					5 000 €

Izvor: Autor rada

U tablici 8 su navedeni zaposlenici optike „Fokus“, njihova stručna sprema i mjesečne kompenzacije koje ukupno iznose 5 000 €

## 7.7. Projekcija zaštitnih mjera

Mjere koje će biti korištene su u skladu sa Zakonima o zaštiti okoliša, zaštiti od požara i zaštiti na radu. Za očuvanje i zaštitu okoliša koristi se tehnika odvajanja otpada, razdvajanja komunalnog i tehnološkog i otpada.

Tablica 9: Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša

RED. BROJ	NAZIV AKTIVNOSTI (MJERE ZAŠTITE OKOLIŠA)	VRIJEDNOST OPREME
1.	Razvrstavanje otpada	70 €
2.	Skladištenje otpada	20 €
3.	Štedne žarulje	120 €
UKUPNO		210 €

Izvor: Autor rada

U tablici 9 prikazan je popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša, koji su podijeljeni u 3 kategorije i ukupna vrijednost opreme iznosi 210 €

Tablica10: Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu pri radu

RED. BROJ	NAZIV AKTIVNOSTI (MJERE ZAŠTITE OKOLIŠA)	VRIJEDNOST OPREME	VRIJEDNOST RADA	UKUPNA ULAGANJA
1.	Osvjetljenje	250 €	100 €	350 €
2.	Protupožarni alarm	800 €	80 €	880 €
3.	Protupožarni aparati	1 500 €	200 €	1 700 €
UKUPNO				2 930 €

Izvor: Autor rada

U tablici 10 je prikazan popis mjera i visina ulaganja u zaštitu pri radu, podijeljen je u 3 kategorije i ukupna ulaganja iznose 2 930 €

## 7.8. Projekcija aktivizacijskog razdoblja

Aktivizacijsko razdoblje je vrijeme koje je potrebno za obavljanje poslova ulaganja i angažiranja vlastitoga novca ili tuđeg kapitala u cilju rada koji će donijeti profit poduzeću.

Za realizaciju poduzetničke ideje bilo je potrebno 8 mjeseci, točnije 305 dana.

Tablica 11: Aktivizacijsko razdoblje

RED. BROJ	POPIS PREDVIĐENIH AKTIVNOSTI TIJEKOM RAZDOBLJA IZVEDBE	POČETAK AKTIVNOSTI	KRAJ AKTIVNOSTI	TRAJANJE (DANI)
1.	Vlastita sredstva zarade	1.10.	1.2.	136
2.	Prikupljanje dokumentacije	2.2.	1.4.	59
3.	Traženje dobavljača	3.4.	1.5.	69
4.	Traženje poslovnog prostora	1.5.	20.5.	20
5.	Traženje zaposlenika	10.5.	25.5.	15
6.	Priprema za početak rada	25.5.	1.6.	6
UKUPNO TRAJANJE IZVEDBE				305

Izvor: Autor rada

U tablici 11 je prikazan popis predviđenih aktivnosti tijekom razdoblja izvedbe projekta. Naveden je početak i kraj aktivnosti te dani trajanja. Početak je bio 1.10.1990., a kraj 1.6.1991. godine. Izvedba je trajala 305 dana. Nakon 305 dana optika je službeno otvorena i počinje sa radom.

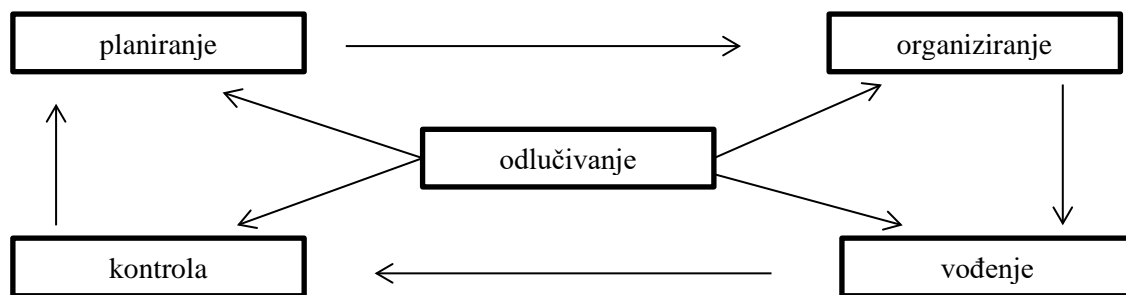
## 8. MENADŽMENT PROJEKTA

Menadžment je u poduzećima i organizacijama funkcija koja koordinira ljudske napore da izvrše određene ciljeve koristeći dostupne resurse učinkovito.

Menadžment se sastoji od 5 funkcija:

1. Planiranje
2. Organiziranje
3. Vođenje i motiviranje
4. Kontroliranje
5. Upravljanje ljudskim resursima

Slika 2: Odnos funkcija menadžmenta



Izvor: Bartoluci, M. Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva – turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu, školska knjiga, Zagreb, 2013. (2.4.2023.)

### 1. Planiranje

Planiranje je kao funkcija najbitniji zadatak. Povezana je sa svim ostalim funkcijama u poduzetničkom pothvatu. Planiranje podrazumijeva definiranje i postavljanje ciljeva.

Vrste planiranja:

#### a) Strateško planiranje

Planiranje i sagledavanje onoga što bi se moglo dogoditi u dužem vremenskom periodu (pet ili više godina) i sve što je potrebno učiniti kako bi poduzeće ostvarivalo dobit i stalni rast.

#### b) Operativno planiranje

Isto kao i strateško planiranje samo na kraći vremenski period.

## 2. Organiziranje

Organizacija obuhvaća organizaciju rada i poslovnih procesa na svim razinama, a ovisi o veličini, djelatnosti i mnogim vanjskim faktorima.

Organizacijske strukture:

### a) Funkcionalna struktura

Temeljna je organizacijska struktura. Primjerena je manjim poduzećima, ali i onima koji na jednom mjestu proizvode jedan ili manji broj proizvoda i/ili usluga.

### b) Divizionalna struktura

Podjela prema različitim proizvodima i uslugama, prema različitim teritorijima kupaca ili prema različitim kategorijama kupaca. Nastala je kao posljedica rasta poduzeća o primjerena je većim poduzećima, tj. onima koji proizvode veći broj proizvoda i/ili usluga.

### c) Projektna struktura

Sastavljanje svih potrebnih elemenata (ljudi i resursa) radi postizanja konkretnog zadatka. Primjenjuje se u pojedinim dijelovima poduzeća.

### d) Matična struktura

Razumijeva više različitih projekata koji se izvode istovremeno. Primjenjuje se u projektantskim i građevinskim poduzećima.

### e) Mješovita struktura

Podrazumijeva kombinacije prethodno opisanih struktura. Organizacijske strukture često se ne primjenjuju u čistom obliku, već se kombiniraju, pogotovo u velikim poduzećima.

## 3. Vođenje i motiviranje

Vođenje kao funkcija menadžmenta je jedna od najzahtjevnijih funkcija. Pojam vođenja vrlo je slojevit te postoje njegove brojne definicije. Vođenje predstavlja onu funkciju menadžmenta u kojoj je potrebno da se svi sudionici procesa rada usmjere prema željenom cilju. Za uspješno vođenje najvažnije je imati vođu. On treba usmjeravati i motivirati zaposlenike na izvršenje zadataka, davati im osjećaj sigurnosti, ali i slobode kako bi oni svojim razmišljanjima i djelovanjem mogli pridonijeti ostvarenju ciljeva poduzeća. Prema nekima se proces vođenja naziva usmjeravanjem ili utjecanje.<sup>8</sup>

Motiviranje zaposlenika moguće je unaprijediti čimbenicima poput priznanja, zahvalnosti, izazova. Najučinkovitiji je motivator sam rad. Rad zna postati ponavljajući, dosadan i bez

---

<sup>8</sup> Buble, M., Poslovno vođenje, M.E.P., Zagreb 2001. (14.4.2023.)

izazova. Nužno je uključiti suradnike u različite etape planiranja posla. Konzultirati ih vezano uz proizvodne ili prodajne kvote, metode i standard izvođenja posla.

#### 4. Kontroliranje

Kontrola je funkcija kojom menadžer nadzire i vrednuje rezultate poslovnih aktivnosti sukladno postavljenim planovima radi ostvarenja zacrtanih ciljeva. Izvorna je menadžerska funkcija. Svrha kontrole je osigurati plansko ostvarivanje zacrtanih ciljeva.

Vrste kontrole:

##### a) Naknadna kontrola

Nakon obavljenog posla mjere se rezultati i uspoređuju sa ciljevima. Najjednostavnija je metoda, ali i najmanje djelotvorna.

##### b) Test kontrola

Proces se dijeli na korake ili faze, na kraju svake faze potrebno je „proći test“ i dobiti odobrenje za nastavak.

##### c) Anticipativna kontrola

Rezultati operacija se nastoje predvidjeti, a korekcija se obavlja tijekom procesa.

#### 5. Upravljanje ljudskim resursima

Upravljanje ljudskim resursima podrazumijeva niz međupovezanih aktivnosti i zadaća menadžmenta i organizacija usmjerenih na osiguravanje adekvatnog broja i strukture zaposlenih, njihovog znanja, vještina, interesa, motivacija i oblika ponašanja potrebnih za ostvarenje razvojnih ciljeva i strateških ciljeva organizacije. Odjel ljudskih resursa ima širok spektar aktivnosti, a one su: <sup>9</sup>

##### a) Zapošljavanje i pribavljanje

Intervjuiranje, pribavljanje, testiranje, koordinacija privremene radne snage i sl.

##### b) Obuka i razvoj

Obuka menadžerskih vještina orijentirana na uspješnost, povećanje produktivnosti i sl.

##### c) Kompenzacija

Upravljanje satnicom i plaćom, opisi posla, menadžerske kompenzacije, poticaji i sl.

##### d) Beneficije

Osiguranje, upravljanje dopustom, mirovinski planovi, raspodjela profita, planovi dionica i sl.

##### e) Usluge zaposlenicima

---

<sup>9</sup> Buble, M., Poslovno vođenje, M.E.P., Zagreb 2001. (14.4.2023.)



Programi pomoći zaposlenicima, usluge premještaja i sl.

f) Odnosi sa zaposlenicima i zajednicom

Ispitivanje stavova, radni odnosi, publikacije, usklađivanje s radnim zakonima, disciplina i sl.

g) Dosjei osoblja

Informacijski sustavi, bilješke, podaci i sl.<sup>10</sup>

Cilj menadžmenta ljudskih resursa je najveći mogući povrat uloženi sredstava u osiguravanje kvalitetnog ljudskog kapitala te minimiziranje financijskih rizika i troškova. Brine se ne samo o potrebama, interesima i zahtjevima organizacija i institucija, već i o potrebama, interesima i zahtjevima samih zaposlenika koji su angažirani unutar širokog spektra različitih djelatnosti.

11

---

<sup>10</sup> Ibid (14.4.2023.)

<sup>11</sup> Bahtijarević-Šiber, F., Menadžment ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb, 1999. (14.4.2023.)

## 9. MARKETING PROJEKTA

Marketing je proces planiranja i provođenja stvarnih ideja, proizvoda i usluga, određivanje njihove cijene, promocije i distribucije kako bi se obavila razmjena koja zadovoljava ciljeve pojedinaca i poduzeća. Poduzeće koje je prihvatilo marketing kao koncepciju i/ili poslovnu filozofiju usmjereno je na potrošače i neprekidno istražuje njihove želje i potrebe.

Faze u razvoju marketinga:

### 1. Proizvodna koncepcija

Okrenuta je proizvodu. Pretpostavlja da će potrošač favorizirati one proizvode koji su šire dostupni po nižoj cijeni.

### 2. Koncepcija proizvoda

Temelji se na pretpostavci visoko kvalitetan proizvod sam pronalazi kupca. Prodajni koncept bazira se na agresivnoj prodaji i promociji.

### 3. Prodajna koncepcija

Usmjerena je na realizaciju transakcijske prodaje, a ne na izgradnju dugoročnih profitabilnih odnosa s potrošačima.

### 4. Koncepcija marketinga

Naglasak je na analizi potrošača. Elementi marketinškog miksa prilagođavaju se željama i potrebama potrošača.

### 5. Koncepcija potrošača

Ima naglasak na personalizaciji ponude prema obilježjima potrošača.

### 6. Koncepcija društvenog marketinga

Temelji se na društvenoj odgovornosti i brizi o zaštiti okoliša, ograničenim prirodnim resursima, brzom rastu stanovništva i sl. Cilj je ostvariti ravnotežu između profita poduzeća, želja potrošača i zahtjeva društva.<sup>12</sup>

## 9.1. Ime tvrtke

Ime optike „Fokus“ staro je 32 godine i vrlo poznato u Karlovcu, datira iz 1991.godine. Ime je velika asocijacija na samu optiku i uspjeh koji postiže svih ovih godina.

---

<sup>12</sup> <https://hr.wikipedia.org/wiki/Marketing> (18.4.2023.)

## 9.2. Aktivnosti marketinškog programa

Aktivnosti marketinškog programa važne su za uspjeh i rad optike. Marketing je postao veoma važan i gotovo je nemoguće voditi bilo koju vrstu posla, a da marketing nije uključen kao velika i bitna stavka. Samo ime optike velika je promidžbena aktivnost. Njome se podsjećaju klijenti na dugogodišnji rad, postojanje i kvalitetu proizvoda i usluga koju optika nudi. Ostale marketinške aktivnosti kojima se optika koristi su: internetska stranica, Facebook, letci, radio, novine, jumbo plakati.

## 9.3. Likovno i grafičko rješenje zaštitnog znaka

Zaštitni znak optike kombinacija je dviju boja koje daju kontrast, pamtljive su i lako uočljive. U pitanju je kombinacije žute i tamnoplave boje, koje zajedno daju jedan poseban sklad, ali i kontrast.

Slika 3: Zaštitni znak optike



Izvor: <https://images.app.goo.gl/A5ALXD9SZ72AJ8eP7> (18.4.2023.)

## 9.4. Promidžbene aktivnosti

Promidžbene aktivnosti su važne za svaki oblik poduzeća, tako i za optiku. Važno je na pravi način obavljati promidžbene aktivnosti, kako bi one došle do potencijalnih klijenata i kupaca. Putem promidžbenih aktivnosti mogu se saznati mnogi podaci o proizvodima i uslugama. Promotivne aktivnosti kojima se koristi optika su: letci, internetska stranica, oglašavanje putem novina, plakati, te radio oglašavanje.

Tablica 12: Popis aktivnosti i kvantifikacija promidžbenih ulaganja

Redni broj	Naziv planiranih promidžbenih aktivnosti	Ulaganja (troškovi u eurima)
1.	Letci	300 €
2.	Internetska stranica	150 €
3.	Oglašavanje putem novina	500 €
4.	Oglašavanje putem plakata	1500 €
5.	Oglašavanje putem radija	200 €
UKUPNO		2650 €

Izvor: Autor rada

U tablici 12 je prikazan popis aktivnosti i kvantifikacija promidžbenih ulaganja. Aktivnosti su razvrstane u pet kategorija. Za oglašavanje optike putem letaka, internetske stranice, novina, radija i plakata potrošeno je ukupno 2650 eura.

## 10. FINANCIJSKI PODACI PROJEKTA

### 10.1. Projekcija ulaganja

Tablica 13: Projekcija visine i strukture ulaganja

RED. BROJ	STAVKE STALNIH I TRAJNIH OBRTHNIH SREDSTAVA	IZNOS (u eurima)	STRUKTURA (u %)
I.	STALNA SREDSTVA - UKUPNO	22 000 €	100%
I.I.	NEMATERIJALNA IMOVINA - UKUPNO	7000 €	100%
1.	Osnivački izdaci	3 500 €	50%
2.	Bankarski zajam	3 500 €	50%
I.II.	MATERIJALNA IMOVINA - UKUPNO	15 000 €	100%
1.	Postrojenja i oprema	10 350 €	45%
2.	Pribori i alati	1 650 €	15%
3.	Inventar i pokućstvo	3 000 €	40%
II.	OBRTHNA SREDSTVA - UKUPNO	12 600 €	100%

1.	Prvi unos robe	2 100 €	20%
2.	Ukupne plaće	5 000 €	55%
3.	Porez na dodanu vrijednost	5 500 €	25%
I + II	UKUPNA POTREBITA SREDSTVA	56 600 €	/

Izvor: Autor rada

U ovaj poduzetnički projekt ukupno je utrošeno 56 600 € Troškovi su podijeljeni u nekoliko skupina: stalna sredstva, nematerijalna imovina, materijalna imovina i obrtna sredstva.

## 10.2. Projekcija otplate zajma

Tablica 14: Projekcija otplate zajma

Godine otplate	Iznos anuiteta	Iznos kamate	Otplatne kvote	Ostatak duga u eurima
1.	708,77	14,58	694,19	2 805,81
2.	708,77	11,69	697,08	2 108,73
3.	708,77	8,79	699,99	1 408,74
4.	708,77	5,87	702,90	705,83
5.	708,77	2,94	705,83	0
Ukupno	3 543,85 €	43,87	3 499,99	7 029,11 €

Izvor: Autor rada

U tablici 14 je vidljivo da je otplata zajma jednakim anuitetima kroz pet godina. Iznos otplate zajma iznosi 2 805,81 € što nakon pet godina otplate iznosi 7 029,11 €

## 10.3. Projekcija amortizacije

Amortizacije je korisna računovodstvena konvencija koja omogućuje kompanijama da ne moraju trošiti cjelokupni trošak velike kupovine u prvoj godini, omogućavajući kompanijama da odmah ostvare zaradu od imovine, čak i u prvoj godini rada.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> <https://hr.bienngocruise.com/accounting-rate-return-arr-definition> (23.4.2023.)

Tablica 15: Godišnja amortizacija

RED. BR.	STAVKE SREDSTAVA	NABAVNA VRIJEDNOST	STOPA AMORT.	PROMATRANE GODINE				
				1.g	2.g	3.g	4.g	5.g
I.	STALNA SREDSTVA	22 000 €	20%	4 400 €	4 400 €	4 400 €	4 400 €	4 400 €
A	NEMAT. IMOVINA	7 000 €	20%	1 400 €	1 400 €	1 400 €	1 400 €	1 400 €
1.	Osnivački izdaci	5 000 €	20%	1 000 €	1 000 €	1 000 €	1 000 €	1 000 €
2.	Koncesije, zakup	/	/	/	/	/	/	/
B	MATER. IMOVINA	24 600 €	20%	4 920 €	4 920 €	4 920 €	4 920 €	4 920 €
1.	Oprema	19 950 €	20%	3 990 €	3 990 €	3 990 €	3 990 €	3 990 €
2.	Pribor i alati	1 650 €	20%	330 €	330 €	330 €	330 €	330 €
3.	Posl. Inventar	3 000 €	20%	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €
II.	OBRтна SREDSTVA	3 000 €						
<b>III.</b>	<b>UKUPNO</b>	<b>86 200 €</b>	<b>/</b>	<b>16 640 €</b>	<b>16 640 €</b>	<b>16 640 €</b>	<b>16 640 €</b>	<b>16 640 €</b>

Izvor: Autor rada

U tablici 15 je prikazana amortizacija kroz vremensko razdoblje od pet godina. Troškovi nabavnih vrijednosti opreme, osnivačkih izdataka, pribora i alata, poslovnog inventara, ulaganja u obrtna sredstva, nematerijalna imovina i stalna sredstva iznose 86 200 €. Stopa amortizacije je 20% kroz 5 godina. Amortizacija kroz 5 godina iznosi 16 640 €

#### 10.4. Projekcija prihoda

Prihodi su povećanje ekonomske koristi tijekom obračunskog razdoblja, koji su nastali iz redovnih aktivnosti poduzeća. Prihod je novac ili ekvivalent novcu koji je naplaćen ili će biti naplaćen radi toga jer je isporučen proizvod, roba ili usluga. Poduzeće može prihode ostvariti prodajom proizvoda, roba, usluga ili naplatom kamara i sl. Prihode možemo podijeliti u 2 kategorije:

##### 1. Redoviti prihodi

a) prihodi iz osnovne djelatnosti poduzeća

b) prihodi od prodaje proizvoda ili roba

c) prihodi od pružanja usluga

2. Financijski prihodi

a) prihodi od kamata

b) prihodi od dividendi<sup>14</sup>

Tablica 16: Dinamička projekcija prihoda

RED. BR.	STAVKE PRIHODA	PRIHODI TIJEKOM PROMATRANIH GODINA (KOLIČINA X CIJENA)					UKUPNO (u eurima)
		1.god.	2.god.	3.god.	4.god.	5.god	
I.	PLASMAN PROIZVODA						
1.	Dioptrijske naočale	47 863 €	81 365 €	135 720 €	186 690 €	220 000 €	473 638 €
2.	Sunčane naočale	36 547 €	62 252 €	98 350 €	140 700 €	180 000 €	517 849 €
3.	Kontaktne leće	0	0	3 150 €	6 300 €	10 050 €	19 500 €
4.	Okviri	8 250 €	12 736 €	24 600 €	32 852 €	46 750 €	125 188 €
5.	Stakla	38 000 €	47 540 €	59 800 €	73 250 €	87 500 €	306 090 €
6.	Sred. za čišćenje	1 200 €	1 800 €	3 000 €	4 900 €	6 000 €	16 900 €
II.	<b>UKUPNO</b>	<b>131 860 €</b>	<b>205 693 €</b>	<b>326 620 €</b>	<b>444 692 €</b>	<b>550 300 €</b>	<b>1 459 165 €</b>
III.	PRODAJA USLUGA	/					/
1.	Pregled vida	Besplatno					0

Izvor: Autor rada

U tablici 16 su prikazani prihodi od prodaje i usluga kroz 5 godina poslovanja. U prvoj godini zarada je bila 131 860 €, u drugoj godini 205 693 €, u trećoj godini 326 620 €, u četvrtoj 444 692 €, te u petoj godini 550 300 €. Što ukupno iznosi 1 459 165 € zarade u pet godina poslovanja optike. Usluge su besplatne jer se od usluga nudi samo pregled vida.

<sup>14</sup> <https://www.podrska-poduzetnicima.hr/clanak/razumijevanje-prihoda-i-rashoda> (23.4.2023.)

## 10.5. Projekcija rashoda

Rashodi su troškovi koji su potrebni da bi ostvarili prihode. Rashod je svako trošenje novčanih i materijalnih vrijednosti koje je vezano za obavljanje neke gospodarske djelatnosti. Oni su najširi pojam, troškovi poslovnog razdoblja koji se mogu nadoknaditi iz ostvarenog prohoda na kraju razdoblja, kao i svi oni vrijednosno izraženi izdaci i utrošci koji nisu u vezi sa ostvarenjem budućih koristi (prihoda). Vrijednost rashoda čine vrijednosti koje su morale biti utrošene u poslovnom procesu (sirovine, materijali, strojevi, energija, ljudski rad itd.)<sup>15</sup>

Tablica 17: Dinamička projekcija rashoda

RED. BROJ	STAVKE RASHODA – TROŠKOVI PROJEKTA	1.GOD	2.GOD	3.GOD	4.GOD	5.GOD	UKUPNO
1.	Materijalni troškovi	33 150 €	9 540 €	7 183 €	13 470 €	18 000 €	81 343 €
2.	Troškovi usluga	0	0	0	0	0	0
3.	Troškovi amortizacije	16 640 €	16 640 €	16 640 €	16 640 €	16 640 €	83 200 €
4.	Troškovi zaposlenika	15 000 €	17 000 €	19 000 €	23 000 €	25 000 €	99 000 €
5.	Financijski troškovi	27 500 €	25 000 €	24 700 €	24 000 €	28 000 €	129 200 €
<b>UKUPNI RASHODI – TROŠKOVI</b>		<b>92 290 €</b>	<b>68 180 €</b>	<b>67 523 €</b>	<b>77 110 €</b>	<b>87 640 €</b>	<b>392 743 €</b>

Izvor: Autor rada

U tablici 17 su prikazani svi rashodi koji su bili potrebni da bi se pokrenulo poslovanje. Troškova je jako puno, najviše je troškova u prvoj godini poslovanja jer je optika nova na tržištu pa se traže korisnici i osobe kojima će se prodavati proizvodi i usluge koje se nude u optici. U prvoj godini se nabavljala sva potrebna oprema, strojevi i inventar potrebni za poslovanje. strojeva i opreme. Ukupni troškovi za 5 godina iznose 392 743 €

<sup>15</sup> <https://www.podrska-poduzetnicima.hr/clanak/razumijevanje-prihoda-i-rashoda> (23.4.2023.)



## 10.6. Projekcija računa dobiti i gubitka

Tablica 18: Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka

RED. BROJ	STAVKE PRIHODA I RASHODA DOBIT/GUBITAK PROJEKTA	1.GOD	2.GOD	3.GOD	4.GOD	5.GOD	UKUPNO
<b>I.</b>	<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>1 659 165 €</b>					
1.	Prihodi od prodaje robe	131 860 €	205 693 €	326 620 €	444 692 €	550 300 €	1 659 165 €
2.	Prihodi od prodaje usluga	0	0	0	0	0	0
<b>II.</b>	<b>UKUPNI RASHODI</b>	<b>92 290 €</b>	<b>68 180 €</b>	<b>67 523 €</b>	<b>77 110 €</b>	<b>87 640 €</b>	<b>392 743 €</b>
1.	Materijalni troškovi	33 150 €	9 540 €	7 183 €	13 470 €	18 000 €	81 343 €
2.	Troškovi usluga	0	0	0	0	0	0
3.	Troškovi amortizacije	16 640 €	16 640 €	16 640 €	16 640 €	16 640 €	83 200 €
4.	Troškovi zaposlenika	15 000 €	17 000 €	19 000 €	23 000 €	25 000 €	99 000 €
5.	Financijski rashodi	27 500 €	25 000 €	24 700 €	24 000 €	28 000 €	129 200 €
<b>III.</b>	<b>UKUPNA DOBIT - GUBITAK (I-II)</b>	<b>39 570 €</b>	<b>137 513 €</b>	<b>259 079 €</b>	<b>367 582 €</b>	<b>462 660 €</b>	<b>1 266 422 €</b>
1.	Porez na dobit (20%)	26 372 €	41 138,60 €	65 324 €	92 940,6 €	110 060 €	331 833 €
<b>IV.</b>	<b>ČISTA DOBIT</b>	<b>13 198 €</b>	<b>96 374,4 €</b>	<b>193 755 €</b>	<b>274 639,4 €</b>	<b>352 600 €</b>	<b>934 589 €</b>

Izvor: Autor rada

U tablici 18 su prikazani računi dobiti i gubitka kroz pet godina. Podijeljeni su na prihode i rashode te se izračunava čista dobit. U prvoj godini poslovanja čista dobit iznosi 13 198 € u

drugoj godini iznosi 96 374,4 €, treća godina iznosi 193 755 €, u četvrtoj godini dobit iznosi 274 639,4 €, te u zadnjoj petoj godini čista dobit iznosi 352 600 €

## 10.7. Financijski i ekonomski tijek

Tablica 19: Dinamička projekcija ekonomskim tijekova

RED. BROJ	STAVKE PRIMITKA I IZDATKA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE					UKUPNO
		PROJEKTA					
		1. god	2. god	3. god	4.god	5. god	
<b>I.</b>	<b>UKUPNI PRIMICI</b>	<b>139 260</b> €	<b>216 093</b> €	<b>334 020</b> €	<b>453 092</b> €	<b>561 500</b> €	<b>1 703 965</b> €
1.	Ukupni prihodi	131 860 €	205 693 €	326 620 €	444 692 €	550 300 €	1 659 165 €
2.	Stalna sredstva	4 400 €	4 400 €	4 400 €	4 400 €	4 400 €	22 000 €
3.	Obrtna sredstva	3 000 €	3 000 €	3 000 €	4 000 €	6 800 €	19 800 €
<b>II.</b>	<b>UKUPNI IZDACI</b>	<b>111 532</b> €	<b>102 158,6</b> €	<b>125 087</b> €	<b>159 488,4</b> €	<b>194 500</b> €	<b>692 766</b> €
1.	Ulaganje u stalna sredstva	4 400 €	4 400 €	4 400 €	4 400 €	4 400 €	22 000 €
2.	Ulaganje u obrtna sredstava	3 000 €	3 000 €	3 000 €	4 000 €	6 800 €	19 800 €
3.	Rashodi (bez amort.)	76 280 €	51 540 €	50 883 €	60 470 €	71 000 €	310 173 €
4.	Porez na ukupnu dobit (20%)	27 852 €	43 218,6 €	66 804 €	90 618,4 €	112 300 €	340 793 €
<b>III.</b>	<b>ČISTI PRIMICI (I-II)</b>	<b>27 668</b> €	<b>113 934,4</b> €	<b>208 933</b> €	<b>293 603,6</b> €	<b>367 000</b> €	<b>1 011 199</b> €

Izvor: Autor rada

U tablici 19 je prikazan ekonomski tijek troškova poduzeća, ukupni primici kroz pet godina su 1 703 965 €, izdaci kroz pet godina iznose 692 766 €, dok je čista dobit za razdoblje od pet godina 1 011 199 €

Tablica 20: Dinamička projekcija financijskih tijekova

RED. BROJ	STAVKE PRIMITKA I IZDATAKA	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE					UKUPNO
		PROJEKTA					
		1. god	2. god	3. god	4. god	5. god	
<b>I.</b>	<b>UKUPNI PRIMICI</b>	<b>144 560 €</b>	<b>208 393 €</b>	<b>329 320 €</b>	<b>447 392 €</b>	<b>553 000 €</b>	<b>1 665 665 €</b>
1.	Ukupni prihodi	131 860 €	205 693 €	326 620 €	444 692 €	550 300 €	1 659 165 €
2.	Vlastiti izvori financiranja	10 000 €	0	0	0	0	10 000 €
3.	Bankarski zajmovi	700 €	700 €	700 €	700 €	700 €	3 500 €
4.	Kredit	2 000 €	2 000 €	2 000 €	2 000 €	2 000 €	10 000 €
<b>II.</b>	<b>UKUPNI IZDACI</b>	<b>115 292 €</b>	<b>103 318,6 €</b>	<b>126 847 €</b>	<b>161 048,4 €</b>	<b>195 500 €</b>	<b>698 606 €</b>
1.	Ulaganja u stalna sredstva	4 400 €	4 400 €	4 400 €	4 400 €	4 400 €	22 000 €
2.	Ulaganja u obrtna sredstva	3 000 €	3 000 €	3 000 €	4 000 €	6 800 €	19 800 €
3.	Rashodi (bez amort.)	76 280 €	51 540 €	50 883 €	60 470 €	71 000 €	310 173 €
4.	Porez na ukupnu dobit (20%)	28 912 €	41 678,6 €	65 864 €	89 478,4 €	110 600 €	333 133 €
5.	Anuiteti bankarskih zajmova	700 €	700 €	700 €	700 €	700 €	3 500 €
6.	Anuiteti kredita	2 000 €	2 000 €	2 000 €	2 000 €	2 000 €	10 000 €

<b>III.</b>	<b>ČISTI PRIMICI (I- II)</b>	<b>29 268 €</b>	<b>105 074,4 €</b>	<b>202 473 €</b>	<b>286 343,6 €</b>	<b>357 500 €</b>	<b>967 059 €</b>
-------------	--------------------------------------	-----------------	------------------------	----------------------	------------------------	----------------------	------------------

Izvor: Autor rada

U tablici 20 su prikazani svi financijski tijekovi prihoda i rashoda kroz prvih pet godina poslovanja, prikazani su primici koji iznose 1 665 665 € te izdaci koji iznose 698 606 €. Čisti primici za pet godina iznose 967 059 €

## 11. OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA

Kod ocjene učinkovitosti poduzetničkog projekta su koristile su se metode: Razdoblje povrata, stopa prinosa, pravilo palca, analiza likvidnosti i analiza osjetljivosti.

### 11.1. Razdoblje povrata

Razdoblje povrata uloženog kapitala označava vrijeme tijekom kojeg se iz čistih primitaka ekonomskog tijeka povrati uloženi novac u realizaciju poduzetničkog pothvata. Kriterij ocjene poduzetničkog pothvata prema ovome pokazatelju je zapravo duljina razdoblja povrata. Što je to razdoblje kraće, projekt je prihvatljiviji i obrnuto.<sup>16</sup>

Tablica 21: Razdoblje povrata

GOD. PROJEKTA	GODIŠNJI PRINOS	KUMULATIV	GODIŠNJI IZNOS	KUMULATIV	NEPOKRIVENE INVESTICIJE (euri)
0.	56 600 €	56 600 €	0	0	-56 600 €
1.		56 600 €	18 867 €	18 867 €	-37 733 €
2.		56 600 €	21 352 €	40 219 €	-18 867 €
3.		56 600 €	25 986 €	47 338 €	21 352 €
4.		56 600 €	33 345 €	59 331 €	25 986 €
5.		56 600 €	38 821 €	72 166 €	33 345 €

Izvor: Autor rada

U tablici 21 je prikazano razdoblje povrata sredstava. Razdoblje povrata je pet godina. Iz tablice je vidljivo da se prve dvije godine nije mogao ostvariti pozitivne investicije te se pozitivne investicije očekuju nakon treće godine povrata sredstava.

<sup>16</sup> <http://www.hamagbicro.hr/> (15.5.2023.)

## 11.2. Godišnja stopa prinosa

Stopa prinosa je postotak očekivane stope povrata ulaganja ili imovine u odnosu na početne troškove ulaganja. Dijeli se prosječni prihod od neke imovine s početnim ulaganjem tvrtke kako bi se odbio omjer ili povrat koji se može očekivati tijekom radnog vijeka imovine.<sup>17</sup>

Slika 4: Godišnja stopa prinosa (15.5.2023.)

$$Sp = \frac{ND}{Io} \times 100$$

Tablica 22: Godišnja stopa prinosa

Godina projekta	ND	Io	SP %
1.	13 198 €	56 600 €	23,32 %
2.	96 374, €	56 600 €	17,03 %
3.	193 755 €	56 600 €	34,23 %
4.	274 639,4 €	56 600 €	48,53 %
5.	352 600 €	56 600 €	62,30 %

Izvor: Autor rada

ND = čista dobit

Io = ukupna ulaganja

SP% = stopa povrata

Stopa povrata ulaganja gleda se u razdoblju od pet godina. U prvoj godini iznosi 23,32 %, dok u petoj godini iznosi 62,30 %, što je rast od 39%.

<sup>17</sup> <https://hr.bienngocruise.com/accounting-rate-return-arr-definition> (15.5.2023.)

### 11.3. Pravilo palca

Pravilo palca ili pravilo 72 smjernica je koja pruža pojednostavljene savjete u vezi s određenom temom. To je općenito načelo koje daje praktične upute za izvršavanje ili približavanje određenom zadatku. Pravila se uglavnom razvijaju kao rezultat prakse i iskustva, a ne iz znanstvenih istraživanja ili teorije.

Razumijevanje pravila palca:

Investitori mogu biti upoznati s raznim „financijskim pravilima“ koja su namijenjena pomaganju pojedincima u učenju, sjećanju i primjeni financijskih smjernica. Ova pravila se bave metodama i postupcima za štednju, ulaganje, kupnju kuće i planiranje imovine. Iako bi pravilo moglo biti primjereno širokoj publici, ono se može primjenjivati univerzalno na svaki pojedinačni i jednostavni niz okolnosti. Pravilo je praktični savjet koji se primjenjuje u većini situacija. Postoje mnoga pravila financiranja. Pravila ne uzimaju u obzir pojedinačne okolnosti i potrebne osobe.<sup>18</sup>

Pravilo palca:

Broj 72 (drugi naziv za pravilo palca)

Razdoblje od 6 godina (1 godina ima 12 mjeseci)

$$72 : 12 = 6$$

Potrebno je 6 godina da se prinosi udvostruče.

Stopa prinosa:

$$72 : 6 \text{ (godina)} = 12 \%$$

Stopa prinosa za razdoblje od 6 godina iznosi 12%.

Računica pokazuje kako će se uz kamatnu stopu od 12 % u razdoblju od 6 godina prinosi poduzeća udvostručiti.

### 11.4. Analiza likvidnosti

Pokazatelji likvidnosti pokazuju sposobnost poduzeća da podmiri svoje kratkoročne obveze o dospijeću. Likvidnost mjeri koliko brzo se imovina može pretvoriti u novac.

---

<sup>18</sup> <https://hr.bienngocruise.com/rule-thumb> (26.5.2023.)

Koeficijent ubrzane likvidnosti, za razliku koeficijenta trenutne likvidnosti, uključuje i manje likvidnu kratkotrajnu imovinu, potraživanja. Ovaj pokazatelj trebao bi biti jednak ili veći od 1 i novčane ekvivalente, npr. depozite. U tom slučaju, pokazatelj će biti veći, odnosno precijenjen, stoga je potrebno pri izračunu pokazatelja navesti na osnovi kojih pozicija bilance je računat. Koeficijent tekuće likvidnosti obuhvaća cjelokupnu kratkotrajnu imovinu. Kod izračuna ovog pokazatelja potrebno je provjeriti od čega se sastoje zalihe. U slučaju da poduzeće ima zastarjele, nelikvidne zalihe ili zalihe specijaliziranih proizvoda, koeficijent ubrzane likvidnosti je bolja mjera likvidnosti. Na likvidnost zaliha ukazuju pokazatelji aktivnosti. Ovaj pokazatelj trebao bi biti jednak ili veći od 2. Veličina ovog pokazatelja ukazuje i na stanje radnog kapitala.<sup>19</sup>

### **11.5. Analiza osjetljivosti**

Analiza osjetljivosti pokazuje kako promjene ključnih varijabli (promjene u potražnji, promjene u cijenama, i sl.) utječu na ishod projekta. Ishod (rezultat) projekta se odnosi na učinak na financijsku stopu povrata, financijsku neto sadašnju održivost te na financijsku održivost, a pomažu u identifikaciji rizika i kritičnih faktora.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Žager, K., Žager. L.: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 2008. (8.6.2023.)

<sup>20</sup> Dr. sc. Ana-Maria Boromisa: Od troškova do koristi, Alinea, Zagreb, 2016. (8.6.2023.)



## 12. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo se definira na mnogo načina, uključuje stvaranje nečega novoga. Donosi nagrade u obliku novca, profita i preuzima se potrebi rizik. Poduzetnički projekt sadrži procjenu potrebnih ljudskih i financijskih resursa i pregled očekivanih prihoda i rashoda, kako bi se pravilno procijenila isplativost investicije. Projekt je važan temelj za poduzetnika, kao i sredstvo komunikacije s privatnim ili javnim investitorima poput banaka, privatnih investitora i potencijalnih poslovnih partnera.

Optika Fokus obiteljski je obrt koji je osnovan u Karlovcu 1991. godine. Visoka razina stručnog osoblja, redovite edukacije, unapređenjem znanja zaposlenika postali smo prepoznatljivi i postigli povjerenje kupaca.

U završnom radu navedeni su svi podaci potrebni za otvaranje optike „Fokus“, njeni zaposlenici, konkurenti, tržišni podaci, asortiman usluga, promidžbene aktivnosti, potrebna ulaganja, izvori kapitala i mjere zaštite okoliša. Za realizaciju ovog poduzetničkog plana bilo je potrebno 56 600 eura. Stalna sredstva iznose 22 000 eura, materijalna imovina 24 600 eura, nematerijalna imovina 7 000 eura, te obrtna sredstva koja iznose 3 000 eura. Ukupna materijalna i stalna imovina iznose 157 150 eura. Plaće zaposlenika mjesečno iznose 5 000 eura. Kroz tablice se prikazuje otplata zajma, prihodi i rashodi, amortizacija, financijski i ekonomski tijek. Gleda se učinkovitost projekta kroz razdoblje povrata, godišnju stopu prinosa, pravilo palca, analizu likvidnosti i analizu osjetljivosti. Ocjene učinkovitosti pokazuju da se iz opravdanih razloga može vjerovati da će ovaj poduzetnički projekt biti profitabilan u budućnosti.

## LITERATURA

1. Bahtijarević-Šiber, F., Menadžment ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb, 1999. (14.4.2023.)
2. Buble, M., Poslovno vođenje, M.E.P., Zagreb 2001. (14.45.2023.)
3. Dr. sc. Ana-Maria Boromisa: Od troškova do koristi, Alinea, Zagreb, 2016. (8.6.2023.)
4. Žager, K., Žager. L.: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 2008. (8.6.2023.)

## INTERNETSKE STRANICE

1. <https://hr.biengocruise.com/accounting-rate-return-arr-definition> (23.4.2023.)
2. <https://hr.biengocruise.com/rule-thumb> (26.5.2023.)
3. <http://www.hamagbicro.hr/> (15.5.2023.)
4. <https://hrcak.srce.hr/file/192157> (10.2.2023.)
5. <https://hr.economy-pedia.com/11031722-material-resources> (24.3.2023.)
6. <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efos:4585/datastream/PDF/view> (10.2.2023.)
7. <https://www.podrska-poduzeticima.hr/clanak/razumijevanje-prihoda-i-rashoda> (23.4.2023.)
8. <https://www.seminarski-diplomski.co.rs/RACUNOVODSTVO/Ekonomija-sredstava.html> (23.4.2023.)
9. <http://www.sveopoduzetnistvu.com/index.php?main=clanak&id=224> (3.2.2023.)

## **POPIS ILUSTRACIJA**

### **POPIS TABLICA**

Tablica 1: Izvori kapitala za poduzetnički plan.....	8
Tablica 2: Aktivizacijsko razdoblje potrebno ta otvaranje.....	9
Tablica 3: Popis konkurencije.....	13
Tablica 4: Proizvodi i usluge.....	14
Tablica 5: Kapacitet optike .....	15
Tablica 6: Materijalna i stalna sredstva.....	16
Tablica 7: Materijalni inputi .....	17
Tablica 8: Potrebni zaposlenici.....	18
Tablica 9: Popis mjera i visina ulaganja za zaštitu okoliša.....	19
Tablica 10: Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu pri radu.....	19
Tablica 11: Aktivizacijsko razdoblje.....	20
Tablica 12: Popis aktivnosti i kvalifikacije promidžbenih ulaganja.....	27
Tablica 13: Projekcija visine i strukture ulaganja.....	27
Tablica 14: Projekcija otplate zajma.....	28
Tablica 15: Godišnja amortizacija.....	29
Tablica 16: Dinamička projekcija prihoda.....	30
Tablica 17: Dinamička projekcija rashoda.....	31
Tablica 18: Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka.....	32
Tablica 19: Dinamička projekcija ekonomskih tijekova.....	33
Tablica 20: Dinamička projekcija financijskih tijekova.....	34

Tablica 21: Razdoblje povrata.....36

Tablica 22: Godišnja stopa prinosa.....37

## **POPIS SLIKA**

Slika 1: Logo optike.....10

Slika 2: Odnos funkcija menadžmenta.....21

Slika 3: Zaštitni znak optike .....26