

Poslovni plan tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijek

Marinčić, Relja

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:096164>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**

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

Specijalistički diplomski stručni studij
Projektni menadžment

RELJA MARINČIĆ

POSLOVNI PLAN TVRTKE TESTERAUDIO D.O.O.
IZ OSIJEKA

SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2019. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Specijalistički diplomski stručni studij
Projektni menadžment

SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD

POSLOVNI PLAN TVRTKE TESTERAUDIO D.O.O.
IZ OSIJEKA

Mentor:

dr. sc. Antal Balog, v. predavač

Kolegij: Poduzetništvo i poslovni planovi

Student:

Relja Marinčić bacc.oec

JMBAG studenta:

0010180267

SADRŽAJ

SAŽETAK	1
ABSTRACT	2
1. UVOD	3
2. PODUZETNIŠTVO	4
3. POSLOVNI PLAN	6
3.1. Namjena poslovnog plana	6
3.2. Sadržaj poslovnog plana	7
3.2.1. Naslovnica	8
3.2.2. Kazalo.....	9
3.2.3. Operativni sažetak	9
3.2.4. Opis poduzetničke ideje	10
3.2.5. Tržišni podaci projekta	10
3.2.6. Tehničko-tehnološki opis projekta	10
3.2.7. Menadžment projekta (upravljanje i rukovođenje projektom).....	11
3.2.8. Marketing projekta	11
3.2.9. Financijski podaci projekta	11
3.2.10. Ocjena učinkovitosti projekta	12
4. USLUŽNO PODUZETNIŠTVO	13
4.1. Upravljanje događanjima.....	13
4.1.1. Klasifikacija događanja	14
4.1.2. Organizacijski tim	14
4.2. Upravljanje i tehnička produkcija događanja u Hrvatskoj	15
5. POSLOVNI PLAN TVRTKE TESTERAUDIO D.O.O. IZ OSIJEKA	18
5.1. Operativni sažetak projekta	18
5.1.1. Podaci o tvrtki i poduzetniku	18
5.1.2. Asortiman proizvoda, roba ili usluga	19
5.1.3. Tržišni podaci	19
5.1.4. Tehničko-tehnološki podaci	20
5.1.5. Visina i struktura ulaganja te izvori sredstava – kapitala.....	20
5.1.6. Potrebni uposlenici	21
5.1.7. Tijek izvedbe projekta (aktivizacijsko razdoblje)	21
5.1.8. Mjere zaštite okoliša i zaštita na radu	21
5.1.9. Pokazatelji učinkovitosti projekta	22
5.1.10. Zaključak	22
5.2. Poduzetnička ideja	23
5.2.1. Podaci o autoru projekta.....	23

5.2.2.	Reference nositelja poduzetničke ideje	23
5.2.3.	Opis poduzetničke ideje	24
5.2.4.	Vizija, ciljevi i zadaće poduzetničkog pothvata.....	24
5.2.5.	Tijek izvedbe (ili aktivizacijsko razdoblje).....	25
5.2.6.	Opis proizvoda robe i/ili usluge	25
5.2.6.1.	Asortiman robe.....	25
5.2.6.2.	Asortiman usluga	26
5.3.	Tržišni podaci poslovnoga projekta.....	27
5.3.1.	Projekcija ciljanog tržišta	27
5.3.2.	Projekcija nabavnog tržišta	27
5.3.3.	Projekcija tržišne ekspanzije	28
5.3.4.	Projekcija cijena	29
5.3.5.	Projekcija konkurencije.....	29
5.3.5.1.	Tržišni lideri (tvrtka ili tvrtke s najvećim tržišnim udjelima).....	29
5.3.5.2.	Tržišni izazivači	30
5.3.5.3.	Tržišni sljedbenici	30
5.3.6.	Projekcija prodaje i prihoda	30
5.4.	Tehničko-tehnološki opis poslovnog projekta.....	31
5.4.1.	Projekcija lokacije	31
5.4.2.	Projekcija tehnologije projekta.....	31
5.4.3.	Projekcija zaštitnih mjera	31
5.4.4.	Projekcija tehnoloških kapaciteta.....	33
5.4.5.	Projekcija stalnih sredstava	33
5.4.6.	Projekcija materijalnih inputa	34
5.4.7.	Projekcija broja zaposlenika.....	34
5.4.8.	Projekcija aktivizacijskog razdoblja (terminski plan).....	35
5.5.	Upravljanje i rukovođenje poslovnim pothvatom	38
5.5.1.	Osnovni podaci o poduzeću.	38
5.5.2.	Fiksna imovina poduzeća	38
5.5.3.	Organizacijska struktura poduzeća i sustava upravljanja.....	39
5.5.4.	Ljudski potencijali poduzeća.....	40
5.6.	Marketing poslovnog pothvata	40
5.6.1.	Politika proizvoda	40
5.6.2.	Politika cijena	41
5.6.3.	Politika promocije	41
5.6.4.	Politika distribucije	42
5.7.	Financijski podaci projekta.....	43

5.7.1.	Projekcija ulaganja u stalna sredstva i trajna obrtna sredstava	43
5.7.2.	Projekcija izvora sredstava	44
5.7.3.	Projekcija otplate zajma	44
5.7.4.	Proračun godišnjih bruto plaća	45
5.7.5.	Projekcija godišnje amortizacije i izračun vrijednosti ostatka projekta	46
5.7.6.	Projekcija prihoda	47
5.7.7.	Projekcija rashoda	48
5.7.8.	Projekcija računa dobiti i gubitka	49
5.7.9.	Projekcija novčanih tijekova	50
5.8.	Ocjena učinkovitosti projekta	52
5.8.1.	Razdoblje povrata ulaganja	52
5.8.2.	Godišnja stopa prinosa	52
5.8.3.	Neto sadašnja vrijednost	53
5.8.4.	Prosječna profitabilnost	53
5.8.5.	Analiza likvidnosti projekta	54
5.8.6.	Analiza osjetljivosti projekta	55
6.	ZAKLJUČAK	56
7.	POPIS LITERATURE	57
7.1.	Knjige	57
7.2.	Internetski izvori	57
8.	POPIS SLIKA I TABLICA	58
9.	ŽIVOTOPIS	59
	Izjava o akademskoj čestitosti	61

SAŽETAK

Poduzetništvo je sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnoga pothvata, s dostatnim kapitalom, uz određeni rizik i neizvjesnost (Kuvačić, 2005: 17). Poduzetništvo kao izazov, proces stvaranja nove vrijednosti uz ulaganje vremena i napora, nagrađivanje i preuzimanje rizika su glavna obilježja koja su zajednička većini definicija poduzetništva. Poduzetnici su osobe koje na različite načine i uz različite kombinacije relevantnih čimbenika spajaju poduzetničke ideje s kapitalom, organiziraju poduzetnički pothvat te pokušavaju zadovoljiti neku potrošačku potrebu na ciljanom tržištu, povratiti uloženi kapital i kontinuirano zarađivati željeni profit (Kuvačić, 2005: 13). Poduzetnici svoje ideje i pothvate moraju vješto isplanirati te je planiranje jako važna aktivnost u poduzetništvu kako bi bili što uspješniji. To se planiranje prenosi u poslovni plan. Poslovni je plan pisani dokument koji je temeljna okosnica planiranja, pokretanja, financiranja, organiziranja, vođenja, razvijanja i kontrole poduzetničkoga pothvata tijekom njegova cjelokupnog vijeka trajanja (Vajić, 1994: 746). Poslovni je plan izrađen za nepostojeću tvrtku Testeraudio d.o.o. iz Osijeka čija je osnovna djelatnost vezana uz uslužno poduzetništvo i upravljanje događanjima.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnik, poslovni plan, Testeraudio d.o.o. iz Osijeka

ABSTRACT

Entrepreneurship is the ability to start, manage and develop business venture with sufficient funds, but it is followed by risk and uncertainty (Kuvačić, 2005: 17). The main features that are common to all definitions of entrepreneurship are challenge, the process of creating a new value by putting in effort and time, rewarding and taking risk. Entrepreneurs are people who in different ways and with different combinations of relative factors combine entrepreneurial ideas with funds and organize the entrepreneurial venture. They try to satisfy customer's needs on a target market, to restore invested funds and to continuously make profit (Kuvačić, 2005: 13). Entrepreneurs have to skillfully plan their entrepreneurial ideas and ventures and planning is very important activity in entrepreneurship so they could be more successful. Entrepreneurial planning is transferred into a business plan. The business plan is a written document which is the basic outline of planning, starting, funding, organizing, managing, developing and controlling of entrepreneurial venture during its complete lifecycle (Vajić, 1994: 746). The business plan is written for non-existent company Testeraudio d.o.o from Osijek whose core business includes service entrepreneurship and event management.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, business plan, Testeraudio d.o.o. iz Osijeka

1. UVOD

Tema ovoga završnoga rada poslovni je plan napisan za nepostojeću tvrtku Testeraudio d.o.o. iz Osijeka. Poslovni se plan pripremao za osnivanje navedene tvrtke. Osnovna djelatnost kojom bi se tvrtka bavila je pružanje širokog spektra usluga iz područja organizacije i podrške organizaciji događanja.

Cilj je rada prikazati kako se piše kvalitetan i uspješan poslovni plan koji će privući investitore. Poslovni se plan izrađuje za tvrtku u osnivanju za razdoblje od pet godina.

Rad je podijeljen na dva dijela. Prvi dio, teorijski, obrađuje temu poslovnoga plana, a drugi dio rada čini poslovni plan tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka.

Prilikom pisanja rada koristile su se teorijske i empirijske metode istraživanja. Uz iščitavanje stručne literature te koristeći se metodama analize i sinteze obrađen je teorijski dio rada, a drugi dio rada (primjer poslovnoga plana) odrađen je analogijom i konkretizacijom teorijskog dijela.

U prvome poglavlju ukratko se objašnjavaju osnovni pojmovi kao što su poduzetništvo, poduzetnik, poduzetnička ideja i pothvat te se stavlja naglasak na poduzetničko planiranje iz kojeg proizlazi potreba za poslovnim planom.

Nakon toga slijedi poglavlje u kojemu je teorijski razrađeno što je poslovni plan, tko ga piše te komu je namijenjen. Isto tako navedene su sastavnice poslovnoga plana te što bi se trebalo nalaziti u pojedinom dijelu poslovnoga plana.

U trećem poglavlju ukratko je opisana djelatnost uslužnog poduzetništva te upravljanje događanjima i što se sve obuhvaća ovim pojmovima. Izneseni su primjeri dobre prakse agencija i poduzeća koje se bave organiziranjem događanja i tehničkom podrškom događanjima na području Republike Hrvatske i Osijeka.

Zadnje poglavlje, ujedno i najduže, obrađuje problematiku rada, a to je poslovni plan tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka. Poslovni je plan pisan prema smjernicama koje je Nikola Kuvačić iznio u svojoj knjizi *Biznis-plan ili poduzetnički projekt*.

Rad završava zaključkom te popisom literature koja je korištena pri izradi ovog završnoga rada i popisom tablica i slika.

2. PODUZETNIŠTVO

U današnjem se svijetu pojam poduzetništvo često susreće jer se na njega gleda kao jednog od glavnih čimbenika koji utječu na razvoj gospodarstva kako svijeta tako i država. U literaturi se susreću brojne definicije poduzetništva. Riječ poduzetništvo izvedena je iz francuske riječi *entreprendre* (onaj koji poduzima nešto), kojom se definira osoba koja preuzima rizik čega novog (Funda, 2011: 14) te su engleski naziv za poduzetništvo - *entrepreneurship* i poduzetnik – *entrepreneur* izvedeni iz francuske riječi (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011: 5)

Prema Kuvačiću, najkraće rečeno, poduzetništvo je sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnoga pothvata, s dostatnim kapitalom, a koji je skopčan s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom (Kuvačić, 2005: 17). Dragutin Funda u svojem djelu *Menadžment malog poduzeća* također iznosi problem definiranja poduzetništva navodeći brojna objašnjenja čime potvrđuje različitost pristupa određenju poduzetništva te sažima i sam određuje poduzetništvo kao sposobnost poduzimanja određenih aktivnosti sa svrhom postizanja željenog cilja, uz spremnost na neizvjesnost ishoda i rizik. On gleda na poduzetništvo kao proces kojim se kreira i izvodi pothvat koji će rezultirati profitom i ostalim društvenim koristima (Funda, 2011: 15). Poduzetništvo kao izazov, proces stvaranja nove vrijednosti uz ulaganje vremena i napora, nagrađivanje i preuzimanje rizika su glavna obilježja koja su zajednička većini definicija poduzetništva.

Prema Kuvačiću poduzetnici su osobe koje na različite načine i uz različite kombinacije relevantnih čimbenika spajaju poduzetničke ideje s kapitalom, organiziraju poduzetnički pothvat (proizvodnju, trženje ili usluživanje) te pokušavaju zadovoljiti neku potrošačku potrebu na ciljanom tržištu ili pojedinim tržišnim segmentima, povratiti uloženi kapital i kontinuirano zarađivati željeni, odnosno što veći profit, pri čemu osobno preuzimaju sve rizike i odgovornost glede budućih učinaka (dobiti ili gubitaka) svoje poduzetničke aktivnosti (Kuvačić, 2005: 13). Vajić u svojoj knjizi *Management i poduzetništvo: 1000 programa ulaganja za mala i srednja poduzeća* objašnjava da nije teško biti poduzetnikom, ali teško je biti uspješan poduzetnik jer u suvremenim uvjetima poduzetnik je nositelj rizika poslovnog pothvata te on mora biti spreman kombinirati nove tehnologije, znanja i tržišne prigode da uđe u nove poslovne pothvate koji će mu donijeti profit (Vajić, 1994: 80). Ono što on dalje naglašava je to da suvremeni uspješni poduzetnik mora imati sposobnosti za svestrano osmišljavanje i planiranje poslovne akcije, mora imati sposobnost inicijative i inovativnog mišljenja, mora biti dobar organizator, mora znati motivirati ljude te prenijeti odgovornost za diskretnu kontrolu, mora biti strpljiv, sistematičan i uporan. Uspješan poduzetnik na

optimalan način mora upravljati ljudima, financijskim i materijalnim sredstvima te informacijama. Uspješan poduzetnik mora biti i dobar menadžer (Vajić, 1994: 81).

Kod poduzetnika se ističe upravo njegova poduzetnička ideja bez kojeg poduzetnički pothvat ne bi ni postojao. Poduzetničku ideju Kuvačić objašnjava kao prvotnu zamisao o tomu što netko želi raditi (proizvoditi, trgovati, usluživati), s ciljem zadovoljavanja neke potrošačke potrebe te ostvarivanja vlastite zarade (Kuvačić, 2005: 59). Dobar poduzetnik svoju poduzetničku ideju mora prilagoditi potrebama tržišta. On mora stalno pratiti situaciju oko sebe jer se neprestano događaju promjene na tržištu te kako bi njegov poduzetnički pothvat uspio, mora uhvatiti dobru poslovnu prigodu (Vajić, 1994: 85). Uspješan poduzetnički pothvat ovisi o tome koliko je poduzetnik inovativan, o njegovom znanju potrebnome za osnivanje i razvijanje tvrtke te o suradnicima i kulturi sredine (Vajić, 1994: 81). Kreativan i oštrouman poduzetnik će uočiti prigode tamo gdje ih drugi ne vide. Dok drugi smatraju da je novac najvažniji element za započinjanje posla, dobar poduzetnik zna da financiranje slijedi tek nakon što se pronađu sposobni ljudi i kad se uoči prava prilika (Vajić, 1994: 85).

Kako bi poduzetnički pothvat uspio, jedan od bitnih čimbenika uspjeha je i dobro planiranje. Prema Cinguli planiranje je postupak kojim se postavljaju ciljevi i određuju budući zadaci i aktivnosti za njihovo ostvarivanje. On objašnjava kako je u poslovnim aktivnostima planiranje naročito važno jer omogućuje poduzetniku procjenu budućih događaja i pravodobnu pripremu za njih (Cingula, 2001: 9). Nikad nije moguće predvidjeti što će se točno dogoditi u budućnosti, ali uvijek treba biti spreman. Neke od najvažnijih planskih aktivnosti koje Cingula iznosi, a poduzetnik mora poduzeti su prognoziranje svih poslovnih aktivnosti koje se moraju provesti, njihov opseg, odgovorne osobe i do kada moraju biti završene. Poduzetnik mora organizirati poslovne aktivnosti, odrediti njihovo trajanje, redoslijed i definirati poslovna događanja koja nastaju kao početak ili završetak utvrđenih aktivnosti. Dobar poduzetnik mora odabrati ljude za ispunjenje planskih zadataka, njihov broj i potrebna znanja te mora donositi odluke o novom zapošljavanju ili o dodatnoj obuci sadašnjih zaposlenika. Poduzetnik mora postaviti neposredne zadatke i mjerila za njihovo vrednovanje, a te planske veličine moraju biti izražene numerički kako bi se kasniji stvarni rezultati mogli usporediti s planskim veličinama. Uz planiranje aktivnosti, materijala i osnovnih sredstava treba se izraditi proračun kao konačan postupak u poslovnom planiranju jer on pokazuje utrošak svih resursa potrebnih za odvijanje pojedinih poslovnih funkcija ili njezinih dijelova (Cingula, 2001:10). Upravo iz svega ovog navedenog proizlazi potreba poduzetnika za izradom poslovnoga plana.

3. POSLOVNI PLAN

"Premda se često kritizira kao „san o slavi“, poslovni je plan vjerojatno poduzetniku najvažniji dokument u početnom stadiju. Potencijalni ulagači vjerojatno neće razmišljati o ulaganju u novi pothvat sve dok se poslovni plan ne dovrši. Osim toga, poslovni plan pomaže poduzetniku zadržati pozornost na onome što treba postići."¹

Uz današnju masovnu upotrebu računala i realnih mogućnosti projekcija budućih poslovnih događanja, postojanje poslovnih planova nikad nije bilo upitno. U prošlosti su oni bili manje detaljni ili nenapisani, ali su ipak postojali. U knjizi koje izdaje Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske Žanić objašnjava da se pod nazivom poslovni plan podrazumijeva pisani dokument s analizom bitnih čimbenika poslovanja i razvitka, pokazateljima očekivane učinkovitosti (Žanić, 2000: 16).

Prema Bangsu tri su glavna razloga zašto je potrebno uložiti napor i napisati poslovni plan. Prvi je razlog da proces pisanja poslovnog plana sili poduzetnika da objektivno, kritički i neemotivno sagleda svoj cjelokupni poslovni projekt. Drugi je pak razlog da je poslovni plan kao konačni proizvod glavno i učinkovito oruđe koje će poduzetniku pomoći uspješno voditi posao. Treći i posljednji razlog je da poslovni plan prikazuje poduzetnikove ideje drugima i osnova je njegova prijedloga za financiranje upućenog budućem zajmodavcu ili suvlasniku (Bangs, 1998: 1)

Ukratko, poslovni se plan može definirati kao temeljna okosnica planiranja, pokretanja, financiranja, organiziranja, vođenja, razvijanja i kontrole poduzetničkoga pothvata tijekom njegova cjelokupnog vijeka trajanja (Vajić, 1994: 746).

3.1. Namjena poslovnog plana

Cingula objašnjava kako svrha izrade poslovnog plana jest omogućiti stvarni prikaz poslovnog pothvata i očekivane rezultate tog pothvata, najprije poduzetniku, a zatim svim drugima koji bi mogli biti uključeni u planirane poslovne aktivnosti. Poslovni plan nastaje kao dio dugoročnog sagledavanja posla i njegova okružja. Kada proizlazi iz postojeće poslovne strategije, tada već sadrži sastavnice misije, strategijskih ciljeva i analize, a kada se izrađuje za novi pothvat, tada mora pokazati mogućnosti strategijskog razvoja i nakon godišnjeg razdoblja kojeg obuhvaća (Cingula, 2001: 12).

¹Hisrich, R. D.; Peters, M. P. i Shepherd, D. A.: Poduzetništvo. sedmo izdanje, MATE d.o.o., Zagreb, 2011., str. 197

Poslovni je plan namijenjen samim poduzetnicima odnosno vlasnicima poduzeća, potencijalnim dioničarima, bankarima i drugim financijerima poslovnoga plana. Poslovni je plan temeljno polazište i poduzetnikova referencija za pregovore s budućim kupcima, dobavljačima, distributerima i podugovaračima radi uspostave dugoročnih poslovnih veza i sklapanja ugovora. Poslovni je plan je referentna slika poslovnog i financijskog ugleda poduzeća pa se na temelju njega traže partneri za zajednička ulaganja, različite oblike udruživanja, širenje i razvoj postojeće djelatnosti te za moguću diverzifikaciju - ulazak u nova proizvodna ili uslužna područja. Poslovni je plan namijenjen ozbiljnim menadžerima, konzultantima ili drugim značajnim djelatnicima koje poduzeće angažira. Poslovni plan namijenjen je i društvenoj zajednici na različitim razinama ako djelatnost koja se njime opisuje može bitno utjecati na društveno-gospodarski razvoj i okoliš. Poslovni je plan i temeljna referencija poduzeća odnosno poduzetnika za sklapanje poslovnih ugovora s državom te za uključivanje u različite državne i međunarodne fondove za poticanje i razvoj poduzetništva (Vajić, 1994: 747-48).

3.2. Sadržaj poslovnog plana

Stručnjaci u literaturi navode kako svaki poslovni plan nije jednak za sve primjere. Prema Vajiću sadržaj poslovnog plana ovisi o nekoliko čimbenika: samome pristupu pojedinoga autora, namjeni poslovnog plana, području djelatnosti na koju se odnosi (proizvodna, neproizvodna, neprofitna), tehničko-tehnološkim karakteristikama proizvoda ili usluga što su predmet poduzetničkog programa, specifičnostima tržišta elaboriranih proizvoda ili usluga, vremenskome razdoblju što ga obuhvaća, razini ciljeva kojima se daje prednost, pretpostavljenoj veličini poduzetničkog pothvata i slično. Ovi i slični čimbenici određuju anatomiju poslovnoga plana u smislu detaljiziranja njegove strukture i obujma pojedinih dijelova te određuju razinu, dubinu i širinu istraživačkoga postupka u projektnom osmišljavanju poduzetničkog pothvata koji se detaljno opisuje (Vajić, 1994: 749).

Formalnu strukturu poslovnoga plana prema Kuvačiću čine ove sastavnice:

- Naslovnica
- Kazalo
- 1. Operativni sažetak
- 2. Opis poduzetničke ideje
- 3. Tržišni podaci projekta

4. Tehničko-tehnološki opis projekta
 5. Menadžment projekta
 6. Marketing projekta
 7. Financijski podaci projekta
 8. Ocjena učinkovitosti projekta
- Dodaci
 - Literatura i konzultanti²

3.2.1. Naslovnica

Čitatelji prvi dodir s poduzetničkim planom ostvaruju preko naslovnice. Ona mora biti grafički pravilno oblikovana i sadržavati mnoštvo informacija. Naslovnica svakog poduzetničkog plana neizostavno bi trebala sadržavati sljedeće informacije:

- Puni naziv tvrtke, djelatnost, adresa i telefon, faks, e-mail, web-stranica i slično,
- Središnje i istaknuto otisnut naslov:
PODUZETNIČKI PLAN,
- Predmet elaboracije (naziv poduzetničke ideje),
- Najnužniji podaci o osnivačima i/ili vlasnicima tvrtke,
- Podaci o autorima, redaktorima i recenzentima (ili konzultantima) projekta,
- Podaci o osobi za vezu tvrtke pošiljatelja (ime osobe, adresa, telefon i slično),
- Podaci o primatelju projekta (naziv, adresa, telefon, ime osobe, funkcija, ...),
- Podaci o rednomu broju primjerka koji se upućuje dotičnomu primatelju,
- Podaci o mjestu i vremenu izrade plana,
- Upozorenje o zaštiti autorskih i/ili vlasničkih prava.³

²Kuvačić, N.: Biznis-plan ili poduzetnički projekt. Beretin, Split 2005., str. 133-134

³ibid, str. 135-136

3.2.2. Kazalo

Poslije naslovnice dolazi kazalo sadržaja plana. Iz njega čitatelji dobivaju prvi uvid o tome što se sve nalazi u poslovnome planu te na kojim stranicama počinju i završavaju pojedina poglavlja i dijelovi (Kuvačić, 2005: 136).

3.2.3. Operativni sažetak

Operativni se sažetak prikazuje na tri do četiri stranice teksta i oblikuje se nakon izrade cijelog poslovnog plana. Piše se da bi svaki zainteresirani čitatelj u kratkome vremenskom periodu mogao iščitati stožerne tehničko-tehnološke, tržišne, organizacijske, financijske i druge performanse poduzetničke ideje koja je potanko razrađena u planu. Dužina sadržaja ovisi o veličini i značenju poslovnoga plana, vrsti djelatnosti, namjeni plana i drugim činiteljima istaknutima u uvodnome dijelu (Kuvačić, 2005; 136). Kuvačić smatra da bi svaki operativni sažetak trebao sadržavati ove informacije:

- Temeljni podaci o tvrtki investitoru,
- Asortiman proizvoda, robe ili usluga,
- Tržišni podaci i konkurencijske prednosti,
- Temeljni tehničko-tehnološki podaci,
- Visina, struktura i izvori sredstava – kapitala,
- Potrebni menadžeri i novi zaposlenici,
- Aktivizacijsko razdoblje – razdoblje izvedbe,
- Mjere radne i ekološke zaštite,
- Temeljni pokazatelji učinkovitosti projekta.⁴

Struktura informacija u operativnome sažetku nije zadana, već se može uzimati kao nužni minimum sažetih informacija koje poduzetnik smatra potrebnima kako bi ih predočio na animirajući način, odnosno redosljedom kojim će prvotno zainteresirati čitatelja (Kuvačić, 2005: 137).

⁴Kuvačić, N.: Biznis-plan ili poduzetnički projekt. Beretin, Split 2005., str. 137

3.2.4. Opis poduzetničke ideje

U ovome poglavlju potrebno je opisati sve stožerne odrednice poduzetničke ideje, odnosno programa ulaganja kojim je predviđena njezina realizacija. Ideju za pokretanje novoga ili unaprjeđenje i razvoj postojećeg poslovnog pothvata treba opisati tako da se vidi tko su autori i kako su došli do ideje, koje su specifičnosti i pogodnosti odabrane ideje te na čemu se temelje poduzetničke i njezine podobnosti osnivača ili budućih vlasnika tvrtke. Čitatelji s osobitom pozornošću čitaju i analiziraju ovaj dio poslovnog plana jer se u njemu nalaze sve potrebne informacije za daljnje praćenje plana, odnosno njegov slijed od ideje do realizacije. Ovo poglavlje bi trebalo sadržavati podatke o autorima i evoluciji ideje, opis proizvoda, robe ili usluge te poduzetničke referencije (Kuvačić, 2005: 137).

3.2.5. Tržišni podaci projekta

U ovome poglavlju poslovnoga plana autor se treba okrenuti prema istraživanju tržišta. Valja identificirati segmente potencijalnih potrošača na ciljanome tržištu, procijeniti potrošačke financijske potencijale identificiranih segmenata, te obavezno odrediti najkraće puteve proizvoda, robe ili usluge do pojedinih skupina potrošača. Treba odrediti koje su konkurencijske prednosti projekta, slabosti, tržišne šanse i na koje opasnosti projekt može naići. Tržište treba podijeliti na segmente, odnosno homogene potrošačke skupine te zatim identificirati ciljane skupine kupaca i potrošača. Potrebno je odrediti svoju poziciju u odnosu na konkurenciju te odlučiti koje proizvode ili usluge treba staviti na tržište. Nakon toga treba odabrati najbolji put do krajnjeg potrošača te odrediti cijene proizvoda ili usluga, a tek poslije toga slijedi učinkovito promoviranje svojeg imena i sve što tržištu nudite (Kuvačić, 2005: 140-41). Sadržajno, ovo bi se poglavlje trebalo sastojati od projekcije ciljanih tržišta, projekcije konkurencije, projekcije tržišnoga udjela, projekcije cijena, projekcije tržišne ekspanzije, projekcije prodaje i prihoda te projekcije nabavnih tržišta (Kuvačić, 2005: 146).

3.2.6. Tehničko-tehnološki opis projekta

U ovome se poglavlju predočavaju nužne informacije dostatne za odgovore na pitanja gdje, kako i (s) čime ćemo proizvoditi, tržiti ili usluživati. Ovo poglavlje čine potpoglavlja koja sadrže nužne informacije o izboru makrolokacije i mikrolokacije, potrebne opreme i njezina kapaciteta, potrebnih stalnih sredstava, potrebnih materijalnih inputa, potrebnih novih

zaposlenika, nužnih zaštitnih mjera te trajanja aktivizacijskoga razdoblja (Kuvačić, 2005: 153).

3.2.7. Menadžment projekta (upravljanje i rukovođenje projektom)

Poduzetnički je projekt stožerna planska pretpostavka buduće aktivnosti tvrtke, kao i globalna slika njezina organiziranja, kadrovskega ekipiranja te vođenja i kontrole tijekom aktivizacijskoga i eksploatacijskoga razdoblja. U ovome dijelu osobitu pozornost treba usmjeriti na područje organiziranja i kadrovskega ekipiranja pothvata. Treba odrediti organizacijsko-pravni i organizacijsko-djelatni oblik poduzetničkog pothvata te sve relevantne podatke i objašnjenja glede zamišljena i postojećega pravno-vlasničkoga oblika pothvata, kao i temeljne naznake organizacijske i upravljačke strukture. Neka od potpoglavlja koja čine ovo poglavlje su: pravno-organizacijski oblik pothvata, partneri i glavni dioničari, prava vlasnika, menadžerski tim, ostali zaposlenici te djelatno-organizacijska slika tvrtke (Kuvačić, 2005: 185).

3.2.8. Marketing projekta

Marketing ima važnu ulogu u uspjehu poslovnog pothvata. Treba jasno znati kako će poduzeće doći do kupaca. Ključni je element uspješnog marketinškog plana znati što kupci žele od vas, što očekuju od vas, ali i od konkurencije. U ovome dijelu treba pokazati cilj marketinških napora te navesti projekcije ulaska u tržište. Nužno je što detaljnije procijeniti tržište i potencijalne kupce te konkurenciju (Ožanić, 2014: 182). Poglavlje o marketingu je usustavljen popis i opis svih aktivnosti usmjerenih na što učinkovitiju prezentaciju i prodaju određenog proizvoda, robe ili usluge na ciljanomu tržištu i stvaranje što bolje slike tvrtke u potrošačkoj javnosti tijekom određenog planskoga razdoblja (Kuvačić, 2005: 207). Ovo poglavlje treba detaljno sadržavati informacije o proizvodu ili usluzi, cijeni proizvoda ili usluge, prodaji i distribuciji te promociji proizvoda ili usluge (Kuvačić, 2005: 188).

3.2.9. Financijski podaci projekta

Ovo poglavlje mora ponuditi dostatan broj i kvalitetu pouzdanih informacija za pregledno iščitavanje svih financijskih aspekata pretpostavljena pothvata, i to za dulje vremensko

razdoblje predviđena odnosno promatrana vijeka eksploatacije projekta. Kuvačić savjetuje da bi se pri izradi ovog dijela mogla zatražiti pomoć financijskih stručnjaka. Financijsko poglavlje mora sadržavati projekciju dobiti – gubitka, projekciju ekonomskih i financijskih tijekomova te projekciju bilance, kao i potrebite tablične prikaze na kojima se one temelje (Kuvačić, 2005: 209).

3.2.10. Ocjena učinkovitosti projekta

Na osnovu ovoga poglavlja poduzetnik, banka i drugi financijeri žele vidjeti hoće li poduzetnički projekt biti profitabilan, hoće li biti likvidan, za koliko će se godina isplatiti, kolika je cijena radnog mjesta i hoće li biti elastičan, tj. kako će reagirati ako se neke pretpostavke ne ostvare. Ocjena učinkovitosti projekta je složeni analitički postupak kojim se svim zainteresiranima daje procjena buduće djelotvornosti i profitne učinkovitosti poduzetnička projekta odnosno utvrditi isplativosti poduzetničkog projekta. Najčešće upotrebljavane metode su: razdoblje povrata investicije, metode čiste sadašnje vrijednosti, interna stopa profitabilnosti, analiza likvidnosti, analiza osjetljivosti, godišnja stopa prinosa, stopa rentabilnosti. Iz ovih se proračuna i analiza na kraju izvodi zaključak kojim se pozitivno ili negativno ocjenjuje projekt te se nakon toga donosi odluka o izvedbi pothvata ili se od njega odustaje (Ožanić, 2014: 183-84).

4. USLUŽNO PODUZETNIŠTVO

Usluge tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka koje su opisane poslovnim planom pripadaju u uslužno poduzetništvo, točnije u kategoriju neproizvodno-uslužnog poduzetništva. Tvrtka Testeraudio d.o.o. nudi usluge podrške u vidu iznajmljivanja i postavljanja audio, vizualne i tehničke opreme potrebne prilikom organiziranja događanja te organizacijske usluge vezane uz upravljanje događanjima.

Uslužno se poduzetništvo prema Kuvačiću može definirati kao poduzetničke aktivnosti kojima je rezultat neka materijalna i nematerijalna usluga namijenjena prodaji potrošaču. Uslužne su djelatnosti jedna od vrsta djelatnosti u složenoj društvenoj diobi rada sa specifičnim obilježjima, kao što su nedodirljivost i nematerijalnost. Kuvačić razlikuje tržišne, netržišne te besplatne usluge. Iz toga proizlaze tri vrste uslužnoga poduzetništva: proizvodno-uslužno poduzetništvo (gostinstvo ili turizam, ugostiteljstvo, hotelijerstvo, različita područja proizvodno-uslužnog obrtništva, različite servisne usluge i slično) , neproizvodno-uslužno poduzetništvo (trgovinski, prometni i agencijski poslovi, različite rekreacijsko-sportske usluge i slično) i javno-uslužno poduzetništvo (različite usluge državne uprave i lokalne te područne – regionalne samouprave, školstvo, znanost, obrazovanje, kultura, zdravstvo, sport, socijalna skrb, vojska, policija i slično) (Kuvačić, 2005: 115).

4.1. Upravljanje događanjima

Upravljanje događanjima ili popularniji engleski naziv *event management* bavi se organizacijom događanja ili *evenata*. Događanje ili *event* (engl.) označava svaku vrstu događaja koji uključuje značajno okupljanje ili aktivnost u društvenom okruženju. Organiziranje događanja uključuje kreiranje, planiranje, koordinaciju i evaluaciju događanja ili eventa⁵

Glavne karakteristike koje opisuju događanja su te da se najčešće radi o jedinstvenom životnome iskustvu, obično su vrlo skupa, održavaju se u kratkome vremenskome periodu, iziskuju dugotrajno i pažljivo planiranje, obično se održavaju jednom (iako se mogu ponavljati svake godine, najčešće u isto vrijeme), podrazumijevaju visoki rizik (financijske i sigurnosne naravi) te svi ljudi uključeni u događanje, uključujući i organizacijski tim, puno toga stavljaju na kocku. (Wagen i Carlos, 2008.: 2).

⁵<http://www.elementa-komunikacije.hr/odnosi-s-javnoscju/upravljanje-dogadajima/> pristupljeno 26. kolovoza 2019. 16:40.

4.1.1. Klasifikacija događanja

Kako bi se bolje razumjelo upravljanje događanjima kao djelatnost potrebno je iznijeti kratku klasifikaciju događanja jer svako događanje zahtjeva drugačiji pristup organizaciji samog događanja.

Postoji širok raspon događanja. Jedna vrsta događanja može se opisati kao „posebna događanja“. „Posebna događanja“ se mogu definirati kao događanja koja se održavaju samo jednom ili rijetko te nisu dijelom uobičajenih programa i aktivnosti sponzora ili organizatora te su za klijenta ili gosta prilika za opuštanje jer predstavljaju izvanredna i nesvakidašnja društvena ili kulturna iskustva. Druga vrsta događanja isključuju dio definicije koji govori o „izvanrednim i nesvakidašnjim iskustvima“ pa su to jednostavnija događanja kao što su sportska događanja, konvencije, izložbe, festivali, karnevali, dodjele nagrada i slično (Wagen i Carlos, 2008.: 4).

Događanja se još mogu klasificirati prema veličini ili vrsti. Prema veličini događanja određuju se megadogađanja, regionalna događanja, značajna događanja i manja događanja. Prema vrsti događanja se dijele na sportska događanja, događanja vezana uz zabavu, umjetnost i kulturu, komercijalna marketinška i promidžbena događanja, skupovi i izložbe, festivali, obiteljska okupljanja, prikupljanje sredstava u dobrotvorne svrhe te ostale vrste događanja koje je nemoguće svrstati u određenu kategoriju. (Wagen i Carlos, 2008.: 4-15).

4.1.2. Organizacijski tim

Kod organizacije događanja mora se znati puno više od onog što se samo promatra kod događanja. Organizator događanja osigurava nesmetani tijek događanja, svodi rizike na najmanju moguću mjeru i nastoji maksimalno povećati zadovoljstvo publike. Zahtjevi koji se stavljaju pred organizatora mnogo su veći nego što se obično misli (Wagen i Carlos, 2008.: 2). Ono što se zahtjeva od organizatora je to da se ističe sposobnošću dobrog upravljanja složenim procesom organizacije događanja. Posebna se pozornost mora posvetiti prijevozu, tehnologiji i osiguranju kao i mnogim drugim elementima. Financijski rizik također predstavlja jednu od briga za organizatore događanja. Događanja su skupa, s visokim troškovima u vrlo kratkom vremenskom razdoblju, a prihod i dobit vezani su uz mnogo veći rizik, nego što je slučaj kod drugih poslova. Kod dobrotvornih događanja i događanja na kojima rade volonteri postoji rizik da će vrijeme koje su pojedinci uložili propasti i da se

pritom neće postići ciljevi. Jedna od bitnih stvari na koje se mora misliti prilikom organizacije jest da je taj događaj jedan od najvažnijih trenutaka u životu sudionika. Stoga organizaciju ne treba shvaćati olako (Wagen i Carlos, 2008.: 2). Od organizatora događanja očekuje se da okupi tim s jasno definiranim odgovornostima za sve vidove događanja uključujući i nepredviđene događaje. Takav tim treba biti dobro organiziran i prilagodljiv. Sposobnost donošenja odluka jedna je od vještina koje su organizatoru događanja najpotrebnije (Wagen i Carlos, 2008.: 4). Kako se približava datum događanja tako se tim oko organizatora povećava. Ovakav fenomen se naziva „pulsirajuća organizacija“ kako bi se opisala organizacija koja se veličinom povećava i smanjuje. Organizator događanja surađuje s velikim brojem kooperanata kao što su voditelj prostora u kojem se održava događanje, redatelj, tvrtke za osvjetljenje, ozvučenje i vizualne efekte, osobe koje se bave unutrašnjim uređenjem, cvjećari, zabavljači, agencije za zapošljavanje, tvrtke za iznajmljivanje, konzultanti za odnose s javnošću i marketing, osiguranje, catering, tvrtke za čišćenje, tvrtke za prodaju ulaznica, tiskare. Organizatori mogu surađivati s vladinim agencijama na različitim razinama od lokalne vlasti do savezne vlade. (Wagen i Carlos, 2008.: 17-18).

4.2. Upravljanje i tehnička produkcija događanja u Hrvatskoj

Upravljanje događanjima u Hrvatskoj ima jako veliku ulogu u razvoju turizma u Hrvatskoj. Upravo o toj temi posvećenoj *event managementu* u turizmu te o svim aspektima dobrih događanja, kako organizirati vrhunske i visokoprofitabilne događaje, iznose svoja saznanja najbolji hrvatski menadžeri događanja na konferenciji održanoj 2015. godine u Zagrebu u obliku izlaganja i proučavanja primjera. Konferencija je bila namijenjena svima koji žele događanjima pokrenuti gospodarski rast svoje zajednice ili organizacije, a to su voditelji kulturnih objekata, kreativnoj industriji pa sve do turističkih zajednica, agencija, predstavnika općina, gradova i županija. Na toj konferenciji došlo se do zaključka da su događanja posebno atraktivna kao mogućnost produljenja turističke sezone tijekom cijele godine, oživljavanjem povijesnih lokaliteta, zelenih površina i destinacija koje nisu uz more, te u tom smislu nisu ljetovališta. Svaka destinacija ili poduzeće ima neku specifičnost koja se u suradnji s vrsnim upravljanjem događanjima treba kreativno i atraktivno prezentirati uz višestruku kratkoročnu i dugoročnu korist, a na zadovoljstvo turista i lokalne zajednice⁶. Na konferenciji se ističe važnost razvoja samostalne poduzetničke grane upravljanja događanjima

⁶<https://lider.media/znanja/event-management-i-njegova-uloga-u-razvoju-hrvatskog-turizma/> pristupljeno 26. kolovoza 2019.16:49.

kako sve ne bi ostalo na lokalnoj, regionalnoj te državnoj samoupravi te da se naglasak treba premjestiti s turističke sezone i na ostale dijelove države. Iz ovoga svega proizlazi potreba za razvojem ove poduzetničke grane.

Prvi primjer dobre prakse tehničke podrške događanjima jest, jedno od vodećih poduzeća čija je djelatnost vezana uz tehničke produkcije, Eldra d.o.o. iz Luga Samoborskog. Ovo poduzeće prati dugogodišnje iskustvo u ovome poslu. Osnovano je 1993. godine. Eldra d.o.o. nudi potpunu tehničku opremu za produkciju događanja što uklanja rizike nekompatibilnosti ostalih ponuđača i dobavljača na tržištu ove srodne djelatnosti. Cilj je Eldre d.o.o. pružanje najkvalitetnije usluge i rješenja iznad očekivanja klijenata, te na iznenađenja njihovih partnera, donositi novitete audio, vizualne i rasvjetne tehnologije na hrvatsko tržište kroz 25 godina poslovanja. Ponosno ih predstavlja velik broj uspješno izvršenih koncerata, festivala, konferencija i ostalih događanja kao što su Dora, Weekend media festival, koncert 2Chellos, konferencija ZaGOspodarimo otpadom i još brojna druga događanja⁷.

Drugi primjer dobre prakse jedno je od vodećih poduzeća na području Slavonije i Baranje koje se također bavi tehničkom produkcijom za događanja, a to je Tobler d.o.o iz Osijeka s predstavnikom i osnivačem poduzeća Tomislavom Korovom. Osnovano je 1992. godine, a osnovna je djelatnost iznajmljivanje i postavljanje ozvučenja, rasvjete te osigurana vlastita pozornica za klijente. U svojoj ponudi nude projektiranje, dizajn, prodaju i ugradnju profesionalne RCF audio opreme te široku ponudu programa ostalih poslovnih partnera zvučnih kutija. Iza sebe broje velik broj uspješno održanih događanja na području Osijeka i okolice te posjeduju velik broj referenca i zadovoljnih klijenata⁸.

Jedna od vodećih agencija za upravljanje događanjima na području Osječko-baranjske županije je Adverta iz Osijeka. Agencija je specijalizirana za organizaciju, koordinaciju i produkciju događanja. Agencija prati razvoj novih tehnologija i trendova te djeluju u skladu s njima kako bi pružili klijentima i posjetiteljima vrhunsku uslugu. Njihove mlade snage svojim vještinama i znanjem potiču razvoj lokalne kreativne industrije jer su svjesni da ona naglašava kulturnu raznolikost i poboljšava ekonomsku učinkovitost. Svojim kompetencijama na tržištu daju sve od sebe kako bi bili jedan od pokretača razvoja, otvaranja razvoja, stvaranja bogatstva grada Osijeka i kako bi kreirali vrijednost za cijelo društvo. Osnovana je 2012. godine, a iza sebe broji preko 150 događanja u vlastitoj produkciji ili u suradnji sa partnerskim događanjima. Uz brojne koncerte koje agencija organizira, neka od najpoznatijih

⁷ Eldra d.o.o. iz Luga Samoborskog | <https://eldra.hr/> pristupljeno 26. kolovoza 2019. 20:21.

⁸ Tobler d.o.o. iz Osijeka | <https://tobler.hr/> pristupljeno 26. kolovoza 2019.godine 20.00.

dogadjanja koje agencija organizira jesu: In da sofa (ljetna ili zimska druženja uz nastupe DJ-a i raznih tematskih koncerata), manifestacije kao što su Večeri vina i umjetnosti, Wine and Bike Tour Erdut, konferencija Market&NG - tržište i nove generacije⁹.

Ova tri predstavljena poduzeća primjer su uspješnih poduzetničkih pothvata na području naše države. Svojom kvalitetom i uslugom uspjeli su postaviti standard u ne tako razvijenoj grani ovoga oblika poduzetništva te su vodeća poduzeća u svojoj djelatnosti. Testeraudio d.o.o. bi ujedino ove dvije djelatnosti, upravljanje događanjima i tehnička podrška događanjima te bi se pokušao na kreativan, kvalitetan i jedinstven način probiti na tržište.

⁹ Kreativna agencija Adverta | <https://adverta.io/hr> pristupljeno 26. kolovoza 2019. 20:15

5. POSLOVNI PLAN TVRTKE TESTERAUDIO D.O.O. IZ OSIJEKA

Na sljedećim stranicama nalazi se poslovni plan tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka. Poslovni plan pisan je prema uputama iz knjige *Biznis-plan* Nikole Kuvačića iz 2005. godine. Budući da je poslovni plan dio završnoga rada, kazalo je uvršteno u sadržaj završnoga rada, a naslovnica plana neće se prikazati. Poslovni plan kreće operativnim sažetkom te se nastavlja sa svim ostalim dijelovima poslovnoga plana. Podaci u poslovnome planu nisu stvarni, već su projekcija potencijalne stvarnosti kada bi se krenulo s poduzetničkim pothvatom otvaranja tvrtke.

5.1. Operativni sažetak projekta

Cilj ovog poslovnog prijedloga je osiguravanje financiranja za kvalitativni i kvantitativni razvoj asortimana rješenja i usluga s područja tehničke i produkcijske podrške organizaciji širokog spektra javnih i privatnih događanja.

5.1.1. Podaci o tvrtki i poduzetniku

Naziv projekta: Povećanje kvalitete usluga nadogradnjom postojećeg tehničkog asortimana.

Vlasnik i osnivač tvrtke: Relja Marinčić

Matični broj poslovnog subjekta: 42021062019

Datum registracije (osnivanja): 01.01.2019.

Autor projekta: Relja Marinčić, bacc.oec.

Osoba za kontakt: Relja Marinčić, bacc.oec.,

GSM: 090/000-0000

e-adresa: relja.marinčić@mail.com

Primatelj projekta: Dobra banka d.o.o.

5.1.2. Asortiman proizvoda, roba ili usluga

Testeraudio d.o.o. iz Osijeka pruža širok spektar usluga iz područja organizacije i podrške organizaciji događanja. Usluge uključuju najam audio i video, te ostale tehničke, informatičke i druge pomoćne opreme potrebne za organizaciju i opremanje širokog spektra tematskih događanja.

Razvijamo individualna rješenja temeljena na potrebama i željama klijenta. Odabrana rješenja programiramo za stalne ili privremene aplikacije. Za stalne klijente pružamo uslugu edukacije osoblja za rukovanje specijaliziranom opremom.

Uz organizaciju vlastitih originalnih događanja i programa, pružamo integriranu menadžersku, programsku, operativnu i tehničku podršku organizaciji kulturnih, zabavnih, edukativnih i turističkih događanja i manifestacija koja može sadržavati:

- Oblikovanje koncepta i programa događanja,
- Kreativni proces i dizajn,
- Marketinška i medijska komunikacija,
- Odnosi s javnošću,
- Najam audio, video i ostale informatičke i tehničke opreme,
- Razvoj potpunih tehničkih rješenja,
- Produkcijaska i operativna podrška,
- Usluge prijevoza roba ili ljudi za vlastite potrebe.

5.1.3. Tržišni podaci

Trend rasta turističkih dolazaka, povećana gospodarska aktivnost u gotovo svim granama, rast mogućnosti potrošnje građana samo su neki od trendova koji obilježavaju trenutno stanje u Osječko-baranjskoj županiji. Dok se potražnja za najmom tehničke opreme za organizaciju širokog spektra manifestacija stabilno povećava, ukupna ponuda stagnira u kvalitativnom i kvantitativnom pogledu.

Zadržavanjem postojećih i privlačenjem novih korisnika usluga težimo pozicioniranju poduzeća među tri vodeća subjekta na tržištu, a samim time i stabilnom rastu i razvoju kvalitete usluge i tehničko-tehnološkog procesa.

5.1.4. Tehničko-tehnološki podaci

Operativni plan izvršavanja dogovorenih poslova fokusiran je na područje istočne Hrvatske, prvenstveno grada Osijeka i Osječko-baranjske županije. Tehnološki proces temelji se na vlastitom iskustvu, znanju te kompetencijama zaposlenih. Prateći sve zahtjeve pravila struke, zaštite na radu, zaštite okoliša, te koristeći visokokvalitetnu tehničku opremu ispunjavamo visok postotak zadanih ciljeva uz minimalan trošak vremena i dodatnog materijala.

5.1.5. Visina i struktura ulaganja te izvori sredstava – kapitala

Struktura ulaganja sastoji se od osnovnih i obrtnih sredstava. Osnovna sredstva iznose 263 300,00 kuna, dok obrtna sredstva iznose 89 300,00 kuna. Ukupno bi to činilo 352 600,00 kuna kao što je prikazano u tablici 1.

Tablica 1 Struktura ulaganja

Red. broj	Opis	Iznos u HRK	Struktura u %
1	Osnovna sredstva	263.300,00	74,67
2	Obrtna sredstva	89.300,00	25,33
	Ukupno	352.600,00	100,00

Izvor: vlastita izrada autora

Izvor kapitala tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka čine vlastita sredstva u visini od 204 000,00 kuna. Dio kapitala dolazio bi iz bankarskog zajma u iznosu od 155 000,00 kuna. Iz čega proizlazi da su vlastita sredstva veća nego bankarski zajam. Ukupno potrebna sredstva iznose 352 600,00 kuna kao što je prikazano u tablici 1 i 2.

Tablica 2 Izvor sredstava

Red. broj	Opis	Iznos u HRK	Struktura u %
1	Vlastita sredstva	204.000,00	57,86
2	Bankarski zajmovi	155.000,00	43,96
3	Dobavljači	0,00	0,00
4	Ostali izvori	0,00	0,00
	Ukupno	352.600,00	100,00

Izvor: vlastita izrada autora

5.1.6. Potrebni uposlenici

Analizirajući tržišne i poslovne potrebe, strukturu zaposlenih čini uravnotežen tim čiji članovi posjeduju visoku razinu tehničkih, komunikacijskih, marketinških i organizacijskih vještina. Karakterne osobine koje tražimo kod budućih zaposlenika su proaktivno djelovanje, usredotočenost na rješenje, timski rad, ažurnost, te kompetentnost u svom području.

Neka od radnih mjesta koje čine Testeraudio d.o.o. iz Osijeka tim su kompetentni i stručni audio-vizualni tehničari,iskusni vozači, kreativni grafički dizajner te komunikativni marketinški stručnjak.

5.1.7. Tijek izvedbe projekta (aktivizacijsko razdoblje)

Početak projekta predviđen je za 1. rujna 2019. godine, dok je zaključivanje svih faza projekta planirano tijekom drugog kvartala 2020. godine. Faze projekta sastoje se od traženja i odabira specijalizirane opreme koja će povećati ukupnu kvalitetu naše usluge, osiguravanja sredstava, traženja ponuda na tržištu te na kraju priprema i upoznavanje s opremom prije samog puštanja u komercijalnu upotrebu.

5.1.8. Mjere zaštite okoliša i zaštita na radu

Osnova za provođenje zaštite na radu je procjena rizika od neželjenih događanja. Procjena rizika temeljena je na informacijama prikupljenima od vodećih poduzeća na tržištu, vlastitom iskustvu te zakonskim odredbama.

S obzirom na opasnosti rada s teškom mehanizacijom, visokim naponom te radom na visinama mjere koje poduzimamo su:

- Zdravstveni nadzor radnika,
- Osnovno, posebno te specifično osposobljavanje za rad na siguran način,
- Stručno osposobljavanje za siguran rad s opremom u uvjetima povećanog rizika,
- Označavanje radne opreme sigurnosnim znakovima i uputama za rad na siguran način,
- Upotreba osobne zaštitne opreme,
- Dokumentirani postupci i razrada tehnološkog procesa kroz sigurne radne postupke.

5.1.9. Pokazatelji učinkovitosti projekta

- Razdoblje povrata ulaganja: 1 godina
- Godišnja stopa prinosa:
 - Prva godina: 88.54 %
 - Druga godina: 94.48 %
 - Treća godina: 97.00 %
 - Četvrta godina: 102.93 %
 - Peta godina: 105.42 %
- Neto sadašnja vrijednost: 495 653,68 kn
- Prosječni neto primitak: 226 221,71 kuna
- Prosječna profitabilnost: 64.16%

5.1.10. Zaključak

Poduzetnički projekt Testeraudio d.o.o. iz Osijeka pogodan je za izvedbu. Prema pokazateljima povrat osnovnih ulaganja trebao bi biti izvršen već tijekom prve godine projekta. Godišnja stopa prinosa pokazuje trend rasta od 88.54% u prvoj godini do 105.42% u petoj godini poslovanja. Neto sadašnja vrijednost u iznosu od 495 653,68 kuna pokazuje pozitivnu bilancu te sposobnost poduzeća da izvršava sve dospjele financijske obveze. Prosječna profitabilnost iznosi 64.16% te je pozitivan pokazatelj prema kojemu ovaj projekt smatramo izvedivim i isplativim.

5.2. Poduzetnička ideja

5.2.1. Podaci o autoru projekta

Prezime i ime (ime oca): Marinčić Relja (Marin)

JMBG: 2110990300000

Broj osobne iskaznica: 112618711

Adresa: Mlinska 30, 31000 Osijek

Telefon: 031/377-721 / 098/197-7465

E-mail: rmarinc23@gmail.com

Stručna sprema: VSS – bacc.oec., Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić

Zanimanje: student | Vozačka dozvola: B

Stručno usavršavanje: -

Ukupni radni staž: 2 godina

Profesionalno iskustvo:

- 06/2017 - 06/2019: Quehenberger logistics, TC Portanova, Osijek
 - Skladišni poslovi
 - Rad s viličarem
 - Provjera ispravnosti artikala
- 02/2018 - 08/2018: Fast Food Hokus-Okus; T.O. "DADA", Osijek
 - Priprema ekskluzivnih fast food proizvoda
 - Posluživanje gostiju
 - Izdavanje računa i obračun

Članovi obiteljskog domaćinstva:

- Otac - liječnik opće obiteljske medicine
- Majka - medicinska sestra

5.2.2. Reference nositelja poduzetničke ideje

Dinamičan cjelogodišnji raspored sastoji se organizacije i produkcije različitih klupskih programa, festivalskih i turističkih događanja, najma opreme te brojnih srodnih popratnih

djelatnosti, aktivnosti i inicijativa. Pružamo usluge najma ozvučenja, rasvjete i vizualnog dizajna, kvalificiranog tehničkog tima i po potrebi upravljanje projektom / proizvodnjom.

Stekli smo iznimno iskustvo u pružanju potpore izvanrednim događanjima koji obuhvaćaju koncerte, posebna događanja, festivale, nagrade, modne revije, kampanje brendiranja, zabave na televiziji, televizijske emisije, kazališne predstave, konferencije i razne vjerske skupove i sportske događaje.

Unatoč brojnim preprekama s kojima se susreću organizatori društveno-kulturnih i glazbenih događanja, Testeraudio d.o.o. iz Osijeka djelovanjem ostvaruje brojna uspješna događanja visokih programskih standarda i visoke razine produkcije uz sve veću popratnu reakciju publike i ciljanih korisnika. Područje djelovanja poduzeća s godinama se povećava i praćeno je multipliciranjem aktivnosti te okupljanjem sve većeg broja domaćih i inozemnih partnera.

5.2.3. Opis poduzetničke ideje

Kvalitativno i kvantitativno proširenje i razvoj asortimana za najam profesionalne audio, video i ostale tehničke opreme neophodne za izvršavanje operativnih djelatnosti prilikom organizacije događanja.

5.2.4. Vizija, ciljevi i zadaće poduzetničkog pothvata

Testeraudio d.o.o. iz Osijeka povećavanjem vlastitog produkcijskog, tehničko-tehnološkog i operativnog kapaciteta proporcionalno utječe na rast potencijala grada Osijeka te cjelokupnog istočnog dijela Republike Hrvatske.

Uz organizaciju vlastitih originalnih događanja i programa pružamo integriranu menadžersku, programsku, operativnu i tehničku podršku u organizaciji kulturnih, zabavnih, edukativnih i turističkih događanja i manifestacija koja može sadržavati:

- Oblikovanje koncepta i programa događaja,
- Kreativni proces i dizajn,
- Marketinška i medijska komunikacija,
- Najam audio, video i ostale informatičke i tehničke opreme,
- Razvoj potpunih tehničkih rješenja,
- Produkcijaska i operativna podrška,

- Usluge prijevoza roba ili ljudi za vlastite potrebe.

Fokusiranjem na rješenja umjesto na poteškoće, uz profesionalnu aplikaciju moderne visokokvalitetne audio, video i druge informatičke opreme, klijentu osiguravamo visoku razinu vrijednosti usluge u odnosu na uložena sredstva. Kontinuirano stvaramo i podržavamo raznolik sadržaj čiji bi efekt trebao biti povećanje kvalitete života u lokalnoj zajednici jednako kao i privlačenje većeg broja vanjskih gostiju.

5.2.5. Tijek izvedbe (ili aktivizacijsko razdoblje).

Početak projekta predviđen je za 1. rujna 2019. godine, dok je zaključivanje svih faza projekta planirano tijekom drugog kvartala 2020. godine. Faze projekta sastoje se od traženja i odabira specijalizirane opreme koja će povećati ukupnu kvalitetu naše usluge, osiguravanja sredstava, traženja ponuda na tržištu te na kraju priprema i upoznavanje s opremom prije samog iznošenja u komercijalnu upotrebu.

5.2.6. Opis proizvoda robe i/ili usluge

Testeraudio d.o.o. iz Osijeka bavi se iznajmljivanjem, programiranjem i upravljanjem ozvučenja i rasvjete, specijalnih efekata za događanja, koncerte, domjenke, promocije, modne revije i vjenčanja. Također postavljamo i permanentne instalacije po potrebi i zahtjevima klijenata.

5.2.6.1. Asortiman robe

Vrhunski zvuk i pouzdanost garantiramo profesionalnom digitalnom i analognom opremom najviše kvalitete (Turbosound, Precision Devices, Allen & Heath, Numark, Behringer, Peavey, Sennheiser, DAP audio...) te kvalitetnom tehničkom podrškom s dugogodišnjim iskustvom.

Trenutni portfolio opreme za tehničku podršku organizaciji događanja:

- RAZGLAS (Zvučnici)
 - 8x X-TRO, 600W
 - 8x Hog Scoop, PD.1852, 1000W
 - 8x Cubo Kick, PD.155NR1, 1000W

- 6x Turbosound iQ15Bass, 3000W
- 6x Turbosound iQ15, 2500W
- RAZGLAS (Pojačala)
 - Peavey PV 2600 pojačalo
 - Behringer iNUKE NU12000DSP
 - 2x Behringer Europower EP2500
- RAZGLAS (ostala oprema)
 - Yamaha MW 12-USBMixing Studio
 - Ross Systems RCS-1602 Mixdesk
 - Behringer CX3400 3-Way Stereo Crossover
 - 4x Behringer Ultravoice XM8500 Mic
- DJ OPREMA (ostala oprema)
 - Numark DJM-06
 - Korg Nano Suite
 - AKAI APC mini
 - Behringer DJM750
 - Allen&Heath Xone:23
 - Numark Mixtrack Pro 3
- OSTALA OPREMA
 - Agregat Honda 10-KW
 - 100m PixelLED traka
 - 2x Projektor BENQ MX825ST, DLP, XGA, 3300 ANSI
 - Šator za zabave, SEMI PRO CombiTents® 6x12m

5.2.6.2. Asortiman usluga

- Savjetovanje u vezi tehničkog opremanja prostora,
- Najam i postavljanje bine,
- Usluge promocije i oglašavanja događaja,
- Usluge snimanja i post-produkcije audio i video sadržaja,
- Usluge izrade vizualnog identiteta, grafički i web-dizajn,
- Usluge prijevoza robe ili ljudi za vlastite potrebe,
- Izrada i oblikovanje prilagođene scenografije,
- Specijalizirana tehnička rješenja.

5.3. Tržišni podaci poslovnoga projekta

5.3.1. Projekcija ciljanog tržišta

Tijekom godina kontinuiranog poslovanja i razvoja vlastitih usluga, okupljen je tim profesionalaca s višegodišnjim iskustvom u pripremi, promociji, organizaciji i operativnoj i tehničkoj realizaciji projekata. Dugogodišnje iskustvo, visoka produktivnost rada i vrhunska kvaliteta tehničke opreme zaslužni su za niz uspješnih događanja u vlastitoj produkciji, kao i za iznimno zadovoljstvo vanjskih klijenata, poslovnih partnera te gostiju.

Područje djelovanja:

- Osijek, Vukovar, Vinkovci, Požega;
- Osječko-baranjska županija, Vukovarsko-srijemska županija, Požeško-slavonska županija

5.3.2. Projekcija nabavnog tržišta

S obzirom na nizak broj poslovnih subjekata koji se u Republici Hrvatskoj bave distribucijom visokokvalitetne razglasne opreme, mogućnost odabira partnera je donekle ograničena. S druge strane poduzeća poput AudioPro i Ekran, čija se sjedišta nalaze u Osijeku, nude širok asortiman proizvoda po iznimno povoljnim cijenama koje su često ispod tržišne.

U tablici su navedeni dobavljači potrebni za nabavu opreme kojom bi Testeraudio d.o.o. iz Osijeka mogao popunjavati svoj asortiman robe i usluge.

Tablica 3 Dobavljači

Dobavljači opreme	Potpisani ugovori (da/ne)	Brzina naplate u danima	Iznos nenaplaćenih potraživanja (kn)	Postotak nenaplaćenog potraživanja
Audio Pro Artist d.o.o., Osijek	da	60	0	0
Euro-Unit Group, Čakovec	da	30	0	0
Eldra d.o.o., Bregana	da	30	0	0
P.Audio Rijeka	da	14	0	0
Dancover.com	da	14	0	0
Franc Music Shop	da	14	0	0
Ostali	/	/	/	/
Ukupno				100,00

Izvor: vlastita izrada autora

5.3.3. Projekcija tržišne ekspanzije

Trenutno stanje ponuda na tržištu najma tehničke i ostale popratne opreme za organizaciju širokog spektra događanja temelji se na dva velika poduzeća (Tobler d.o.o. i Koncert d.o.o.). Ostali individualni i mali ponuđači na tržištu ne posjeduju dovoljno širok asortiman opreme potreban za ispunjenje kapaciteta i zahtjeva tržišta.

Cilj je tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka da kvalitetom opreme omogućiti organizaciju kvalitetno opremljenih događanja usmjerenih prema udrugama, privatnim osobama te poslovnim aktivnostima na kojima se očekuje do 1000 sudionika događanja.

Prilagodbom vlastitog asortimana te konkurentnim cijenama težimo preuzimanju većinskog tržišnog udjela na području malih i srednjih događanja.

U tablici 4 prikazuju se korisnici proizvoda ili usluga tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka s kojima su potpisani ugovori te dogovoreno vrijeme naplate proizvoda ili usluge.

Tablica 4 Korisnici proizvoda ili usluge

Korisnici proizvoda ili usluga	Potpisani ugovori (da/ne)	Brzina naplate u danima	Iznos nenaplaćenih potraživanja (kn)	Nenaplaćeno potraživanje (%)
Udruga Zvuk Prirode	Da	8	0	0
Udruga Slama	Da	8	0	0
Udruga ReArt	Da	8	0	0
Grad Osijek	Da	8	0	0
Savjet mladih grada Osijeka	Da	8	0	0
TZ Grada Osijeka	Da	8	0	0
Ostali	/	/	/	/
Ukupno				100,00

5.3.4. Projekcija cijena

Metode koje smo koristili u procesu formiranja krajnjih cijena svojih proizvoda i usluga su metoda praćenja konkurenata, metoda percipirane vrijednosti te metoda ponude i potražnje. Težimo balansu kvalitete proizvoda i usluga u odnosu na cjenovni raspon unutar kojeg poslujeemo.

5.3.5. Projekcija konkurencije

5.3.5.1. Tržišni lideri (tvrtka ili tvrtke s najvećim tržišnim udjelima)

- Tobler d.o.o., Osijek
- Koncert d.o.o., Osijek
- Eldra d.o.o., Bregana
- Ara Electronic Obrt, Pula

5.3.5.2. Tržišni izazivači

- Pozitivan Ritam d.o.o., Pula
- Kame Audio & Light d.o.o., Osijek
- NIVELETA 92, SAN MEDIA studio za marketing i promociju, Velika Gorica
- Rent Event j.d.o.o., Zadar

5.3.5.3. Tržišni sljedbenici

- Program d.o.o., Osijek
- Obrt Hit Sound, Andrijaševci
- Alibi Sound d.o.o., Zagreb

5.3.6. Projekcija prodaje i prihoda

Testeraudio d.o.o. iz Osijeka bi na mjesečnoj razini ostvarivao prihod od 148 550,00 kuna. Prihod bi se sastojao od prodaje, najma i usluga proizvoda. U tablici 5 prikazuje se popis usluga i proizvoda koje tvrtka nudi te projekcija prodaje na mjesečnoj razini. Iznosi su izraženi u jediničnim cijenama i izraženi su u hrvatskim kunama.

Tablica 5 Projekcija prodaje i prihoda od mjesečne prodaje proizvoda i usluga

Red. broj	Naziv proizvoda	Količina	Jedinična cijena u kn	Iznos u kn (3x4)
1	2	3	4	5
1	Prodaja ulaznica za događaje	600	50,00	30.000,00
2	Najam ostale opreme	18	500,00	9.000,00
3	Najam audio opreme	8	500,00	4.000,00
4	Najam razglasa (500 W)	8	600,00	4.800,00
5	Najam razglasa (3000 W)	6	2.000,00	12.000,00
6	Usluge snimanja AV	12	800,00	9.600,00
7	Najam binske rasvjete	8	1.200,00	9.600,00
8	Najam projektora	8	750,00	6.000,00
9	Najam projekcijskog platna	8	200,00	1.600,00
10	Najam informatičke opreme	24	500,00	12.000,00
11	Najam ostale video opreme	10	850,00	8.500,00
12	Logistička potpora organizaciji	8	1.000,00	8.000,00
13	Usluge grafičkog i web dizajna	30	300,00	9.000,00
14	Oglašavanje	15	350,00	5.250,00
15	Glazbeni nastup	12	750,00	9.000,00
16	Transport	22	300,00	6.600,00
17	Posredovanje	36	100,00	3.600,00
	Ukupno	-	-	148.550,00

Izvor: vlastita izrada autora

5.4. Tehničko-tehnološki opis poslovnog projekta

5.4.1. Projekcija lokacije

S obzirom na narav posla jedina stalna lokacija koju koristimo je skladište opreme u sklopu kojeg se nalazi tehnička radionica potrebna za popravke i modifikaciju dijelova, testiranje nove opreme i slično. Skladište veličine 380m² nalazi se u Mlinskoj ulici u Osijeku. U obiteljskom je vlasništvu te se koristi bez dodatne naknade. Nedaleko od lokacije nalazi se i izlaz na osječku obilaznicu što uvelike olakšava transport opreme do mjesta sastavljanja. Blizina obilaznice i autoceste također omogućava iznimnu prometnu povezanost (~3h vožnje) s okolnim metropolama poput Zagreba, Sarajeva, Beograda ili Budimpešte što otvara mogućnosti suradnje i izvan uobičajenog djelatnog prostora.

5.4.2. Projekcija tehnologije projekta

Tehnološki i uslužni procesi našeg poduzeća počinju zaprimanjem narudžbe za podršku organizaciji događanja. Nakon toga slijedi definiranje opsega posla, potrebne tehničke opreme te formiranje jedinstvene cijene ovisne o količini usluga. Prema dogovorenim uvjetima sklapa se ugovor.

Sukladno dogovoru s klijentom opremu dostavljamo na dogovorenu lokaciju, postavljamo i montiramo te vršimo operativne funkcije tijekom cijelog trajanja događanja. Nakon događanja oprema se vraća u skladište gdje se pregledava, čisti i testira kako bi bila spremna za sljedeću narudžbu.

U slučaju uočenog kvara ili drugih poteškoća na dijelu opreme, ista se odmah šalje u ovlašteni servis na popravak.

5.4.3. Projekcija zaštitnih mjera

Zaštita pri radu sustav je obveznih i normativno sankcioniranih mjera i postupaka u cilju zaštite ljudi tijekom rada. Cilj je tih mjera učiniti rad sigurnim i bezopasnim za život i zdravlje zaposlenika.

U tablici 6 izražene su predviđene potrebne aktivnosti i mjere zaštite okoliša koje bi ukupno iznosile 3 200,00 kuna. Aktivnosti i mjere zaštite bi činili potrebni proizvodi, instalacije, specijalne posude, odvoz i zbrinjavanje otpada.

Tablica 6 Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša

Red. broj	Naziv aktivnosti	Vrijednost opreme	Vrijednost rada	Iznos (3+4)
1	2	3	4	5
1	Proizvod BMX	500,00	500,00	1.000,00
2	Instalacije BBB	480,00	200,00	680,00
3	Specijalne posude SS	300,00	200,00	500,00
4	Odvoz GH	0,00	900,00	900,00
5	Ostalo	0,00	120,00	120,00
	Ukupno	1.280,00	1.920,00	3.200,00

Izvor: vlastita izrada autora.

S obzirom na opasnosti rada s teškom mehanizacijom, visokim naponom te radom na visinama mjere koje poduzimamo su:

- Preliminarni zdravstveni nadzor radnika,
- Osnovno, posebno i specifično osposobljavanje za rad na siguran način,
- Stručno osposobljavanje za siguran rad s opremom u uvjetima povećanog rizika,
- Označavanje radne opreme sigurnosnim znakovima i uputama za rad na siguran način,
- Upotreba osobne zaštitne opreme (zaštitna obuća i odjeća),
- Dokumentacija postupaka i razrada tehnoloških procesa kroz sigurne radne postupke.

Tablica 7 Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu pri radu

Red. broj	Naziv aktivnosti	Vrijednost opreme	Vrijednost rada	Iznos (3+4)
1	2	3	4	5
1	Protupožarni aparati	2.800,00	400,00	3.200,00
2	Zaštitna odjeća i obuća	3.200,00	0,00	3.200,00
3	Paketi prve pomoći	400,00	0,00	400,00
4	Edukacije zaposlenih	0,00	4.800,00	4.800,00
5	Ostalo	360,00	1.200,00	1.560,00
	Ukupno	6.760,00	6.400,00	13.160,00

Izvor: vlastita izrada autora.

5.4.4. Projekcija tehnoloških kapaciteta

Asortiman proizvoda ili usluge sastojao bi se od najma audio i video opreme, usluge transporta, marketinga, informatičkih usluga, audio-vizualnih usluga i prodaje ulaznica. U tablici 8 prikazana je procjena davanja usluge na mjesečnoj i godišnjoj razini.

Tablica 8 Tehnološko-tehnički kapacitet proizvoda projekta

Red. broj	Naziv proizvoda ili usluge	Mjesečne količine		Godišnji kapacitet
		od	do	
1	2	3	4	5
1	Najam audio opreme	4	24	14
2	Najam video opreme	4	24	14
3	AV usluge	4	64	34
4	Transport	10	30	20
5	Prodaja ulaznica	400	1600	1000
6	Usluge marketinga	2	10	6
7	Informatičke usluge	10	60	35
	Ukupno	437	1816	1123

Izvor: vlastita izrada autor

5.4.5. Projekcija stalnih sredstava

U vlasništvu Testeraudio d.o.o. iz Osijeka nalazi se audio oprema, video oprema te ostala sitna oprema potrebna za davanje usluge koju pruža, pribor i alat te određena količina rezervnih dijelova, poslovni inventar, prijevozna sredstva te određeni planirani niz troškova vezanih uz adaptaciju prostora i obrtničke radove. Ukupan iznos stalnih sredstava iznosi 234 300,00 kuna. Projekcija ulaganja u stalna sredstva prikazana je u tablici 9.

Tablica 9 Projekcija ulaganja u stalna sredstva

Red. broj	Opis	Količina u jeđinici mjere	Jeđinična vrijednost	Ukupna vrijednost
1	2	3	4	5
1	Zemljište	0	0,00	0,00
2	Audio oprema	17	4.500,00	76.500,00
3	Video oprema	22	2.700,00	59.400,00
4	Ostala oprema	12	1.200,00	14.400,00
5	Pribor i alati	14	1.000,00	14.000,00
6	Rezevni (doknadni) dijelovi	15	100,00	1.500,00
7	Poslovni inventar	30	360,00	10.800,00
8	Prijevozna sredstava	2	15.000,00	30.000,00
9	Adaptacija prostora	4	1.500,00	6.000,00
10	Obrtnički radovi	3	2.700,00	8.100,00
11	Ostalo	4	1.300,00	5.200,00
12	Ostala stalna sredstava	7	1.200,00	8.400,00
	Ukupno	-	-	234.300,00

Izvor: vlastita izrada autora.

5.4.6. Projekcija materijalnih inputa

Tvrtka Testeraudio d.o.o. iz Osijeka zahtjeva i određenu količinu materijalnih inputa koja nisu stalna sredstva. Materijalni inputi potrebni za neometani rad tvrtke čine repromaterijali, energenti, voda, sitan inventar te uredski materijal. U tablici 10 prikazana je projekcija ulaganja u materijalne inpute na mjesečnoj razini te bi ona iznosila 14 300,00 kuna.

Tablica 10 Projekcija ulaganja u materijalne inpute

Red. broj	Opis	Količina u jedinici mjere	Jedinična vrijednost	Ukupna vrijednost
1	2	3	4	5
1	Sirovine	0,00	0,00	0,00
2	Repromaterijali	5,00	1.000,00	5.000,00
3	Energenti	4,00	1.000,00	4.000,00
4	Voda	350,00	4,00	1.400,00
5	Sitan inventar	60,00	45,00	2.700,00
6	Uredski materijal	10,00	120,00	1.200,00
	Ukupno	-	-	14.300,00

Izvor: vlastita izrada autora.

5.4.7. Projekcija broja zaposlenika

Kako bi tvrtka Testeraudio d.o.o. iz Osijeka uspješno pružala svoje usluge na tržištu, tvrtku bi činio tim od 14 zaposlenika. Tvrtka bi imala potrebu uposliti jednog menadžera (vlasnika), četiri audio-video tehničara, dva web administratora, dva vozača, dva grafička dizajnera, dva scenografa te jednoga marketing menadžera. U tablici 11 nalazi se projekcija potrebnih radnika/radnica s pripadajućom mjesečnom plaćom te bi tvrtka mjesečno izdvajala 75 000,00 kuna za plaće zaposlenika.

Tablica 11 Projekcija potrebnih radnika ili radnica i troškova rada

Red. broj	Naziv radnog mjesta	Stručna sprema	Broj radnika	Mjesečna plaća po radniku	Ukupno mjesečna plaća
1	2	3	4	5	6
1	Menadžer i vlasnik	VSS	1	8.000,00	8.000,00
2	Audio-video tehničar	VSS	4	5.500,00	22.000,00
3	Web administrator	SSS	2	5.000,00	10.000,00
4	Vozač	SSS	2	5.000,00	10.000,00
5	Grafički dizajner	SSS	2	5.000,00	10.000,00
6	Scenograf	SSS	2	5.000,00	10.000,00
7	Marketing menadžer	VSS	1	5.000,00	5.000,00
	Ukupno		14		75.000,00

Izvor: vlastita izrada autora.

5.4.8. Projekcija aktivizacijskog razdoblja (terminski plan)

Za aktivizaciju tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka predviđeno je vremensko razdoblje u trajanju od deset mjeseci. U razdoblju od 1. siječnja do 1. veljače predviđena je aktivnost prikupljanja sredstava. Od 1. veljače do 1. ožujka odrađuju se aktivnosti vezane uz pravne i administrativne poslove, a u istome tome razdoblju predviđa se aktivnost aktiviranja stalnih sredstava. Aktivnost evaluacije postojeće opreme predviđena je za razdoblje od 1. ožujka do 1. travnja. Aktivnost prikupljanja ponuda dobavljača potrebnih za rad tvrtke predviđena je za period od 1. travnja do 1. svibnja, a aktivnost odabira dobavljača odvija se u razdoblju od 15 dana nakon prikupljenih ponuda, do 15. svibnja, a u razdoblju od 1. lipnja do 10. lipnja sklapaju se ugovori s dobavljačima. U razdoblju od 15. travnja do 25. svibnja provodi se aktivnost razvoja marketinške strategije. Aktivnost nabave opreme kreće nakon sklapanja ugovora s dobavljačima i traje do 30. lipnja. Aktivnosti prilagodbe i pripreme opreme za rad kreće u realizaciju od 1. srpnja do 1. kolovoza. Aktivnost nabave i postavljanje ureda i uredskog inventara traje od 1. lipnja do 25. lipnja. U srpnju se provodi aktivnost raspisivanja natječaja za radnike te natječaj traje 30 dana, a nakon toga slijedi odabir djelatnika u razdoblju od 1. do 15. kolovoza. Marketinške aktivnosti provode se u razdoblju od 1. srpnja do 1. rujna, a od 1. rujna do 1. listopada provode se ostale aktivnosti priprema potrebnih za konačnu aktivizaciju poduzetničkog pothvata. Projekcija aktivizacijskog razdoblja prikazana je i u tablici 12 s popisom i trajanjem pojedine aktivnosti.

Tablica 12 Popis i trajanje pojedine aktivnosti (poslova) izvedbe

Red. broj	Popis predviđenih aktivnosti tijekom razdoblja izvedbe projekta	Početak aktivnosti	Završetak aktivnosti	Trajanje (dani)
1	2	3	4	5
1	Prikupljanje sredstava	01.01.	01.02.	30
2	Pravni i administrativni poslovi	01.02.	01.03.	30
3	Aktiviranje stalnih sredstava	01.02.	01.03.	30
4	Evaluacija postojeće opreme	01.03.	01.04.	30
5	Prikupljanje ponuda	01.04.	01.05.	30
6	Odabir dobavljača	01.05.	15.05.	15
7	Razvoj marketinške strategije	15.04.	25.05.	40
8	Sklapanje ugovora s dobavljačima	01.06.	10.06.	10
9	Nabava opreme	10.06.	30.06.	20
10	Prilagodba i priprema opreme za rad	01.07.	01.08.	30
11	Nabava i postavljanje uredskog inventara	01.06.	25.06.	25
12	Raspisivanje natječaja za radnike	01.07.	01.08.	30
13	Odabir djelatnika	01.08.	15.08.	15
14	Marketinške aktivnosti	01.07.	01.09.	60
15	Ostale pripreme	01.09.	01.10.	30
	Ukupno trajanje	01.01.	01.10.	273

Izvor: vlastita izrada autora.

U tablici 13 nalazi se grafička projekcija terminskog plana aktivizacije projekta kroz mjesec s pripadajućim aktivnostima iz tablice 12.

Tablica 13 Projekcija terminskog plana aktivizacije projekta

Redni broj aktivnosti	Mjeseci aktivizacijskog razdoblja											
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Aktivnost 1.												
Aktivnost 2.												
Aktivnost 3.												
Aktivnost 4.												
Aktivnost 5.												
Aktivnost 6.												
Aktivnost 7.												
Aktivnost 8.												
Aktivnost 9.												
Aktivnost 10.												
Aktivnost 11.												
Aktivnost 12.												
Aktivnost 13.												
Aktivnost 14.												
Aktivnost 15.												

Izvor: vlastita izrada autora.

5.5. Upravljanje i rukovođenje poslovnim pothvatom

5.5.1. Osnovni podaci o poduzeću.

Tvrtka: Testeraudio d.o.o. iz Osijeka

Adresa: Mlinska 30, 31000 Osijek

Telefon/fax: 090/000-000

Registracijski broj: 00000000

Početak djelatnosti: 01.01.2019.

Registrirana djelatnosti: (NKD 2007) 62.09 Ostale uslužne djelatnosti u vezi s informacijskom tehnologijom i računalima; 73.11 Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu); 73.12 Oglašavanje preko medija; 77.3. Iznajmljivanje i davanje u zakup ostalih strojeva, opreme te materijalnih dobara; 82.30 Organizacija sastanaka i poslovnih sajmova; 93.29 Ostale zabavne i rekreacijske djelatnosti.

OIB: 00000000000

Broj žiro-računa: 2340009-0000000

Osnivači: Relja Marinčić, 100% osnivačkog udjela,

Temeljni kapital: 20.000 kn

5.5.2. Fiksna imovina poduzeća

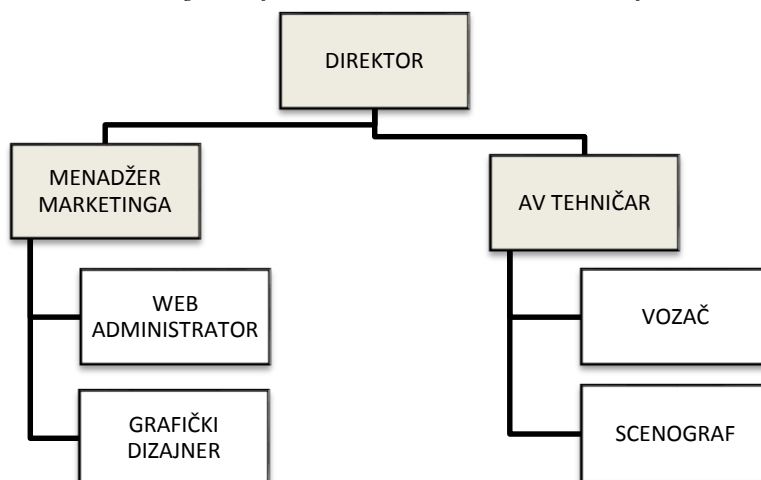
- Renault Master 2.3 dci, 2011. god.
- Peugeot Partner 1,6 HDi, 2011. God.
- RAZGLAS (Zvučnici)
 - 8x X-TRO,600W
 - 8x Hog Scoop, PD.1852, 1000W
 - 8x Cubo Kick, PD.155NR1, 1000W
 - 6x Turbosound iQ15Bass, 3000W
 - 6x Turbosound iQ15, 2500W
- RAZGLAS (Pojačala)
 - Peavey PV 2600 pojačalo
 - Behringer iNUKE NU12000DSP

- 2x Behringer Europower EP2500
- RAZGLAS (ostala oprema)
 - Yamaha MW 12-USB Mixing Studio
 - Ross Systems RCS-1602 Mixdesk
 - Behringer CX3400 3-Way Stereo Crossover
 - 4x Behringer Ultravoice XM8500 Mic
- DJ OPREMA (ostala oprema)
 - Numark DJM-06
 - Korg Nano Suite
 - AKAI APC mini
 - Behringer DJM750
 - Allen&Heath Xone:23
- OSTALA OPREMA
 - Agregat Honda 10-KW
 - 100m PixelLED traka
 - 2x Projektor BENQ MX825ST, DLP, XGA, 3300 ANSI
 - Šator za zabave, SEMI PRO CombiTents® 6x12m

5.5.3. Organizacijska struktura poduzeća i sustava upravljanja

Prikazani dijagram (slika 1) predstavlja organizacijsku shemu poduzeća iz koje je moguće zaključiti funkcijski tijek odgovornosti unutar tima.

Slika 1 Organizacijska shema TESTERAUDIO d.o.o., Osijek



Izvor: Vlastita izrada autora.

5.5.4. Ljudski potencijali poduzeća

Broj uposlenih: 14

Njihova radna mjesta i odgovornosti:

- Direktor,
- Menadžer marketinga,
- Vozač,
- Audio-video tehničar,
- Web administrator,
- Grafički dizajner,
- Scenograf.

5.6. Marketing poslovnog pothvata

5.6.1. Politika proizvoda

Fokusiranjem na rješenja umjesto na poteškoće uz profesionalnu aplikaciju moderne visoko kvalitetne audio, video i druge informatičke opreme klijentu osiguravamo visoku razinu vrijednosti usluge u odnosu na uložena sredstva. Kontinuirano stvaramo i podržavamo raznolik sadržaj čiji bi efekt trebao biti povećanje kvalitete života u lokalnoj zajednici jednako kao i privlačenje većeg broja vanjskih gostiju.

U odnosu na konkurente pružamo visoku razinu specijalizacije usluge. Ulažemo velike napore tijekom pripreme kako bi svakom poslu pružili vrlo visoku razinu operativne i profesionalne izvrsnosti.

Tržišni segment na koji fokusiramo komunikativne aktivnosti su prvenstveno mlada populacija, organizatori koncerata i drugih zabavnih manifestacija, organizatori vjenčanja, ugostiteljski i turistički objekti, udruge mladih te ostali subjekti čija vizija organizacije zahtjeva visoku kvalitetu uz optimalnu cijenu integrirane usluge.

5.6.2. Politika cijena

Cilj politike cijena je popunjavanje tržišnog segmenta srednje i više srednje klase cijena na tržištu. Formiranje optimalnih cijena s visokom razinom vrijednost-za-novac za široki tržišni segment osigurava dovoljnu količinu financijskih inputa za održavanje i kontinuirani razvoj prodajnog asortimana.

Trenutno na tržištu postoji nekoliko lidera koji pružaju vrlo visoku kvalitetu usluge koja se odražava na njihovu cijenu čime postaju nedostupni većini subjekata na tržištu. Ostali ponuđači usluge nude vrlo nisku kvalitetu za nisku cijenu, no manja cijena često ne uspijeva pokriti nedostatak kvalitete usluge.

5.6.3. Politika promocije

S obzirom na specifičnu granu poslovnih djelatnosti promotivne aktivnosti se izvršavaju tijekom svakog nastupa u vlastitoj organizaciji i tijekom svakog pružanja usluga drugim poslovnim subjektima. Koristeći transparente, letke i ostalu vizualnu komunikaciju tijekom događanja u kojima sudjelujemo izravno dopiremo do širokog spektra potencijalnih korisnika bez dodatnih ulaganja u promociju.

Također, organizacijom vlastitih događanja i prezentacijom u kontroliranim uvjetima možemo prikazati najveću moguću koncentraciju kvalitete internih tehnoloških procesa i time osigurati dodatni interes korisnika.

Tvrtka Testeraudio d.o.o. iz Osijeka za promotivne aktivnosti u aktivizacijskom razdoblju planira potrošiti 12 100,00 kuna kroz oglašavanje na lokalnim radio postajama, mrežnim internetskim stranicama i tiskanjem kataloga, letaka i brošura. U prvoj eksploatacijskoj godini projekta za promociju aktivnosti tvrtke planira se izdvojiti više sredstava nego u aktivizacijskoj godini i to u iznosu od 25 650,00 kuna. Tvrtka se planira promovirati aktivnostima poput oglašavanja na lokalnim radio postajama, lokalnim novinama, te lokalnim TV postajama. Izrađivali bi se katalogi, letci i brošure, a dio novca bio bi utrošen za organizaciju i sudjelovanje na sajmovima i specijaliziranim konferencijama. Ukupan iznos koji se planira izdvojiti za promotivne materijale i sredstva u oba razdoblja (aktivizacijska i eksploatacijska) iznosio bi 37 750,00 kuna. Tablica 14 prikazuje popis aktivnosti i kvalifikacija promotivnih aktivnosti u aktivizacijskom i eksploatacijskom razdoblju te planirani utrošak sredstava za pojedine aktivnosti promocije.

Tablica 14 Popis aktivnosti i kvantifikacija promotivnih aktivnosti

Mjeseci projekta	Naziv planirane promotivne aktivnosti tijekom aktivizacije projekta i prve godine eksploatacije	Ulaganje
1	2	3
I.	Ukupno tijekom aktivizacijskog razdoblja	12.100,00
1. mjesec	-	0,00
2. mjesec	-	0,00
3. mjesec	-	0,00
4. mjesec	-	0,00
5. mjesec	-	0,00
6. mjesec	-	0,00
7. mjesec	-	0,00
8. mjesec	-	0,00
9. mjesec	Oglašavanje na lokalnim radio postajama	1.200,00
10. mjesec	Mrežne internetske stranice	7.500,00
11. mjesec	Katalog	1.400,00
12. mjesec	Letci i brošura	2.000,00
II.	Ukupno tijekom prve godine eksploatacije projekta	25.650,00
1. mjesec	Oglašavanje na lokalnim radio postajama	1.000,00
2. mjesec	Oglašavanje u lokalnim novinama	750,00
3. mjesec	Oglašavanje lokalnim TV postajama	3.000,00
4. mjesec	Katalog	1.400,00
5. mjesec	Brošura	1.500,00
6. mjesec	Letci i brošura	1.500,00
7. mjesec	Sajam	4.500,00
8. mjesec	Organizacija specijalizirane konferencije	12.000,00
9. mjesec	-	0,00
10. mjesec	-	0,00
11. mjesec	-	0,00
12. mjesec	-	0,00
	Ukupno u I i II.	37.750,00

Izvor: vlastita izrada autora.

5.6.4. Politika distribucije

Distributivni proces aktivacije usluga sastoji se od zaprimanja narudžbe za uslugu i opremu potrebnu za njezino izvršenje, pripreme i utovara opreme, istovara na zadanoj lokaciji, postavljanja od strane vlastitih tehničara, operativnih aktivnosti tijekom trajanja događanja te u konačnici rastavljanje i povratak u skladište na analizu.

5.7. Financijski podaci projekta

5.7.1. Projekcija ulaganja u stalna sredstva i trajna obrtna sredstava

Tablica 15 prikazuje projekciju visine i strukture ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka. Ukupna potrebna sredstva u iznosu od 352 600,00 kuna činila bi stalna sredstva u visini od 263 300,00 kuna (74.67%) i obrtna sredstva u visini od 89 300,00 kuna (25.33%). Iz priložene tablice zaključuje se da stalna sredstva čine većinu potrebnih ulaganja u usporedbi s obrtnim sredstvima.

Tablica 15 Projekcija visine i strukture ukupnih ulaganja

Red. broj	Stavke osnovnih i trajnih obrtnih sredstava	Iznos	Struktura A u %	Struktura B u %
1	2	3	4	5
1.	Osnivački troškovi i osiguranja	21.000,00	72,41	-
2.	Koncesije, zakupi, najam, <i>leasing</i>	0,00	0,00	-
3.	Patenti, licence, <i>goodwill</i> , <i>know-how</i>	0,00	0,00	-
4.	<i>Copyright</i> , <i>trademark</i> i slično	0,00	0,00	-
5.	Ostala nematerijalna imovina	8.000,00	27,59	-
IA.	Nematerijalna imovina (1+2+...+5)	29.000,00	100,00	-
1.	Zemljište	0,00	0,00	-
2.	Pomoćna oprema	76.500,00	32,65	-
3.	Uredska oprema	59.400,00	25,35	-
4.	Ostala oprema	14.400,00	6,15	-
5.	Pribor i alati	14.000,00	5,98	-
6.	Rezervni (doknadni) dijelovi	1.500,00	0,64	-
7.	Poslovni inventar	10.800,00	4,61	-
8.	Prijevozna sredstava	30.000,00	12,80	-
9.	Adaptacija prostora	6.000,00	2,56	-
10.	Obrtnički radovi	8.100,00	3,46	-
11.	Ostalo	5.200,00	2,22	-
12.	Ostala stalna sredstava	8.400,00	3,59	-
IB.	Materijalna imovina (1+2+...+15)	234.300,00	100,00	-
I.	Stalna sredstva-ukupno (I.A.+I.B.)	263.300,00	-	74,67
1.	Sirovine	0,00	0,00	-
2.	Repromaterijali	5.000,00	5,60	-
3.	Prvi unos robe	0	0,00	-
4.	Ukupne plaće na mjesečnoj razini	75.000,00	83,99	-
5.	Sitni inventar	2.700,00	3,02	-
6.	Porez na dodanu vrijednost	0	0,00	-
7.	Ostala trajna obrtna sredstva	6.600,00	7,39	-
II.	Obrtna sredstava ukupno (1+2+...+7)	89.300,00	100,00	25,33
III.	Ukupno potrebna sredstva (I. + II.)	352.600,00	-	100,00

Izvor: vlastita izrada autora.

5.7.2. Projekcija izvora sredstava

Tablica 16 prikazuje ukupan iznos sredstava potrebnih za realizaciju projekta u visini od 352 600,00 kuna. Udio vlastitih sredstava iznosi 57.86% (204 000,00 kuna), dok udio vanjskih izvora, koji se ostvaruje kroz bankarski zajam, iznosi 43.96% (155 000,00 kuna).

Tablica 16 Projekcija ulaganja prema izvorima i stavkama sredstava

Red. broj	Stavke izvora sredstava	Iznosi	Struktura u %	Struktura u %
1	2	3	4	5
1.	Novac - gotovina	113.000,00	55,39	-
2.	Zemljište	0,00	0,00	-
3.	Poslovni prostor	0,00	0,00	-
4.	Strojevi i oprema	64.000,00	31,37	-
5.	Patenti i licence	12.000,00	5,88	-
6.	Prijevozna sredstva	15.000,00	7,35	-
7.	Ostala vlastita sredstva	0,00	0,00	-
I.	Vlastiti izvori (1+2+...+7)	204.000,00	100,00	57,86
1.	Prodaja dionica	0,00	0,00	-
2.	Bankarski zajmovi	155.000,00	100,00	-
3.	Zajmovi osnivača	0,00	0,00	-
4.	Kreditni dobavljača	0,00	0,00	-
5.	Kreditni kupaca	0,00	0,00	-
6.	Ostali izvori kapitala	0,00	0,00	-
II.	Vanjski izvori (1+2+...+6)	155.000,00	100,00	43,96
III.	Ukupno potrebna sredstva	352.600,00	-	100,00

Izvor: vlastita izrada autora.

5.7.3. Projekcija otplate zajma

Tablica 17 prikazuje projekciju otplate bankarskog zajma – kredita kroz dogovoreno razdoblje od 7 godina. Na posuđeni iznos od 155 000,00 kuna, kamata je fiksna u visini od 9.75% što iznosi 66 033,80 kuna, a to znači ukupan povrat kredita u iznosu od 221 033,80 kuna. Godišnji anuitet otplate kredita iznosi 31 576,26 kuna.

Tablica 17 Projekcija otplate bankarskog zajma

Godine otplate	Ukupno anuitet	Iznos kamate	Iznos kvote	Ostatak duga
1	2	3	4	5
0	-	-	-	155.000,00
1	31.576,26	15.112,50	16.463,76	138.536,24
2	31.576,26	13.507,28	18.068,97	120.467,27
3	31.576,26	11.745,56	19.830,70	100.636,57
4	31.576,26	9.812,07	21.764,19	78.872,38
5	31.576,26	7.690,06	23.886,20	54.986,18
6	31.576,26	5.361,15	26.215,10	28.771,08
7	31.576,26	2.805,18	28.771,08	0,00
Ukupno	221.033,80	66.033,80	155.000,00	-

Izvor: vlastita izrada autora.

5.7.4. Proračun godišnjih bruto plaća

Mjesečni iznos plaća za 14 radnika iznosi 75 000,00 kuna, što na ukupnoj godišnjoj razini iznosi 900 000,00 kuna. Tablica 18 prikazuje proračun godišnjih bruto plaća na zaposlenike tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka.

Tablica 18 Proračun godišnjih bruto plaća

Red. broj	Zaposlenici	Stručna sprema	Broj radnika ili radnica	Ukupno mjesečne plaće	Godišnje plaće (5x12 mjeseci)
1	2	3	4	5	6
1	Menadžer i vlasnik	VSS	1	8.000,00	96.000,00
2	Audio-video tehničar	VSS	4	5.500,00	66.000,00
3	Web administrator	SSS	2	5.000,00	60.000,00
4	Vozač	SSS	2	5.000,00	60.000,00
5	Grafički dizajner	SSS	2	5.000,00	60.000,00
6	Scenograf	SSS	2	5.000,00	60.000,00
7	Marketing menadžer	VSS	1	5.000,00	60.000,00
	Ukupno	0	14	75.000,00	900.000,00

Izvor: vlastita izrada autora.

5.7.5. Projekcija godišnje amortizacije i izračun vrijednosti ostatka projekta

Tablica 19 prikazuje procjenu amortizacije sredstava u razdoblju od pet godina. Predviđa se da će nematerijalna imovina u početnoj vrijednosti od 29 000,00 kuna ostati na 12 375,52 kuna, materijalna imovina u iznosu od 234 300,00 kuna će pasti na 74 406,00 kuna. Početni iznos projekta od 352 600,00 kuna u razdoblju od pet godina ostat će na vrijednosti od 172 915,44 kune.

Tablica 19 Projekcija godišnje amortizacije i ostatka vrijednost projekta

Red. broj	Stavke sredstava	Nabavna vrijednost	Stope u %	Nulta i promatrane godine						Ostatak vrijednosti
				0.	1.	2.	3.	4.	5.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Osnivački izdaci + osiguranje	21.000,00	20,00	-	4.200,00	3.360,00	2.688,00	2.150,40	1.720,32	6.881,28
2.	Koncesije, zakup, najam, leasing i sl.	0,00	-	-	-	-	-	-	-	-
3.	Patenti, licence, <i>goodwill</i> , <i>know-how</i> sl.	0,00	-	-	-	-	-	-	-	-
4.	<i>Copyright</i> , <i>trademark</i> i slično	0,00	-	-	-	-	-	-	-	-
5.	Ostala nematerijalna imovina	8.000,00	20,00	-	1.600,00	1.280,00	1.024,00	-776,80	-621,44	0,00
I.A.	Nematerijalna imovina (1+2+...+5)	29.000,00	-	-	5.800,00	4.640,00	3.712,00	1.373,60	1.098,88	12.375,52
1.	Zemljište	0,00	-	-	-	-	-	-	-	-
2.	Pomoćna oprema	76.500,00	20,00	-	15.300,00	12.240,00	9.792,00	7.833,60	6.266,88	25.067,52
3.	Uredska oprema	59.400,00	20,00	-	11.880,00	9.504,00	7.603,20	6.082,56	4.866,05	19.464,19
4.	Ostala oprema	14.400,00	20,00	-	2.880,00	2.304,00	1.843,20	1.474,56	1.179,65	4.718,59
5.	Pribor i alati	14.000,00	20,00	-	2.800,00	2.240,00	1.792,00	1.433,60	1.146,88	4.587,52
6.	Rezervni (doknadni) dijelovi	1.500,00	25,00	-	375,00	281,25	210,94	158,20	118,65	355,96
7.	Poslovni inventar	10.800,00	20,00	-	2.160,00	1.728,00	1.382,40	1.105,92	884,74	3.538,94
8.	Prijevozna sredstva	30.000,00	25,00	-	7.500,00	5.625,00	4.218,75	3.164,06	2.373,05	7.119,14
9.	Adaptacija prostora	6.000,00	20,00	-	1.200,00	960,00	768,00	614,40	491,52	1.966,08
10.	Obrtnički radovi	8.100,00	20,00	-	1.620,00	1.296,00	1.036,80	829,44	663,55	2.654,21
11.	Ostalo	5.200,00	20,00	-	1.040,00	832,00	665,60	532,48	425,98	1.703,94
12.	Ostala stalna sredstva	8.400,00	20,00	-	1.680,00	1.344,00	1.075,20	860,16	688,13	2.752,51
I.B.	Materijalna imovina (1+2+...+8)	234.300,00	20,50	-	48.031,50	38.185,04	30.357,11	24.133,90	19.186,45	74.406,00
I.	Stalna sredstva ukupno (I.A.+I.B.)	263.300,00	20,50	-	53.976,50	42.911,32	34.114,50	27.121,03	21.561,22	83.615,44
1.	Sirovine	0,00					-			0,00
2.	Repromaterijali	5.000,00					-			5.000,00
3.	Prvi unos robe	0,00					-			0,00
4.	Ukupne plaće na mjesečnoj razini	75.000,00					-			75.000,00
5.	Šitni inventar	2.700,00					-			2.700,00
6.	Porez na dodanu vrijednost	0,00					-			0,00
7.	Ostala trajna obrtna sredstva	6.600,00					-			6.600,00
II.	Obrtna sredstva (1+2+...+7)	89.300,00					-			89.300,00
III.	Projekt ukupno (I.+II.+III:)	352.600,00	-	-	53.831,50	42.825,04	34.069,11	25.507,50	20.285,33	172.915,44

Izvor: vlastita izrada autora.

5.7.6. Projekcija prihoda

Tablica 20 prikazuje dinamičnu projekciju prihoda u razdoblju od pet godina uz stalni godišnji rast prihoda od 2%. Predviđeni prihod u prvoj godini iznosio bi 1 782 600,00 kuna dok bi u petoj godini prihod iznosio 1 929 543,57 kuna. Ukupan prihod bi iznosio 9 276 721,99 kuna. Prihodi se ostvaruju kroz usluge koje nudi tvrtka Testeraudio d.o.o. iz Osijeka, a mogu se iščitati iz tablice.

Tablica 20 Dinamička projekcija prihoda

Red. broj	Stavke prihoda	Godine eksploatacije projekta					Ukupno
		1.	2.	3.	4.	5.	
1	2	5	6	7	8	9	10
1.	Prodaja ulaznica za događaje	360.000,00	367.200,00	374.544,00	382.034,88	389.675,58	1.873.454,46
2.	Najam ostale opreme	108.000,00	110.160,00	112.363,20	114.610,46	116.902,67	562.036,34
3.	Najam audio opreme	48.000,00	48.960,00	49.939,20	50.937,98	51.956,74	249.793,93
4.	Najam razglasa (500 W)	57.600,00	58.752,00	59.927,04	61.125,58	62.348,09	299.752,71
5.	Najam razglasa (3000 W)	144.000,00	146.880,00	149.817,60	152.813,95	155.870,23	749.381,78
6.	Usluge snimanja AV	115.200,00	117.504,00	119.854,08	122.251,16	124.696,18	599.505,43
7.	Najam binske rasvjete	115.200,00	117.504,00	119.854,08	122.251,16	124.696,18	599.505,43
8.	Najam projektora	72.000,00	73.440,00	74.908,80	76.406,98	77.935,12	374.690,89
9.	Najam projekcijskog platna	19.200,00	19.584,00	19.975,68	20.375,19	20.782,70	99.917,57
10.	Najam informatičke opreme	144.000,00	146.880,00	149.817,60	152.813,95	155.870,23	749.381,78
11.	Najam ostale video opreme	102.000,00	104.040,00	106.120,80	108.243,22	110.408,08	530.812,10
12.	Logistička potpora organizaciji događaja	96.000,00	97.920,00	99.878,40	101.875,97	103.913,49	499.587,86
13.	Usluge grafičkog i web dizajna	108.000,00	110.160,00	112.363,20	114.610,46	116.902,67	562.036,34
14.	Oglašavanje	63.000,00	64.260,00	65.545,20	66.856,10	68.193,23	327.854,53
15.	Glazbeni nastup	108.000,00	110.160,00	112.363,20	114.610,46	116.902,67	562.036,34
16.	Transport	79.200,00	80.784,00	82.399,68	84.047,67	85.728,63	412.159,98
17.	Posredovanje	43.200,00	44.064,00	44.945,28	47.642,00	50.500,52	230.351,79
	Ukupno	1.782.600,00	1.818.252,00	1.854.617,04	1.891.709,38	1.929.543,57	9.276.721,99

Izvor: vlastita izrada autora.

5.7.7. Projekcija rashoda

Tablica 21 prikazuje dinamičnu projekciju rashoda u razdoblju od pet godina uz projekciju rashoda bez amortizacije. Procijenjeni godišnji rast rashoda iznosi 2%. Rashodi koje tvrtka ostvaruje su kroz materijalne troškove, troškove usluga, troškove amortizacije, razne troškove poslovanja, financijske troškove, troškove zaposlenika i ostale troškove.

Tablica 21 Dinamička projekcija rashoda

Red. broj	Stavke rashoda	Godine eksploatacije projekta					Ukupno
		1.	2.	3.	4.	5.	
1	2	5	6	7	8	9	10
1.	Materijalni troškovi	304.800,00	310.896,00	317.113,92	323.456,20	329.925,32	1.586.191,44
2.	Troškovi usluga	38.400,00	39.168,00	39.951,36	40.750,39	41.565,39	199.835,14
3.	Troškovi amortizacije	53.831,50	42.825,04	34.069,11	25.507,50	20.285,33	176.518,48
4.	Ostali troškovi poslovanja	40.800,00	41.616,00	42.448,32	43.297,29	44.163,23	212.324,84
5.	Troškovi osoblja	900.000,00	918.000,00	936.360,00	955.087,20	974.188,94	4.683.636,14
6.	Financijski troškovi (anuiteti)	29.925,75	29.925,75	29.925,75	29.925,75	29.925,75	149.628,75
7.	Ostali rashodi - troškovi	39.600,00	40.392,00	41.199,84	42.023,84	42.864,31	206.079,99
	Ukupno	1.407.357,25	1.422.822,79	1.441.068,30	1.460.048,16	1.482.918,29	7.214.214,79
a.	Troškovi amortizacije	53.831,50	42.825,04	34.069,11	25.507,50	20.285,33	176.518,48
b.	Kamate	15.112,50	13.507,28	11.745,56	9.812,07	7.690,06	57.867,47
	Ukupno (a+b)	68.944,00	56.332,33	45.814,67	35.319,57	27.975,39	234.385,95
	Rashodi bez amortizacije	1.338.413,25	1.366.490,47	1.395.253,63	1.424.728,59	1.454.942,90	6.979.828,84

Izvor: vlastita izrada autora.

5.7.8. Projekcija računa dobiti i gubitka

U tablici 22 prikazuje se dinamična projekcija dobiti i gubitka na petogodišnjoj razini poslovanja tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka. Predviđa se da će tvrtka u prvoj godini ostvariti 280 974,78 kuna zadržane dobiti te da će taj iznos rasti kroz pet godina što bi u petoj godini poslovanja iznosilo 334 530,20 kuna. Ukupna zadržana dobit u petogodišnjem razdoblju iznosila bi 1 549 805,18 kuna.

Tablica 22 Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka

Red. broj	Prihodi i rashodi (dobit / gubitak)	Godine eksploatacije projekta					Ukupno
		1.	2.	3.	4.	5.	
1	2	5	6	7	8	9	10
1.	Prihodi od prodaje proizvoda	1.782.600,00	1.818.252,00	1.854.617,04	1.891.709,38	1.929.543,57	9.276.721,99
2.	Prihodi od prodaje usluga	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.	Ostali prihodi	15.000,00	21.000,00	14.000,00	22.000,00	18.000,00	90.000,00
I.	Ukupni prihodi	1.797.600,00	1.839.252,00	1.868.617,04	1.913.709,38	1.947.543,57	9.366.721,99
1.	Materijalni troškovi	304.800,00	310.896,00	317.113,92	323.456,20	329.925,32	1.586.191,44
2.	Troškovi usluga	38.400,00	39.168,00	39.951,36	40.750,39	41.565,39	199.835,14
3.	Troškovi amortizacije	53.831,50	42.825,04	34.069,11	25.507,50	20.285,33	176.518,48
4.	Ostali troškovi poslovanja	40.800,00	41.616,00	42.448,32	43.297,29	44.163,23	212.324,84
5.	Troškovi osoblja	900.000,00	918.000,00	936.360,00	955.087,20	974.188,94	4.683.636,14
6.	Financijski troškovi	29.925,75	29.925,75	29.925,75	29.925,75	29.925,75	149.628,75
7.	Ostali rashodi - troškovi	39.600,00	40.392,00	41.199,84	42.023,84	42.864,31	206.079,99
II.	Ukupni rashodi	1.407.357,25	1.422.822,79	1.441.068,30	1.460.048,16	1.482.918,29	7.214.214,79
III.	Ukupna dobit - gubitak (I.-II.)	390.242,75	416.429,21	427.548,74	453.661,22	464.625,28	2.152.507,20
1.	Porez na dobit 20%	78.048,55	83.285,84	85.509,75	90.732,24	92.925,06	430.501,44
IV.	Čista (neto) dobit	312.194,20	333.143,37	342.038,99	362.928,98	371.700,22	1.722.005,76
1.	Zakonske pričuve	15.609,71	16.657,17	17.101,95	18.146,45	18.585,01	86.100,29
2.	Statutarne pričuve	15.609,71	16.657,17	17.101,95	18.146,45	18.585,01	86.100,29
V.	Zadržana dobit	280.974,78	299.829,03	307.835,09	326.636,08	334.530,20	1.549.805,18

Izvor: vlastita izrada autora.

5.7.9. Projekcija novčanih tijekova

Tablica 23 prikazuje projekciju ekonomskih tijekova tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka kroz petogodišnju eksploataciju projekta. Tablicu čine ukupni primici, ukupni izdaci te zbroj čistih primitaka.

Tablica 23 Projekcija ekonomskih tijekova

Red. broj	Prihodi i rashodi (dobit / gubitak)	Godine eksploatacije projekta						Ukupno
		0.	1.	2.	3.	4.	5.	
1	2	5	6	7	8	9	10	11
1.	Prihodi od prodaje proizvoda	0,00	1.782.600,00	1.818.252,00	1.854.617,04	1.891.709,38	1.929.543,57	9.276.721,99
2.	Prihodi od prodaje usluga	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.	Ostali prihodi	0,00	15.000,00	21.000,00	14.000,00	22.000,00	18.000,00	90.000,00
4.	Ostatak vrijednosti stalnih sredstava	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Ostatak vrijednosti obrtnih sredstava	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	172.915,44	172.915,44
I.	Ukupni primici	0,00	1.797.600,00	1.839.252,00	1.868.617,04	1.913.709,38	1.947.543,57	9.366.721,99
1.	Ulaganja u stalna sredstva	263.300,00	131.650,00	65.825,00	49.368,75	49.368,75	49.368,75	608.881,25
2.	Ulaganja u obrtna sredstva	89.300,00	91.086,00	92.907,72	96.624,03	98.556,51	100.527,64	569.001,90
3.	Rashodi (bez amortizacije i kamata)	0,00	1.338.413,25	1.366.490,47	1.395.253,63	1.424.728,59	1.454.942,90	6.979.828,84
4.	Porez na dobit 20%	0,00	78.048,55	83.285,84	85.509,75	90.732,24	92.925,06	430.501,44
II.	Ukupni izdaci	352.600,00	1.639.197,80	1.608.509,03	1.626.756,16	1.663.386,10	1.697.764,35	8.235.613,43
III.	Čisti primici (I.-II.)	352.600,00	158.402,20	230.742,97	241.860,88	250.323,28	249.779,22	1.131.108,56
IV.	Kumulativ čistih primitaka	352.600,00	-194.197,80	36.545,17	278.406,05	528.729,34	778.508,56	-

Izvor: vlastita izrada autora.

Tablica 24 je projekcija financijskih tijekova projekta kroz petogodišnju eksploataciju.

Tablica 24 Projekcija financijskih tijekova

Red. broj	Stavke primitaka i izdataka	Godine eksploatacije projekta						Ukupno
		0.	1.	2.	3.	4.	5.	
1	2	5	6	7	8	9	10	11
1.	Ukupni prihodi	0,00	1.782.600,00	1.818.252,00	1.854.617,04	1.891.709,38	1.929.543,57	9.276.721,99
2.	Vlastiti izvori	204.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	204.000,00
3.	Bankarski zajam	155.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	155.000,00
4.	Ostatak vrijednosti stalnih sredstava	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Ostatak vrijednosti obrtnih sredstava	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	89.300,00	89.300,00
6.	Obavezne pričuve	0,00	15.609,71	16.657,17	17.101,95	18.146,45	18.585,01	86.100,29
7.	Neobavezne pričuve	0,00	15.609,71	16.657,17	17.101,95	18.146,45	18.585,01	86.100,29
I.	Ukupni primici	359.000,00	1.813.819,42	1.851.566,34	1.888.820,94	1.928.002,28	2.056.013,59	9.897.222,57
1.	Ulaganja u stalna sredstva	263.300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	263.300,00
2.	Ulaganja u obrtna sredstva	89.300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	89.300,00
3.	Obavezne pričuve	0,00	15.609,71	16.657,17	17.101,95	18.146,45	18.585,01	86.100,29
4.	Neobavezne pričuve	0,00	15.609,71	16.657,17	17.101,95	18.146,45	18.585,01	86.100,29
5.	Rashodi (bez amortizacije i kamata)	0,00	1.338.413,25	1.366.490,47	1.395.253,63	1.424.728,59	1.454.942,90	6.979.828,84
6.	Anuitet bankarskog zajma	0,00	31.576,26	31.576,26	31.576,26	31.576,26	31.576,26	157.881,28
7.	Porez na dobit (20%)	0,00	78.048,55	83.285,84	85.509,75	90.732,24	92.925,06	430.501,44
II.	Ukupni izdaci	352.600,00	1.479.257,48	1.514.666,90	1.546.543,54	1.583.329,99	1.616.614,24	8.093.012,14
III.	Čisti primici (I.-II.)	6.400,00	334.561,94	336.899,44	342.277,40	344.672,29	439.399,36	1.804.210,42
IV.	Kumulativ čistih primitaka	6.400,00	334.561,94	671.461,38	1.013.738,78	1.358.411,07	1.797.810,42	-

Izvor: vlastita izrada autora.

5.8. Ocjena učinkovitosti projekta

5.8.1. Razdoblje povrata ulaganja

Tablica 25 prikazuje povrat ulaganja u petogodišnjem razdoblju projekta s obzirom na početni iznos od 352 600,00 kuna koji je ukupno uložen u projekt. Povrat ulaganja u projekt vidljiv je nakon dvije godine poslovanja.

Tablica 25 Razdoblje povrata ulaganja

Red. broj	Ulaganja u projekt		Čisti primici u ekonomskom tijeku		Nepokriveni dio investicije
	Godišnji iznos	Kumulativ	Godišnji iznos	Kumulativ	
1	2	5	6	7	11
0.	352.600,00	352.600,00	0,00	0,00	352.600,00
1.		352.600,00	158.402,20	-194.197,80	158.402,20
2.		352.600,00	230.742,97	36.545,17	194.947,37
3.		352.600,00	241.860,88	278.406,05	473.353,43
4.		352.600,00	250.323,28	528.729,34	1.002.082,76
5.		352.600,00	249.779,22	778.508,56	1.780.591,33

Izvor: vlastita izrada autora.

5.8.2. Godišnja stopa prinosa

Tablica 26 prikazuje stopu prinosa prema godinama eksploatacije projekta s obzirom na ukupno uložena sredstva u iznosu od 352 600,00 kuna na petogodišnjem razdoblju poslovanja. Stopa prinosa u prvoj godini eksploatacije projekta iznosi 88.54% s iznosom od 312 194,20 kuna neto dobiti, dok će se u petoj godini iznositi 371 700,22 kuna čineći time 105.42% prinosa naprema ukupnom ulogu.

Tablica 26 Stopa prinosa prema godinama eksploatacije projekta

Godina eksploatacije projekta	Neto dobit	Ukupna ulaganja Io	Stopa prinosa u %
1	2	3	4
1.	312.194,20	352.600,00	88,54
2.	333.143,37	352.600,00	94,48
3.	342.038,99	352.600,00	97,00
4.	362.928,98	352.600,00	102,93
5.	371.700,22	352.600,00	105,42

Izvor: vlastita izrada autora.

5.8.3. Neto sadašnja vrijednost

Tablica 27 prikazuje obračun neto sadašnje vrijednosti na petogodišnjem razdoblju projekta uz ulaganje od 352 600,00 kuna. Uz konstantnu diskontnu stopu od 9.75% na neto primitke, neto sadašnja vrijednost projekta iznosila bi 495 659,83 kuna.

Tablica 27 Obračun neto (čiste) sadašnje vrijednosti

Godina eksploatacije projekta	Neto primici	Diskontna stopa u %	Diskontni činitelj (d)	Sadašnja vrijednost	Kumulativ
1	2	3	4	5	6
0.	-352.600,00	9,75	1	352.600,00	-352.600,00
1.	158.402,20	9,75	0,911161731	144.330,02	-208.269,98
2.	230.742,97	9,75	0,8302157	191.566,44	-16.703,54
3.	241.860,88	9,75	0,756460775	182.958,27	166.254,73
4.	250.323,28	9,75	0,689258109	172.537,35	338.792,08
5.	249.779,22	9,75	0,628025612	156.867,75	495.659,83
Neto sadašnja vrijednost projekta				495.659,83	-

Izvor: vlastita izrada autora.

5.8.4. Prosječna profitabilnost

Tablica 28 Prosječna profitabilnost

Godina eksploatacije projekta	Neto primici
1	2
1.	158.402,20
2.	230.742,97
3.	241.860,88
4.	250.323,28
5.	249.779,22
Ukupno	1.131.108,56

Broj godina: 5
 Prosječni neto primitak: 226.221,71
 Ukupna ulaganja: 352.600,00
Prosječna profitabilnost: 64,16%

Izvor: vlastita izrada autora.

5.8.5. Analiza likvidnosti projekta

Analiza financijskog tijeka projekta kroz petogodišnje razdoblje prikazuje pozitivan financijski tijek čistog primitka, s trendom kontinuiranog rasta prve četiri godine, dok se u petoj godini vidi lagani pad. Prosječna profitabilnost na uloženi 352 600,00 kuna iznosila bi 64.16%, dok bi prosječni neto primitak iznosio 226 221,71 kunu. Zaključno s ovim podacima vidimo da poslovni plan bilježi pozitivan učinak ukoliko se krene u realizaciju projekta. U petogodišnjem razdoblju poslovanja Testeraudio d.o.o. iz Osijeka ostvarivao bi profit:

Prva godina: 158 402,20 kuna

Druga godina: 230 742,97 kuna

Treća godina: 241 860,88 kuna

Četvrta godina: 250 323,28 kuna

Peta godina: 249 779,22 kuna

5.8.6. Analiza osjetljivosti projekta

Tablica 30 prikazuje tri pretpostavke smanjivanja ili povećavanja za 5% penalizacije računa dobiti i gubitka. Prva pretpostavka bila bi da su ukupni prihodi poslovnog projekta smanjeni za 5%. Druga pretpostavka bi bila da su plaće povećane za 5%. Treća pretpostavka da su materijalni troškovi povećani za 5%. Analizom faktora osjetljivosti projekta poput dodatnog poreza na dobit (20%) ne utječe na neto (čiste) dobit projekta niti na ukupno poslovanje poduzeća na temelju čega zaključujemo da projekt nije osjetljiv na vanjske faktore.

Tablica 29 Penalizacija računa dobiti i gubitka

Red. broj	Prihodi i rashodi (dobit / gubitak)	Godine eksploatacije projekta					Ukupno
		1.	2.	3.	4.	5.	
1	2	5	6	7	8	9	10
I.A.	Ukupni prihod A	1.797.600,00	1.839.252,00	1.868.617,04	1.913.709,38	1.947.543,57	9.366.721,99
-	(minus) prva pretpostavka	89.880,00	91.962,60	93.430,85	95.685,47	97.377,18	468.336,10
II.B.	Ukupni prihod B	1.707.720,00	1.747.289,40	1.775.186,19	1.818.023,91	1.850.166,39	8.898.385,89
II.A.	Ukupni rashodi A	1.407.357,25	1.422.822,79	1.441.068,30	1.460.048,16	1.482.918,29	7.214.214,79
+	(plus) druga pretpostavka	45.000,00	45.900,00	46.818,00	47.754,36	48.709,45	234.181,81
+	(plus) treća pretpostavka	15.240,00	15.544,80	15.855,70	16.172,81	16.496,27	79.309,57
II.B.	Ukupni rashodi B	1.467.597,25	1.484.267,59	1.503.741,99	1.523.975,33	1.548.124,00	7.527.706,17
III.A.	Ukupna dobit A (I.A.-II.A)	300.362,75	324.466,61	334.117,89	357.975,75	367.248,10	1.684.171,10
III.B.	Ukupna dobit B (I.B.-II.B)	240.122,75	263.021,81	271.444,19	294.048,58	302.042,39	1.370.679,72
- P1	(minus) porez na dobit A (20%)	60.072,55	64.893,32	66.823,58	71.595,15	73.449,62	336.834,22
- P2	(minus) porez na dobit B (20%)	48.024,55	52.604,36	54.288,84	58.809,72	60.408,48	274.135,94
IV.A.	Neto (čista) dobit A (III.A.-P1)	240.290,20	259.573,29	267.294,31	286.380,60	293.798,48	1.347.336,88
IV.B.	Neto (čista) dobit B (III.A.-P2)	192.098,20	210.417,45	217.155,35	235.238,87	241.633,91	1.096.543,78

Izvor: vlastita izrada autora.

6. ZAKLJUČAK

Proučavanjem teorije i pisanjem poslovnoga plana može se zaključiti da ovaj zadatak poduzetnik ne bi trebao olako shvatiti. Poslovni je plan temeljni dokument kojega bi svaki poduzetnik trebao izraditi. U njemu poduzetnik nastoji što vještije i sistematiziranije prikazati svoju poduzetničku ideju i pothvat. Poduzetnik piše poslovni plan prvenstveno zbog sebe, a onda za potencijalne ulagače i financijere njegovoga poduzetničkoga pothvata. Ne postoje stroga i jasno zadana pravila kako napisati dobar poslovni plan. Različiti autori nude slična rješenja i savjete kako napisati poslovni plan koji će zaintrigirati čitatelje. Svaki poduzetnik sam odabire i prilagođava način na koji će napisati svoj plan ovisno o njegovom poduzetničkom pothvatu, odnosno ideji. Planiranje u poduzetništvu jedan je od ključnih faktora uspješnoga poduzetnika pa će tako vješt i sposoban poduzetnik prije pokretanja svog poduzetničkog pothvata pomno istražiti, analizirati i predstaviti poduzetničku ideju u svome poslovnome planu. Pišući poslovni plan poduzetnik će uočiti dobre i loše strane svoje poduzetničke ideje te će moći poduzeti mjere koje će spriječiti neuspjeh ili će na vrijeme predvidjeti potencijalne rizike pothvata koje bi mogle prouzrokovati neuspjeh.

Poslovni plan tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka predviđen za petogodišnje razdoblje ostvaruje pozitivne rezultate u svim segmentima razrade projekta te je podložan svim promjenama opisanima u radu.

7. POPIS LITERATURE

7.1. Knjige

Bangs, H.D. Jr.: Kako napraviti poslovni plan s kojim će vaše poduzeće uspjeti. 7. izdanje, Jakubin i sin, Zagreb 1998.

Cingula, M.: Kako izraditi poslovni plan i investicijski elaborat. RRiF plus, Zagreb 2001.

Gulin, D.; Tušek, B.; Žager, L.; Poslovno planiranje, kontrola i analiza, Rif, Zgreb, 2004.

Hisrich, R. D.; Peters, M. P. i Shepherd, D. A.: Poduzetništvo. sedmo izdanje, MATE d.o.o., Zagreb.

Kuvačić, N.: Biznis-plan ili poduzetnički projekt. Beretin, Split 2005.

Orsag, S.: Budžetiranje kapitala - Procjena investicijskih projekata. Masmedia, Zagreb 2002.

Ožanić, M.: Mali brod na olujnom moru: od ideje do prvog ugovora. Priručnik za poduzetnike. Tehnološki park, Zagreb 2004.

Potnik Galić, K., Keller, M.; Granda, S., Ekonomsko financijska analiza investicijskih projekata, RiF br. 11. 2009, str: 184-189.

Potnik Galić, K.; Đokić, K.; Radišić, B.: Primjena Excela u financijskim izračunima. *Računovodstvo revizija i financije*. 04. 2009. str. 175.-180.

Vajić, Ivo (ur.) , Management i poduzetništvo: 1000 programa ulaganja za mala i srednja poduzeća. Centar za poduzetništvo, Zagreb 1994.

Žanić, V.: Poslovni plan poduzetnika. Masemedia, Zagreb 2000.

7.2. Internetski izvori

Kreativna agencija Adverta <https://adverta.io/hr> pristupljeno (26. kolovoza 2019.godine)

Eldra d.o.o. <https://eldra.hr/> pristupljeno (26. kolovoza 2019.godine)

Hrvatska banka za obnovu i razvoj | <https://www.hbor.hr/poslovni-plan/> pristupljeno (16. lipnja 2019.godine)

Tobler d.o.o. <https://tobler.hr/> pristupljeno (26. kolovoza 2019.godine)


8. POPIS SLIKA I TABLICA

Tablica 1 Struktura ulaganja	20
Tablica 2 Izvor sredstava.....	20
Tablica 3 Dobavljači	28
Tablica 4 Korisnici proizvoda ili usluge	29
Tablica 5 Projekcija prodaje i prihoda od mjesečne prodaje proizvoda i usluga	30
Tablica 6 Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša.....	32
Tablica 7 Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu pri radu.....	32
Tablica 8 Tehnološko-tehnički kapacitet proizvoda projekta	33
Tablica 9 Projekcija ulaganja u stalna sredstva.....	33
Tablica 10 Projekcija ulaganja u materijalne inpute	34
Tablica 11 Projekcija potrebnih radnika ili radnica i troškova rada.....	34
Tablica 12 Popis i trajanje pojedine aktivnosti (poslova) izvedbe.....	36
Tablica 13 Projekcija terminskog plana aktivizacije projekta	37
Tablica 14 Popis aktivnosti i kvantifikacija promotivnih aktivnosti.....	42
Tablica 15 Projekcija visine i strukture ukupnih ulaganja	43
Tablica 16 Projekcija ulaganja prema izvorima i stavkama sredstava.....	44
Tablica 17 Projekcija otplate bankarskog zajma.....	44
Tablica 18 Proračun godišnjih bruto plaća.....	45
Tablica 19 Projekcija godišnje amortizacije i ostatka vrijednost projekta.....	46
Tablica 20 Dinamička projekcija prihoda	47
Tablica 21 Dinamička projekcija rashoda	48
Tablica 22 Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka	49
Tablica 23 Projekcija ekonomskih tijekova	50
Tablica 24 Projekcija financijskih tijekova.....	51
Tablica 25 Razdoblje povrata ulaganja	52
Tablica 26 Stopa prinosa prema godinama eksploatacije projekta	52
Tablica 27 Obračun neto (čiste) sadašnje vrijednosti.....	53
Tablica 28 Prosječna profitabilnost.....	53
Tablica 29 Penalizacija računa dobiti i gubitka.....	55
Slika 1 Organizacijska shema TESTERAUDIO d.o.o., Osijek	39


9. ŽIVOTOPIS

OSOBNJE INFORMACIJE

Marinčić Relja

 Mlinska 30, 31000 Osijek (Hrvatska)

 0981977465

 rmarinc23@gmail.com

Spol Muško | Datum rođenja 21. listopada 90. | Državljanstvo hrvatsko

OSOBNI PROFIL

U svrhu specijalističkog završnog rada

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

2005–2009

SSS

III. gimnazija Osijek, Osijek (Hrvatska)

razina 5 EKO-a

2009–2015

Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek (Hrvatska)

razina 5 EKO-a

01/10/2015–30/10/2017

Stručni prvostupnik ekonomije (bacc.oec)

Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić, Osijek (Hrvatska)

razina 5 EKO-a

01/10/2017–danas

Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić, Osijek (Hrvatska)

razina 5 EKO-a

RADNO ISKUSTVO

01/11/2016–01/07/2019

Fizički poslovi / rad u skladištu

Quehenberger logistic d.o.o
Jankomir 25, 10000 Zagreb (Hrvatska)
<http://www.quehenberger.com>

Istovar robe, rad u skladištu

Djelatnost ili sektor Prijevoz | Skladištenje

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik hrvatski

Strani jezici	RAZUMJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
engleski	C2	C2	C2	C2	C2
pučko otvoreno učilište Osijek škola stranih jezika					
njemački	B1	B1	B1	B1	A2

Stupnjevi: A1 i A2: Početnik - B1 i B2: Samostalni korisnik - C1 i C2: Iskusni korisnik
[Zajednički europski referentni okvir za jezike](#)

Komunikacijske vještine timski duh

(osposobljavanjem, seminari, sport, tijekom slobodnih aktivnosti)

Organizacijske / rukovoditeljske vještine

Sposobnost organizacije rada uz naglašenu ažurnost i pedantnost
 Smisao za organizaciju, iskustvo u vođenju timova
 (osposobljavanjem, sportu, dobrovoljnim aktivnostima)

Poslovne vještine

Naglašena odgovornost i točnost, te ažurnost u poslu, radna etika i odgovorno raspolaganje povjerljivim podacima.
 Poznavanje poslovnog bontona.
 (osposobljavanjem, dobrovoljnim radom, slobodnim aktivnostima)

Digitalne vještine

SAMOPROCJENA				
Obrada informacija	Komunikacija	Stvaranje sadržaja	Sigurnost	Rješavanje problema
Iskusni korisnik	Iskusni korisnik	Iskusni korisnik	Temeljni korisnik	Iskusni korisnik

[Digitalne vještine - Tablica za samoprocjenu](#)

Vozačka dozvola B

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ

Izjava o akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Relja Marinčić bacc.oec.

Matični broj studenta: 0010180267

Naslov rada: Poslovni plan tvrtke Testeraudio d.o.o. iz Osijeka

Svojim potpisom jamčim:

- da sam jedini autor ovog rada
- da su svi korišteni izvori, kako objavljeni, tako i neobjavljeni, adekvatno citirani i parafrazirani, te popisani u bibliografiji na kraju rada
- da ovaj rad ne sadrži dijelove radova predanih na Veleučilištu Baltazar Zaprešić ili drugim obrazovnim ustanovama
- da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj, te da je to verzija rada koju je odobrio nastavnik.

Potpis studenta:

Datum: