

# Priprema i provedba projekta Camping resort Zajarki

---

**Nežić, Patricia**

**Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni**

**2023**

*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:129:387249>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-12**

*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**

**Stručni diplomski studij**  
**Projektni menadžment**

**PATRICIA NEŽIĆ**

**PRIPREMA I PROVEDBA PROJEKTA CAMPING RESORT**  
**ZAJARKI**

**DIPLOMSKI RAD**

**Zaprešić, 2023. godine**

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

**Stručni diplomski studij**  
**Projektni menadžment**

**DIPLOMSKI RAD**

**PRIPREMA I PROVEDBA PROJEKTA CAMPING RESORT**  
**ZAJARKI**

**Mentor:**  
**Karlo Jurač, mag. oec., pred.**

**Naziv kolegija:**  
**PRAKTIKUM PROJEKTNIH PRIJAVA**

**Studentica:**  
**Patricia Nežić**

**JMBAG studenta:**  
**0248047492**

## SADRŽAJ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>SAŽETAK.....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>  | <b>2</b>  |
| <b>1. UVOD.....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>2. GRAD ZAPREŠIĆ.....</b>   | <b>5</b>  |
| 2.1 KULTURA GRADA .....  | 5         |
| 2.1.1 NOVI DVORI .....   | 6         |
| 2.1.2 LADANJSKI DVORAC LUŽNICA .....                                 | 7         |
| 2.1.3 JEZERO ZAJARKI.....  | 8         |
| <b>3. ODRŽIVO PUTOVANJE .....</b>                                    | <b>10</b> |
| <b>4. CAMPING .....</b>  | <b>12</b> |
| 4.1 BOOKING.....   | 14        |
| 4.2 OZNAKA „ODRŽIVI OBJEKT“ .....                                    | 14        |
| 4.3 ODRŽIVE OPCIJE U HRVATSKOJ .....                                 | 16        |
| <b>5. UPRAVLJANJE PROJEKTIMA .....</b>                               | <b>17</b> |
| <b>6. CILJEVI I STRATEGIJA PROJEKTA CAMPING RESORT ZAJARKI .....</b> | <b>20</b> |
| 6.1 STRATEGIJA PROJEKTA .....  | 21        |
| 6.1.1 STRATEŠKI CILJEVI.....   | 21        |
| <b>7. PONUDA CAMPING RESORTA ZAJARKI.....</b>                        | <b>28</b> |
| 7.1 SMJEŠTAJNI KAPACITETI „CAMPING RESORTA ZAJARKI“ .....            | 28        |
| 7.1.1 MOBILNE GLAMPING KUĆICE / GLAMPING ŠATOR .....                 | 28        |
| 7.1.2 BELL ŠATORI .....  | 29        |
| 7.1.3 SAFARI ŠATORI .....  | 30        |
| 7.1.4 STARDUST ŠATOR .....   | 31        |
| 7.2 DODATNA PONUDA KAMPA .....                                       | 32        |
| 7.2.1 ZNAKOVI KVALITETE .....  | 34        |
| 7.2.2 CERTIFIKAT „NE BLOKIRANI“ .....                                | 35        |
| <b>8. PLAN PROJEKTA .....</b>  | <b>37</b> |
| 8.1 ELEMENTI PROJEKTA I PRORAČUN .....                               | 37        |
| 8.2 POVEZANOST S PROJEKTNIM CILJEVIMA .....                          | 39        |

|            |  |           |
|------------|--|-----------|
| 8.3        | PROJEKCIJA PRODAJE USLUGA .....                          | 39        |
| <b>9.</b>  | <b>ANALIZE I PLANOVI .....</b>                           | <b>41</b> |
| 9.1        | ANALIZA TROŠKOVA.....                                    | 41        |
| 9.2        | RASPORED PROVEDBE ELEMENATA PROJEKTA.....                | 44        |
| 9.3        | UKUPNA VRIJEDNOST PROJEKTA .....                         | 44        |
| 9.3.1      | IZVOR FINANCIRANJA PRIHVATLJIVIH TROŠKOVA PROJEKTA ..... | 45        |
| 9.4        | ANALIZE OKRUŽENJA .....                                  | 45        |
| 9.4.1      | SWOT ANALIZA.....  | 45        |
| 9.4.2      | ANALIZA DIONIKA .....                                    | 47        |
| 9.5        | RIZICI PROJEKTA .....                                    | 49        |
| 9.6        | ANALIZA KONKURENCIJE .....                               | 50        |
| <b>10.</b> | <b>ŽIVOTNI VIJEK PROJEKTA.....</b>                       | <b>52</b> |
| <b>11.</b> | <b>VIDLJIVOST I DISEMINACIJA PROJEKTA .....</b>          | <b>54</b> |
| 11.1       | VIDLJIVOST PROJEKTA .....                                | 54        |
| 11.2       | DISEMINACIJA PROJEKTA .....                              | 55        |
| 11.3       | PROMIDŽBENE MJERE .....                                  | 56        |
| <b>12.</b> | <b>HORIZONTALNE TEME .....</b>                           | <b>57</b> |
| <b>13.</b> | <b>REALIZACIJA PROJEKTA.....</b>                         | <b>60</b> |
| <b>14.</b> | <b>ZAKLJUČAK.....</b>                                    | <b>63</b> |
| <b>15.</b> | <b>IZJAVA .....</b>                                      | <b>65</b> |
| <b>16.</b> | <b>POPIS LITERATURE.....</b>                             | <b>66</b> |
| 16.1       | KNJIGE I ČLANCI.....                                     | 66        |
| 16.2       | INTERNETSKI IZVORI.....                                  | 66        |
| <b>17.</b> | <b>POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA .....</b>            | <b>70</b> |
| 17.1       | POPIS SLIKA.....   | 70        |
| 17.2       | POPIS TABLICA .....                                      | 71        |
| <b>18.</b> | <b>ŽIVOTOPIS.....</b>                                    | <b>72</b> |

## SAŽETAK

Izgradnjom camping resorta povećao bi se broj smještajnih jedinica u Gradu Zaprešiću. Poduzetničkim pothvatima i samim projektom želi se podići svijest korisnika o važnosti razvoja poduzetničke mreže stvaranjem održivih gospodarstava i stvaranjem pametnog i zelenog društva. Jedan od ciljeva svakako je i proširenje i promocija turističke ponude Grada Zaprešića.

Projekt je fokusiran na grad Zaprešić i okolne općine, koje su velikim dijelom još uvijek nerazvijene, tako da bi se ovim projektom pomoglo i u razvoju jednog dijela ruralnih područja, koji je u konačnici bitan i za cjelokupan razvoj Hrvatske. U isto vrijeme grad Zaprešić vrví brojnim i neiskorištenim potencijalima na jezeru Zajarki, ima velik broj stanovništva, a nadomak je glavnom gradu Republike Hrvatske. U tome vidimo idealnu priliku Zaprešića i okolnih mjesta i kao glavne 'vikend-destinacije'. Grad bi projektom Camping resort Zajarki postao sinonimom za prepoznatljivost u području turizma te bi se projektom otvorile nove prilike i omogućili novi poslovni pothvati lokalnim poduzetnicima, uz omogućavanje njihovog daljnjeg razvoja.

**Ključne riječi:** projektni menadžment, Grad Zaprešić, kampiranje, turizam

**Title in English: PREPARATION AND IMPLEMENTATION OF THE PROJECT  
CAMPING RESORT ZAJARKI**

**ABSTRACT**

The construction of a camping resort would increase the number of accommodation units in the town of Zaprrešić. Entrepreneurial ventures and the project itself aim to raise user awareness of the importance of developing an entrepreneurial network by creating sustainable economies and creating a smart and green society. One of the goals is certainly the expansion and promotion of the tourist offer of the City of Zaprrešić.

The project is focused on the town of Zaprrešić and the surrounding municipalities, which are largely still undeveloped, so this project would also help in the development of a part of the rural areas, which is ultimately important for the overall development of Croatia. At the same time, the town of Zaprrešić teems with numerous and untapped potentials on Lake Zajarki, has a large population, and is close to the capital of the Republic of Croatia. In this, we see the ideal opportunity for Zaprrešić and the surrounding towns as the main 'weekend destination'. With the Camping resort Zajarki project, the town would become synonymous with recognition in the field of tourism, and the project would open up new opportunities and enable new business ventures for local entrepreneurs, while enabling their further development.

**Key words:** project management, Zaprrešić, camping, tourism

## 1. UVOD

Danas se u svijetu globalizacije sve više osjeti potreba za održivim i lokalnim turizmom u manje razvijenim područjima, ali i u gradovima i okolicama gradova. Republika Hrvatska je donijela Nacionalnu razvojnu strategiju putem koje je otvoren put mnogim razvojnim politikama te otvorene prilike za mnogobrojne poduzetnike, javna tijela, bilo koga s afinitetima jačanja otpornosti društva i njegove veće spremnosti za suočavanje s nepredvidivim okolnostima, karakterističnih za današnje vrijeme.

Autorica ovog seminarskog i prezentacijskog rada se osvrnula na veliki projekt koji bi mogao pomoći razvoju održivih sustava, razvoju mreže smještajnih jedinica s njihovom lokalnom ponudom te poticanju zdravog i aktivnog života. Radi se o projektu Camping resort Zajarki. Projekt je fokusiran na grad Zaprešić i okolne općine, koje su velikim dijelom još uvijek nerazvijene, tako da bi se ovim projektom pomoglo i u razvoju jednog dijela ruralnih područja, koji je u konačnici bitan i za cjelokupan razvoj Hrvatske.

Ovim projektom koji bi bio lociran na jezeru Zajarki u Gradu Zaprešiću želi se povećati broj smještajnih jedinica tj. kapaciteta u gradu Zaprešiću pomoću poduzetničkih pothvata. Gradu nedostaje mreža koja bi obuhvaćala cjelokupnu turističku ponudu s elementima održivog razvoja te prateća turistička i gastronomska ponuda. U isto vrijeme grad Zaprešić vrvi brojnim i neiskorištenim potencijalima na jezeru Zajarki, ima velik broj stanovništva, a nadomak je glavnom gradu Republike Hrvatske. U tome autorica vidi idealnu priliku Zaprešića i okolnih mjesta i kao glavne 'vikend-destinacije', svih onih željnih prirode, odmora u prekrasnoj zaprešićkoj prirodi i potencijalnih novih korisnika camping-zone.

Cilj projekta je potaknuti i lokalne OPG-ove na unaprjeđivanje vlastitih proizvoda i usluga, koje bi se nudile u resortu, te potaknuti promociju i razvitak do razine gdje bi oni bili u mogućnosti steći certifikat izvornosti i drugih eko-oznaka.

Danas se sve više svjedoči o tome koliko se izgubilo znanje o poljoprivredi te vlada opće mišljenje kako je poljoprivreda rezervirana samo za selo i za starije. Međutim, pandemija je naučila narod koliko su domaća proizvodnja i proizvodi važni u njihovom svakodnevnom životu. Promocijom lokalnih proizvoda i hrane pomoglo bi se u razvoju lokalnih poduzetnika. Cilj projekta je i stvaranje održivog resorta te pametnog i 'zelenog' društva. Camping resort ne bi koristio papire, već bi sve bilo u digitalnom formatu putem aplikacije, ne bi se koristio jednokratni plastični inventar, dok bi se kod vode i električne energije smanjila potrošnja.



Uključeni bi bili mali i srednji poduzetnici i samim time bi im bilo omogućeno stvaranje većeg prihoda i brži razvoj. Od dodatnih sadržaja od strane poduzetnika osim proizvoda i hrane resort bi nudio i usluge najma bicikala i ribičke tečajeve. Dobro razrađenom platformom povezale bi se zaprešičke smještajne jedinice camping resorta s ostalim smještajnim jedinicama u Gradu, uz adekvatno i unaprijeđeno oglašavanje. Potaknuo bi se razvoj turizma te eko-turizma razvojem poduzetništva.

Grad bi projektom Camping resort Zaprešić postao sinonimom za prepoznatljivost u području turizma te bi se projektom otvorile nove prilike i omogućili novi poslovni pothvati lokalnim poduzetnicima, uz omogućavanje njihovog daljnjeg razvoja. Misija ovog camping resorta, koja ujedno prati i Nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske do 2030., je razvoj poduzetništva i obrta, održivog, inovativnog i otpornog turizma, poticanje aktivnog života kroz sport te razvoj ruralnog područja kroz lokalnu ponudu i smještaj.

Tema rada obrađena je u petnaest cjelina koje skupa daju smislenu cjelinu. U uvodnom poglavlju predstavljen je sam projekt skupa s njegovim ciljevima. Drugo poglavlje predstavlja lokaciju projekta odnosno Grad Zaprešić te ističe njegove kvalitete. U trećem poglavlju susrećemo se s pojmom „Održivo putovanje“ i pojašnjujemo što ono točno znači i što se pod njim podrazumijeva. Četvrto poglavlje govori o campingu i zašto je ono idealan način za provođenje odmora u današnje vrijeme. U petom poglavlju objašnjeno je kako se zapravo upravlja projektima i što je bitno znati ukoliko se upuštamo u jedan. Šesto poglavlje predstavlja natječaj na koji bi se projekt prijavio kako bi dobio financijsku podršku i navodi sve kriterije koji su potrebni za ispuniti kako bi se podrška ostvarila. Sa sedmim poglavljem počinje razrada samog projekta. Definiraju se strategija i njegovi strateški ciljevi. U osmom poglavlju razrađena je ponuda kampa sa svim informacijama o smještajnim kapacitetima i dodatnom ponudom. Deveto poglavlje prikazuje plan projekta odnosno njegove elemente, proračun i projekciju prodaje usluga. Sve analize vezane za projekt smještene su u desetom poglavlju dok jedanaesto poglavlje opisuje životni vijek projekta. U dvanaestom poglavlju razrađena je vidljivost i diseminacija projekta skupa s promidžbenim mjerama a u trinaestom poglavlju govori se o horizontalnim temama. Četrnaesto poglavlje prikazuje način realizacije projekta. Zadnje poglavlje donosi zaključak u kojem je objašnjeno zašto bi ovaj projekt bio dobra investicija u današnje vrijeme.

## 2. GRAD ZAPREŠIĆ

Zaprešić je grad koji se nalazi u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske. U sklopu je Zagrebačke županije i broji oko 25 tisuća stanovnika. Najveći je grad Hrvatskog Zagorja i najgušće naseljeno područje u županiji. Sastoji se od devet gradskih naselja i broji sedam okolnih općina. Geografski gledano spada u Hrvatsko zagorje, a smješten je u dolini triju rijeka – Sutla, Sava i Krapina. Na zapadu grada nalazi se Slovenija, a na sjeveru je Krapinsko-zagorska županija. S južne strane nalazi se Samobor dok je glavni grad Zagreb na istoku. Urbani razvoj grada Zaprešića potaknuo je njegov prometni položaj, odnosno razvoj industrije. Smješten je na glavnoj prometnoj žili kucavici iz Zagreba prema zapadnoj Europi. Izgradnjom novih cesta postao je pristupačniji i povezaniji sa svojom okolicom.



Slika 1 - Grad Zaprešić

Izvor: TZ Zagrebačke županije, (n.d.), <https://odmornikadblize.hr/city/zapresic>, preuzeto 12.05.2023.

### 2.1 KULTURA GRADA

Zaprešić je grad obrazovanja, sporta, kulturne baštine i prirodnih ljepota. Što se tiče spomenika i znamenitosti izdvojiti svakako treba tri najpoznatija dvorca:

1. BAROKNI DVORAC „ORŠIĆ“ (Gornja Bistra)
2. “JANUŠEVAC“ (općina Brdovec) - prema nekim autorima najljepši spomenik klasicističke arhitekture u Hrvatskoj.

3. „LUŽNICA“ (Šibice, barokni dvorac – prva kategorija) - sagrađen je u obliku slova „U“, a na uglovima ima četiri cilindrične kule. U njemu se nalazi dvorska kapela s baroknim oltarom i duhovni centar. Okružen je zelenilom i parkom u kojem se nalazi jezerce.



Slika 2 - Dvorac Januševac

Izvor: Putovnica.net, (n d.), <https://www.putovnica.net/odredista/hrvatska/zapresic/sto-posjetiti-znamenitosti-u-zapresicu/dvorac-janusevec>, preuzeto 12.05.2023.

Svi su nastali tijekom 18. i 19. stoljeća te pripadaju među najljepše primjerke u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Izuzev dvoraca treba spomenuti i stare kurije, crkvice (Crkva sv. Petra, zaštićeno kulturno dobro) te stare zagorske kuće (hiže – tradicionalne kuće koje spadaju pod zaštićeno kulturno dobro) u općini Dubravica čije su fasade plave boje.

### 2.1.1 NOVI DVORI

Novi dvori primjer su cjelovitog gospodarskog vlastelinskog kompleksa. U njima se nalazi dvorac, kapela sv. Josipa, grobnica obitelji Jelačić, muzej Matija Skurjeni, depadansa dvorca tzv. Richterova zgrada, perivoj, vrtlareva kuća-"staklenjak", voćnjak, stambene i gospodarske zgrade, povrtnjak, kurušnjak, obradivo zemljište i park-šuma, a od 2004 godine i golf vježbalište te sjedište golf kluba „Ban Jelačić“. Također sadrži i "vršilnicu" koja je zbog svog okruglog oblika jedini takav objekt u Hrvatskoj. Sagrađena je u 17 – om stoljeću. Krasi ga i veličanstvena 200 m duga aleja kestena pored koje se ističe pravokutni dvorac. Nedaleko

od dvorca nalazi se neogotička kapelica Sv. Josipa. Neogotički mauzolej obitelji Jelačić odnosno grobnica podijeljena je na podzemnu i nadzemnu cjelinu s dvama polukružnim stubištima, a posebna je po tome što je djelomično izgrađena od bijelog kamena donesenog sa Zagrebačke katedrale, nakon velikog potresa 1880. Vrtlareva kuća danas je prenamijenjena u restoran koji pripada susjednim golf terenima. Središnji rizalit koji je izgrađen u klacističkom stilu kasnije je nadograđen u neogotičkom stilu. Okružen je perivojem i stazama. Široke šljunčane staze i listopadne park šume u kojima prevladavaju hrast i grab čine ovaj perivoj od pet hektara čarobnim mjestom.<sup>1</sup>



Slika 3 - Novi Dvori

Izvor: Sjevnerni.info, (n.d.), <https://www.sjevnerni.info/foto-ustani-bane-jelacicu-novi-dvori-posljednjepocivaliste-bana-josipa-jelacica/>, preuzeto 12.05.2023.

## 2.1.2 LADANJSKI DVORAC LUŽNICA

Dvorac iznimne ljepote i nevjerojatne arhitekture izgrađen je 1791. godine na mjestu nekadašnjeg kaštela iz 17. stoljeća. Radi se o trokrilnom dvorcu koji se ističe svojim cilindričnim kulama baroknog stila. Otvoren je prema perivoju i cjelokupnom krajoliku, a u njegovu okruženju nalazi se prostrani perivoj s jezerom, šumarcima i šetnicama te tri velike i četiri male sjenice.

<sup>1</sup> Izvor: Kompleks Novi Dvori, <https://www.visitzapresic.hr/upoznaj-zapresic/kompleks-novi-dvori/> (n.d.) pristupljeno 12.05.2023.

U njemu su časne sestre dobile smještaj za starije i umirovljene sestre, a zahvaljujući svome trudu i radu na poljoprivredi i stočarstvu prehranjivale su sebe i druge. Također ga nazivaju i spomenikom parkovne arhitekture. Danas se spominje i kao Duhovno-obrazovni centar Marijin dvor, te njima Lužnica ima kulturnu, povijesnu i duhovnu ulogu te je okupljalište šire zajednice. Osim što organiziraju vlastite programe nude i mogućnost organiziranja edukativnih i duhovnih programa drugim zajednicama i korisnicima. Također nudi i duhovne obnove, edukacije i razne programe uz modernu tehniku. Pohvaliti se mogu i suvenirima iz domaće radinosti kao što su lužnački čaj od maslačka, liker od višnje, maslačka i ruža, pekmezi, med i drugi proizvodi. Napomenuti treba da sve sastojke časne sestre uzgajaju same.<sup>2</sup>



Slika 4 - Dvorac Lužnica

Izvor: Travel Advisor, (n.d.), <https://upoznajhrvatsku.com/ponuda/dvorac-luznica>, preuzeto 12.05.2023.

### 2.1.3 JEZERO ZAJARKI

Šoderica Zajarki smještena je na južnom ulazu u grad Zaprešić. Već je 50-ak godina okupljalište mještana i posjetitelja sa svih strana, ali i mjesto gdje ribolovci vrlo rado dolaze uživati u ribolovu i prirodi. Vodena površina zauzima površinu od 40 ha i na samoj sredini smjestio se mali otok. Jezero je bogato ribom i redovito se poribljava. Najzastupljenija riba je šaran. Zanimljivost koja se veže uz ovo jezero je ta da je nekolicina ljudi odlučilo evidentirati ribe iz jezera, tako da je za sada evidencijom obuhvaćeno preko 500 riba iznad 10 kg. Najpoznatiji teškaši ove vrste zovu se Kvruga i Berta i teže oko 30 kg.

<sup>2</sup> Izvor: Dvorac Lužnica, Lužnica <https://www.visitzapresic.hr/upoznaj-zapresic/dvorac-luznica/> (n.d.) pristupljeno 12.05.2023,

Zastupljen je šaranski ribolov i princip „ulovi i pusti“ koji uključuje vraćanje neozlijeđene ribe natrag u vodu te briga o njoj. Šaranski ribolov idealan je za opuštanje i razdibrigu. Neizostavan dio jest i edukacija o modernom šaranskom ribolovu i ekološka svijest.

Na jezero izuzev ribolovaca dolaze i osobe željne mira od burne svakodnevnice i one osobe koje žele uživati u prirodi. Za njih postavljene su moderne i prostrane drvene sjenice koje u ljetnim mjesecima daju zaklon od sunca i stvaraju hlad tako da se cijeli dan može provesti u ugodnom druženju na obali jezera.<sup>3</sup>



Slika 5 - Jezero Zajarki

Izvor: TZ Zaprešić, (n.d.), <https://www.visitzapresic.hr/istrazi-zapresic/jezero-zajarki-ribolov/>, preuzeto 12.05.2023.

<sup>3</sup>Izvor: Jezero Zajarki, <https://www.visitzapresic.hr/istrazi-zapresic/jezero-zajarki-ribolov/> (n.d.) pristupljeno 12.05.2023.

### 3. ODRŽIVO PUTOVANJE

Održivi turizam definiran je kao: „Turizam koji u potpunosti uzima u obzir svoje sadašnje i buduće ekonomske, društvene i ekološke utjecaje, obraćajući se na potrebe posjetitelja, industrije, okoliša i zajednica domaćina. Održivo putovanje način je putovanja u kojem je cilj očuvati prirodu. Odnosi se na usvajanje održivih praksi s ciljem minimiziranja negativnih i maksimiziranja pozitivnih učinaka turizma. Planet Zemlja ima ograničene resurse i masovni turizam ugrožava njihov opstanak.<sup>4</sup>

Osam najboljih praksi za održivo putovanje:

1. Boravak u ekološki prihvatljivom smještaju

Boravak u ekološki prihvatljivom smještaju podržava lokalno gospodarstvo jer većina takvih smještaja nudi organsku hranu s domaćih OPG-ova. Usredotočen je na čuvanje okoliša i ima pozitivne učinke na njega. Smanjuje utjecaj turizma na okoliš.

2. Optimalno korištenje resursa okoliša

Potrošnja okolišnih resursa premašuje njihovu sposobnost regeneracije i samim time uzrokuje promjene i gubitak bio-raznolikosti. Optimalno korištenje resursa okoliša čuva prirodnu baštinu i biološku raznolikost.

3. Vožnja javnim prijevozom

Korištenjem javnog prijevoza smanjuje se broj automobila na cestama i ispušta se manje ugljičnog dioksida u atmosferu čime se smanjuje onečišćenje zraka i smanjuju prometne gužve.

4. Poštivanje kulture lokalne zajednice

Bitno je čuvati kulturnu i umjetničku baštinu određenog područja. Jedna od najzahvalnijih stvari održivog putovanja jest interakcija s lokalnim stanovništvom. Njome se čuva tradicija koja se prenosi s generacije na generaciju. Tradiciju je neophodno čuvati jer ona čini identitet lokalne zajednice i stvara osjećaj zajedništva među ljudima.

---

<sup>4</sup> Izvor: Više od održivosti: Što je regenerativni turizam <https://odrzivahrvatska.hr/vise-od-odrzivosti-sto-je-regenerativni-turizam%EF%BF%BC-32002/> (18.01.2023.) pristupljeno 15.05.2023

## 5. Kupnja i podrška lokalnim tvrtkama

Lokalno gospodarstvo osnažuje se kupnjom proizvoda lokalnih tvrtki. Kupnjom njihovih proizvoda pruža im se podrška i daje poticaj za daljnji rad. Prošire li svoje poslovanje otvaraju se nova radna mjesta, a sami proizvođači ne trebaju prijevoz i zahtijevaju manja pakiranja. Kupnja i podrška lokalnim tvrtkama osnažuje lokalno gospodarstvo.

## 6. Sporo putovanje

Sporo putovanje omogućuje uživanje u krajoliku na putu. Smanjuje utjecaj na okoliš i štedi novac. Odabirući prijevozna sredstva za „sporo putovanje“ smanjuje se ekološki utjecaj i jeftinije je.

## 7. Reći NE plastici za jednokratnu upotrebu

Nekorištenjem plastike za jednokratnu upotrebu smanjuje se onečišćenje.

## 8. Jesti domaću hranu

Domaća, odnosno lokalno proizvedena hrana ne zahtijeva prijevoz, stoga je svježija i hranjivija. Konzumiranje lokalne hrane pomaže i lokalnim tvrtkama. Njezinim konzumiranjem podupire se lokalno gospodarstvo i pridonosi se povećanju zaposlenosti otvaranjem novih radnih mjesta. Samim time doprinosi i povećanju prihoda unutar zajednice.<sup>5</sup>



Slika 6 - Održivo putovanje

Izvor: EU info, (n.d.), <https://euinfo.ba/en/ekopedija-65-en/>, preuzeto 01.06.2023.

<sup>5</sup> Izvor: What is sustainable travel: 8 best practices <https://ecobnb.com/blog/2022/03/sustainable-travel-good-practices/> (04.03.2022.) pristupljeno 01.06.2023.



## 4. CAMPING

U današnje vrijeme camping je dosta zastupljen način odmora. Mnogi se pitaju zašto odabrati kamp i vrijeme provesti u kućicama ili šatorima umjesto u luksuznim hotelima i udobnom krevetu. U nastavku izdvojeni su samo neki od razloga u moru njih zašto bi baš trebalo izabrati boravak u kampu.

### 1. Boravak na otvorenom

Mobilne kućice ili šatori u kampovima većinom su smješteni u zelenilu odnosno prirodi. Svaka mobilna kućica ili šator ima uređenu okućnicu ili terasu gdje se može uživati ili sunčati po cijele dane. Također većina ima i natkrivene terase koje uključuju roštilj, stol i ležaljke. Time je boravak na svježem zraku zagarantiran, a ujedno pruža i privatnost te udobnost.

### 2. Opremljenost

Posljednjih par godina znatno se unaprijedila opremljenost mobilnih kućica. Mobilne kućice nisu više ono što su nekada bile. Sada su na raspolaganju različite vrste i veličine kućica te se opremljenost njihova razlikuje od kućice do kućice. Također su se povećali i kapaciteti tako da se sada u njih može bez problema smjestiti i veće obitelji. Klimatizirane su i opremljene tv-om, a u njima se uglavnom nalaze i vrhunski opremljene kuhinje sa svim potrebnim sadržajem za kuhanje kao i kuhinjskim aparatima. Kao dodatni plus valja spomenuti i vanjski dio mobilne kućice koji krase natkrivena terasa i vrt u kojem se u većini slučajeva nalazi roštilj te set namještaja i ležaljke.

### 3. Sadržaj kampa

Kampovi većinom imaju raznoliku ponudu kojom raspolažu. Ona uglavnom uključuje sportske aktivnosti, play zone, iznajmljivanje kajaka i drugog zabavnog sadržaja te pregršt različitih sadržaja i aktivnosti kojima se bavi i animacijskim tim. Isto tako sadrže razne restorane, trgovine, kioske, barove, mjenjačnice i bankomate, odnosno sve što bi osobi moglo zatrebati na odmoru. Opremljeni su na način da ukoliko gost ne želi napuštati kamp zaista to i ne mora jer mu je sve na raspolaganju u kampu. Zbog svog sadržaja i opremljenosti, sve je više kampova koji postaju camp resorti.

#### 4. Lokacija

Kampovi su udaljeni od gradskih centara te pružaju utočište i mir kakvo gosti u današnje vrijeme traže i trebaju. Mogu biti smješteni u blizini nacionalnih parkova, parkova prirode te često organiziraju jednodnevne izlete na atraktivna odredišta.

#### 5. Nova poznanstva

Kamp je zapravo jedna mala zajednica i kada ste smješteni u kampu zapravo gost postaje dio jedne male zajednice. Stvaraju se nova poznanstva koja ne rijetko prerastaju u velika prijateljstva.<sup>6</sup>

Izuzev ovih pet razloga valja napomenuti još neke kao što su: netaknuta priroda, vrhunska usluga, gostoljubivost osoblja i domaćina, zdrava domaća prehrana i vrhunske namirnice s lokalnih OPG-ova i širok spektar aktivnosti.



Slika 7 - Camping

Izvor: KOA Camping Blog, (n.d.), <https://koa.com/blog/the-benefits-of-camping-why-camping-is-good-for-you/> preuzeto 14.05.2023.

Kako bi turistima bilo jednostavnije naći održivi smještaj, platforma Booking. Com uvela je oznaku „Održivi objekt“.

---

<sup>6</sup> Izvor: 5 razloga zašto odabrati mobilnu kućicu za odmor <https://adriacamps.com/novosti/5-razloga-za-odabir-mobilne-kucice-za-ljetni-odmor/> (18.02.2022.) pristupljeno 14.05.2023.

## 4.1 BOOKING

Platforma Booking, čije je sjedište u Amsterdamu, jedna je od najvećih online putničkih agencija. U 2022. njihova mobilna aplikacija bila je najčešće preuzimana aplikacija u kategoriji putničkih agencija. Riječ je o jednom od svjetskih lidera kad je riječ o digitalnim platformama za putovanje.



Slika 8 – Booking

Izvor: Booking.com, (n.d.), <https://news.booking.com/>, preuzeto 20.05.2023.

## 4.2 OZNAKA „ODRŽIVI OBJEKT“

Zadnji novitet koji se može naći na njihovoj platformi jest oznaka „Održivi objekt“. Ova oznaka jest zapravo provjereni i globalno relevantni pokazatelj održivosti, koji putnicima pruža informacije u potrazi za održivijim opcijama putovanja. Univerzalno je i transparentno mjerilo za informaciju o održivom smještaju. Oznaka „Održivi objekt“ koristi skup karakteristika koje je potvrdila Neovisna svjetodavna grupa Travalyst. Temelj su već provjereni standardi za održive smještajne objekte. Ovu oznaku mogu dobiti svi objekti koji su implementirali neke prakse održivosti.

Pet ključnih područja koje bi objekti mogli razmotriti za dobivanje ove oznake su :

- A. otpad
- B. energija i staklenički plinovi
- C. voda
- D. podrška lokalnoj zajednici
- E. zaštita prirode

Ovih pet područja podijeljeno je na 32 specifične mjere ili prakse održivosti koje objekti mogu implementirati, a neke od mjera koje obuhvaćaju su : izbacivanje jednokratnog plastičnog kozmetičkog pribora, prijelaz na LED žarulje i korištenje 100% obnovljivih izvora energije, ulaganje određenog dijela profita u lokalnu zajednicu i konzervatorske projekte itd...

Ova inicijativa osmišljena je tako da se može primijeniti za razne objekte, od apartmana, do hotela, resorta te čak i kućica na drvetu. Inicijativu je moguće prilagoditi stanju na lokalnom tržištu. Cilj ove oznake jest mogućnost primanja vjerodostojnog priznanja za svoj rad čiji je cilj održivost. Isto tako omogućiti i putnicima koji svoji smještaj traže preko njihove platforme, da na transparentan i jednostavan način pronađu održivi smještaj. Da bi se izgradila održiva branša potrebno je vrijeme, koordinacija i suradnja dok je napredak moguć kroz kontinuirane inovacije, podrške partnera te suradnje unutar branše.

U prvoj fazi uvođenja oznake putnici iz cijelog svijeta na stranicama će objekata na platformi Booking moći vidjeti oznaku 'Održivi objekt' te pregled praksi održivosti tog objekta. U narednim tjednima oznaka će se prikazivati uz objekt u rezultatima pretraživanja, a uvest će se i filter za održive objekte kako bi putnici lakše mogli naći ono što traže.<sup>7</sup>



Slika 9 - Oznaka "Održivi objekt"

Izvor: Booking.com (n.d.) <https://partner.booking.com/hr/travel-sustainable> preuzeto 16.11.2023.

<sup>7</sup> Izvor: Održivi objekt – oznaka za sve informacije ako si u potrazi za održivim opcijama za putovanje <https://underdreamskies.com/2021/11/16/odrzivi-objekt-za-laksu-organizaciju-putovanja/> (16.11.2021.) pristupljeno 20.05.2023.

### 4.3 ODRŽIVE OPCIJE U HRVATSKOJ

„O ekološkim čimbenicima nužno moramo razmišljati prilikom procjene izvedivosti svakog projektnog plana, jer projekti koji nisu zasnovani na ekološkoj svjesnosti, ne samo da se sukobljavaju sa zakonskim okvirom već ih, najčešće, neće ni prihvatiti krajnji korisnici. Razmišljanje o ekologiji može biti potaknuto ili uvjetovano zahtjevima sadašnjih i/ili potencijalnih kupaca koji bi htjeli kupovati proizvode i usluge koji su manje štetni za okoliš od drugih njima sličnih.“ (Omazić, Baljkas 2005.)

- 86% putnika iz Hrvatske u narednoj godini želi boraviti u održivom smještajnom objektu.
- 76% putnika iz Hrvatske očekuje u ponudi više održivih opcija.
- 69% putnika iz Hrvatske izjavilo je da je veća vjerojatnost da bi odabrali određeni smještaj kad bi znali da taj smještaj provodi prakse održivosti.<sup>8</sup>

Po svemu sudeći putnici iz Hrvatske jako su zainteresirani za opciju održivog putovanja. Samim time oznaka „Održivi objekt“ u Hrvatskoj olakšao bi velikom broju putnika da nađu svoj idealan smještaj za odmor.

---

<sup>8</sup> Izvor: Održivi smještaj traži 86% putnika iz Hrvatske. Jeste li među njima? <https://www.turistickeprice.hr/86-putnika-iz-hrvatske-trazi-odrzivi-smjestajni-objekt/> (22.11.2021.) pristupljeno 16.06.2023.

## 5. UPRAVLJANJE PROJEKTIMA

„Poslovne organizacije trebaju imati agilne, fleksibilne i pouzdane radne procese i strukture. Dvadeset prvo stoljeće stvorilo je organizacijski model koji je decentraliziran. Nastoji stvoriti skalabilne i automatizirane poslovne procese koji omogućuju menadžmentu da iskoristi nove prilike. Osmišljen je niz alata i metodologija za postizanje vrhunskih rezultata. Upravljanje projektima pomaže organizacijama da postignu učinkovitost i djelotvornost. Proces treba provoditi na pouzdan i dosljedan način. To se može postići samo logičnim i praktičnim planiranjem. Učinkovita priprema ključ je uspjeha u upravljanju projektima. Upravljanje projektima postalo je važan aspekt poslovanja u mnogim tvrtkama. Projekti su integrirani sa strateškim pogledima korporacije kako bi se osigurala maksimalna korist. Upravljanje projektima vitalna je metoda za ekonomski proces poduzeća. Prednost upravljanja projektima je u tome što sposobnost postizanja poboljšane produktivnosti i tvrtki osigurava kvalitetu unutar radne atmosfere.“ (Larson, Gray, 2014)

Zbog toga razloga postoje tehnike i koraci koji su potrebni nakon što projekt započne. Četiri su fraze u životnom ciklusu projekta: definiranje, planiranje, izvođenje i isporuka. Da bi projekt ispunio svoju stratešku misiju upotrebljava tehnike upravljanja projektima a one mu osiguravaju učinkovitu upotrebu resursa i strateško usklađivanje. Kako bi postigao ciljeve projekta voditelj mora učinkovito koristiti svoje vrijeme. Strateškim upravljanjem osiguravaju se resursi po tom kako će tim nastaviti s projektom. U to su uključeni pregled i definiranje misije projekta. Kako bi se formulirala strategija, moraju se analizirati ciljevi i odlučiti što je potrebno, a za taj dio procesa zadužen je menadžer. U postizanju uspješnih strategija u upravljanju projektima uvelike pomaže cilj. Strategija se mora implementirati s jakim sustavom prioriteta kako bi se izbjegli bilo kakvi sukobi tijekom procesa te je iznimno važno uskladiti projekt sa strategijama koje provodi organizacija kako bi se učinkovito ispunila njihova strateška misija.<sup>9</sup>

„Upravljanje projektima danas privlači veliku pozornost na temelju koristi koje proizlaze iz njegove uspješne primjene. Kako se poslovni procesi stalno mijenjaju, razvila se potreba za definiranim procesom za pokretanje, planiranje, izvršenje i praćenje tih procesa. Ova se disciplina obično predstavlja kroz upravljanje projektima.

---

<sup>9</sup> Izvor: Larson, E., & Gray, C. (2014.) *Project management: The managerial process with MS project*

Dinamička priroda poslovnih procesa zahtijeva pristup koji se može dobro prilagoditi poslovnom okruženju koje se stalno mijenja. Tijekom pokretanja upravljanja projektom, planiranja, izvođenja i praćenja projekt mora biti unutar projektnih ograničenja vremena, troškova i opsega. Oni se smatraju ograničenjima u koja se svaki drugi resurs projekta mora uklopiti. Ova ograničenja trošak, opseg i vrijeme čine okvir projekta. Proces upravljanja projektima pomaže organizacijama da rade unutar ovih ograničenja kako bi osigurale uspjeh svojih projekata. Zahtjevi za upravljanje projektom su značajni i planira ih dobro definiran tim koji ima tehnički kapacitet za rad unutar definiranih granica. Međutim, ako se te discipline ne poštuju jasno, projekt će vjerojatno propasti, što će rezultirati gubitkom novca i narušenim ugledom.“ (Schwalbe, 2009)

Projekti koji su propali imaju negativan utjecaj na bilo koji posao zbog izgubljenog vremena i resursa. Kako bi se osiguralo da projekt napreduje uspješno, na raspolaganju su alati koji osiguravaju učinkovito pokrivanje aspekata integracije projekta, vremena, troškova, kvalitete i ljudskih resursa. Potrebnu podršku za pomoć timu za uspješno upravljanje pružaju opći alati. Veličina i složenost projekta mogu se riješiti na način da se koristi pristup upravljanja projektom. Jako je bitno da se projektni tim samostalno bavi pitanjima integracije. To se temelji na pretpostavci da se projekt sastoji od različitih komponenti koje se na kraju moraju integrirati. Ova će integracija rezultirati cjelovitim sustavom koji predstavlja cijeli projekt. U svrhu trebalo bi provesti upravljanje integracijom projekta. Još jedan ključni aspekt svakog projekta je njegov opseg. On identificira dionike projekta i prihvatljive razine doprinosa i uključenosti u projekt. Pokriva zadatke i trajanja tipične za projekt. Cijelo trajanje projekta pokrit će se upravljanjem vremenom. Kao podršku ovom procesu dostupna je kombinacija metoda i alata. Jedan od najvažnijih koraka je obračun troškova. Njime se odredi financijska održivost projekta i postavljaju temelji na kojima se mogu napraviti buduće projekcije. Pomaže dionicima da unaprijed procijene financijske koristi koje proizlaze iz provedbe projekta. Kako bi se upravljalo troškovima koristit će se metode, alati i tehnike za postizanje uspješne vježbe upravljanja projektom. Isto tako mogu se prognoze izraditi na temelju rezultata za buduće projekte. Upravljanje projektima uključuje i upravljanje kvalitetom u projektima. Najvažniji aspekt unutar svakog procesa je komunikacija. Sve aspekte vezane uz projektni tim pokriva upravljanje ljudskim resursima projekta a njime se osigurava uspjeh projekta. Proces je usredotočen na proces komunikacije unutar projekta i načine kako taj proces učiniti učinkovitim i produktivnim. Istražuju se dostupna komunikacijska pomagala,

metode, alati i tehnike koje su važne za uspostavljanje učinkovitih projektnih timova koji se mogu učinkovito angažirati na projektima.<sup>10</sup>

„Upravljanje projektima primjena je znanja, vještina, alata i tehnika na projektne aktivnosti kako bi se zadovoljili zahtjevi projekta. Upravljanje projektima odvija se kroz odgovarajuću primjenu i integraciju 42 logički grupirana procesa upravljanja projektima koji se sastoje od pet procesnih grupa. To su sljedeće procesne grupe: pokretanje, planiranje, izvršavanje, nadzor, kontrola i zatvaranje.“ (Project Management Institute, 2008.)

Pod upravljanjem projektom spada identificiranje zahtjeva, imenovanje različitih potreba, mogućih problema i očekivanja zainteresiranih strana tijekom planiranja i provođenja projekta i balansiranje suprotstavljenih ograničenja projekta. Ograničenja projekta uključuju ali nisu ograničena na opseg, kvalitetu, vremenski raspored, budžet, resursi i rizik. Oni spadaju pod ograničenja. Voditelj projekta mora se fokusirati na određena ograničenja u određenom projektu. Ukoliko se promijeni bilo koji od ovih faktora on će izravno utjecati na najmanje jedan od drugih faktora. Na primjer, ako se skрати vremenski raspored morat će se povećati budžet zbog dodatnih resursa kako bi se ista količina dovršila u manje vremena. Ako to nije moguće onda će se smanjiti opseg ili kvaliteta proizvoda kako bi se on mogao isporučiti u kraćem vremenu unutar istog budžeta. Strane u projektu mogu imati različita razmišljanja o tome koji su faktori prioritetni. Dodatan rizik može stvoriti izmjena projektnih zahtjeva. Projektni tim mora biti u stanju procijeniti situaciju i uskladiti se kako bi isporučili uspješan projekt.<sup>11</sup>

„Zbog mogućnosti izmjena, plan upravljanja projektom ponavlja se i progresivno elaborira tijekom životnog ciklusa projekta. Progresivna elaboracija uključuje stalno poboljšavanje i izradu detalja plana kako detaljnije i specifičnije informacije te preciznije procjene postaju dostupnima. Progresivna elaboracija omogućava vodstvu projekta da upravlja na višoj razini detalja koja prati razvoj projekta.“ (Project Management Institute, 2008.)

---

<sup>10</sup>Izvor: Schwalbe, K. (2009). *Information technology project management*

<sup>11</sup> Izvor: Project Management Institute (2008.) *Vodič kroz znanje o upravljanju projektima (vodič kroz PMBOK) četvrto izdanje*



## 6. CILJEVI I STRATEGIJA PROJEKTA CAMPING RESORT ZAJARKI

Cilj projekta je izgraditi održivi kamping resort u Gradu Zaprešiću. Izgradnjom resorta povećat će se broj smještajnih jedinica i otvoriti nove prilike te omogućiti novi poslovni pothvati lokalnim poduzetnicima, uz omogućavanje njihovog daljnjeg razvoja.

Tablica 1 - Ciljevi projekta s pokazateljima

| Identifikacijski broj, ime i jedinica unaprijed određenog pokazatelja  | Polazišna vrijednost | Ciljna vrijednost | Doprinos | Učestalost izvješćivanja (prema odredbama utvrđenim za predmetni postupak dodjele) | Rok za postizanje | Obrazloženje i dokazi postignuća   |
|--|----------------------|-------------------|----------|--|-------------------|--|
| <b>Cilj 1. :</b> povećanje smještajnih jedinica otvaranjem resorta (broj posjetitelja unutar godinu dana nakon završetka projekta) | 0                    | 1000              | 1000     | Godišnji izvještaj   | 04.10.2023.       | Godinu dana nakon završetka projekta očekuje se minimalno 1000 posjetitelja/turista. Navedeno se može provjeriti u evidenciji koju bilježi resort. |
| <b>Cilj 2:</b> Stvaranje održivog gospodarstva   | 0                    | 20                | 20       | Godišnji izvještaj   | 04.10.2023.       | Godinu dana nakon završetka projekta očekuje se minimalno 20 poboljšanih bio-gospodarstava. Provjeriti se može u poljoprivrednoj agenciji.         |
| <b>Cilj 3:</b> Stvaranje pametnog i zelenog društva  | 0                    | 20                | 20       | Godišnji izvještaj   | 4.10.2023.        | Potaknuti društvo na odgovornost prema prirodi te im podići svijest o održivom razvoju.  |

Izvor – izrada autora

## 6.1 STRATEGIJA PROJEKTA

Razvoj projekta u skladu je s Nacionalnom razvojnom strategijom. Ciljevi projekta te njegova strategija provlače se kroz sva četiri razvojna smjera te prati njihove strateške ciljeve.

Strategija projekta „Camping resort Zajarki“ provlačit će se kroz razvojni smjerove u potpunosti i njegovi ciljevi usklađeni su sa strateškim ciljevima. Projektom će se razvijati konkurentna i zelena industrija jer je cijeli projekt osmišljen na bazi održivosti. Poduzetništvo i obrt također će se razvijati jer će se u resortu namirnice i ostale potrepštine nabavljati isključivo od domaćih OPG-ova i time im pružiti mogućnost razvoja. Isto tako s ponudom radionica i tečajeva za dobivanje certifikata mali poduzetnici bit će u mogućnosti naučiti kako da narastu i prošire svoje poslovanje. Pozitivno će utjecati i na razvoj inovativnog i održivog turizma Grada Zaprješića kao što će i poticati razvoj kulture i medija. Zaposlenicima resorta bit će dostupne stalne edukacije kako bi mogli usavršiti svoje znanje te posjetiteljima pružiti vrhunsku uslugu. S obzirom na svoje kvalitete jačao bi utjecaj Hrvatske u EU i šire. Ponudom zdrave prehrane i sportskih aktivnosti nudio bi posjetiteljima zdrav, aktivan i kvalitetan život. Njegovom izgradnjom izgradilo bi se poticajno okruženje za mlade i obitelji. Poticala bi se zelena i plava ulaganja, razvijalo bi se kružno gospodarstvo te bi se čuvao i obnavljao ekosustav i biorazolikost čime bi se ostvarila zelena i digitalna tranzicija. Povećala bi se produktivnost poljoprivrede i ekološke proizvodnje. Poticao bi se razvoj biogospodarstva i isticala potreba čuvanja prirodnih resursa. Jačala bi se konkurentnost i inovativnost u poljoprivredi. Projektom bi se potaknuo razvoj pametnih i održivih gradova.

### 6.1.1 STRATEŠKI CILJEVI

Tablica 2 - Razvojni smjer 1

| <b>RAZVOJNI SMJER 1. – ODRŽIVO GOSPODARSTVO I DRUŠTVO</b>                                  |
|--|
| ➤ SC. 1 – Konkurentno i inovativno gospodarstvo  |
| ➤ SC 2. – Obrazovani i zaposleni ljudi   |
| ➤ SC 3. – Učinkovito i djelotvorno pravosuđe, javna uprava i upravljanje državnom imovinom |
| ➤ SC 4. – Globalna prepoznatljivost i jačanje međunarodnog položaja i uloge Hrvatske       |

Izvor – izrada autora

Prema ovom razvojnom smjeru i strateškim ciljevima koje on obuhvaća gospodarski rast i razvoj temelji se na povećanju produktivnosti u javnom i privatnom sektoru, stvaranju i primjeni znanja te poticanju ulaganja, inovacija i novih tehnologija u svrhu ostvarivanja tehnološki dinamičnog i izvozno orijentiranog gospodarstva.

Izuzev toga što će razvoju gospodarstva doprinijeti javna uprava i pravosuđe, odgovoriti će i na očekivanja građana vezano za kvalitetu javnih usluga i izgradnju društva zasnovanog na vladavini prava. Ulaganjem u ljude, učenjem kroz život i za život i uključivanjem svih društvenih skupina u svijet rada unaprijediti će se ljudski potencijali.

**Strateški cilj 1. „Konkurentno i inovativno gospodarstvo“** unutar/u okviru prioriternih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Razvoj globalno konkurentne , zelene i digitalne industrije
- ✓ Razvoj poduzetništva i obrta
- ✓ Razvoj znanosti i tehnologije
- ✓ Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma
- ✓ Poticanje razvoja kulture i medija

**Strateški cilj 2. „Obrazovani i zaposleni ljudi“** unutar/u okviru prioriternih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Pristupačnost ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja
- ✓ Stjecanje i razvoj temeljnih i strukovnih kompetencija
- ✓ Unaprjeđenje visokog obrazovanja
- ✓ Usklađeno i perspektivno tržište rada

**Strateški cilj 3. „Učinkovito i djelotvorno pravosuđe, javna uprava i upravljanje državnom imovinom“** unutar/u okviru prioriternih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Učinkovito i djelotvorno pravosuđe
- ✓ Borba protiv korupcije
- ✓ Kompetentna, dostupna i učinkovita javna uprava
- ✓ Poboljšanje upravljanja državnom imovinom

**Strateški cilj 4. „Globalna prepoznatljivost i jačanje međunarodnog položaja i uloge Hrvatske“** unutar/u okviru prioritetnih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Jačanje položaja hrvatske unutar Europske unije
- ✓ Jačanje položaja hrvatske u srednjoj Europi i na Sredozemlju
- ✓ Jačanje globalnog položaja Hrvatske na bilateralnom multilateralnom planu
- ✓ Jačanje položaja Hrvata Bosne i Hercegovine i hrvatskih manjina te zajedništva domovinske i iseljene Hrvatske

Tablica 3 - Razvojni smjer 2

| <b>RAZVOJNI SMJER 2. – JAČNJE OTPORNOSTI NA KRIZE</b>         |
|---|
| ➤ SC 5. – Zdrav, aktivan i kvalitetan život                   |
| ➤ SC 6. – Demografska revitalizacija i bolji položaj obitelji |
| ➤ SC 7. – Sigurnost i stabilan razvoj                         |

Izvor – izrada autora

Zbog globalne krize zdravstveni sustavi i sustavi socijalne skrbi, društva i gospodarstva stavljeni na kušnju, a samim time i način zajedničkog života i rada. Kako bi doveli do podizanja kvalitete za sve građane treba se usmjeriti na jačanje otpornosti na krize. Time bi se poboljšalo zdravlje građana, podigla razina društvenih usluga i promicala bi se društvene uključenosti, a isto tako i borba protiv siromaštva te bise stvorilo poticajno okruženje za obitelj, demografska obnova i primjerene razine mirovina. Povećanje sposobnosti javnih službi za prevenciju različitih sigurnosnih prijetnji i reagiranje na njih također će biti važan doprinos.

**Strateški cilj 5. „Zdrav, aktivan i kvalitetan život“** unutar/u okviru prioritetnih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Kvalitetna i dostupna zdravstvena zaštita i zdravstvena skrb
- ✓ Zdravlje, zdrave prehrambene navike i aktivan život kroz sport
- ✓ Dostojanstveno starenje
- ✓ Socijalna solidarnost i odgovornost
- ✓ Zaštita dostojanstva hrvatskih branitelja i članova njihovih obitelji te civilnih stradalnika Domovinskog rata i članova njihove obitelji

**Strateški cilj 6. „Demografska revitalizacija i bolji položaj obitelji“** unutar/u okviru prioriternih područja javnih politika podrazumijevaju:

- ✓ Ublažavanje negativnih demografskih trendova i izgradnja poticajnog okruženja za mlade i obitelji
- ✓ Jačanje povezanosti s Hrvatima izvan hrvatske i povratak hrvatskog iseljeničtva

**Strateški cilj 7. „Sigurnost i stabilan razvoj“** unutar/u okviru prioriternih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Jačanje obrambene sposobnosti Hrvatske vojske
- ✓ Jačanje unutarnje sigurnosti
- ✓ Borba protiv radikalizma, ekstremizma i terorizma
- ✓ Jačanje otpornosti na rizike od katastrofa i unaprjeđenje sustava civilne zaštite
- ✓ Unaprjeđenje sustava vatrogastva

Tablica 4 - Razvojni smjer 3

| <b>RAZVOJNI SMJER 3. – ZELENA I DIGITALNA TRANZICIJA</b>            |
|---|
| ➤ SC 8. – ekološka i energetska tranzicija za klimatsku neutralnost |
| ➤ SC 9. – Samodostatnost u hrani i razvoj bio-gospodarstva          |
| ➤ SC 10. – Održiva mobilnost  |
| ➤ SC 11. – Digitalna tranzicija društva i gospodarstva              |

Izvor – izrada autora

Osiguravanjem pravedne tranzicije prema klimatskoj neutralnosti Hrvatska će biti među europskim predvodnicima u pretvaranju klimatskih i ekoloških izazova u prilike. Prelaskom na čistu energiju, poticanjem zelenih i plavih ulaganja, razvojem kružnog gospodarstva, jačanjem samodostatnosti u proizvodnji hrane, razvojem bio-gospodarstva te očuvanjem i obnovom ekosustava i bioraznolikosti ostvariti će se zelena i digitalna tranzicija. Promicanjem sigurne i održive prometne politike Hrvatska će postati predvodnica u zelenom gospodarstvu i uvođenju čistijih, jeftinijih i zdravijih oblika prijevoza. Poticati će se uvođenje digitalnih rješenja u interesu građana i hrvatskog gospodarstva i ulagati će se u digitalnu infrastrukturu čime će se dati doprinos izgradnji digitalne budućnosti Europe.

**Strateški cilj 8 „Ekološka i energetska tranzicija za klimatsku neutralnost“** unutar/u okviru prioritetnih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Zaštita prirodnih resursa i borba protiv klimatskih promjena
- ✓ Energetska samodostatnost i tranzicija na čistu energiju

**Strateški cilj 9. „Samodostatnost u hrani i razvoj bio-gospodarstva“** unutar/u okviru prioritetnih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Povećanje produktivnosti poljoprivrede i akvakulture i njihove otpornosti na klimatske promjene na okolišno prihvatljiv i održiv način
- ✓ Doprinos klimatskoj neutralnosti, smanjenje upotrebe pesticida i povećanje ekološke proizvodnje u skladu s novim smjerovima EU-a u okvirima Zelenog plana te Strategije „od polja do stola“ i Strategije EU-a za bio-raznolikosti
- ✓ Jačanje konkurentnosti i inovativnosti u poljoprivredi i akvakulturi
- ✓ Oživljavanje ruralnih područja i unaprjeđenje kvalitete života u ruralnim i obalnim područjima

**Strateški cilj 10. „Održiva mobilnost“** unutar/u okviru prioritetnih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Modernizacija željezničkih pruga, promicanje integriranog urbanog prijevoza i prijevoza tereta željeznicom
- ✓ Uspostava novih prometnih procesa u svim vidovima prometa i autonomnih sustava za mobilnost
- ✓ Razvoj pomorskog prometa i prometa unutarnjim vodnim putovima
- ✓ Razvoj zračnog prometa

**Strateški cilj 11. „Digitalna tranzicija društva i gospodarstva“** unutar/u okviru prioritetnih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Digitalna tranzicija gospodarstva
- ✓ Digitalizacija javne uprave i pravosuđa

- ✓ Razvoj širokopojasnih elektroničkih komunikacijski mreža
- ✓ Razvoj digitalnih kompetencija i digitalnih radnih mjesta

Tablica 5 - Razvojni smjer 4

| <b>RAZVOJNI SMJER 4. – RAVNOMJERAN REGIONALNI RAZVOJ</b>                     |
|--|
| ➤ SC 12. – razvoj potpomognutih područja i područja s razvojnim posebnostima |
| ➤ SC 13. – jačanje regionalne konkurentnosti                                 |

Izvor – izrada autora

Nezaobilazna sastavnica održivog i trajnog rasta, demografskog oporavka i smanjivanja socijalnih razlika jest ravnomjeran regionalan razvoj. Manje razvijena područja u Hrvatskoj suočavaju se s preprekama kao i zemlja u cjelini ali u manje razvijenim područjima te prepreke imaju vidljiviji i snažniji učinak na ekonomske i socijalne ishode. Ravnomjerniji regionalni razvoj, bolji standard i kvaliteta života svih dijelova Hrvatske omogućit će se podupiranjem teritorijalnih strategija vođenih na regionalnoj razini. Pomoću njih potaknuti će se razvoj potpomognutih područja i područja s razvojnim posebnostima, jačati regionalna konkurentnost kroz pametnu specijalizaciju i jačati uloga velikih gradova u policentričnom razvoju urbanih područja.

**Strateški cilj 12. „Razvoj potpomognutih područja i područja s razvojnim posebnostima“** unutar/u okviru prioritetnih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Razvoj potpomognutih i brdsko planinskih područja
- ✓ Razvoj pametnih i održivih otoka

**Strateški cilj 13. „Jačanje regionalne konkurentnosti“** unutar/u okviru prioritetnih područja javnih politika podrazumijeva:

- ✓ Pametna specijalizacija i jačanje pozicije regionalnog gospodarstva u globalnim lancima vrijednosti
- ✓ Razvoj pametnih i održivih gradova<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Izvor: Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine <https://hrvatska2030.hr/> (n.d.) pristupljeno 26.05.2023.



Slika 10 - Nacionalna razvojna strategija

Izvor: Nacionalna razvojna strategija (12.11.2020.)

[https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//Vijesti/2020/11%20studeni/12%20studenog//Prezentacija%20-%20NRS\\_2030\\_1605169547.pdf](https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//Vijesti/2020/11%20studeni/12%20studenog//Prezentacija%20-%20NRS_2030_1605169547.pdf) preuzeto 01.07.2023.



## **7. PONUDA CAMPING RESORTA ZAJARKI**

Svaki resort raspolaže smještajnim jedinicama i nudi pregršt drugih sadržaja. Camping resort Zajarki nudi više vrsta smještaja a dodatan sadržaj koji ima u ponudi čini ga odličnom destinacijom za raznolike vrste turista.

### **7.1 SMJEŠTAJNI KAPACITETI „CAMPING RESORTA ZAJARKI“**

Ponuda smještajnih kapaciteta u kampu je raznolika. Kako bi svaka osoba mogla uživati u svom boravku, kamp daje na izbor nekoliko različitih smještajnih jedinica. U ponudi se tako nalaze mobilne glamping kućice, glamping šator, bell šatori, safari šator i stardust glamping šator.

#### **7.1.1 MOBILNE GLAMPING KUĆICE / GLAMPING ŠATOR**

Glamping šator kao stvoren je za goste koji žele osjetiti kako izgleda luksuzno kampiranje. Radi se o kućici s drvenom konstrukcijom koja je ujedno i jednostavno i funkcionalno rješenje za komercijalu upotrebu u kampovima. Izgrađena je u potpunosti od prirodnih materijala koji se bez ikakvih problema lako i skladno uklapaju u okoliš. Zbog svoje funkcionalne i moderne dizajnirane unutrašnjosti omogućuje potpuno uživanje u spoju tradicionalnog komfora te modernih tehnoloških dostignuća. Krasí ju i predivna prostrana terasa zbog koje se gledanje zalaska sunca pretvara u nezaboravan doživljaj.

Njezine dimenzije su 5x9 metara a sastoji se od:

- Terasa
- Dnevnog boravka
- Kupaonice
- Spavaće sobe s krevetom na kat
- Spavaće sobe s bračnim krevetom
- Kuhinje

Neke od posebnosti koje valja istaknuti su te da je kućica građena isključivo od prirodnih materijala, a konstrukcija joj je drvena. Krasi je moderan i funkcionalan dizajn i brza je te jednostavna za montirati.<sup>13</sup>



Slika 11 - Glamping kućica/šator

Izvor: Drvo trgovina (n.d.) <https://www.drvo-trgovina.hr/glamping-i-drvene-kucice/2180-mobilni-glamping-sator-odmah-dostupno-s-drvenom-konstrukcijom>, preuzeto 20.05.2023.

### 7.1.2 BELL ŠATORI

Bell šator velik je i prostran šator izrađen od čvrstog i vodootpornog pamučnog platna, s hidrostatskom glavom od 1000 mm. Podno platno izrađeno je od nepoderivog PVC-a, a cijeli šator otporan je na plijesan. Ono što mu daje veličanstven ugođaj jest visina krova koja doseže tri metra. Da bi u šatoru bilo dovoljno dnevnog svjetla krasi ga četiri bočna prozora, a tu su također i četiri ventilacijska otvora na vrhu za prozračivanje. Radi se o jednoj prostoriji s motkom u sredini a veličine je 5x5 m. Neke od njegovih zanimljivih značajki su prozor u obliku polumjeseca, mreža za komarce i velika vrata za jednostavan pristup i pregled. Ovaj šator idealan je za goste koji žele isprobati glamurozno kampiranje odnosno glamping.

<sup>13</sup> Izvor: Mobilni glamping šator <https://www.drvo-trgovina.hr/glamping-i-drvene-kucice/2180-mobilni-glamping-sator-odmah-dostupno-s-drvenom-konstrukcijom> (n.d.) pristupljeno 21.05.2023

Bell šator nadopunjuje tradicionalno kampersko iskustvo koje postaje za razliku od običnog kampiranja, elegantnije i udobnije. Kako bi se doprinijelo stilu i udobnosti nadodani su podni otirači i elegantna lučna tenda koja bi gostima omogućila zaštićen ulaz u šator.<sup>14</sup>



Slika 12 - Bell šator

Izvor: Dancover shop (n.d.) <https://www.dancovershop.com/hr/product/bell-sator-za-glamping-tentzing-5x5m-6-osoba-boja-pijeska.aspx>, preuzeto 21.05.2023.

### 7.1.3 SAFARI ŠATORI

Safari šatori luksuzni su šatori nadahnuti Orijentom. Krasi ih dvostruki krov koji omogućuje dodatnu ventilaciju, prostrana veranda, simetričan dizajn i luksuzna kupaonica. Njegov simetričan dizajn okvira od 100 mm služi za bolju otpornost na oluje tako da se gosti mogu osjećati u potpunosti sigurno ako dođe do nje iako se nalaze u šatoru. Prednja strana šatora može se otvoriti i samim time se gosti ako žele mogu još približiti prirodi. Ovaj šator pruža mogućnost stavljanja dodatnih ležajeva.<sup>15</sup>

<sup>14</sup>Izvor: Bell šator za glamping <https://www.dancovershop.com/hr/product/bell-sator-za-glamping-tentzing-5x5m-6-osoba-boja-pijeska.aspx> (n.d.) pristupljeno 21.05.2023.

<sup>15</sup> Izvor: Udobnost sa daškom orijenta <https://www.yalacanvaslodges.com/hr/safari-satori/stardust/> (n.d.) pristupljeno 23.05.2023.



Slika 13 - Safari šator

Izvor: Yalacanvaslodges.com (n.d.) <https://www.yalacanvaslodges.com/hr/safari-satori/stardust/>, preuzeto 23.05.2023.

#### 7.1.4 STARDUST ŠATOR

Stardust šator zapravo je luksuzna platnena kućica koja pruža osjećaj luksuza dok gosti borave u njoj. Ističe se dvostrukim krovom koji pruža dodatnu ventilaciju, a da bi gosti imali vrhunski osjećaj kao da su na otvorenom, prednja strana šatora može se u potpunosti otvoriti. Krasi je i prostrana veranda koja je kao stvorena za ispijanje jutarnje kave ili večernjeg koktela uz obalu jezera. Postoje dvije dimenzije ovoga šatora. Manja koja je pogodna za dvije osobe i gostima nudi obilje prostora i udobnosti te obiteljsko izdanje šatora sa dvije spavaće sobe u kojoj može boraviti 5 osoba.<sup>16</sup>



Slika 14 - Stardust šator

Izvor: Yalacanvaslodges.com (n.d.) <https://www.yalacanvaslodges.com/hr/safari-satori/stardust/>, preuzeto 23.05.2023.

<sup>16</sup>Izvor: Udobnost sa daškom orijenta <https://www.yalacanvaslodges.com/hr/safari-satori/stardust/> (n.d.) pristupljeno 23.05.2023.

## 7.2 DODATNA PONUDA KAMPA

Osim smještajnih jedinica ovaj resort krasit će i specifičan restoran s barom. Njegova posebnost bit će u tome što će posluživati isključivo domaća jela koja su pripravljena od namirnica s lokalnih OPG-ova. Također na meni-u će biti i lokalna ponuda ribe, a gosti će imati mogućnost sami upecati ribu u jezeru te je donijeti u restoran gdje će kuhar za njih od te ribe napraviti pravu deliciju. Restoran kao i lonuge bar moraju izuzev hrane svakako imati i piće. Bar će krasiti predivna vinska karta gdje će se moći naći razne sorte vina također napravljena od strane lokalnih proizvođača. Bitno je za izdvojiti i prirodne sokove koji će se radi od voća i povrća iz malog staklenika koji će pripadati samom restoranu.



Slika 15 - Namirnice s lokalnih OPG-ova

Izvor: Fitness.com (n.d.)

[https://www.google.com/search?q=jela+sa+bio+namirnicama&tbm=isch&ved=2ahUKEwjY\\_43BzZCAAxXLuKQKHSotC-IQ2](https://www.google.com/search?q=jela+sa+bio+namirnicama&tbm=isch&ved=2ahUKEwjY_43BzZCAAxXLuKQKHSotC-IQ2), preuzeto 25.05.2023.



Slika 16 - Prirodni sokovi

Izvor: Moja zimmica (n.d.)

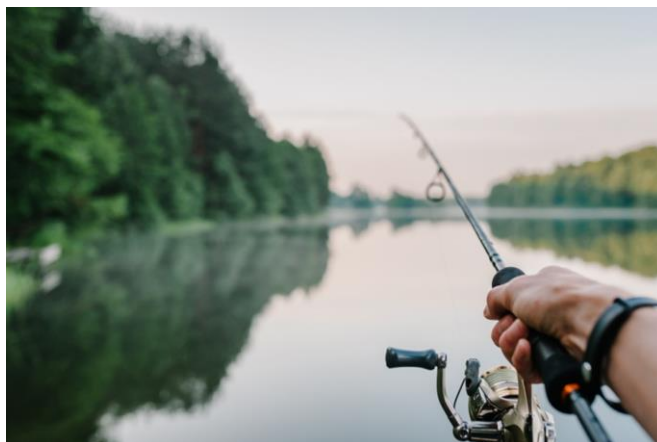
<https://www.google.com/search?q=doma%C4%87i+sokovi&tbm=isch&ved=2ahUKEwiMhZH2zZCAAxWO6aQKHd1WAPgQ2>, preuzeto 25.05.2023.

Kamp će također nuditi i biciklističke ture po Zaprešiću i okolici a posjetitelji će bicikl moć iznajmiti u resortu. U bliskoj budućnosti ponuda bi se proširila s opcijom najma quadova. Osobe koje će biti zainteresirane za ribolov na raspolaganju će imati za iznajmiti ribičku opremu a oni koji tek žele naučiti kako pecati u resortu će postojati i ribički tečajevi. Osim ribičkih tečajeva nudit će se i edukacija o tome kako lokalni OPG- ovi mogu steći certifikat te poboljšati i proširiti svoje poslovanje.



Slika 17 - Biciklizam

Izvor: Marinafrapa.com (n.d.) <https://www.marinafrapa.hr/rogoznica/ture-i-izleti/biciklizam>, preuzeto 02.06.2023.



Slika 18 - Ribolov

Izvor: Croatia open land. Com (n.d) <https://croatia-open-land.com/tour/ribolov-na-karlovackim-rijekama-all-inclusive/>, preuzeto 02.06.2023.

S obzirom da će se resort bazirati na lokalnim OPG-ovima te svoju prepoznatljivost graditi na ponudi domaće hrane i pića te promoviranju lokalnih OPG-ova a pružati će i njihovu edukaciju u daljnjem nastavku rada pobliže će se objasniti koje su to zapravo oznake i znakovi kvalitete kojima se jamči njihova kvaliteta i prepoznatljivost.

## 7.2.1 ZNAKOVI KVALITETE

Prilikom odabira strategije za povećanje prodaje, udjela na tržištu, razvijanja novih proizvoda ili usluga faktor koji treba uzeti u obzir jest percepcija potrošača. Istraživanja su potvrdila da potrošači razvijaju pozitivne emocije prema određenim proizvodima ili uslugama koje uz prepoznatljivost, jedinstvenosti i dostupnost mogu biti relevantni čimbenici što utječu na konačan odabir prilikom kupnje. Na domaćem tržištu potrošačima se nude proizvodi i usluge označene različitim neobaveznim oznakama i znakovima koje se temelje ne različitim svojstvima određenog proizvoda ili usluge sa željom da proizvod ili usluga budu različiti od ostalih i na taj način privuku pažnju potrošača te postanu njihov odabir. Vremenom se mijenjaju potrebe, želje i navike potrošača i stoga se proizvođači i ponuditelji usluga moraju prilagođavati novim potrebama potrošača. Označavanje proizvoda ujedno znači i zaštita proizvoda i domaće proizvodnje. Potrošačima je od uvijek bilo bitno podrijetlo proizvoda.<sup>17</sup>

Znakovi vizualnog označavanja kvalitetnih proizvoda u Hrvatskoj su „Izvorno hrvatsko“ i „Hrvatska kvaliteta“. Služe da bi se potaknuo razvoj domaće proizvodnje, podigla razina kvalitete hrvatskih proizvoda, proizvodnih tehnologija i usluga, poticalo stvaralaštvo, kreativnost, izvornost, razvojno istraživačkog rada, inovacija i invencije, te da bi se promovirala Hrvatska država i stvorio hrvatski identitet na svjetskom tržištu. Proizvodi koji posjeduju znak „Izvorno hrvatsko“ posebno su vrijedni. Znak „Hrvatska kvaliteta“ jamstvo je kupcu da se radi o proizvodima koji 100 posto predstavljaju sam vrh svjetske ponude u svojoj klasi. Pravo uporabe znaka „Hrvatska kvaliteta“ i „Izvorno hrvatsko“ mogu dobiti samo oni proizvodi ili usluge koji posjeduju natprosječnu kvalitetu, a proizvedeni su na području Republike Hrvatske ili su nastali/e kao rezultat hrvatske tradicije, razvojno-istraživačkog rada, inovacije i invencije.<sup>18</sup>



Slika 19 - Izvorno hrvatsko

Izvor: Znakovi hgk.com (n.d.) <https://znakovi.hgk.hr/o-znakovima/>, preuzeto 11.05.2023.

<sup>17</sup> Izvor: O znakovima kvalitete h.g.k. <https://znakovi.hgk.hr/o-znakovima/> (n.d.) pristupljeno 11.05.2023.

<sup>18</sup> Izvor: Kako steći pravo upotrebe znaka? <https://znakovi.hgk.hr/kako-steci-pravo-uporabe-znaka/> (n.d.) pristupljeno 10.05.2023

Znakovi kvalitete HGK “Hrvatska kvaliteta” / “Croatian Quality” i “Izvorno hrvatsko” / “Croatian Creation” spadaju pod intelektualno vlasništvo Hrvatske gospodarske komore. Registrirani su u Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo. Registracija obuhvaća 43 razreda međunarodne klasifikacije proizvoda i usluga i njihovu zaštitu na hrvatskom i engleskom jeziku. Zaštićeni su također i na europskom tržištu u skladu s Madridskim ugovorom i protokolom pri Svjetskoj organizaciji za intelektualno vlasništvo.

Hrvatska gospodarska komora pokrenula je ideju čiji je cilj stvaranje vizualnog identiteta kvalitete hrvatskih proizvoda i usluga temeljenih na dugogodišnjem iskustvu i znanjima te razvojno- istraživačkom radu, kreaciji i tradiciji. Skupa s tvrtkama nositeljima znakova kvalitete promovira i podiže svijest potrošača o kvaliteti hrvatskih proizvoda i usluga koje se vizualno mogu prepoznati po znakovima kvalitete “Hrvatska kvaliteta” i “Izvorno hrvatsko”.<sup>19</sup>



## Hrvatska kvaliteta

Slika 20 - Hrvatska kvaliteta

Izvor: Turizam24.com (20.10.2023.) <https://turizam24.com/hrvatska-trenutno-ima-353-znakova-hrvatske-kvalitete-i-70-znakova-izvorno-hrvatsko/>, preuzeto 11.05.2023.

### 7.2.2 CERTIFIKAT „NE BLOKIRANI“

Certifikat Neblokirani jedini je certifikat za obrte i obiteljska poljoprivredna gospodarstva. Razvoj poduzetničkog mentaliteta i poticaj obrtnika i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koji su suštinski poduzetnici trebao bi biti jedan od važnijih ciljeva ekonomske politike. Oni su iznimno bitni za razvoj i opstanak gospodarstva. Iz tog razloga financijski zdrave obrtnike i obiteljska poljoprivredna gospodarstva treba istaknuti i potaknuti u poslovanju.

---

<sup>19</sup>Izvor: Našem klasju certifikat Hrvatska kvaliteta i Izvorno hrvatsko <https://www.naseklasje.hr/hr/ona/aktualno/nasem-klasju-certifikati-hrvatska-kvaliteta-i-izvorno-hrvatsko/> (n.d.) pristupljeno 10.05.2023.



Za obrte i obiteljska poljoprivredna gospodarstva , jedinstvenost i inovativnost modela na kojem se zasniva ovaj certifikat trebao bi biti vjetar u leđa i jedan od glavnih motivacija da nastave svoje poslovanje. Ovim certifikatom zdravi obrti i obiteljska gospodarstva bit će istaknuti i snažno pozicionirani visoko iznad radara ostalih gospodarskih dionika i šire javnosti.<sup>20</sup>



Slika 21 - Certifikat NEblokirani

Izvor: Neblokirani.hr, (n.d.) <https://www.neblokirani.hr/>, preuzeto 11.05.2023.

<sup>20</sup> Izvor: Certifikat Neblokirani <https://www.neblokirani.hr/> (n.d.) pristupljeno 11.05.2023

## 8. PLAN PROJEKTA

„Planiranje projekta je od suštinske važnosti za uspjeh tog projekta. Njegovim definiranjem osigurava se usuglašenost o tome što ćemo raditi i tko će već u to biti uključen. U planiranju projekta u središtu pozornosti nam je kako će se taj posao obaviti. U to su uključena oba „kako“: i kako će se razvijati ishodi projekta, a i kako će se upravljati projektom. Dakle planiranje projekta obuhvaća tradicionalna područja radnih zadaća, izvore, raspored i troškove te postavlja pozornicu za upravljanje izmjenama projekta, projektnim komunikacijama, kakvoćom projekta, rizicima za projekt, nabavnim djelatnostima vezanim uz projekt te projektnom skupinom. Svaki od ovih čimbenika izravno utječe na očekivanja sudionika te na našu sposobnost da uspješno nadziremo i izvedemo cijeli projekt.“ (Horine, 2009)

### 8.1 ELEMENTI PROJEKTA I PRORAČUN

„Da bi se razmatrao, projekt mora sadržavati niz elemenata koji čine dobar projekt. U tu svrhu Institut za upravljanje projektima (PMI) definira koji su elementi vitalni za ispravno predstavljanje projekta.

Među tim elementima treba istaknuti sljedeće:

- Vrijeme: Razdoblje u kojem će projekt trajati.
- Opseg: Ukupni utjecaj koji će projekt imati na društvo.
- Trošak: Trošak resursa potrebnih za izlazak projekta.
- Organizacija i planiranje: Aktivnosti koje treba razviti, kao i rokovi za pokretanje projekta.
- Uprava dionika ili zainteresiranih strana: Upravljajte interesima zainteresiranih strana kao dioničara ili sudionika.
- Komunikacija: Kako će se razvijati komunikacija, kao i protoci informacija.
- Zadatak zadatka: Raspodjela zadataka i funkcija.

- Rezultati: Mjerenje ciljeva koje se nadamo postići projektom.<sup>21</sup>

Tablica 6 - Elementi projekta i proračun

| BR.           | ELEMENT PROJEKTA                         | UKUPNI IZNOS PRIHVATLJIVIH TROŠKOVA, HRK | MJERLJIVE ISHODI (KVALITATIVNI I KVANTITATIVNI) ELEMENATA PROJEKTA  |
|---------------|--|--|---|
| 1.            | Izrada projektne dokumentacije           | 50.000,00                                | 1.1. razraditi projekt<br>1.2. prikupiti svu potrebnu dokumentaciju za pokretanje projekta  |
| 2.            | Izgradnja resorta i nabava opreme        | 2.420.500,00                             | 2.1. odabrati izvođača radova<br>2.2. izvesti građevinske radove<br>2.3. opremiti resort potrebnom opremom i nabava sitnog inventara                  |
| 3.            | Održavanje resorta i opskrba namirnicama | 49.500,00                                | 3.1. režije<br>3.2. sitni popravci<br>3.3. hrana s lokalnih OPG-ova<br>3.4. druga sredstva i sitni inventar   |
| V             | Promidžba i vidljivost                   | 150.000,00                               | Otvaranje profila na društvenim mrežama, promotivni materijali, plakati, letci, brošure   |
| PM            | Upravljanje projektom i administracijom  | 600.000,00                               | Održavanje sastanaka, razrada plana projekta, formiranje projektnog tima. Ukupna neto plaća svih zaposlenika na mjesečnoj razini iznosi 45.500,00 kn. |
| <b>UKUPNO</b> |  | <b>3.270.000,00</b>                      |   |

Izvor – izrada autora

<sup>21</sup> Izvor: Projekt – što je to, definicija i koncept <https://hr.economy-pedia.com/11032545-project#menu-2> (n.d.) pristupljeno 01.10.2023.

## 8.2 POVEZANOST S PROJEKTNIM CILJEVIMA

Svaki element naveden u tablici mora biti povezan s projektnim ciljem. Njime će se dokazati nužnost provedbe projektnog elementa kako bi se ostvario zadani cilj projekta.

Tablica 7 - Povezanost elemenata projekta s projektnim ciljevima

| ELEMENT PROJEKTA                                | CILJ   | POVEZANOST  |
|---|--|---|
| <b>IZRADA PROJEKTNE DOKUMENTACIJE</b>           | Prikazati projekt kao isplativu investiciju    | Navedenim ciljem se želi prikazati da je projekt u skladu s Nacionalnom razvojnom strategijom                       |
|   | Privući investitore                            | Privlačenjem investitora osigurava se konstantno ulaganje u resort što samim time znaci i njegovo stalno razvijanje |
|   | Dobro se pripremiti za realizaciju projekta    | Dobra priprema ujedno znači i dobra izvedba samog projekta što na kraju rezultira uspješnim projektom               |
| <b>IZGRADNJA RESORTA I NABAVA OPREME</b>        | Povećanje broja smještajnih jedinica           | Povećana mogućnost boravka većeg broja turista u Gradu Zaprešiću  |
|   | Proširenje turističke ponude u Gradu Zaprešiću | Privlačenje gostiju različitih interesa zbog raznolike ponude   |
|   | Profit lokalnih poduzetnika                    | Promicanje proizvoda lokalnih OPG-ova   |
| <b>ODRŽAVANJE RESORTA I OPSKRBA NAMIRNICAMA</b> | Poticanje i razvoj lokalnih OPG-ova            | Poticanje malih i srednjih poduzetnika na vlastiti razvoj i stjecanje certifikata                                   |
|   | Pravovremeno podmirivanje obveza               | Pravovremenim podmirivanjem obaveza izbjegavaju se dugovi i omogućava nesmetani rad resorta                         |

Izvor – izrada autora

## 8.3 PROJEKCIJA PRODAJE USLUGA

„Kruna svih predinvesticijskih tržišnih istraživanja outputa dostatno je pouzdana (tržišno utemeljena) poduzetnikova spoznaja objektivnih mogućnosti plasmana (prodaje) njegovih proizvoda, robe ili usluga, kao i učinaka poduzetničkih napora, i to tijekom promatranih godina eksploatacijskog razdoblja projekta.“ (Kuvačić, 2010.)

Tabličnim prikazom prikazana je očekivana zarada od usluga na mjesečnoj bazi i na kraju izračunato koliko bi iznosio ukupan prihod usluga na mjesečnoj te godišnjoj bazi.

Tablica 8 - Projekcija prodaje usluga

| <b>USLUGE</b>   | <b>CIJENA (MJ.)</b>                       |
|---|---|
| Glamping kućice   | 48.750,00 kn                              |
| Bell šatori   | 16.200,00 kn ; dnevni najam – 5.000,00 kn |
| Safari šatori   | 13.000,00 kn                              |
| Rezervacija kamping mjesta  | 15.400,00 kn                              |
| Edukacije (tečajevi za certificiranje OPG-ova i ribički tečajevi) | 9.750,00 kn                               |
| Najam bicikala  | 5.625,00 kn                               |
| Gastronomska ponuda   | 63.000,00 kn                              |
| <b>Prihodi mjesečni</b>   | <b>160.541,00 kn</b>                      |
| <b>Prihodi godišnji</b>   | <b>1.926.494,00 kn</b>                    |

Izvor – izrada autora

## 9. ANALIZE I PLANOVI

„Planiranje je vrlo bitno za uspjeh projekta. Njime konačno utvrđujemo što će se raditi i tko će sve biti uključen. Bitan je način na koji će se posao obaviti što podrazumijeva kako će se razvijati ishodi projekta i kako će se upravljati samim projektom. „Dakle, planiranje projekta obuhvaća tradicionalna područja radnih zadaća, izvore, raspored i troškove te postavlja pozornicu za upravljanje izmjenama projekta, projektnim komunikacijama, kakvoćom projekta, rizicima za projekt, nabavnim djelatnostima vezanim uz projekt te projektnom skupinom. Svaki od ovih čimbenika izravno utječe na očekivanja sudionika te na našu sposobnost da uspješno nadziremo i izvedemo cijeli projekt.“ (Horine, 2009.)

### 9.1 ANALIZA TROŠKOVA

Analizom troškova analiziraju se svi troškovi projekta te se njome prikazuje njegova opravdanost. Njome se određuje da li je projekt poželjan za ulaganje.

#### 1. Pokretanje i planiranje projekta

Tablica 9 - Pokretanje i planiranje projekta

| Stavka troška  | Broj jedinica | jedinica | Iznos po jedinici, hrk | Ukupni iznos, hrk | Oznake | Kategorija financiranja |
|--|---------------|----------|------------------------|-------------------|--------|-------------------------|
| <b>Razraditi projekt</b>   | 1             | Komplet  | 30.000,00              | 30.000,00         | 1.1.   | Ukupno, HRK             |
| <b>Prikupiti svu potrebnu dokumentaciju za pokretanje projekta</b> | 1             | Komplet  | 20.000,00              | 20.000,00         | 1.2.   | Ukupno, HRK             |

Izvor – izrada autora

## 2. Izgradnja resorta i nabava opreme

Tablica 10 - Izgradnja resorta i nabava opreme

| Stavka troška   | Broj jedinica | Jedinica | Iznos po jedinici, HRK | Ukupni iznos, HRK | Oznake | Kategorija financiranja |
|---|---------------|----------|------------------------|-------------------|--------|-------------------------|
| Izvođači radova   | 1             | komplet  | 490.000,00             | 490.000,00        | 2.1.   | Ukupno, HRK             |
| Gradevinski radovi  | 1             | komplet  | 1.900.500,00           | 1.900.500,00      | 2.2.   | Ukupno, HRK             |
| Opremanje resorta domaćom hranom s lokalnih OPG-ova i nabava sitnog inventara | 1             | komplet  | 30.000,00              | 30.000,00         | 2.3.   | Ukupno, HRK             |

Izvor – izrada autora

## 3. Održavanje resorta i opskrba namirnicama

Tablica 11 - Održavanje resorta i opskrba namirnicama

| Stavka troška                   | Broj jedinica | Jedinica | Iznos po jedinici, HRK | Ukupni iznos, HRK | Oznake | Kategorija financiranja |
|---------------------------------|---------------|----------|------------------------|-------------------|--------|-------------------------|
| Režije                          | 1             | komplet  | 70.000,00              | 70.000,00         | 3.1.   | Ukupno, HRK             |
| Sitni popravci                  | 1             | komplet  | 35.000,00              | 35.000,00         | 3.2.   | Ukupno, HRK             |
| Hrana s lokalnih OPG-ova        | 1             | komplet  | 46.200,00              | 46.200,00         | 3.3.   | Ukupno, HRK             |
| Druga sredstva i sitni inventar | 1             | komplet  | 45.000,00              | 45.000,00         | 3.4.   | Ukupno, HRK             |

Izvor – izrada autora

#### 4. Promidžba i vidljivost

Tablica 12 - Promidžba i vidljivost

| Stavka troška                        | Broj jedinica | jedinica | Iznos po jedinici, hrk | Ukupni iznos, hrk | Oznake | Kategorija financiranja |
|--------------------------------------|---------------|----------|------------------------|-------------------|--------|-------------------------|
| Postavljanje plakata                 | 10            | Komad    | 2.500,00               | 25.000,00         | 4.1.   | Ukupno, HRK             |
| Izrada letaka                        | 1000          | Komad    | 7,00                   | 7.000,00          | 4.2.   | Ukupno HRK              |
| Izrada brošura                       | 500           | Komad    | 20,00                  | 10.000,00         | 4.3.   | Ukupno, HRK             |
| Dani otvorenih vrata                 | 1             | Komplet  | 30.000,00              | 30.000,00         | 4.4.   | Ukupno, HRK             |
| Izrada vizualnog identiteta projekta | 1             | komplet  | 78.000,00              | 78.000,00         | 4.5.   | Ukupno, HRK             |

Izvor – izrada autora

#### 5. Upravljanje projektom i administracija

Tablica 13 - Upravljanje projektom i administracija

| Stavka troška   | Broj jedinica | Jedinica | Iznos po jedinici, HRK | Ukupni iznos, HRK | Oznake | Kategorija financiranja |
|---|---------------|----------|------------------------|-------------------|--------|-------------------------|
| Projektni tim (ukupna neto primanja svih zaposlenika x 7 mj ) | 7             | mjesec   | 45.500,00              | 318.500,00        | 5.1.   | Ukupno, HRK             |
| Režije  | 1             | mjesec   | 24.500,00              | 24.500,00         | 5.2.   | Ukupno, HRK             |
| Održavanje resorta  | 1             | mjesec   | 25.000,00              | 25.500,00         | 5.3.   | Ukupno, HRK             |
| Troškovi revizije   | 1             | ugovor   | 81.500,00              | 81.500,00         | 5.4.   | Ukupno, HRK             |
| Vanjski stručnjak   | 1             | ugovor   | 150.000,00             | 150.000,00        | 5.5.   | Ukupno, HRK             |



## 9.2 RASPORED PROVEDBE ELEMENATA PROJEKTA

Prilikom izrade rasporeda provedbe elemenata projekta bitno je da je definiran realno. U fazi provedbe projekta on služi za kontrolu napretka. U nastavku rada stavljen je prikaz provedbe elemenata projekta. Njime je definirano trajanje svakog elementa zasebno kao i ukupno trajanje projekta. Prikaz je na mjesečnoj bazi.

Početni i završni datum provedbe aktivnosti projektnih elemenata (stvarni ili očekivani):

|             |             |
|-------------|-------------|
| 04.03.2023. | 04.10.2023. |
|-------------|-------------|

Ukupno trajanje provedbe projekta (u mjesecima):

|   |
|---|
| 7 |
|---|

Tablica 14 - Raspored provedbe elemenata projekta

| Br. | Element projekta                         | Godina | 2023. godina<br>(početna godina provedbe projekta) |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |  |
|-----|--|--------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|--|
|     |  | Mjesec | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |  |
| 1.  | Izrada projektne dokumentacije           |        |  |   | X | X | X |   |   |   |   |    |    |    |  |
| 2.  | Izgradnja resorta i nabava opreme        |        |  |   |   |   |   |   | X | X | X |    |    |    |  |
| 3.  | Održavanje resorta i opskrba namirnicama |        |  |   |   |   |   |   |   | X | X | X  | X  |    |  |
| PM  | Upravljanje projektom i administracija   |        |  |   | X | X | X | X | X | X | X | X  | X  |    |  |
| V   | Promidžba i vidljivost                   |        |  |   |   |   |   |   |   | X | X | X  | X  |    |  |

Izvor – izrada autora

## 9.3 UKUPNA VRIJEDNOST PROJEKTA

Tablica u nastavku prikazuje ukupne troškove potrebne za postizanje ciljeva projekta s pripadajućim pokazateljima.

Tablica 15 - Ukupna vrijednost projekta

|   | Iznos, HRK          |
|---|---------------------|
| <b>Ukupna vrijednost projekta (1. + 2.)</b>     | <b>3.433.500,00</b> |
| <b>1. Ukupni prihvatljivi troškovi</b>          | <b>3.270.000,00</b> |
| <b>2. Neprihvatljivi troškovi (2.1. + 2.2.)</b> | <b>163.500,00</b>   |
| 2.1. Javna sredstva                             | 0,00                |
| 2.2. Privatna sredstva                          | 163.500,00          |

Izvor – izrada autora

### 9.3.1 IZVOR FINANCIRANJA PRIHVATLJIVIH TROŠKOVA PROJEKTA

Tablica u nastavku prikazuje iz kojih izvora se financiraju prihvatljivi troškovi projekta.

Tablica 16 - Izvor financiranja prihvatljivih troškova projekta

|   | 1.<br>kategorija<br>troškova | 2.<br>kategorija<br>troškova | x.<br>kategorija<br>troškova | Iznos, HRK          |
|---|------------------------------|------------------------------|------------------------------|---------------------|
| <b><i>Ukupni prihvatljivi troškovi</i></b><br>(1. + 2.)                 |                              |                              |                              | <b>3.270.000,00</b> |
| <b><i>1. Bespovratna sredstva</i></b>                                   |                              |                              |                              | <b>3.106.500,00</b> |
| <b><i>2. Sredstva Prijavitelja i/ili<br/>Partnera (2.1. + 2.2.)</i></b> |                              |                              |                              | <b>163.500,00</b>   |
| <b><i>2.1. Javna sredstva</i></b>                                       |                              |                              |                              | <b>0,00</b>         |
| <b><i>2.2. Privatna sredstva</i></b>                                    |                              |                              |                              | <b>163.500,00</b>   |

Izvor – izrada autora

## 9.4 ANALIZE OKRUŽENJA

„Današnje poduzeće ima karakteristike otvorenog dinamičkog sustava što znači da je podložno utjecajima iz okoline s kojom je u stalnoj interakciji. S jedne strane ono utječe na nju, a s druge strane ona utječe na njega. Kad utjecaj okoline postane dominantan u odnosu prema utjecaju poduzeća na tu okolinu, tada poduzeće zapada u krizu iz koje teško može izaći. Da se to ne bi dogodilo, menadžment poduzeća mora neprestano nadzirati tu okolinu kako bi identificirao sadašnje i buduće prijetnje i prilike koje proizlaze iz vanjske okoline te snage i slabosti koje rezultiraju iz interne okoline, a koje mogu utjecati na sposobnost poduzeća da ostvari svoje ciljeve. Prema tome, tu se okolina poduzeća tretira kao set svih vanjskih i unutarnjih faktora koji mogu utjecati na put poduzeća prema ostvarivanju vlastitih ciljeva. „ ( Buble, 2005.)

### 9.4.1 SWOT ANALIZA

„SWOT analiza započinje identifikacijom glavnih snaga i slabosti poduzeća rangiranih prema važnosti te identifikacijom prilika i prijetnji prema vjerojatnosti njihova nastupanja. Budući da se temelji na kvalitativnim podacima, razumljiva je, jasna i jednostavna za uporabu.

SWOT analiza osigurava brz uvid u trenutačnu ili kratkoročnu konkurentsku poziciju poduzeća. Snage i slabosti identificiraju ono što poduzeće može učiniti. Prilike i prijetnje ono što poduzeće mora učiniti. Formulacija strategija je pokušaj balansiranja mogućnosti poduzeća sa zahtjevima okoline na način koji će poduzeću osigurati održivu konkurentsku prednost“ (Buble, 2005. )

Tablica 17 - Swot analiza

| Snaga  | Slabosti  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Volja i želja za uspjehom</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepovoljna zemlja za uzgajanje lokalnih proizvoda</li> </ul>                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Raznovrsna turistička i gastronomska ponuda</li> </ul>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visoko kvalificirani zaposlenici</li> </ul>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jedinstvena usluga na ovome području</li> </ul>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prekrasan krajolik</li> </ul>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relativna blizina glavnog grada</li> </ul>  |   |
| Prilike  | Prijetnje   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nema konkurencije na našem ciljanom tržištu</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povećanje poreza i doprinosa</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porast potražnje za takvim uslugama</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povećanje cijena nužne radne opreme</li> </ul>                                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost promidžbe putem besplatnih digitalnih kanala (facebook , instagram, tweeter)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Moguće otvaranje sličnih resorta tj. Pojava konkurencije</li> </ul>            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost proširenja usluge – razne organizacije evenata i sl. , spa ponude</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vremenske neprilike ( sprječavanje provođenja vanjskih aktivnosti )</li> </ul> |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Komplikacije oko izdavanja dozvola</li> </ul>                                  |

Izvor – izrada autora

Ukoliko se pogleda SWOT analiza za projekt „Camping resort Zajarki“ može se primijetiti da projekt slabosti skoro pa i nema, što je odlično. Snage i prilike izgledaju obećavajuće a na prijetnje ne može utjecati jer nisu interne.

#### **9.4.2 ANALIZA DIONIKA**

Zadaća analize dionika jest zaključiti tko je relevantan za projekt i za koga se taj projekt radi.

„Cilj analize dionika je identificirati i okarakterizirati potencijalne veće dionike i procijeniti njihove mogućnosti. Prilikom analize dionika ključna su dva pitanja: Tko su dionici? Zašto ih uključiti?

##### **Tko su dionici?**

Tko sve ovisi o projektu?

Tko je zainteresiran za postizanje projektnih rezultata?

Tko može utjecati na projekt (pozitivno/negativno)?

##### **Zašto uključiti dionike?**

Da bismo donijeli odluke temeljem svih relevantnih informacija

Omogućava konsenzus oko projekta u samom početku

Omogućava transparentnost svima i praćenje odnosno sudjelovanje

Sudjelovanje sudionika pojačava suradnju uprave (vlade) i društva,

Obavezno uključiti osjetljivije skupine.“<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup>Izvor: Analiza dionika u izradi projekta <https://plaviured.hr/analiza-dionika-u-izradi-projekta/> (08.02.2018.) pristupljeno 15.10.2023.

Tablica 18 - Analiza dionika

| Dionik (osnovna obilježja, uloge, specifičnosti) | Važnost u odnosu na projekt  | Motivacija za sudjelovanjem                                   | Glavni interesi i očekivanja  | Korelacija odnosa s ostalim dionicima   | Moguće mjere (za rješavanje interesa dionika)  |
|--|--|---|---|---|--|
| <b>Krajnji korisnici – postojeći</b>             | Najvažniji, najveći utjecaj – glavni izvor prihoda                       | visoka  | Kvalitetna obuka i školovanje, nastavak suradnje uz preporuke       | Dobra suradnja, usmena predaja pohvala  | Važnost razgovora, provođenje anketa o zadovoljstvu  |
| <b>Potencijalni korisnici</b>                    | Veliki utjecaj   | Potencijalno visoka – nadamo se usmenim preporukama           | Dobre ponude, popusti, kvaliteta                                    | Ispitivanje postojećih korisnika  | Osigurati sredstva, resurse za dobre ponude  |
| <b>Dobavljači – lokalni poduzetnici</b>          | Veliki utjecaj – njihove cijene utječu na formiranje cijena naših usluga | Visoka – i njima je u interesu prodati svoju robu             | Konkretna ponuda kvalitetnih proizvoda i na vrijeme isporučena roba | Odnos dobavljača i naručitelja je ključan   | Stvoriti dobar odnos s dobavljačem te nakon određenih godina suradnje dobivati rabate i kvalitetan odnos |
| <b>Lokalna uprava</b>                            | Ne prevelik – zapošljavanje ljudi  | Podrška lokalne uprave očekivana                              | Zapošljavanje lokalnih radnika                                      | Suradnja s naručiteljima radi potencijalnih proširenja usluga bitnih i za lokalnu zajednicu | Ostvariti dobre poslovne odnose sa lokalnom upravom  |
| <b>Mediji</b>                                    | Velik utjecaj  | Podrška medija, plaćene promocije, ali i glavni izvor vijesti | Zapošljavanje lokalnih radnika                                      | Suradnja s ostalima radi potencijalnih proširenja usluga bitnih i za lokalnu zajednicu      | Ostvariti dobre poslovne odnose s lokalnim medijima  |

Izvor – izrada autora

Najvažniji dionici u ovom projektu svakako su krajnji korisnici iz razloga što oni donose prihod. Dostavljači isto tako imaju velik utjecaj s obzirom da njihove cijene utječu na formiranje cijena usluga resorta, a ukoliko oni povise svoje cijene i cijene usluga resorta morat će se mijenjati. Ništa manje bitni nisu ni mediji.

Dobra promocija vrlo je bitna stavka za funkcioniranje resorta. Od bitnijih dionika još se ističu i potencijalni korisnici a lokalna uprava ima važnost za projekt ali ne preveliku.

## 9.5 RIZICI PROJEKTA

„Projektni menadžment zapravo je upravljanje rizicima, jer je jedan od osnovnih ciljeva projektnog menadžera svladati različite neizvjesnosti kojima je izložen svaki projekt. Identifikacija rizika je veliki problem jer se pogreške uglavnom događaju tamo gdje ih se najmanje očekuje. Rizik je procijenjena vjerojatnost da projekt neće ispuniti jedan ili više projektnih ciljeva. Rizik u projektnom menadžmentu posebno je izražen jer se projekt, odnosno njegov proizvod, prema definiciji izvodi prvi put, tako da nisu poznati mogući rizični događaji kao ni krajnji rezultat projekta. Rizik je nepovoljna okolnost koja se može manifestirati odjednom ili postupno, i razlog je za nerealizirane ciljeve. Dakle, menadžment projektnih rizika je procjenjivanje, smanjivanje i upravljanje rizikom u cilju postizanja projektnih ciljeva, planiranog vremena, planiranih troškova i planirane izvedbe. Kako bi se moglo upravljati projektnim rizicima, potrebno je najprije identificirati potencijalni rizik (rizični događaj), nakon toga procijeniti vjerojatnost njegova pojavljivanja i utvrditi moguće utjecaje (štete) koje on može prouzročiti. Ponekad se kao proizvod procjene rizika pojavljuje plan upravljanja rizicima u kojemu se detaljno razrađuju kontingencijski planovi i strategija za svaki mogući događaj. Nakon što su rizici identificirani i procijenjeni, slijedi njihovo upravljanje, odnosno njihova kontrola u fazi implementacije.“ ( Omazić, Baljkas, 2005.)

U nastavku rada nalazi se tablica u kojoj su opisani potencijalni rizici za projekt „Camping resort Zajarki“. Također je navedeno razdoblje u kojem bi se mogao pojaviti te koje je vrste. Istaknute su i njegove posljedice koje može prouzročiti te su prikazane preventivne i kurativne mjere.

Tablica 19 - Rizici projekta

| Oznaka rizika | Opis rizika   | Razdoblje pojave rizika | Vrsta                          | Posljedice                         | Preventivna mjera   | Kurativna mjera   |
|---------------|---|-------------------------|--------------------------------|------------------------------------|---|---|
| <b>R1</b>     | Kontinuirano loše vrijeme sprječava dolazak gostiju | eksploatacija           | Dugoročna + objektivna smetnja | Neposjećenost kampa                | Unutarnji sadržaj (opremljena soba)                                     | Nadoknada termina   |
| <b>R2</b>     | Skepsa prema novitetima                             | izvedba                 | Vanjski utjecaj                | Otežana komunikacija s korisnicima | Informiranje građana, organiziranje druženja građana, razne degustacije | Informiranje građana, organiziranje druženja građana, razne degustacije |

Izvor – izrada autora

## 9.6 ANALIZA KONKURENCIJE

„Pojam konkurentnosti možemo tumačiti na različite načine. Kad kažemo da trebamo postići konkurentnost, obično podrazumijevamo da trebamo „biti bolji“ u području svoga djelovanja (npr. zračni prijevoz, prodaja proizvoda, u građevinarstvu, bankarstvu, školstvu, itd.). Može se postaviti i pitanje kako ostvariti veću konkurentnost države. Potrebno je pronaći niz različitih mjera za povećanje konkurentnosti, koje se moraju uvažavati pri oblikovanju strategije i njezina izvođenja kroz projekte. Te mjere mogu biti:

- ❖ kvaliteta
- ❖ minimalni troškovi
- ❖ minimalno trajanje
- ❖ maksimalna ili dovoljna kvaliteta.“ (Hauc, 2007.)

„Polazeći od činjenice da su konkurenti jedna od tri najvažnije skupine aktera u poslovnoj okolini ili okolini zadatka, neophodno je pristupiti analizi konkurencije izabranog poduzeća. U tu se svrhu mogu primijeniti dva postupka, i to: skeniranje konkurencije i analiza strukture konkurencije.

- 1) Skeniranje konkurencije – usmjereno je na identificiranje glavnih ili ključnih konkurenata i utvrđivanje njihovih temeljnih značajki. Ono treba poslužiti kao radar poduzeću u otkrivanju i praćenju promjena u tom segmentu konkurencije. Primarno je orijentirano na uočavanje postojećih, ali i potencijalnih prilika i prijetnji. Rezultati skeniranja bi trebali omogućiti poduzeću poduzimanje niza akcija i aktivnosti u smislu njegova anticipativnog djelovanja, s prvenstvenim ciljem iskorištavanja konkurentskih prednosti poduzeća u odnosu prema njegovim glavnim konkurentima.
- 2) Analiza strukture konkurencije – druga je metoda koja se može primijeniti u postupku analize konkurencije. Teorijski je utemeljena na Porterovu modelu pet konkurentskih faza. Prema M. E. Porteru analizu konkurentskih snaga treba usmjeriti na ključne faktore konkurencije i analizu njihova utjecaja na poduzeće.“ (Buble,2005.)

Konkurencija u ovom obliku nuđenja smještaja gostima je minimalna odnosno postoji još samo jedan campign resort u okolici. U Gradu Zaprešiću svakako fali smještajnih jedinica s obzirom na velik broj turista zbog bogate turističke ponude u gradu i okolici. Resort ovog tipa u okolici ima samo Camp Zagreb u Gradu Zagrebu. Njegova ponuda je slična autorovoj u jednu ruku a različita u drugu. Od ponude kampa zajednički je najam kajaka, besplatno parkiralište, besplatni Internet, pranje i sušenje rublja, lounge bar i najam bicikla. Iz njihove ponude valja izdvojiti školu jahanja, studio za masažu i wellness koji resort u početku ne bi imao u ponudi no svakako bi kroz neko vrijeme wellness bio i dio njegove ponude. Umjesto škole jahanja kamp Zajarki u ponudi bi nudio ribolov te razne radionice i edukacije te u bliskoj budućnosti najam quadova. Također kampu Zajarki u restoranu hrana bi se pripremala isključivo od namirnica iz domaćih OPG-ova iz Zaprešića i okolice te iz vlastitog staklenika u kojem bi se uzgajalo određeno voće i povrće.

Slogan od Campa Zagreb glasi „NA PUTU DO JADRANSKOG MORA ODMORITE SE U KAMPU ZAGREB - zašto biti samo usputna stanica“ dok bi kamp Zajarki naglasak imao na relaksaciju u prirodi te eko održivi odmor.



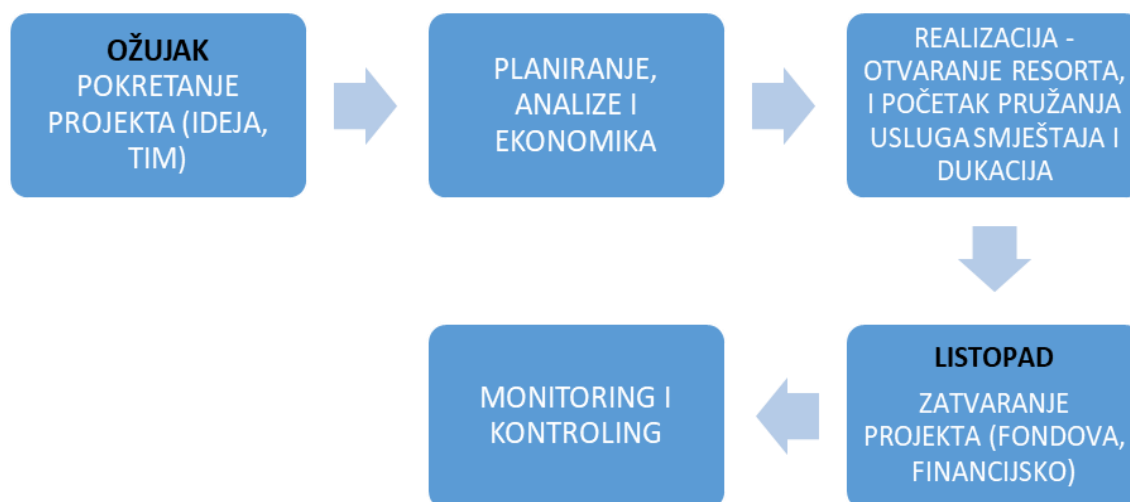
## 10. ŽIVOTNI VIJEK PROJEKTA

„Iz definicije projekta vidi se da je to događaj koji je vremenski ograničen, dakle projekt se rađa, živi i umire. Poput svih organskih sustava, stvari ili pojava, i projekt ima životni ciklus. Na samom početku je važno naglasiti kako je projektni ciklus lanac aktivnosti koje se ne odvijaju linearno niti su neke više a neke manje važne. Kad već spominjemo analogiju s lancem, moramo biti svjesni kako će uspjeh projekta ovisiti o njegovoj najslabijoj karici. Svaka od faza razvoja projekta ima specifičnosti i pitanja na koja traži odgovore. Faze životnog ciklusa koje prolazi svaki projekt bez obzira na specifične karakteristike, jesu početna faza ili faza dizajniranja, faza implementacije ili provedbe projekta i posljednja faza, faza zaključivanja projekta.“ (Omazić, Baljkas, 2005.)

„Životni je vijek projekta planirano vremensko razdoblje trajanja poduzetničkog pothvata na tržištu, što obuhvaća razdoblje od početka njegove realizacije (početka investiranja), pa sve do trenutka predviđena pada potražnje za njegovim proizvodima, robom ili uslugama na ciljanom tržištu ispod razine pozitivne profitne učinkovitosti, ili pak do konca ekonomskog (ili funkcionalnog) vijeka instalirane opreme (vremensko razdoblje u kojem oprema producira ekonomski prihvatljive učinke). Životni vijek (ciklus) poduzetničkog pothvata može biti dulji ili kraći (od jedne godine do nekoliko desetljeća, obično o životnom vijeku proizvoda ili usluga, odnosno o kvaliteti njihova tržišnog življenja), a možemo ga podijeliti na:

1. Aktivizacijsko razdoblje projekta: to je prva faza životnog vijeka projekta, odnosno životnoga vijeka poduzetničkog pothvata koja obuhvaća vrijeme tijekom kojega se obavlja ulaganje, investiranje ili angažiranje vlastita i/ili pozajmljena novca i kapitala u cilju njihova profitabilnog efektuiranja u procesu proizvodnje, traženja ili usluživanja, odnosno u procesu redovita poslovanja.
2. Razdoblje pokusne proizvodnje: to je druga faza životnog vijeka projekata, odnosno životnog vijeka poduzetničkoga pothvata koja obuhvaća vrijeme tijekom kojega se tehnološki, radno i organizacijski uhodavaju temeljne tehničko-tehnološke i kadrovske sastavnice proizvodnog, trgovačkoga ili uslužnoga procesa prije redovite proizvodnje, odnosno eksploatacijskoga razdoblja projekta.
3. Eksploatacijsko razdoblje projekta: to je treća faza životnoga vijeka projekta, odnosno životnoga vijeka poduzetničkoga pothvata koja obuhvaća vrijeme tijekom kojega se obavlja profitno efektuiranje uložena novca i kapitala tijekom aktivizacijskoga

razdoblja projekta. Eksploatacijsko razdoblje obuhvaća kraće ili dulje vrijeme procesa redovite proizvodnje, trženja, usluživanja ili proces redovita poslovanja na razini planirana kapaciteta i učinaka, sukladno planiranim preformansama poduzetničkog projekta.“ (Kuvačić, 2010.)



Slika 22 - Trajanje projekta

Izvor: Izrada autora

Prikaz iznad prikazuje trajanje projekta „Camping resort Zajarki“. Prema njemu se vidimi da projekt počinje u ožujku i traje sedam mjeseci, odnosno do mjeseca listopad. Projekt započinje u ožujku sa smišljanjem ideje i formacijom tima. Iduća faza je njegovo planiranje, detaljno provođenje svih potrebnih analiza i razrada ekonomike.

Nakon toga dolazi se do same realizacije projekta odnosno otvaranja resorta i početak pružanja usluga smještaja i edukacija. U listopadu projekt se zvanično zatvara i nakon toga posvećuje se monitoringu i kontrolingu.

## 11. VIDLJIVOST I DISEMINACIJA PROJEKTA

Diseminacija ne treba biti poistovjeđena sa vidljivošću projekta jer se vidljivost odnosi samo na promotivne aktivnosti dok se diseminacija veže na to kako će se postignuti rezultati proširiti te na taj način izazvati pojačani učinak projekta. Definicija diseminacije navodi kako je to zapravo planirani proces pružanja informacija o kvaliteti, relevantnosti i učinkovitosti rezultata ključnim dionicima u svrhu korištenja postignutih rezultata i širenja mreže potencijalnih korisnika. Za razliku od toga vidljivosti je promoviranje poruke projekta i osiguravanje interesa publike na promotivnim događanjima koji se većinom odvijaju za vrijeme trajanja projekta. Diseminacija je usko povezana sa planom održivosti postignutih rezultata i nakon dovršetka projekta dok je vidljivost uvijek potrebno osigurati unutar samih aktivnosti tijekom provedbe projekta. Jedna od osnovnih postavki je ta da diseminacija ne završava sa krajem projekta, ona se mora nastaviti i nakon što su sve aktivnosti odrađene.<sup>23</sup>

### 11.1 VIDLJIVOST PROJEKTA

Vidljivost i promidžba projekta obavezni su elementi svakog projekta. Njihove aktivnosti mogu uvelike pomoći u ostvarenju ciljeva i osiguravanju održivosti. Svrha njihovih aktivnosti je prezentirati projekt, njegovu ideju, ciljeve i rezultate.

Promocija ovog projekta odvijala bi se putem društvenih mreža i putem drugih kanala. Stalno dijeljenje sadržaja na društvenim mrežama (twitter, instagram, facebook itd.) najlakši je i najefikasniji način promocije resorta. Da bi održavali zanimanje za naše mrežne stranice jednom tjedno bi se objavljivala nagradna igra čiji bi raspon nagrada bi raznolik. Od drugih promidžbenih mjera svakako treba istaknuti širenje informacija putem promotivnih materijala, promoviranje turističke ponude i privlačenje turista tiskanim i elektroničkim medijima i internetom, dijeljenje korisnih savjeta putem mreža, obavještavanje o događanjima i novostima putem Zaprešić TV-a te održavanje otvorenih vrata u samom resortu.

---

<sup>23</sup> Izvor: Što je to plan diseminacije? <https://pjr.hr/sto-je-to-plan-diseminacije/> (17.10.2011.) pristupljeno 17.10.2023.

## 11.2 DISEMINACIJA PROJEKTA

Da bi projekt bio u potpunosti kompletiran potrebna je njegova diseminacija. Diseminacija odnosno projektni marketing je zapravo skup mjera koje se koriste za postizanje vidljivosti projekta. S obzirom da doprinosi vidljivosti projekta i njegovih rezultata samim time i poboljšava uspjeh projekta. Podiže interes za korištenje sredstava iz EU fondova i osigurava vidljivost Europske unije izvora financiranja.<sup>24</sup>

Tablica 20 - Diseminacija projekta

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>PUBLIKA</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Svi zainteresirani korisnici jedinica</li> <li>• Poduzetnici koji žele razviti svoj posao i dobiti certifikate</li> <li>• Lokalni OPG-ovi čiji bi se proizvodi koristili u resortu</li> </ul>  |
| <b>METODE</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kanali lokalne diseminacije su promoviranje na društvenim mrežama (facebook i instagram, tweeter.</li> <li>• Dijeljenje i izrada letaka, naručitelj projekta i voditelj dostupni su za diseminaciju projekta a u prvoj fazi angažiranje studenata promotora.</li> <li>• Promotivne aktivnosti odrađuju svi ljudski resursi.</li> </ul> |
| <b>VRIJEME</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Otvaranje profila na društvenim mrežama – odmah pri nastanku projekta u početku treba raditi najavu otvorenja resorta i novog mjesta u gradu</li> <li>• Dijeljenje letaka – čim krene izgradnja</li> </ul>   |
| <b>NAMJERA</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podići svijest potencijalnih korisnika o važnosti razvoja poduzetničke mreže stvaranjem održivih gospodarstava, novih smještajnih jedinica</li> </ul>  |
| <b>KLJUČNA PORUKA/SVRHA</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hrvatska kao konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture</li> <li>• Zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih uvjeta i jednakih prilika za sve</li> </ul>   |

Izvor – izrada autora

<sup>24</sup> Izvor: Što je diseminacija, nov pojam veoma važan za EU? <https://odgovorno.hr/sto-je-diseminacija-nov-pojam-veoma-vazan-u-eu-drustveno-odgovorno-poslovanje-i-djelovanje-podrazumijevaju-visoku-vidljivost-u-javnosti/> (19.06.2017.) pristupljeno 21.05.2023.

### 11.3 PROMIDŽBENE MJERE

Kako bi se što široj javnosti promovirao projekt I njegovi rezultati bitno je tokom provedbe projekta poduzeti dobre promidžbene mjere. Prilikom smišljanja istih u obzir je uzeta priroda projekta te su u skladu s opsegom I ciljevima projekta.

Tablica 21 - Promidžbene mjere

| <i>Vrsta medija</i>                                | <i>Naznaka</i> | <i>Ciljna skupina</i>                              |
|--|----------------|--|
| Tiskani mediji                                     | DA             | Šira javnost, poduzetnici, turisti                 |
| Elektronički mediji                                | DA             | Šira javnost                                       |
| Internet   | DA             | Šira javnost, poduzetnici, turisti (domaći/strani) |
| Seminari, konferencije, radionice itd.             | DA             | Mali i srednji poduzetnici, turisti                |
| Promotivni materijali                              | DA             | Turisti, poduzetnici, šira javnost                 |
| Znakovlje / plakat postavljen na lokaciji projekta | DA             | Građani grada Zaprešića, šira javnost, poduzetnici |

Izvor – izrada autora



Slika 23 - Promidžbene mjere

Izvor: Medimurjepress.net (20.10.2023.)<https://medimurjepress.net/kolumne/urednik/nije-lako-u-lokalnim-medijima-pored-politickih-mocnika-biti-neovisan-i-svoj/>, preuzeto 21.05.2023.

## 12. HORIZONTALNE TEME

EU projekti i poslovni planovi za HZZ samozapošljavanje moraju zadovoljiti određene kriterije kako bi bili odobreni. Natječaji iz EU fondova među dokumentacijom sadrže i upute, tj. prijedloge za doprinos horizontalnim temama. Horizontalne teme doprinose većim ciljevima i mogu ostvariti dodatne bodove. One uključuju:

- promicanje ravnopravnosti žena i muškaraca i zabranu diskriminacije
- pristupačnost za osobe s invaliditetom
- održivi razvoj

Promicanje ravnopravnosti žena i muškaraca i zabrana diskriminacije podrazumijeva promicanje ravnopravnosti između spolova, promicanje jednakih mogućnosti i nediskriminacije. Nije dozvoljeno diskriminirati osobe po boji kože, kojeg su spola, kojim jezikom pričaju, koje su vjere, političkog ili drugog uvjerenja, nacionalnog ili socijalnog podrijetla, imovinskog stanja, rase itd.

Pristupačnost za osobe s invaliditetom uključuje fizičku infrastrukturu, razumnu prilagodbu i univerzalan dizajn, informacijsko komunikacijsku pristupačnost i pristupačnost ostalih sadržaja i usluga otvorenih ili namijenjenih javnosti.

Cilj Horizontalne teme „Održivi razvoj“ jest uspostavljanje ravnoteže između ekoloških, društvenih i gospodarskih ciljeva. Ona podrazumijeva zelenu i održivu nabavu, klimatske izazove i poboljšanje učinkovitost resursa u projektu.<sup>25</sup>

U ovom odjeljku obrazloženo je na koji način projekt doprinosi dolje navedenim horizontalnim temama.

### ***Doprinosi li projekt jednakim mogućnostima? DA***

- Ravnopravnost spolova i nediskriminacija (osim infrastrukture)
- Pristupačnost za osobe s invaliditetom

---

<sup>25</sup> Izvor: Horizontalne teme – Što sve uključuju i zašto su važne? <https://mentorica.biz/pitanja-i-odgovori/eu-projekti-i-poticaji-poduzetnike/horizontalne-teme-sto-sve-ukljucuju-i-zasto-su-vazneg-454/> (n.d.) pristupljeno 15.10.2023.

- ✚ Osigurani prilazi za osobe s invaliditetom kao i otvaranje natječaja radnih mjesta za osobe s invaliditetom.
- ✚ Provedba politike jednakih mogućnosti kroz promicanje ravnopravnosti spolova.
- ✚ Ravnopravnost u procesu zapošljavanja.



Slika 24 – Politika jednakih mogućnosti

Izvor: Unaconsulting.ba (n.d.) <https://www.unaconsulting.ba/sadrzaj/jednake-mogucnosti-i-ravnopravnost-spolova/27>, preuzeto 22.05.2023.



Slika 25 - Pristupačnost za osobe s invaliditetom

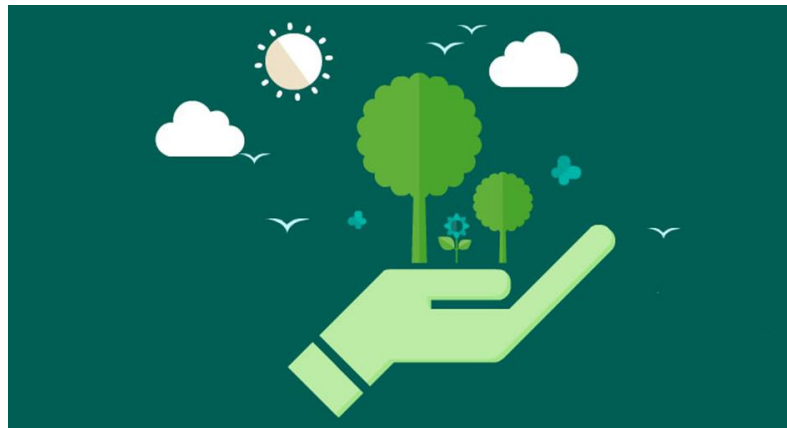
Izvor: E-građani, (09.05.2010.) <https://krapinsko-zagorska-policija.gov.hr/vijesti-85/484>, preuzeto 22.05.2023.

***Doprinosi li projekt održivom razvoju i zaštiti okoliša? DA***

- Zelena javna nabava
- Klimatski izazovi

- Učinkovitost resursa
- Zeleni rast

- ✚ Izgradnja resorta po principu održivog razvoja
- ✚ Smanjena potrošnja električne energije i vode
- ✚ Nema korištenja jednokratnog plastičnog inventara i papira.



Slika 26 - Zeleni rast

Izvor: Hep.hr, (n.d.) <https://www.hep.hr/odrzivost-i-okolis/27>, preuzeto 11.05.2023.

***Doprinosi li projekt promicanju načela dobrog upravljanja, uključujući i suradnju s civilnim društvom ? DA***

- ✚ Projekt promiče načela odgovornosti, predvidljivosti i strateškog planiranja.
- ✚ Suraduje s lokalnim OPG-ovima i s njihovim proizvodima opskrbljuje resort.



### 13. REALIZACIJA PROJEKTA

„Završetak ili zatvaranje projekta posljednja je faza projekta. Završetak projekta je formalno prihvaćanje i verificiranje projektnog proizvoda i prestanak projektnih aktivnosti. Međutim, faza projektnog završetka ne počinje tek završetkom svih aktivnosti u fazi implementacije već i prije, na način da se izradi plan preraspodijele resursa na završetku projekta, da se na primjer načini ugovor o održavanju projektnog proizvoda i/ili pak plan periodičnih testiranja te dorada sustava. Završetak projekta je vrijeme kad se podvlači crta pod projektom te pokušava nadopuniti baza zanja na temelju prikupljenih iskustava.

Za proces završavanja nužno je načiniti plan. Izradom plana može se do neke mjere otkloniti pomanjkanje interesa, a što je česta pojava u završnim fazama. To se najefikasnije može otkloniti tretiranjem završavanja projekta kao zasebnog projekta. To je psihološki trik, koji je ponekad neophodan kako bi se zadržao entuzijizam članova projektnog tima, kao i u svih drugih interesno-utjecajnih skupina. Kako bi završetak projekta postao zaseban projekt, mora imati svoj identitet, odnosno projektno ime. Bitno je da projektni menadžer pokuša zadržati svoje najbolje ljude u timu do kraja, te da stalno ima na umu cilj – dovršiti posao kako treba. Prilikom ostvarenja toga valja posvetiti pažnju sljedećim čimbenicima: - budućnost zaposlenih u projektu, rukovanju i održavanju, dokumentaciji, ispunjenju ugovora, financijskom računovodstvu, pregledu projekta. Tu je ključna stavka budućnosti zaposlenika, jer ako ona nije riješena sukladno očekivanjima članova projektnog tima, uspjeh projekta može doći u realnu opasnost. Projekt je spreman za uspješan završetak ako je ispunio svoje ciljeve, ili za neuspješan završetak ako nije ispunio ciljeve.“ (Omazić, Baljkas, 2005)

Tablica 22 - Lista kritičnih čimbenika za uspjeh projekta prema važnosti

|  |   |
|--|---|
| <b>1. Vizija</b>                               | - U početku jasno postavljeni ciljevi koji su mjerljivi i upućuju na smjer djelovanja                 |
| <b>2. Podrška vrhovnog menadžmenta</b>         | - Volja i predanost vrhovnog menadžmenta osiguranju ključni resursa i autoriteta za provedbu projekta |
| <b>3. Konzultacije s klijentom</b>             | - Permanentna komunikacija i aktivno slušanje svih uključenih i zainteresiranih strana                |
| <b>4. Zaposlenici na projektu</b>              | - Rekrutiranje, selekcija i trening neophodnih ljudi  |
| <b>5. Tehnička obilježja</b>                   | - Dostupnost tražene tehnologije i ekspertize   |
| <b>6. Prihvatanje od strane klijenta</b>       | - Čin prodaje finalnog projektnog proizvoda namjeravanom kupcu  |
| <b>7. Praćenje i povratne informacije</b>      | - Vremenski usklađene informacije po svim fazama implementacije projekta                              |
| <b>8. Komunikacija</b>                         | - Adekvatna komunikacijska umreženost svih zainteresiranih strana sve do završetka projekta           |
| <b>9. Determiniranje i rješavanje problema</b> | - sposobnost rješavanja neočekivanih kriza i odstupanja od planiranog                                 |

Izvor – Mislav Ante Omazić, Stipe Baljkas – Projektni menadžment

Otvaranje resorta ujedno znači da je projekt realiziran.

Očekivani rezultati/isporučevine:

- Postati lider u tom području
- Educirani lokalni poduzetnici
- Promoviran grad
- Proširenje ponude i poslovanja
- Uredno podmirivanje obaveza

Nakon njegove realizacije postoji još nekoliko segmenata o kojima bi se trebalo pobrinuti kako bi projekt opstao te bio proglašen uspješnim.

Kako bi projekt ostao izvršnim bitno je provoditi konstantne analize tržišta i prilagođavati se. Neprestana edukacija zaposlenika jako je bitna a mjerenjem rezultata odnosno anketiranjem bit će se u stalnom toku kako projekt napreduje te gdje bi nešto možda trebalo popraviti ili promijeniti. Nagrađivanjem zaposlenika postigla bi se zdrava radna okolina u kojoj bi zaposlenici znali od kolike su važnosti za resort. U resort treba nastaviti ulagati i dobro ga održavati kako bi kroz vrijeme bio sve bolji i privlačio sve više posjetitelja. Kako bi što više ljudi saznalo za resort njegova promocija mora biti pomno razrađena i konstantno se na njoj treba raditi. Oglašavanje je od jako velike važnosti kako bi se resort mogao dalje razvijati u pozitivnom smjeru.

Održivost rezultata projekta:

- Nastavak razvoja malih i srednjih poduzetnika
- Potpora na lokalnoj i regionalnoj razini
- Projiciranje na druge županije

Kako projekt ne bi brzo pao u zaborav i ostavio utisak na lokalnom stanovništvu i stranim gostima konstantno treba organizirati neka događanja te ljude podsjećati da je tu. Barem u početku dok ne postane sinonim za ovakav način odmora.

Događaji:

- javni poziv
- dan otvorenih vrata camping resorta (u sklopu toga edukacije o certificiranju, probne vožnje biciklima, ribički savjeti, promocija lokalnih OPG-ova)
- organiziranje ribičkih natjecanja
- izložbe sa štandovima na kojima su u ponudi proizvodi lokalnih OPG-ova
- promocija

## 14. ZAKLJUČAK

Projektom Camping resort Zajarki potaknuo bi se razvoj smještajnih jedinica i promociju poduzetnika kroz izgradnju održivog camping resorta na jezeru Zajarki te kroz suradnju s lokalnim OPG-ovima i drugim poduzetnicima.

Potencijali koji bi se i iskoristili kroz ovaj projekt podrazumijevaju sljedeće: porast potražnje za održivim projektima, potreba za dodatnim smještajnim jedinicama u gradu Zaprešiću, potreba za uključivanjem lokalnih poduzetnika u projekte, nedostatak camping resorta u kontinentalnoj Hrvatskoj te potreba za oazom mira. Raznolikost sadržaja camping resorta potvrđuje ponuda mobilnih glamping kućica, Bell i Safari šatora, restorana u camping resortu, uz dodatne sadržaje raznih tečajeva, edukacija i sportskih aktivnosti.

Vremenski okvir projekta podrazumijeva njegov početak od ožujka 2023. g. do zatvaranja u listopadu 2023. g., gdje je samo otvorenje resorta smješteno u mjesec svibanj 2023., pred samu ljetnu sezonu. Natječaj na koji će se projekt Camping resort Zaprešić prijaviti nudi bespovratna sredstva 95 %. Ostalih 5 % sredstava dolaze iz privatne imovine, tj iz vlastitih sredstava. Projekt nema neugodnih rizika, a isplativost je prikazana već u prvoj godini projekta. Vidljivost projekta prikazana je u promociji preko društvenih mreža i putem drugih kanala. Namjera kroz diseminaciju projekta jest podići svijest potencijalnih korisnika o važnosti razvoja poduzetničke mreže stvaranjem održivih gospodarstava i novih smještajnih jedinica. Ključna poruka je prikazati Hrvatsku kao konkurentnu, inovativnu i sigurnu zemlju prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlju očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve.

Planiranje i kontrola najvažnije su menadžerske funkcije za odvijanje projekta te iz konteksta projektnog menadžmenta kontrola je povezana s planiranjem iz razloga kako bi se moglo vidjeti da li su postignuti ciljevi koji su prethodno planirani. Isporučevine ovog projekta bile bi educirani lokalni poduzetnici, razvijene smještajne jedinice kroz camping resort, promoviran grad Zaprešić te obaveze koje su uredno podmirivane u projektu. Dakle, svi ciljevi projekta su pomno planirani i postignuti.

Održivost rezultata projekta očituje se u nastavku razvoja malih i srednjih poduzetnika, potpori na lokalnoj i regionalnoj razini te u projiciranju na druge županije.

Temeljem svih dosadašnjih navoda, analiza i tablica iz prezentacijskog dijela rada predlaže se daljnji rad i nastavak projekta, uz sve mjere koje su potrebne kako bi jedan ovakav projekt ostao izvrsnim, od kojih je neprestana edukacija ljudi jedna od najvažnijih, jer bez znanja ne bi bilo ni projekata niti moguće sinergije poduzetničkih kompetencija s idejama lokalnih i gradskih tijela.

## 15. IZJAVA

### Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

**Ime i prezime studenta: Patricia Nežić**

**Matični broj studenta:**

**Naslov rada: Priprema i provedba projekta „Camping resort Zajarki“**

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

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

Datum

Potpis studenta

---

---

## 16. POPIS LITERATURE

### 16.1 KNJIGE I ČLANCI

1. Buble, M. (2005.) *Strateški menadžment*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o.
2. Hauc, A. (2007.) *Projektni menadžment i projektno poslovanje*. Zagreb: M.E.P. Consult
3. Horine, G.M. (2009.) *Vodič za upravljanje projektima*. Zagreb: Dominović d.o.o.
4. Kuvačić, N. (2010.) *Biznis-plan ili poduzetnički projekt*. Split: Beretin d.o.o.
5. Larson, E., Gray, C. (2014.) *Project management: The managerial process with MS project*. New York: McGraw-Hill Education
6. Omazić, M. A., Baljkas, S. (2005.) *Projektni menadžment*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o.
7. Prester, J. (2010.) *Menadžment inovacija*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o.
8. Project Management Institute (2008.) *Vodič kroz znanje o upravljanju projektima (vodič kroz PMBOK)*. Zagreb: Mate d.o.o.
9. Schwalbe, K. (2009) *Information technology project management*. Boston: Cengage Learning

### 16.2 INTERNETSKI IZVORI

1. AdriaCamps (18.02.2022.) 5 razloga zašto odabrati mobilnu kućicu za odmor <https://adriacamps.com/novosti/5-razloga-za-odabir-mobilne-kucice-za-ljetni-odmor/> (pristupljeno 14.05.2023.)
2. Booking.com (n.d.) Travel sustainable <https://www.sustainability.booking.com/booking-travel-sustainable> (pristupljeno 20.05.2023.)
3. CampZagreb (n.d.) Na putu do Jadranskog mora, odmorite se u Kampu Zagreb <https://www.campzagreb.com/> (pristupljeno 13.05.2023.)
4. Dancover.com (n.d.) Bell šator za glamping <https://www.dancovershop.com/hr/product/bell-sator-za-glamping-tentzing-5x5m-6-osoba-boja-pijeska.aspx> (pristupljeno 21.05.2023)

5. Drvo trgovina (n.d.) Mobilni glamping šator <https://www.drvo-trgovina.hr/glamping-i-drvene-kucice/2180-mobilni-glamping-sator-odmah-dostupno-s-drvenom-konstrukcijom> (pristupljeno 21.05.2023)
6. Ecobnb(04.03.2022.)Sustainable travel good practices <https://ecobnb.com/blog/2022/03/sustainable-travel-good-practices/> (pristupljeno 01.06.2023.)
7. Economy – pedia (n.d.) Projekt – što je to, definicija i koncept <https://hr.economy-pedia.com/11032545-project#menu-2> ( pristupljeno 01.10.2023.)
8. Europski i investicijski fondovi (n.d.) Povećanje gospodarske aktivnosti i konkurentnosti malih i srednjih poduzeća <https://strukturnifondovi.hr/natjecaji/povecanje-gospodarske-aktivnosti-i-konkurentnosti-malih-i-srednjih-poduzeca/> (pristupljeno 16.10.2023.)
9. Europski strukturni i investicijski fondovi (n.d.) Minimalni sadržaj poslovnog plana <https://strukturnifondovi.hr/wp-content/uploads/AplikacijaRepository/Natjecaji/Dokumenti/22/prilog6.minimalnisadraj-poslovnogplana.pdf> (pristupljeno 16.10.2023.)
10. Europski strukturni i investicijski fondovi (n.d.) Povećanje gospodarske aktivnosti konkurentnosti malih i srednjih poduzeća - sažetak <https://strukturnifondovi.hr/wpcontent/uploads/AplikacijaRepository/Natjecaji/Dokumenti/22/saetak.pdf> (pristupljeno 16.10.2023.)
11. MADE IN CROATIA (n.d.) Izvorno hrvatsko <https://made-in-croatia.com.hr/hr/certifikati/izvorno-hrvatsko-10> (pristupljeno 24.05.2023.)
12. Mentorica.biz (n.d.) Horizontalne teme – Što sve uključuju i zašto su važne? <https://mentorica.biz/pitanja-i-odgovori/eu-projekti-i-poticaji-poduzetnike/horizontalne-teme-sto-sve-ukljucuju-i-zasto-su-vazneg-454/> (pristupljeno 15.10.2023.)
13. Naše klasje, (2019.) Našem klasju certifikat Hrvatska kvaliteta i Izvorno hrvatsko <https://www.naseklasje.hr/hr/o-nama/aktualno/nasem-klasju-certifikati-hrvatska-kvaliteta-i-izvorno-hrvatsko/> (pristupljeno 10.05.2023.)
14. Neblokirani, (n.d.) Certifikat Neblokirani <https://www.neblokirani.hr/> (pristupljeno 11.05.2023)
15. Odgovorno.hr (2017) Što je diseminacija, nov pojam veoma važan u EU? Društveno odgovorno poslovanje i djelovanje podrazumijevaju visoku vidljivost u javnosti <https://odgovorno.hr/sto-je-diseminacija-nov-pojam-veoma-vazan-u-eu-drustveno-odgovorno-poslovanje-i-djelovanje-podrazumijevaju-visoku-vidljivost-u-javnosti/> (pristupljeno 20.05.2023)



16. Održiva Hrvatska (18.01.2023.) Više od održivosti – što je regenerativni turizam? <https://odrzivahrvatska.hr/vise-od-odrzivosti-sto-je-regenerativni-turizam%EF%BF%BC-32002/> (pristupljeno 15.05.2023.)
17. P.J.R. consulting (17.10.2011.) Što je to plan diseminacije? <https://pjr.hr/sto-je-to-plan-diseminacije/> (pristupljeno 17.10.2023.)
18. Plavi ured (08.02.2018.) Analiza dionika u izradi projekta <https://plaviured.hr/analiza-dionika-u-izradi-projekta/> (pristupljeno 15.10.2023.)
19. Turističke priče (22.11.2021.) Održivi smještaj traži 86% putnika iz Hrvatske. Jeste li među njima? <https://www.turistickeprice.hr/86-putnika-iz-hrvatske-trazi-odrzivi-smjestajni-objekt/> (pristupljeno 16.06.2023.)
20. Under dreamskies (16.11.2021) Održivi objekt – oznaka za sve informacije ako si u potrazi za održivim opcijama za putovanje <https://underdreamskies.com/2021/11/16/odrzivi-objekt-za-laksu-organizaciju-putovanja/> (pristupljeno 20.05.2023.)
21. Visit Zaprješić (n.d.) Dvorac Lužnica <https://www.visitzapresic.hr/upoznaj-zapresic/dvorac-luznica/> (pristupljeno 12.05.2023.)
22. Visit Zaprješić (n.d.) Jezero Zajarki – ribolov <https://www.visitzapresic.hr/istrazi-zapresic/jezero-zajarki-ribolov/> (12.05.2023.)
23. Visit Zaprješić (n.d.) Kompleks Novi dvori <https://www.visitzapresic.hr/upoznaj-zapresic/kompleks-novi-dvori/> (pristupljeno 12.05.2023.)
24. Visit Zaprješić (n.d.) O Zaprješiću <https://www.visitzapresic.hr/upoznaj-zapresic/upoznajte-grad-zapresic/> (pristupljeno 12.05.2023)
25. Visit Zaprješić (n.d.) Urbana jezgra <https://www.visitzapresic.hr/upoznaj-zapresic/urbana-jezgra-grada-zapresica/> (pristupljeno 12.05.2023.)
26. Vlada Republike Hrvatske (n.d.) Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine <https://hrvatska2030.hr/> (pristupljeno 26.05.2023.)
27. Wikipedia (n.d.) Booking.com <https://en.wikipedia.org/wiki/Booking.com> (pristupljeno 14.05.2023)
28. Wikipedija (n.d.) Zaprješić <https://hr.wikipedia.org/wiki/Zapre%C5%A1i%C4%87#Kultura> (pristupljeno 12.05.2023.)
29. Yalacanvaslodges (n.d.) Udobnost sa daškom orijenta <https://www.yalacanvaslodges.com/hr/safari-satori/stardust/> (pristupljeno 23.05.2023.)
30. Znakovi h.g.k. (n.d) Kako steći pravo upotrebe znaka? <https://znakovi.hgk.hr/kako-steci-pravo-uporabe-znaka/> (pristupljeno 10.05.2023)

31. Znakovi h.g.k. (n.d.) O znakovima kvalitete h.g.k. <https://znakovi.hgk.hr/o-znakovima/>  
(pristupljeno 11.05.2023.)

## **17. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA**

### **17.1 POPIS SLIKA**

|  |    |
|--|----|
| Slika 1 - Grad Zaprešić.....                   | 5  |
| Slika 2 - Dvorac Januševac .....               | 6  |
| Slika 3 - Novi Dvori .....                     | 7  |
| Slika 4 - Dvorac Lužnica.....                  | 8  |
| Slika 5 - Jezero Zajarki.....                  | 9  |
| Slika 6 - Održivo putovanje .....              | 11 |
| Slika 7 - Camping.....                         | 13 |
| Slika 8 – Booking .....                        | 14 |
| Slika 9 - Oznaka "Održivi objekt" .....        | 15 |
| Slika 11 - Nacionalna razvojna strategija..... | 27 |
| Slika 12 - Glamping kućica/šator .....         | 29 |
| Slika 13 - Bell šator.....                     | 30 |
| Slika 14 - Safari šator .....                  | 31 |
| Slika 15 - Stardust šator .....                | 31 |
| Slika 16 - Namirnice s lokalnih OPG-ova.....   | 32 |
| Slika 17 - Prirodni sokovi.....                | 32 |
| Slika 18 - Biciklizam.....                     | 33 |
| Slika 19 - Ribolov .....                       | 33 |
| Slika 20 - Izvorno hrvatsko .....              | 34 |
| Slika 21 - Hrvatska kvaliteta .....            | 35 |
| Slika 22 - Certifikat NEblokirani .....        | 36 |
| Slika 23 - Trajanje projekta.....              | 53 |
| Slika 24 - Promidžbene mjere .....             | 56 |
| Slika 26 – Politika jednakih mogućnosti.....   | 58 |

---

|   |    |
|---|----|
| Slika 27 - Pristupačnost za osobe s invaliditetom ..... | 58 |
| Slika 28 - Zeleni rast .....                            | 59 |

## **17.2 POPIS TABLICA**

|  |    |
|--|----|
| Tablica 1 - Ciljevi projekta s pokazateljima.....                              | 20 |
| Tablica 2 - Razvojni smjer 1 .....   | 21 |
| Tablica 3 - Razvojni smjer 2 .....   | 23 |
| Tablica 4 - Razvojni smjer 3 .....   | 24 |
| Tablica 5 - Razvojni smjer 4 .....   | 26 |
| Tablica 6 - Elementi projekta i proračun.....                                  | 38 |
| Tablica 7 - Povezanost elemenata projekta s projektnim ciljevima .....         | 39 |
| Tablica 8 - Projekcija prodaje usluga .....                                    | 40 |
| Tablica 9 - Pokretanje i planiranje projekta .....                             | 41 |
| Tablica 10 - Izgradnja resorta i nabava opreme .....                           | 42 |
| Tablica 11 - Održavanje resorta i opskrba namirnicama.....                     | 42 |
| Tablica 12 - Promidžba i vidljivost.....                                       | 43 |
| Tablica 13 - Upravljanje projektom i administracija.....                       | 43 |
| Tablica 14 - Raspored provedbe elemenata projekta .....                        | 44 |
| Tablica 15 - Ukupna vrijednost projekta.....                                   | 44 |
| Tablica 16 - Izvor financiranja prihvatljivih troškova projekta .....          | 45 |
| Tablica 17 - Swot analiza .....  | 46 |
| Tablica 18 - Analiza dionika .....   | 48 |
| Tablica 19 - Rizici projekta.....  | 50 |
| Tablica 21 - Diseminacija projekta .....                                       | 55 |
| Tablica 22 - Promidžbene mjere .....   | 56 |
| Tablica 23 - Lista kritičnih čimbenika za uspjeh projekta prema važnosti ..... | 61 |

## 18. ŽIVOTOPIS



europass

### Patricia Nežić

Državljanstvo: hrvatsko Datum rođenja: 21/01/1996  Telefonski broj: (+385) 979449042

 E-adresa: [patricia.skelin@gmail.com](mailto:patricia.skelin@gmail.com)

 Kućna: Antuna Mihanovića 37, 10290 Zaprešić (Hrvatska)

## RADNO ISKUSTVO

---

### Blagajnica

*Germania Sport* [ 01/2020 – Trenutačno ]

Mjesto: Zaprešić

Zemlja: Hrvatska

isplata dobitaka

izrada dnevnih/mjesečnih obračuna

briga o nabavi

briga o financijama

izrada dokumentacije

### Sportska animacija

*Valamar hotel Koralj* [ 06/2017 – 09/2017 ]

Mjesto: Krk

Zemlja: Hrvatska

vođenje sportskih aktivnosti

komunikacija s gostima

animacija gostiju

osmišljavanje zabavnih programa za goste te njihova provedba **konobar / šanker**

*Beach bar and grill Jert* [ 06/2016 – 09/2016 ]

Mjesto: Krk

Zemlja: Hrvatska

prodaja i služenje hrane i napitaka

briga oko održavanja čistoće i higijenskih uvjeta na radnome mjestu **konobar / šanker**

*Beach bar / pizzeria Malibu* [ 06/2015 – 09/2015 ]

Mjesto: Žaborić

Zemlja: Hrvatska

prodaja i služenje hrane i napitaka

briga oko održavanja čistoće i higijenskih uvjeta na radnome mjestu

---

## **OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE**

---

**Projektni menadžment - specijalistički diplomski stručni studij**

*Veučilište s pravom javnosti Baltazar* [ 10/2020 – Trenutačno ]

Mjesto: Zaprešić

Zemlja: Hrvatska

**Stručni prvostupnik turističkog i hotelskog menadžmenta**

*Sveučilište Libertas* [ 10/2015 – 06/2019 ]

Mjesto: Zagreb

Zemlja: Hrvatska

**Hotelijersko - turistički tehničar**

*Srednja škola Ban Josip Jelačić, Zaprešić (Hrvatska)* [ 09/2010 – 06/2014 ]

Mjesto: Zaprešić

Zemlja: Hrvatska

---

## **JEZIČNE VJEŠTINE**

---

Materinski jezik/jezici: hrvatski Drugi jezici:

engleski

njemački

SLUŠANJE C1 ČITANJE B2 PISANJE B2

SLUŠANJE A2 ČITANJE B1 PISANJE A2

GOVORNA PRODUKCIJA B2

GOVORNA PRODUKCIJA A2

GOVORNA INTERAKCIJA B2

GOVORNA INTERAKCIJA A2

*Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik*

---

## **DIGITALNE VJEŠTINE**

---

Windows / Microsoft Word / MS Office (Word Excel PowerPoint) / Internet

---

## **KOMUNIKACIJSKE I MEĐULJUDSKE VJEŠTINE**

---

## Komunikacijske i međuljudske vještine

dobre komunikacijske vještine zahvaljujući iskustvu na radnom mjestu sportska animacija

timski duh

## OSTALE VJEŠTINE

---

### Ostale vještine

trenerica i plesačica Mažoretkinja Zaprešić 2014. - 2018. godine

aktivna plesačica i natjecateljica Plesnog Studija Jete od 2012.

igračica KK Jabuka Zaprešić 2003. - 2013. godine

iskustvo u timskom radu

sposobnost definiranja problema

organizacijske sposobnosti

uspješno rješavanje problema

samosvijest

uvjerljivost

volja za učenjem

entuzijazam

kreativnost

laka prilagodba novim sredinama

## HOBI

---

### Hobi

trčanje

čitanje knjiga

pripravljavanje slastica i kolača

jahanje

putovanja