

# Procjena profitnog položaja poduzetničkog pothvata „X“

---

Čipić, Andrija

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:889699>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-27**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić](#) - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications



**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Preddiplomski stručni studij**  
**Poslovanje i upravljanje**

**ANDRIJA ČIPIĆ**

**PROCJENA PROFITNOG POLOŽAJA PODUZETNIČKOG**  
**POTHVATA „X“**

**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**Zaprešić, 2021. godine**

**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Preddiplomski stručni studij**  
**Poslovanje i upravljanje**  
**Usmjerenje Poslovna ekonomija i financije**

**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**PROCJENA PROFITNOG POLOŽAJA PODUZETNIČKOG**  
**POTHVATA „X“**

**Mentor:**  
**mr. sc. Augustin Zbiljski**

**Student:**  
**Andrija Čipić**

**Kolegij:**  
**KONTROLING**

**JMBAG studenta:**  
**0135230834**

## SADRŽAJ

<b>SAŽETAK.....</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>2</b>
<b>1. UVOD .....</b>	<b>3</b>
1.1 Predmet i cilj rada .....	3
1.2 Metode rada.....	4
1.3 Struktura rada .....	4
<b>2. ANALIZA TEMELJNIH PERFORMANSI INDUSTRIJE FITNESS CENTARA U GRADU ZAGREBU .....</b>	<b>6</b>
2.1. Ekonomsko – financijska analiza konkurencije .....	6
2.2. Prostorno – proizvodna analiza konkurencije .....	9
2.3. Cjenovna analiza konkurencije .....	12
<b>3. ANALIZA TEMELJNIH PERFORMANSI POTROŠAČA FITNESS CENTARA U GRADU ZAGREBU .....</b>	<b>14</b>
3.1. Analiza potrošača na podlozi broja, dobi i spolu .....	14
3.2 Budžetska analiza potrošača.....	15
3.3 Prostorna analiza potrošača .....	17
<b>4. PROCJENA PRIHODNOG POLOŽAJA PODUZETNIČKOG POTHVATA „X“... 18</b>	
4.1 Procjena broja potrošača .....	18
4.2 Procjena cijena usluga.....	19
4.3 Procjena ukupnog prihoda.....	20
<b>5. PROCJENA TROŠKOVNOG POLOŽAJA PODUZETNIČKOG POTHVATA „X“ .....</b>	<b>24</b>
5.1 Procjena fiksnih troškova .....	24
5.2 Procjena varijabilnih troškova.....	30
5.3 Procjena ukupnih troškova .....	33

<b>6. PROCJENA PROFITNOG POLOŽAJA PODUZETNIČKOG POTHVATA „X“ ....</b>	<b>35</b>
6.1 Procjena ukupnog profita .....	35
6.2 Procjena prosječnog profita.....	37
6.3 Procjena graničnog profita .....	38
<b>7. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>40</b>
<b>IZJAVA .....</b>	<b>42</b>
<b>POPIS LITERATURE.....</b>	<b>43</b>
Knjige .....	43
Internetski izvori .....	43
Zakoni.....	44
<b>POPIS TABLICA .....</b>	<b>45</b>
<b>ŽIVOTOPIS.....</b>	<b>46</b>

## SAŽETAK

Profitni položaj poduzeća je ključni faktor u procjeni uspješnosti poduzetničkog pothvata jer omogućuje uvid u stanje na temelju kojeg bi poduzeće uspješno poslovalo unutar svoje industrije.

Kako bi došli do te procjene prvo trebamo analizirati u kakvoj se situaciji nalazi naša konkurencija u industriji koju smo odabrali, u našem slučaju to je industrija fitness centara na području grada Zagreba.

Nakon toga trebamo istražiti karakteristike naših potencijalnih potrošača kao što su primjerice, spol, dob, i broj. Te karakteristike će nam omogućiti detaljniji uvid u naše potencijalne potrošače.

Sada krećemo sa dijelom završnog rada koji se svodi na računanje prihodnog i troškovnog položaja našeg poduzetničkog pothvata što nam omogućuje da kad ta dva izračuna sučelimo jedan s drugim, dođemo do konačnog izračuna odnosno do profitnog položaja.

Izračunom profitnog položaja možemo utvrditi da li bi naš poduzetnički pothvat bio profitabilan i kakve bi poslovne odluke trebali donositi u budućnosti.

Kao izvore podataka u ovom završnom radu koristili smo stručnu literaturu i internetske izvore.

**Ključne riječi:** poduzetnički pothvat, profitni položaj

## **ABSTRACT**

Company's profit position is a key factor in evaluating a success of a business venture because it allows an insight into the state in which that same business which is being evaluated would have operated successfully in its industry.

In order to evaluate that state we first have to analyze in which situation is our competition in regarding the industry that we have chosen, and that industry in our case is fitness center industry in the city of Zagreb.

After that we have to research the characteristics of our potential consumers, for example, sex, age and number. These characteristics will give us a more detailed insight into our potential consumers.

Now is the time for part of the text which is based on evaluating positions regarding revenue and expenses of our business venture which culmination allows us to determine the profit position.

By determining the profit position we can conclude whether or not our business venture will be profitable and we can determine what kind of business decisions we will be making in the future.

As a sources of data in this text we have used professional literature and internet sources.

**Key words:** business venture, profit position

## **1. UVOD**

Procjena profitnog položaja je važna za svaki poduzetnički pothvat. Iz tog razloga u ovom radu smo stavili posebnu važnost na to da demonstriramo na koji način se utvrđuje profitni položaj i da procijenimo profitni položaj našeg poduzetničkog pothvata koji se svodi na fitness centar na području grada Zagreba kojega smo nazvali „X“.

Odabrali smo fitness industriju jer smo uočili da je na horizontu na globalnoj razini rastući trend samosvijesti o zdravlju i adekvatnoj fizičkoj spremi. Sve više i više potrošača se odlučuje na takav način života jer im donosi više osobnog zadovoljstva.

Uzevši u obzir tu činjenicu, adekvatni fitness centar bi bio razuman i opravdan poslovni pothvat u kojem bi s jedne strane omogućili određenom broju potrošača da promijeni svoj način života nabolje, i s druge strane, mi bi ostvarili novčani profit.

Napomena: bilo koja novčana svota u ovom završnom radu je izražena u valuti hrvatska kuna (HRK).

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

Predmet ovog završnog rada je istražiti i utvrditi profitni položaj našeg poduzetničkog pothvata. Profitni položaj je kumulativ razmatranja u kakvoj se situaciji nalazi konkurencija, kakve su temeljne karakteristike potrošača. kakav je prihodni položaj, i u konačnici, kakav je troškovni položaj.

Cilj rada je dvostruki čime želimo demonstrirati na koji način se procjenjuje profitni položaj poduzetničkog pothvata s jedne strane, i sa druge strane razmotriti u kakvim bi uvjetima naš poduzetnički pothvat bio profitabilan.



## 1.2 Metode rada

Tijekom izrade ovog završnog rada koristili smo stručnu literaturu i podatke preuzete s internetskih izvora.

Tijekom istraživanja koristili smo sljedeće metode:

- metodu promatranja, koristili smo je prilikom prikupljanja podataka i informacija,
- metodu analize, koristili smo je prilikom raščlanjivanja složenijih pojmova na jednostavnije dijelove,
- metodu analize dokumentacije, koristili smo je prilikom proučavanja stručne literature, zakonskih propisa, internetskih usluga, i obrade prikupljenih podataka, i
- metodu sinteze, koristili smo je prilikom spajanja prikupljenih dijelova u cjelinu.

## 1.3 Struktura rada

Ovaj završni rad podijelili smo na 7 poglavlja.

U prvom poglavlju prikazali smo uvod u kojem smo obrazložili predmet i cilj rada, metode rada, te strukturu rada.

U drugom poglavlju prikazali smo analizu temeljnih performansi industrije fitness centara u gradu Zagrebu koja nam je omogućila uvid u našu konkurenciju. Taj uvid je važan jer nam je otkrio ključne informacije o tome kako možemo biti konkurentni. Primjerice, analizirajući konkurenciju možemo ponuditi uslugu koju konkurencija nema u svojoj ponudi ili možemo ponuditi usluge koje ima u ponudi, ali po jeftinijoj cijeni, i kvalitetnijoj usluzi.

U trećem poglavlju prikazali smo analizu temeljnih performansi potrošača fitness centara u gradu Zagrebu. Zadovoljan potrošač je ključ uspjeha bilo kakvog poslovnog pothvata. Kako bi shvatili na koji način potrošače možemo učiniti zadovoljnim, istražili smo njihove temeljne performanse. Neke od njih su broj, dob, i spol. Naravno, važnu ulogu igra i budžet kojim ti isti potrošači raspolažu.

U četvrtom poglavlju prikazali smo procjenu prihodnog položaja našeg poduzetničkog pothvata. Procijenili smo broj potrošača na mjesečnoj razini kojeg smo potom doveli u vezu sa cijenom usluga što nam je omogućilo da dođemo do prihodnog položaja.

U petom poglavlju prikazali smo procjenu troškovnog položaja našeg poduzetničkog pothvata. Procijenili smo fiksne troškove, kao što je primjerice trošak najma, procijenili smo varijabilne troškove, kao što je primjerice trošak električne energije, i u konačnici smo stavili fiksne i varijabilne troškove u odnos čime smo dobili ukupne troškove odnosno troškovni položaj.

U šestom poglavlju prikazali smo procjenu profitnog položaja našeg poduzetničkog pothvata. Ukupni profit smo dobili sučeljavanjem prihoda i troškova, a cjelokupni profitni položaj smo dobili kad smo izračunali prosječni i granični profit.

U sedmom poglavlju prikazali smo zaključno razmatranje u kojem smo istaknuli u kakvim uvjetima bi naš poduzetnički pothvat bio uspješan.

Na samom završetku nalazi se izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti, popis literature, popis tablica te životopis.

## **2. ANALIZA TEMELJNIH PERFORMANSI INDUSTRIJE FITNESS CENTARA U GRADU ZAGREBU**

Na osnovi analize temeljnih performansi industrije fitness centara u gradu Zagrebu koja je podijeljena na tri poglavlja dobiti ćemo općeniti uvid u način na koji istoimena industrija funkcionira. Smatramo da je to prvi korak u procjeni uspješnosti našeg poduzetničkog pothvata.

### **2.1. Ekonomsko – financijska analiza konkurencije**

U ovom poglavlju govoriti ćemo o slici poslovanja na temelju slučajnog uzorka od pet stvarnih poduzeća koji će se dalje u tekstu nazivati „reprezentativnim uzorkom“. Kretanje prihoda odnosno profita reprezentativnoga uzorka prikazali smo u tablici u razdoblju od 2016.-e do 2019.-e, uz napomenu da podatci za određena poduzeća u određenom dijelu toga perioda nisu bili dostupni jer u tome dijelu toga perioda ta poduzeća nisu bila osnovana.

Radi pravne regulative (GDPR) umjesto stvarnih naziva poduzeća iz reprezentativnoga uzorka ćemo koristiti nazive poduzeća „A“, „B“, „C“, „D“, i „E“.

Baviti ćemo se poslovanjem reprezentativnoga uzorka kao što je navedeno u razdoblju od 2016.-e do 2019.-e isključivo sa stajališta kretanja prihoda, profita, i gubitka čija je tablica prikazana na idućoj stranici.

Tablica 1 Kretanje prihoda odnosno profita konkurencije na godišnjoj razini

Poduzeće „A“	2016	2017	2018	2019
Ukupni prihod	333.079,00	527.317,00	577.062,00	324.386,00
Profit/gubitak	-36.207,00	10.175,00	-59.302,00	-341.655,00
Poduzeće „B“				
Ukupni prihod	0,00	0,00	748.082,00	703.773,00
Profit/gubitak	0,00	0,00	214.257,00	-152.350,00
Poduzeće „C“				
Ukupni prihod	422.004,00	819.141,00	1.220.000,00	2.080.000,00
Profit/gubitak	11.007,00	7.350,00	30.275,00	98.071,00
Poduzeće „D“				
Ukupni prihod	0,00	0,00	324.939,00	588.882,00
Profit/gubitak	0,00	0,00	-144.408,00	-159.159,00
Poduzeće „E“				
Ukupni prihod	57.541,00	172.314,00	208.485,00	219.804,00
Profit/gubitak	-18.808,00	-42.512,00	6.253,00	16.842,00

Izvor: Fina (<https://infobiz.fina.hr/ComparePrices>)

Poduzeće „A“ u periodu od 2016.-e do 2018.-e ima tendenciju rasta prihoda koja je prekinuta u 2019.-oj i koja je pala na nižu razinu nego na početku razdoblja odnosno u 2016.-oj dok s druge strane, tendencija profita ima drugačiju putanju, od 2016.-e do 2017.-e ima tendenciju rasta dok od 2017.-e do 2019.-e ima tendenciju pada.

Poduzeće „B“ od 2016.-e do 2017.-e nema podataka jer nije osnovano u tome periodu dok od 2018.-e do 2019.-e ima tendenciju pada prihoda koju slijedi i pad profita.

Poduzeće „C“ u periodu od 2016.-e do 2019.-e ima tendenciju rasta prihoda dok profit u periodu od 2016.-e do 2017.-e ima tendenciju pada koja se pretvori u tendenciju rasta od te iste godine do 2019.-e.

Poduzeće „D“ od 2016.-e do 2017.-e nema podataka jer nije osnovano u tome periodu dok od 2018.-e do 2019.-e ima tendenciju rasta prihoda, no tendencija profita je padajuća u istome razdoblju.

Poduzeće „E“ u periodu od 2016.-e do 2019.-e ima tendenciju rasta prihoda dok profit od 2016.-e do 2017.-e ima tendenciju pada koja se promijenila u tendenciju rasta od te iste godine do 2019.-e.

U idućoj tablici napraviti ćemo analizu prosječnog prihoda i prosječnog profita u navedenom razdoblju poslovanja od 2016.-e do 2019.-e kako bi dobili jednostavniju sliku poslovanja u tome vremenskome periodu.

Tablica 2 Prosječni prihod i prosječni profit konkurencije na godišnjoj razini

	Prosječni prihod	Prosječni profit/gubitak
Poduzeće „A“	440.461,00	-106.747,25
Poduzeće „B“	362.963,75	15.476,75
Poduzeće „C“	1.135.286,25	36.675,75
Poduzeće „D“	228.455,25	-75.891,75
Poduzeće „E“	164.536,00	-9.556,25

Izvor: Fina (<https://infobiz.fina.hr/ComparePrices>)

U navedenoj tablici predstavili smo prosječni godišnji prihod i prosječni godišnji profit poduzeća reprezentativnoga uzorka. Vidimo da je poduzeće „C“ ostvarilo najveći profit od svih pet u iznosu od 36.675,75 HRK, dok je poduzeće „A“ ostvarilo najveći gubitak u iznosu od 106.747,25 HRK.

Ako bi uzeli u obzir prosječni godišnji prihod svih pet poduzeća reprezentativnoga uzorka dobili bi iznos od 466.340,45 HRK. Ostali iznosi su izračunati po sljedećoj formuli:

$$\frac{RA + RB + RC + RD + RE}{5}$$

,u kojoj je  $RA$  prihod poduzeća A,  $RB$  prihod poduzeća B,  $RC$  prihod poduzeća C,  $RD$  prihod poduzeća D, i  $RE$  prihod poduzeća E.

Ako bi uzeli u obzir prosječni godišnji profit/gubitak svih pet poduzeća reprezentativnoga uzorka dobili bi iznos od -20.008,55 HRK. Ostali iznosi su izračunati po sljedećoj formuli:

$$\frac{\pi A + \pi B + \pi C + \pi D + \pi E}{5}$$

, u kojoj je  $\pi A$  profit poduzeća A,  $\pi B$  profit poduzeća B,  $\pi C$  profit poduzeća C,  $\pi D$  profit poduzeća D, i  $\pi E$  profit poduzeća E.

## 2.2. Prostorno – proizvodna analiza konkurencije

U ovom poglavlju govoriti ćemo o prostorno – proizvodnoj analizi konkurencije koja se svodi na subjektivnu procjenu količine fitness centara u gradu Zagrebu i na koji način prostor na kojem su locirani utječe na razvoj poslovanja tih centara. Sukladno tome, obraditi ćemo kakve usluge u svojoj ponudi imaju navedeni fitness centri.

Sa stajališta prostorne analize konkurencije Grad Zagreb sastoji se od 17 gradskih četvrti (<https://www.zgportal.com/zginfo/gradske-cetvrti-grada-zagreba-zagreb-se-sastoji-od-17-gradskih-cetvrti/>).

U tih 17 gradskih četvrti ima 44 fitness centra (<https://www.building-body.com/fitness-centar/>) što u prosjeku po gradskoj četvrti čini 2,59 odnosno 3 fitness centra<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Broj koji je izračunat dijeljenjem broja fitness centara sa brojem gradskih četvrti

U idućoj tablici ćemo preglednije prikazati prethodno navedene podatke.

Tablica 3 Prostorna analiza konkurencije

Broj gradskih četvrti	17
Broj fitness centara	44
Prosječni broj fitness centara po gradskoj četvrti	2,59~3

Izvor: izrada autora

Prosječni broj od 3 fitness centra po gradskoj četvrti kojih ima 17 je relativno mali broj po našem mišljenju što ostavlja podosta prostora za nove konkurente.

Fitness centri se po običaju utemeljuju u gradskim sredinama koje imaju relativno visoku gustoću stanovništva zato što se na taj način većem broju potencijalnih potrošača smanjuje udaljenost od njihova mjesta stanovanja do fitness centara čime im se skraćuje putovanje do istih što ima određen utjecaj na odluku potencijalnih potrošača hoće li se ili ne učlaniti u njih.

Sa stajališta proizvodne analize konkurencije usluge koje fitness centri pružaju svojim potrošačima su usluge korištenja prostora, sprava, opreme za vježbanje, osobnih trenera, i grupnih treninga.

Usluge korištenja prostora, sprava, i opreme za vježbanje spadaju u kategoriju „neograničenog korištenja prostora“ te se iz tog razloga slobodno mogu zvati uslugom „neograničenog korištenja prostora“. Po toj usluzi potrošač može provoditi svoje vrijeme u fitness centru na koji god način želi tijekom radnog vremena fitness centra. Ta usluga je najčešće korištena usluga fitness centara.

Uz uslugu neograničenog korištenja prostora potrošač se može odlučiti za uslugu osobnog trenera koji se u potpunosti posveti potrošaču na način da analizira ograničenja koja se tiču fiziologije potrošača, i na temelju tih ograničenja potrošaču složi program vježbi koje su prave za njega jer krive vježbe mogu rezultirati teškim ozljedama.

Iz tog razloga je ta usluga osobito korisna za početnike koji tek započinju sa svojim fitness putovanjem. S druge strane, ako potrošač nije početnik nego već vježba dulje vrijeme ili ako je profesionalni sportaš, uslugu osobnog trenera može iskoristiti na način da maksimalizira učinak vježbi koje radi ili da nauči nove kako bi postigao najbolji mogući rezultat što se svoje tjelesne spreme tiče.

Grupni treninzi su usluga na koju se potrošači mogu odlučiti radi pojačane osobne motivacije koja je prisutna u grupi pojedinaca ili ako žele raditi na svojoj tjelesnoj spremi u društvu svojih najdražih osoba.

Svaka usluga temelji se na tri kategorije sprava za vježbanje. To su kategorije sprava za vježbanje snage, sprava za vježbanje „kardia“, i sprava za izvođenje kalisteničkih vježbi. Sprave za vježbanje snage pomažu pri povećanju fizičke snage, sprave za vježbanje „kardia“ pomažu pri povećanju cirkulacije krvi u organizmu dok sprave za izvođenje kalisteničkih vježbi pomažu pri povećanju izdržljivosti.

To je naravno skraćeni opis učinaka koje navedene kategorije sprava za vježbanje imaju na ljudski organizam jer ima daleko više učinaka od ovih koje smo naveli.

U idućoj tablici ćemo predstaviti koju uslugu fitness centri iz reprezentativnoga uzorka imaju u svojoj ponudi kako bi dobili uvid u način na koji funkcionira njihova ponuda te na temelju toga kreirali bolju.

Tablica 4 Proizvodna analiza konkurencije

	Neograničeno korištenje prostora	Usluga osobnog trenera	Grupni treninzi
Poduzeće „A“	Ima u ponudi	Ima u ponudi	Ima u ponudi
Poduzeće „B“	Ima u ponudi	Ima u ponudi	Ima u ponudi
Poduzeće „C“	Ima u ponudi	Ima u ponudi	Ima u ponudi
Poduzeće „D“	Nema u ponudi	Ima u ponudi	Ima u ponudi
Poduzeće „E“	Nema u ponudi	Ima u ponudi	Ima u ponudi

Izvor: službeni website fitness centara reprezentativnoga uzorka



Poduzeća „A“, „B“, i „C“ imaju sve usluge u svojoj ponudi dok poduzeća „D“, i „E“ imaju sve usluge osim usluge neograničenoga korištenja prostora.

Po našem mišljenju, poduzeća „D“, i „E“ fokusiraju se na ekskluzivnost preostale dvije usluge odnosno usluge osobnog trenera i grupnih treninga zbog čega ne nude uslugu neograničenog korištenja prostora. To je poslovni model koji je moguće ostvariti ako je fitness centar mjesto druženja slavnih osoba primjerice.

### **2.3. Cjenovna analiza konkurencije**

U ovom poglavlju govoriti ćemo o cjenovnoj analizi konkurencije odnosno reprezentativnoga uzorka. Na temelju te analize dobiti ćemo jedan od parametara određivanja cijene vlastite ponude usluga našeg fitness centra pošto će se tom analizom dobiti uvid u raspon cijena koji bi bio konkurentan u industriji fitness centara.

Sa stajališta cjenovne analize konkurencije cijene usluga neograničenog korištenja prostora, usluge osobnog trenera, i grupnih treninga kreću se u relativno identičnom rasponu uz posebnu napomenu za uslugu grupnih treninga u kojoj je komplicirano izračunati prosječnu cijenu te usluge pošto je cijena grupnih treninga izrazito raznolika radi čega smo odlučili navesti čitav raspon cijena te usluge u tablici na idućoj stranici.

Tablica 5 Cjenovna analiza konkurencije na mjesečnoj razini

	Neograničeno korištenje prostora	Usluga osobnog trenera	Grupni treninzi
Poduzeće „A“	260,00	150,00	200,00-350,00
Poduzeće „B“	250,00-280,00	Cijena nije navedena	250,00-280,00
Poduzeće „C“	250,00	Dio je grupnih treninga	229,00-299,00
Poduzeće „D“	Nema u ponudi	280,00	2.000,00-2.600,00
Poduzeće „E“	Nema u ponudi	250,00	230,00-650,00

Izvor: službeni website fitness centara reprezentativnoga uzorka

Poduzeće „B“ što se usluge osobnog trenera tiče ima raznovrsne programe u ponudi čije cijene nisu navedene na službenom website-u. Ti raznovrsni programi su ciljani na specifične vježbe za specifične dijelove tijela. Primjerice „FAT BURN“ program je usredotočen na povećanje brzine otkucaja srca tijekom 20 minuta kako bi se povećala opća tjelesna kondicija i kako bi se reduciralo potkožno masno tkivo.

Poduzeće „C“ je stavilo uslugu osobnog trenera u grupne treninge u kojima osobni treneri rade zajedno sa vježbačima odnosno sa cijelom grupom.

Poduzeće „D“ ima izrazito visoku cijenu grupnih treninga u odnosu na konkurenciju radi više kvalitete i ekskluzivnosti te usluge. Dodatni faktor smo prethodno naveli, a to je taj da je to poduzeće privlačno slavnim osobama zbog kojih se određena grupa potrošača radije odluči za takav fitness centar nego li za neki drugi.

### **3. ANALIZA TEMELJNIH PERFORMANSI POTROŠAČA FITNESS CENTARA U GRADU ZAGREBU**

Na osnovi analize temeljnih performansi potrošača fitness centara u gradu Zagrebu dobiti ćemo općeniti uvid u temeljne faktore koji određuju potrošače kao što su: dob, spol, osobni budžet, i njihov broj po gradskoj četvrti.

Važno je analizirati te temeljne faktore pošto ti faktori igraju ulogu u procjeni potražnje za uslugama koje u ponudi imaju fitness centri.

#### **3.1. Analiza potrošača na podlozi broja, dobi i spolu**

Grad Zagreb je sredinom 2019. godine imao 807.254 stanovnika, od toga je 380.359 muškaraca (47,1%) i 426.895 žena (52,9%) (<https://www.zagreb.hr/vitalna-statistika/1041>).

Dobna granica izgrađivanja i održavanja tjelesne spremne ne postoji. Unatoč toj činjenici, usredotočiti ćemo se na dobno-spolnu kategoriju stanovništva od 20 do 60 godina koju čini 441.855 stanovnika.

Ta kategorija stanovništva nadalje sastoji se od 215.903 muškaraca i 225.952 žene.

Navedene podatke ćemo u pojednostavljenom obliku prikazati u tablici na idućoj stranici.

Usredotočenost na tu dobno-spolnu kategoriju stanovništva opravdava činjenica da joj je zakonski omogućeno zaposlenje koje služi kao izvor osobnog dohotka, koji pak, u konačnici služi kao budžet potrošača čiji bi određeni dio služio podmirenju troškova usluga koje u svojoj ponudi imaju fitness centri.

Dodatna činjenica koja tu usredotočenost opravdava je ta da je ta dobno-spolna kategorija stanovništva najviše motivirana za izgrađivanje i održavanje tjelesne kondicije.

Tablica 6 Analiza potrošača na podlozi broja, dobi i spolu Grada Zagreba

Ukupan broj stanovnika	807.254
Broj muškaraca	380.359
Broj žena	426.895
Ukupan broj stanovnika dobno-spolne kategorije na koju smo usredotočeni	441.855
Broj muškaraca u toj kategoriji	215.903
Broj žena u toj kategoriji	225.952

Izvor: službeni website grada Zagreba (<https://www.zagreb.hr/vitalna-statistika/1041>)

U navedenoj tablici vidimo da je što se tiče dobno-spolne kategorije stanovništva na koju smo usredotočeni:

- od sveukupnog stanovništva grada Zagreba koje iznosi 807.254 stanovnika u našoj je interesnoj kategoriji 441.855 stanovnika što je 54,54%,
- od sveukupnih 380.359 muškaraca općeg stanovništva grada Zagreba u našoj su interesnoj kategoriji 215.903 muškaraca što je 56,76%,
- od sveukupnih 426.895 žena općeg stanovništva grada Zagreba u našoj su interesnoj kategoriji 225.952 žene što je 52,93%.

### 3.2 Budžetska analiza potrošača

Pretpostaviti ćemo da potrošači racionalno raspolažu sa svojim budžetom. Budžet kojeg ćemo koristiti kao budžet kojim raspolažu potrošači je prosječna plaća u gradu Zagrebu koja iznosi 8.083,00 HRK u neto iznosu (<https://www.zagreb.hr/place/78712>), što je podatak kojeg smo uzeli za mjesec siječanj tekuće godine (2021. godine).

Prosječni troškovi života za građanina grada Zagreba iznose 4.300,00 HRK mjesečno prema istraživanju koje je napravio poslovni časopis „CEOWORLD“ u kojem su analizirali troškove namirnica, odjeće, cijene taksija, komunalne usluge, internet, prijevoz i ponude u restoranima (<https://aircash.eu/veliki-vodic-kroz-rezije-gdje-su-u-hrvatskoj-najjeftiniji-a-gdje-najskuplji-zivotni-troskovi/>).

Prema tome izračunu, građaninu grada Zagreba za životne aktivnosti koje nisu nužne za preživljavanje preostaje 3.783,00 HRK kad se od prosječne plaće u gradu Zagrebu oduzmu prosječni troškovi života. Navedene podatke nužne za analizu budžeta potrošača ćemo u pojednostavljenom obliku prikazati u tablici.

Tablica 7 Budžetska analiza potrošača grada Zagreba na mjesečnoj razini

Prosječna plaća	8.083,00
Prosječni troškovi življenja	4.300,00
Budžet potrošača za aktivnosti koje nisu nužne za preživljavanje	3.783,00

Izvor: izrada autora

Tih 3.783,00 HRK čine budžet kojim potrošač može raspolagati na koji god način želi, primjerice, sav taj budžet ako želi može oročiti u komercijalnoj banci, može uložiti u dioničko tržište, ili pak potrošiti na raznorazne oblike zabave.

Racionalnija odluka bi bila da dio te svote novca potrošač potroši na osobno zdravlje.

U svakom slučaju taj budžet je dovoljan za podmirenje svih troškova usluga koje bi mi ponudili u našem fitness centru čak i ako bi se potrošač odlučio za sve tri usluge.

### 3.3 Prostorna analiza potrošača

U prostornoj analizi potrošača ćemo procijeniti koliki je potencijalni broj potrošača kojega bi mogli „držati“. Do toga broja ćemo doći na način da ćemo prosječni broj stanovnika po gradskoj četvrti podijeliti sa brojem 4. Broj 4 će biti taj broj jer predstavlja 3 konkurentna fitness centra i fitness centar kojega bi utemeljili.

Preostale relevantne podatke ćemo predstaviti u tablici niže.

Tablica 8 Prostorna analiza potrošača grada Zagreba

Broj četvrti	17
Ukupan broj stanovnika dobno-spolne kategorije na koju smo usredotočeni	441.855
Prosječni broj stanovnika gradske četvrti dobno-spolne kategorije na koju smo usredotočeni	25.991
Broj potencijalnih potrošača	6.498

Izvor: izrada autora

U navedenoj tablici vidimo da grad Zagreb ima 17 gradskih četvrti što znači da je prosječni broj stanovnika po gradskoj četvrti što se tiče dobno-spolne kategorije na koju smo usredotočeni ekvivalentan sljedećem matematičkom izrazu:  $441.855^2/17=25.991,47$  odnosno 25.991 potrošača.

Dobiveni broj smo nadalje podijelili sa brojem 4 čime smo dobili sljedeći matematički izraz:  $25.991/4=6.497,75$ , odnosno 6.498 potencijalnih potrošača. To je maksimalni broj potrošača koje bi mogli „držati“ u savršenim uvjetima.

---

<sup>2</sup> Broj koji je dobiven kao zbroj muškaraca i žena dobno-spolne kategorije na koju smo usredotočeni, vidi poglavlje 3.1

#### 4. PROCJENA PRIHODNOG POLOŽAJA PODUZETNIČKOG POTHVATA „X“

Na osnovi procjene prihodnog položaja poduzetničkog pothvata „X“ dobiti ćemo uvid u prihodni položaj našeg poduzeća odnosno fitness centra. Procjena prihodnog položaja je početni korak u procjeni financijske uspješnosti našeg poduzetničkog pothvata.

##### 4.1 Procjena broja potrošača

Procijenili smo koliko bi potrošača držali u prvoj godini našega poduzetničkoga pothvata i došli smo do broja 350 na mjesečnoj razini. Unutar ograničenja prostora kojega bi unajmili zajedno sa nužnim spravama za vježbanje imali bi kapacitet za tih 350 potrošača.

Od tih 350 potrošača procijenili smo koliko bi koristilo uslugu neograničenog korištenja prostora, uslugu osobnog trenera, i grupne treninge.

Navedene podatke te procjene ćemo predstaviti u tablici niže.

Tablica 9 Procjena broja potrošača na mjesečnoj razini

	Ukupan broj	Neograničeno korištenje prostora	Usluga osobnog trenera	Grupni treninzi
Broj potrošača	350	300	25	25

Izvor: izrada autora

Iz navedene tablice vidimo da bi 300 potrošača koristilo uslugu neograničenoga korištenja prostora, 25 bi koristilo uslugu osobnog trenera, i 25 bi koristilo uslugu grupnih treninga. Napravili smo takvu procjenu jer je usluga neograničenoga korištenja prostora generalno popularnija od preostale dvije, i sukladno tome, od te usluge očekujemo najviše potrošača.

## 4.2 Procjena cijena usluga

Napraviti ćemo procjenu cijena usluga koje ćemo imati u ponudi našeg fitness centra. Svaka od navedenih usluga ovisi o količini sprava, opreme za vježbanje, i zaposlenicima.

U tablici niže ćemo navesti cjenik usluga na mjesečnoj razini našeg fitness centra.

Tablica 10 Procjena cijena usluga na mjesečnoj razini

Neograničeno korištenje prostora	200,00
Usluge osobnog trenera	100,00
Grupni treninzi	100,00

Izvor: izrada autora

Iz navedene tablice vidimo da cijena usluge neograničenoga korištenja prostora 200,00 HRK, usluge osobnog trenera 100,00 HRK, i grupnih treninga 100,00 HRK.

Navedene cijene naših usluga smo dobili na način da smo analizirali cijene usluga koje je postavila konkurencija što smo pak doveli u odnos sa procijenjenim brojem potrošača kako bi dobili cijene koje bi nam osigurale financijsku stabilnost u početnoj fazi našeg poduzetničkog pothvata.

Može se reći da su te cijene takve da maksimalno osiguraju konkurentnost na tržištu dok u isto vrijeme nama osiguraju financijsku stabilnost.



### 4.3 Procjena ukupnog prihoda

Sada ćemo napraviti procjenu ukupnog prihoda koju ćemo utemeljiti na sintezi prethodna dva poglavlja odnosno procjene broja potrošača i procjene cijena usluga.

Procjenu ukupnog prihoda na mjesečnoj razini i uvođenje koncepta prosječnog prihoda i graničnog prihoda ćemo obrazložiti u tablicama niže.

Tablica 11 Procjena ukupnog prihoda na mjesečnoj razini

	Neograničeno korištenje prostora	Usluge osobnog trenera	Grupni treninzi
Broj potrošača	300	25	25
Ukupni broj potrošača	350		
Cijena usluge	200,00	100,00	100,00
Ukupni prihod po usluzi	60.000,00	2.500,00	2.500,00
Ukupni prihod od svih usluga	65.000,00		
Prosječni prihod	185,71		

Izvor: izrada autora

Iz tablice vidimo da bi od usluge neograničenoga korištenja prostora koja bi koštala 200,00 HRK i koju bi koristilo 300 potrošača ostvarili mjesečni prihod od 60.000,00 HRK.

Od usluge osobnog trenera koja bi koštala 100,00 HRK i koju bi koristilo 25 potrošača bi ostvarili mjesečni prihod od 2.500,00 HRK.

Od usluge grupnih treninga koja bi koštala 100,00 HRK i koju bi koristilo 25 potrošača bi ostvarili mjesečni prihod od 2.500,00 HRK.

Prosječni prihod je dobiven po sljedećoj formuli:

$$pp = \frac{R}{Q}$$

, u kojoj je  $pp$  prosječni prihod,  $R$  ukupni prihod od svih usluga, i  $Q$  broj potrošača.

Iznos prosječnog prihoda od 185,71 ima konstantan karakter odnosno ekvivalentan je graničnom prihodu što je pak veličina visine ukupnog prihoda koja rezultira iz povećanja prodaje dodatne jedinice proizvoda<sup>3</sup>.

U tablici na idućoj stranici ćemo kategorizirati prihode na mjesečnoj razini uzevši u obzir prosječni prihod i granični prihod.

---

<sup>3</sup> Detaljniji opis prosječnog prihoda i graničnog prihoda vidi u knjizi Santini, I. (2004). *Mikroekonomika*. Zagreb: HIBIS, d.o.o., od str. 163. do str. 167.

Tablica 12 Kretanje kategorija prihoda na mjesečnoj razini

Broj potrošača	Prosječni prihod	Ukupni prihod	Granični prihod
0	0	0	0
50	185,71	9.285,50	185,71
100	185,71	18.571,00	185,71
150	185,71	27.856,50	185,71
200	185,71	37.142,00	185,71
250	185,71	46.427,50	185,71
300	185,71	55.713,00	185,71
350	185,71	64.998,50	185,71
400	185,71	74.284,00	185,71
450	185,71	83.569,50	185,71

Izvor: izrada autora

Tablicu koju smo napravili predstavlja kretanje određenih kategorija prihoda, a to su: prosječni prihod, ukupni prihod, i granični prihod.

Ukupni prihod je dobiven po sljedećoj formuli:

$$R = Q \cdot pp$$

, u kojoj je  $R$  ukupni prihod,  $Q$  broj potrošača, i  $pp$  prosječni prihod.

Primjerice, za 50 potrošača iznosi 9.285,50 HRK dok za 450 potrošača iznosi 83.569,50 HRK što ukazuje na činjenicu da se povećava sa povećanjem broja potrošača odnosno da ima rastući karakter.

Granični prihod je dobiven po sljedećoj formuli:

$$gph = \frac{\Delta R}{\Delta Q}$$

, u kojoj je  $gph$  granični prihod,  $\Delta R$  razlika ukupnog prihoda promatrane razine i ukupnog prihoda prethodne razine, i  $\Delta Q$  razlika broja potrošača promatrane razine i broja potrošača prethodne razine.

Vidimo da kako raste broj potrošača, tako raste i ukupni prihod, dok s druge strane, granični prihod drži konstantnu vrijednost koja je ekvivalentna prosječnom prihodu kao što smo naveli prije.

To znači da će se sa bilo kojim porastom broja potrošača za 1-og potrošača, ukupni prihod našeg poduzetničkog pothvata uvećati za 185,71 HRK.

## 5. PROCJENA TROŠKOVNOG POLOŽAJA PODUZETNIČKOG POTHVATA „X“

Na osnovi procjene troškovnog položaja poduzetničkog pothvata „X“ dobiti ćemo uvid u troškovni položaj našeg poduzeća odnosno fitness centra. Procjena troškovnog položaja je drugi korak u procjeni financijske uspješnosti našeg poduzetničkog pothvata.

### 5.1 Procjena fiksnih troškova

U ovom poglavlju izvesti ćemo procjenu fiksnih troškova počevši od troška najma, potom troška opreme, i u konačnici, troška djelatnika fitness centra te ćemo sve navedene fiksne troškove objediniti kako bi dobili ukupni fiksni trošak našeg poduzetničkog pothvata.

Procjenu fiksnog troška najma prostora ćemo obrazložiti u tablici niže.

Tablica 13 Procjena fiksnog troška najma prostora

Površina (m <sup>2</sup> )	140
Cijena jedinice površine	43,00
Mjesečno	6.020,00

Izvor: izrada autora

Kao referentnu točku za cijene najma poslovnih prostora smo iskoristili website „Njuškalo“ (<https://www.njuskalo.hr/nekretnine/poslovni-prostor-zagreb-borovje-usluzna-djelatnost-140-m2-oglas-2001464>).

Unajmili bi prostor površine 140 metara kvadratna koji bi bio adekvatne površine za početak poduzetničkog pothvata u kojega bi prema našoj procjeni stala sva oprema, djelatnici, i potrošači. Jedinica površine bi nas koštala 43,00 HRK što bi nas koštalo 6.020,00 HRK mjesečno.

Što se tiče procjene fiksnog troška najma opreme za vježbanje koristili smo internetski izvor kao izvor informacija o cijeni toga najma „TimeBREAK“ (<https://www.timebreak.eu/hr/>). Procjenu fiksnog troška najma opreme za vježbanje ćemo obrazložiti u tablici niže.

Tablica 14 Procjena fiksnog troška najma opreme za vježbanje

	Sprave za vježbanje snage	Sprave za vježbanje "kardia"	Sprave za izvođenje kalisteničkih vježbi
Količina	20	10	30
Cijena	500,00	1.000,00	100,00
Mjesečno	10.000,00	10.000,00	3.000,00
Sve sprave mjesečno	23.000,00		

Izvor: izrada autora

Količinski gledano odlučili smo unajmiti 20 sprava za vježbanje snage, 10 sprava za vježbanje „kardia“, i 30 sprava za izvođenje kalisteničkih vježbi.

Smatramo da je to dovoljan broj sprava za svaku od te tri kategorije i smatramo da bi takva količina sprava bila dovoljna za procijenjeni broj potrošača kojega smo naveli prethodno te nam se čini financijski prihvatljivim povući takav potez.

Primjerice, 20 sprava za vježbanje snage po cijeni od 500,00 HRK nam djeluje sasvim u redu.

Fiksni trošak djelatnika je uobičajeno najveći od svih fiksnih troškova čiju procjenu ćemo obrazložiti u tablici niže.

Tablica 15 Procjena fiksnog troška djelatnika

Broj djelatnika	3
Bruto plaća	10.000,00
Mjesečno	30.000,00

Izvor: izrada autora

Odlučili smo zaposliti 3 djelatnika u našoj prvoj godini poslovanja čija bi bruto plaća iznosila 10.000,00 HRK mjesečno što bi u neto iznosu iznosilo 7.056,00 HRK. Obračun plaće smo napravili u tablici na idućoj stranici za slučaj da djelatnik nema djece i uzdržavanih osoba te da nema invaliditet.

Tablica 16 Obračun bruto plaće

Bruto 1	10.000,00
Doprinosi iz plaće (I. stup i II. stup)	2.000,00
Mirovinsko osiguranje I. stup (15%)	1500,00
Mirovinsko osiguranje II. stup (5%)	500,00
Dohodak	8.000,00
Osobni odbitak	4.000,00
Porezna osnovica	4.000,00
Porez na dohodak	800,00
Porezna stopa (20%)	800,00
Porezna stopa (30%)	0,00
Prizez (18%)	144,00
Ukupno porez i prizez	944,00
Neto plaća	7.056,00
Doprinos na plaću	
Zdravstveno osiguranje (16,50%)	1.650,00
Ukupan trošak poslovanja (Bruto 2)	11.650,00

Izvor: izrada autora prema nastavnim materijalima veleučilišta „Baltazar“

Odlučili smo se za neto plaću u iznosu od 7.056,00 HRK koja je za 1.027 HRK manja u odnosu na prosječnu neto plaću u gradu Zagrebu koja iznosi 8.083,00 HRK.

Što je postotno izraženo 13% manja neto plaća u odnosu na prosječnu neto plaću što nam se čini opravdanim pošto je u pitanju novi poduzetnički pothvat.



Procjenu svih fiksnih troškova na mjesečnoj razini i uvođenje koncepta prosječnog fiksnog troška ćemo obrazložiti u tablicama niže.

Tablica 17 Procjena svih fiksnih troškova našeg poduzetničkog pothvata na mjesečnoj razini

	Najam prostora	Najam opreme za vježbanje	Bruto plaće djelatnika
Mjesečno	6.000,00	23.000,00	30.000,00
Ukupni fiksni trošak	59.000,00		

Izvor: izrada autora

U navedenoj tablici vidimo da je najskuplji fiksni trošak bruto plaće djelatnika u iznosu od 30.000,00 HRK što uvelike nadmašuje fiksne troškove najma opreme za vježbanje u iznosu od 23.000,00 HRK i najma prostora u iznosu od 6.000,00 HRK.

U idućoj tablici ćemo predstaviti kretanje kategorija fiksnih troškova na mjesečnoj razini i uvesti koncept prosječnog troška, u ovom slučaju fiksnog prosječnog troška. Koncept prosječnog troška igra ulogu u sustavnijem i jasnijem pregledu strukture troškova poduzeća<sup>4</sup>.

Tablica 18 Kretanje kategorija fiksnih troškova na mjesečnoj razini

Broj potrošača	Ukupni fiksni trošak	Prosječni fiksni trošak
0	59.000,00	0
50	59.000,00	1.180,00
100	59.000,00	590,00
150	59.000,00	393,33
200	59.000,00	295,00
250	59.000,00	236,00
300	59.000,00	196,66
350	59.000,00	168,57
400	59.000,00	147,50
450	59.000,00	131,11

Izvor: izrada autora

Prosječni fiksni trošak je dobiven po sljedećoj formuli:

$$ft = \frac{FT}{Q}$$

, u kojoj je  $ft$  prosječni fiksni trošak,  $FT$  ukupni fiksni trošak, i  $Q$  broj potrošača.

<sup>4</sup> Detaljniji opis prosječnih troškova vidi u knjizi Santini, I. (2004). *Mikroekonomika*. Zagreb: HIBIS, d.o.o., od str. 126. do str. 132.

Vidljivo je u tablici da je ukupni fiksni trošak na konstantnoj razini odnosno na razini od 59.000,00 HRK, dok se prosječni fiksni trošak mijenja ovisno o broju potrošača.

Primjerice, za 50 potrošača prosječni fiksni trošak iznosi 1.180,00 HRK dok za 450 potrošača iznosi 131,11 HRK čime je očit padajući karakter te veličine.

## 5.2 Procjena varijabilnih troškova

U ovom poglavlju izvesti ćemo procjenu sljedećih varijabilnih troškova na mjesečnoj razini: električne energije, vode, plina, interneta, čistoće, i RTV pristojbe te ćemo sve navedene varijabilne troškove objediniti kako bi dobili ukupni varijabilni trošak našeg poduzetničkog pothvata.

Procjenu svih varijabilnih troškova i prosječnog varijabilnog troška na mjesečnoj razini ćemo obrazložiti u tablici niže.

Tablica 19 Procjena varijabilnih troškova našeg poduzetničkog pothvata na mjesečnoj razini

	Električna energija	Voda	Plin
Mjesečno	1.000,00	1.500,00	500,00
	Internet	Čistoća	RTV pristojba
Mjesečno	200,00	100,00	80,00
Prosječni varijabilni trošak	9,66		
Ukupni varijabilni trošak	3.380,00		

Izvor: izrada autora

Prosječni varijabilni trošak je dobiven po sljedećoj formuli:

$$vt = \frac{VT}{Q}$$

, u kojoj je  $vt$  prosječni varijabilni trošak,  $VT$  ukupni varijabilni trošak, i  $Q$  broj potrošača.

Prosječni varijabilni trošak iznosi 9,66 HRK u slučaju u kojem je ukupni varijabilni trošak 3.380,00 i broj potrošača 350.

U tablici na idućoj stranici ćemo kategorizirati varijabilne troškove na mjesečnoj razini uzevši u obzir veličinu koja se zove granični trošak.

Ako poduzeće zna koliko iznosi granični trošak jednostavno može procijeniti koliko će troškova napraviti ako se odluči za proizvodnju dodatne jedinice proizvoda<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Detaljniji opis graničnih troškova vidi u knjizi Santini, I. (2004). *Mikroekonomika*. Zagreb: HIBIS, d.o.o., od str. 129. do str. 132.

Tablica 20 Kretanje kategorija varijabilnih troškova na mjesečnoj razini

Mjesečni broj potrošača	Prosječni varijabilni trošak	Varijabilni trošak	Grafični trošak
0	0	0	0
50	9,66	483,00	9,66
100	9,66	966,00	9,66
150	9,66	1.449,00	9,66
200	9,66	1.932,00	9,66
250	9,66	2.415,00	9,66
300	9,66	2.898,00	9,66
350	9,66	3.380,00	9,66
400	9,66	3.864,00	9,66
450	9,66	4.347,00	9,66

Izvor: izrada autora

Varijabilni trošak u ovoj tablici je dobiven po sljedećoj formuli:

$$VT = Q \cdot vt$$

, u kojoj je  $VT$  varijabilni trošak,  $Q$  broj potrošača, i  $vt$  prosječni varijabilni trošak.

Vidljiv je rastući karakter varijabilnog troška ovisno o porastu broja potrošača, primjerice, na razini od 50 potrošača iznosi 483,00 HRK dok na razini od 450 potrošača iznosi 4.347,00 HRK.

Grafični trošak je dobiven po sljedećoj formuli:

$$gt = \frac{\Delta VT}{\Delta Q}$$

, u kojoj je  $gt$  grafični trošak,  $\Delta VT$  razlika varijabilnog troška promatrane razine i prethodne razine, i  $\Delta Q$  razlika broja potrošača promatrane razine i prethodne razine.

Grafični trošak sam po sebi drži konstantnu vrijednost u iznosu od 9,66 HRK koji je jednak prosječnom varijabilnom trošku.

### 5.3 Procjena ukupnih troškova

U ovom poglavlju izvesti ćemo procjenu ukupnih troškova našeg poduzetničkog pothvata što je sinteza procjene fiksnih troškova i varijabilnih troškova koju smo prethodno napravili.

Ukratko, procjena ukupnih troškova se svodi na zbrajanje ukupnih fiksnih troškova i ukupnih varijabilnih troškova.

Procjenu ukupnih troškova i prosječnih ukupnih troškova na mjesečnoj razini ćemo obrazložiti u tablici niže.

Tablica 211 Kretanje kategorija ukupnih troškova na mjesečnoj razini

Broj potrošača	Ukupni fiksni trošak	Ukupni varijabilni trošak	Ukupni trošak	Prosječni ukupni trošak
0	59.000,00	0	59.000,00	0
50	59.000,00	483,00	59.483,00	1.189,66
100	59.000,00	966,00	59.966,00	599,66
150	59.000,00	1.449,00	60.449,00	402,99
200	59.000,00	1.932,00	60.932,00	304,66
250	59.000,00	2.415,00	61.415,00	245,66
300	59.000,00	2.898,00	61.898,00	206,32
350	59.000,00	3.381,00	62.381,00	178,23
400	59.000,00	3.864,00	62.864,00	157,16
450	59.000,00	4.347,00	63.347,00	140,77

Izvor: izrada autora

Ukupni trošak je dobiven po sljedećoj formuli:

$$UT = FT + VT$$

, u kojoj je  $UT$  ukupni trošak,  $FT$  fiksni trošak, i  $VT$  varijabilni trošak.

Prosječni ukupni trošak je dobiven po sljedećoj formuli:

$$ut = \frac{UT}{Q}$$

, u kojoj je  $ut$  prosječni ukupni trošak,  $UT$  ukupni trošak, i  $Q$  broj potrošača.

Kao što smo naveli prije u ovom poglavlju, ukupni fiksni trošak ima konstantnu narav, dok s druge strane, ukupni varijabilni trošak raste sa rastom broja potrošača. Ukupni trošak kao takav je umnožak broja potrošača i zbroja fiksnih troškova odnosno varijabilnih troškova.

Primjerice, na razini od 50 potrošača iznosi 59.483,00 HRK, a na razini od 450 potrošača iznosi 63.347,00 HRK.

Prosječni ukupni trošak za razliku od ukupnog troška ima opadajući karakter sa porastom broja potrošača.

Primjerice, na razini od 50 potrošača iznosi 1.189,66 HRK, a na razini od 450 potrošača iznosi 140,77 HRK.

## **6. PROCJENA PROFITNOG POLOŽAJA PODUZETNIČKOG POTHVATA „X“**

Na osnovi procjene profitnog položaja poduzetničkog pothvata „X“ dobiti ćemo uvid u profitni položaj našeg poduzeća odnosno fitness centra. Procjena profitnog položaja je završni korak u procjeni financijske uspješnosti našeg poduzetničkog pothvata.

### **6.1 Procjena ukupnog profita**

U ovom poglavlju izvesti ćemo procjenu ukupnog profita na mjesečnoj razini koju ćemo napraviti na način da ćemo sučeliti ukupni prihod i ukupne troškove ovisno o broju potrošača koji je u svojoj naravi rastući.

Svjesni smo činjenice da postoji porez na profit koju u ovom završnom radu radi tematike o kojoj se radi nećemo uvrstiti u kalkulacije nego ćemo samo objasniti detalje toga poreza.

Stopa poreza na profit u iznosu od 10% je stopa poreza koja je zakonom zadana ako je u poreznom razdoblju ostvaren prihod do 7.500.000,00 HRK, a 18% ako je u poreznom razdoblju ostvaren prihod koji je jednak ili veći od 7.500.000,01 HRK ([https://www.porezna-uprava.hr/HR\\_porezni\\_sustav/Stranice/porez\\_na\\_dobit.aspx](https://www.porezna-uprava.hr/HR_porezni_sustav/Stranice/porez_na_dobit.aspx)).

Ukupni profit koji je, kao što smo prije naveli, produkt sučeljavanja ukupnih prihoda i ukupnih troškova kojeg ćemo predstaviti u tablici na idućoj stranici.



Tablica 222 Kretanje kategorija profita na mjesečnoj razini

Broj potrošača	Ukupni prihod	Ukupni trošak	Ukupni profit
0	0	59.000,00	-59.000,00
50	9.285,50	59.483,00	-50.197,50
100	18.571,00	59.966,00	-41.395,00
150	27.856,50	60.449,00	-32.592,50
200	37.142,00	60.932,00	-23.790,00
250	46.427,50	61.415,00	-14.987,50
300	55.713,00	61.898,00	-6.185,00
350	64.998,50	62.381,00	2.617,50
400	74.284,00	62.864,00	11.420,00
450	83.569,50	63.347,00	20.222,50

Izvor: izrada autora

Ukupni profit je dobiven po sljedećoj formuli:

$$\pi = R - UT$$

, u kojoj je  $\pi$  ukupni profit,  $R$  ukupni prihod, i  $UT$  ukupni trošak.

U ovoj tablici vidimo da ukupni profit, što je sasvim očito, raste sa porastom broja potrošača. Tako primjerice, na razini od 0 potrošača iznosi -59.000,00 HRK čime je jednak ukupnom fiksnom trošku, na razini od 50 potrošača iznosi -50.197,50 HRK, dok na razini od 450 potrošača iznosi 20.222,50 HRK.

## 6.2 Procjena prosječnog profita

U ovom poglavlju izvesti ćemo procjenu prosječnog profita, a sam prosječni profit služi za sustavniji i jasniji pregled strukture profita poduzeća.

Tablica 233 Kretanje kategorija prosječnog profita na mjesečnoj razini

Broj potrošača	Ukupni profit	Prosječni profit
0	-59.000,00	0
50	-50.197,50	-1.003,95
100	-41.395,00	-413,95
150	-32.592,50	-217,28
200	-23.790,00	-118,95
250	-14.987,50	-59,95
300	-6.185,00	-20,61
350	2.617,50	7,48
400	11.420,00	28,55
450	20.222,50	44,94

Izvor: izrada autora

Prosječni profit je dobiven po sljedećoj formuli:

$$p\pi = \frac{\pi}{Q}$$

, u kojoj je  $p\pi$  prosječni profit,  $\pi$  ukupni profit, i  $Q$  broj potrošača.

Prosječni profit kao takav ima tendenciju rasta u odnosu na rast broja potrošača, tako primjerice, na razini od 50 potrošača iznosi -1.003,95 HRK, dok na razini od 450 potrošača iznosi 44,95 HRK.

### 6.3 Procjena graničnog profita

U ovom poglavlju izvesti ćemo procjenu graničnog profita, a granični profit je visina profita koja rezultira iz prodaje dodatne jedinice finalnog proizvoda<sup>6</sup>.

Tablica 244 Kretanje kategorija graničnog profita na mjesečnoj razini

Broj potrošača	Ukupni profit	Granični profit
0	-59.000,00	0
50	-50.197,50	176,05
100	-41.395,00	176,05
150	-32.592,50	176,05
200	-23.790,00	176,05
250	-14.987,50	176,05
300	-6.185,00	176,05
350	2.617,50	176,05
400	11.420,00	176,05
450	20.222,50	176,05

Izvor: izrada autora

Granični profit je dobiven po sljedećoj formuli:

$$g\pi = \frac{\Delta\pi}{\Delta Q}$$

, u kojoj je  $g\pi$  granični profit,  $\Delta\pi$  razlika ukupnog profita promatrane razine i prethodne razine, i  $\Delta Q$  razlika broja potrošača promatrane razine i prethodne razine.

<sup>6</sup> Detaljniji opis graničnog profita vidi u knjizi Santini, I. (2004). *Mikroekonomika*. Zagreb: HIBIS, d.o.o., od str. 182. do str. 183.

Kao što vidimo u tablici granični profit je na konstantnoj vrijednosti odnosno na vrijednosti u iznosu od 176,05 HRK. To znači da će se profit poduzeća odnosno našeg poduzetničkog pothvata sa bilo kojim porastom broja potrošača za 1-og potrošača uvećati za 176,05 HRK.

## 7. ZAKLJUČAK

Ostvarili smo postavljeni dvostruki cilj ovoga završnoga rada. Demonstrirali smo na koji način se dolazi do procjene profitnog položaja našeg poduzetničkog pothvata i utvrdili smo sam profitni položaj našega poduzetničkog pothvata odnosno uvjete u kojima bi bio takav.

Započeli smo sa analizom temeljnih performansi industrije fitness centara u gradu Zagrebu čime smo došli do zaključka o ekonomsko-financijskoj situaciji, prostorno-proizvodnoj situaciji, i cjenovnoj situaciji konkurencije. Ta analiza nam je ukazala određene smjernice za naš poduzetnički pothvat, primjerice, koje usluge trebamo ponuditi i po kojoj cijeni kako bi ostvarili konkurentnost na tržištu.

Potom smo analizirali temeljne performanse potrošača fitness centara u gradu Zagrebu čime smo dobili uvid u njihov dob, spol, broj, budžet, i rasprostranjenost po gradskim četvrtima što nam je omogućilo da adekvatno procijenimo koliko bi potencijalnih potrošača mogli „osvojiti“ te na taj način osigurati stabilnost i uspješnost našeg poduzetničkog pothvata.

Nakon toga smo napravili procjenu prihodnog položaja našeg poduzetničkog pothvata koja se temeljila na objedinjavanju procijenjenoga broja potrošača sa procjenom cijena usluga koje bi ponudili.

Time smo došli do određenog iznosa kojeg smo sučelili sa iznosom kojeg smo dobili kad smo procijenili troškovni položaj koji se temeljio na procjeni fiksnih, varijabilnih, i u konačnici, ukupnih troškova.

Taj određeni iznos je ustvari ukupni profit na kojem se temelji procjena profitnog položaja našeg poduzetničkog pothvata. Kako bi upotpunili tu procjenu izračunali smo prosječni i granični profit čime smo dobili podatke o profitu koji bi nam olakšali upravljanje našim poduzetničkim pothvatom.

Po našoj procjeni naš poduzetnički pothvat bi trebao biti financijski stabilan i uspješan.

Procijenjenim profit bi ponovo uložili u naš poduzetnički pothvat kako bi bio još uspješniji na način da bi, primjerice, osoblju koje bi se dokazalo financirali dodatnu edukaciju za područje fitness industrije koje bi nam donijelo novi, ili drugačiji način ponude neke od naših usluga.

Također bi mogli u budućnosti umjesto iznajmljivanja prostora i opreme kroz kupnju navedenoga postati vlasnicima prostora i opreme čime bi naš poduzetnički pothvat učinili još stabilnijim i uspješnijim.

## IZJAVA

### Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

**Ime i prezime studenta: Andrija Čipić**

**Matični broj studenta: 1/165-17-PER**

**Naslov rada: Procjena profitnog položaja poduzetničkog pothvata „X“**

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

Potpis studenta

---

---

## POPIS LITERATURE

### Knjige

1. Santini, I. (2004). *Mikroekonomika*. Zagreb: HIBIS, d.o.o.
2. Salvatore, D. (1994). *Ekonomija za menadžere u svjetskoj privredi*, Zagreb: Mate, d.o.o.
3. Santini, I. (1999). *Troškovi u poslovnom odlučivanju*, Zagreb: HIBIS, d.o.o.
4. Santini, I. (2002). *Potražna strana tržišta i odlučivanje*, Zagreb: HIBIS, d.o.o.
5. Ziegenbein, K. (2008). *Kontroling*, Zagreb: RRiF-plus, d.o.o.
6. Meler, M. (2005). *Osnove marketinga*, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.

### Internetski izvori

1. Fina, financijska agencija. *Građani*. <https://www.fina.hr/>, pregled: 5.4.2021.
2. info.BIZ 2.0, najveća baza financijskih podataka. *Prijavite se u sustav*. <https://infobiz.fina.hr/Login?ReturnUrl=%2F>, pregled: 8.4.2021.
3. Financijski podatci pet stvarnih poduzeća čiji se stvarni nazivi radi GDPR zakona ne smiju koristiti. *Prijavite se u sustav*. <https://infobiz.fina.hr/Login?ReturnUrl=%2F>, pregled: 8.4.2021.
4. Službeni portal grada Zagreba. *Gradske četvrti grada Zagreba*. <https://www.zgportal.com/zginfo/gradske-cetvrti-grada-zagreba-zagreb-se-sastoji-od-17-gradskih-cetvrti/>, pregled: 12.4.2021.
5. Fitness centri. *Izdvojeno*. <https://www.building-body.com/fitness-centar/>, pregled: 12.4.2021.
6. Službeni website grada Zagreba. *Vitalna statistika*. <https://www.zagreb.hr/vitalna-statistika/1041>, pregled: 14.4.2021.
7. Službeni website grada Zagreba. *Plaće*. <https://www.zagreb.hr/vitalna-statistika/1041>, pregled: 14.4.2021.
8. aircash. *BLOG*. <https://aircash.eu/veliki-vodic-kroz-rezije-gdje-su-u-hrvatskoj-najjeftiniji-a-gdje-najskuplji-zivotni-troskovi/>, pregled: 21.4.2021.
9. Njuškalo. *Nekretnine*. <https://www.njuskalo.hr/nekretnine/poslovni-prostor-zagreb-borovje-usluzna-djelatnost-140-m2-oglas-2001464>, pregled: 25.4.2021.
10. TimeBREAK. *Fitness oprema*. <https://www.timebreak.eu/hr/>, pregled: 26.4.2021.



## **Zakoni**

1. Zakon o porezu na dobit, Narodne novine, 177/04, 90/05, 57/06, 146/08, 80/10, 22/12, 148/13, 143/14, 50/16, 115/16, 106/18, 121/19, 32/20, 138/20.

## POPIS TABLICA

Tablica 1 Kretanje prihoda odnosno profita konkurencije na godišnjoj razini .....	7
Tablica 2 Prosječni prihod i prosječni profit konkurencije na godišnjoj razini .....	8
Tablica 3 Prostorna analiza konkurencije .....	10
Tablica 4 Proizvodna analiza konkurencije.....	11
Tablica 5 Cjenovna analiza konkurencije na mjesečnoj razini .....	13
Tablica 6 Analiza potrošača na podlozi broja, dobi i spolu Grada Zagreba .....	15
Tablica 7 Budžetska analiza potrošača grada Zagreba na mjesečnoj razini.....	16
Tablica 8 Prostorna analiza potrošača grada Zagreba .....	17
Tablica 9 Procjena broja potrošača na mjesečnoj razini .....	18
Tablica 10 Procjena cijena usluga na mjesečnoj razini .....	19
Tablica 11 Procjena ukupnog prihoda na mjesečnoj razini.....	20
Tablica 12 Kretanje kategorija prihoda na mjesečnoj razini .....	22
Tablica 13 Procjena fiksnog troška najma prostora .....	24
Tablica 14 Procjena fiksnog troška najma opreme za vježbanje .....	25
Tablica 15 Procjena fiksnog troška djelatnika .....	26
Tablica 16 Obračun bruto plaće .....	27
Tablica 17 Procjena svih fiksnih troškova našeg poduzetničkog pothvata na mjesečnoj razini .....	28
Tablica 18 Kretanje kategorija fiksnih troškova na mjesečnoj razini .....	29
Tablica 19 Procjena varijabilnih troškova našeg poduzetničkog pothvata na mjesečnoj razini .....	30
Tablica 20 Kretanje kategorija varijabilnih troškova na mjesečnoj razini.....	32
Tablica 21 Kretanje kategorija ukupnih troškova na mjesečnoj razini .....	33
Tablica 22 Kretanje kategorija profita na mjesečnoj razini .....	36
Tablica 23 Kretanje kategorija prosječnog profita na mjesečnoj razini.....	37
Tablica 24 Kretanje kategorija graničnog profita na mjesečnoj razini .....	38

## ŽIVOTOPIS

### Andrija Čipić

Državljanstvo: hrvatsko

☎ (+385) 992073161

Datum rođenja: 11/01/1994

Spol: Muško

✉ E-adresa: [andrijacipic@gmail.com](mailto:andrijacipic@gmail.com)

📍 Adresa: Kustošijanska 196, 10000 Zagreb (Hrvatska)

#### RADNO ISKUSTVO

---

##### Djelatnik u ugostiteljstvu

*Globalna hrana d.o.o., nositelj franšize za McDonald's* [ 2019 – Trenutačno ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

##### Agent telefonske prodaje

*A1 Hrvatska d.o.o.* [ 2018 – 2018 ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

##### Agent tehničke podrške

*VIPnet d.o.o.* [ 2017 – 2017 ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

##### Agent odjela za nadzor fiksnih usluga

*Hrvatski Telekom d.d.* [ 2015 – 2016 ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

##### Agent tehničke podrške

*Ams Telekom d.o.o.* [ 2014 – 2014 ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

##### Agent tehničke podrške i prodaje

*Hrvatski Telekom d.d.* [ 2013 – 2014 ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

#### OBRAZOVANJE I OSPOBLJAVANJE

---

##### Ostvarivanje kvalifikacije u tijeku

*Veleučilište s pravom javnosti "Baltazar" Zaprešić* [ 2017 – Trenutačno ]

Adresa: Vladimira Novaka 23, 10290 Zaprešić (Hrvatska)

##### Kvalifikacija nije ostvarena

*Tehničko veleučilište u Zagrebu* [ 2016 – 2017 ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

**Kvalifikacija nije ostvorena**

*Grafički fakultet* [ 2014 – 2016 ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

**Kvalifikacija nije ostvorena**

*Fakultet prometnih znanosti* [ 2012 – 2014 ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

**Tehničar za električne strojeve sa primijenjenim računalstvom**

*Elektrotehnička škola "Zagreb"* [ 2008 – 2012 ]

Adresa: Zagreb (Hrvatska)

**JEZIČNE VJEŠTINE**

---

Materinski jezik/jezici:

**Hrvatski**

Drugi jezici:

**Engleski**

SLUŠANJE B2 ČITANJE B2 PISANJE B2

GOVORNA PRODUKCIJA B2

GOVORNA INTERAKCIJA B2

**KOMUNIKACIJSKE I MEĐULJUDSKE VJEŠTINE**

---

Komunikacijske I međuljudske vještine

Komunikacijske vještine sam stekao rješavajući upite brojnih korisnika telekomunikacijskih operatera za koje sam radio kao student, a međuljudske vještine sam stekao radeći u timu restorana brze hrane McDonald's.