

Projekt Pokretanja autopraonice u Međunarodnoj zračnoj luci Zagreb

Balić, Marina

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:836750>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-08**

Repository / Repozitorij:

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



**VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić**

**Specijalistički diplomski stručni studij
Projektni menadžment**

MARINA BALIĆ

**PROJEKT POKRETANJA AUTOPRAONICE U
MEĐUNARODNOJ ZRAČNOJ LUCI ZAGREB**

SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2019. godine

**VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić**

**Specijalistički diplomski stručni studij
Projektni menadžment**

SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD

**PROJEKT POKRETANJA AUTOPRAONICE U
MEĐUNARODNOJ ZRAČNOJ LUCI ZAGREB**

Mentor:
dr. sc. Zlatko Barilović, prof. v. š.

Naziv kolegija:
PLANIRANJE, PRIPREMA I POČETAK
PROJEKTA-PRAKTIKUM

Apsolvent:
Marina Balić

JMBAG studenta:
234047949

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| SAŽETAK..... | 5 |
| ABSTRACT | 6 |
| 1. UVOD..... | 7 |
| 2. ULAZNA STRATEGIJA | 9 |
| 3. SADRŽAJ PROJEKTA | 11 |
| 3.1 OPIS PROIZVODA | 11 |
| 3.1.1 OPĆI PODATCI O PROJEKTU..... | 12 |
| 3.1.2 RAZRADA TROŠKOVA GRAĐEVINSKIH RADOVA | 15 |
| 3.2 RESURSI..... | 17 |
| 3.2.1 LJUDSKI RESURSI | 17 |
| 3.2.2 TEHNOLOŠKI I MATERIJALNI RESURSI | 17 |
| 3.3 KONCEPT ORGANIZACIJSKOG RJEŠENJA..... | 18 |
| 3.4 ANALIZA TRŽIŠTA | 19 |
| 3.4.1 TRŽIŠTE POTRAŽNJE | 21 |
| 3.5 ANALIZA KONKURENCIJE | 25 |
| 3.5.1 AUTOPRAONICA HERC –BUZIN | 25 |
| 3.5.2 AUTOPRAONICA SJAJ | 27 |
| 3.5.3 AUTOPRAONICA TUTAČ | 27 |
| 3.5.4 SAMOPOSLUŽNE AUTOPRAONICE..... | 28 |
| 3.6 MARKETING | 30 |
| 3.7 ANALIZE VANJSKOG I UNUTARNJEG OKRUŽENJA | 34 |
| 3.7.1 PESTLE ANALIZA | 34 |
| 3.7.2 SWOT ANALIZA..... | 36 |
| 3.8 STAKEHOLDER ANALIZA | 38 |
| 3.9 KOMUNIKACIJSKI PLAN..... | 40 |
| 4. CILJEVI PROJEKTA..... | 42 |
| 4.1 NAMJENSKI CILJEVI..... | 42 |
| 4.2 OBJEKTNI CILJEVI | 44 |

| | |
|--|-----------|
| 5. TAKTIKA IZVEDBE PROJEKTA I UTEMELJENJE | 45 |
| 6. PLAN PROJEKTA | 48 |
| 6.1 WBS (<i>Work Breakdown Structure</i>)..... | 48 |
| 6.2 PLAN PROJEKTA..... | 53 |
| 7. ANALIZA RIZIKA | 56 |
| 7.1 ANALIZA RIZIKA PROJEKTA..... | 56 |
| 8. EKONOMIKA PROJEKTA | 63 |
| 8.1 ULAGANJE U PROJEKT I IZVORI FINANCIRANJA | 63 |
| 8.2 ULAZNI PODACI | 64 |
| 8.3 RAČUN DOBITI I GUBITKA | 65 |
| 8.4 AMORTIZACIJA..... | 66 |
| 8.5 PLAN OTPLATE KREDITA | 67 |
| 8.6 EKONOMSKI TIJEK..... | 68 |
| 8.7 POKAZATELJI ISPLATIVOSTI ULAGANJA..... | 69 |
| 9. PROJEKTNNA ORGANIZACIJA | 70 |
| 10. PLAN KONTROLE IZVOĐENJA | 72 |
| 11. ZAKLJUČAK | 74 |
| 12. POPIS LITERATURE | 76 |
| 12.1 KNJIGE I ČLANCI..... | 76 |
| 12.2 INTERNETSKI IZVORI..... | 77 |
| 13. POPIS SLIKA I TABLICA | 80 |
| ŽIVOTOPIS | 83 |

SAŽETAK

Tema ovog diplomskog rada je projekt pokretanja autopraonice u sklopu Međunarodne zračne luke Zagreb u svrhu unapređenja uslužnih djelatnosti i obogaćivanja postojeće palete sadržaja i usluga novom, dodatnom uslugom.

Na svim zračnim lukama diljem svijeta danas se nude mnogobrojne specifične komercijalne usluge koje omogućavaju putnicima ugodniji boravak i ispunjenje brojnih zahtjeva kupaca i krajnjih korisnika. Proizvodi i usluge na zračnim lukama su, osim što se sve više prilagođavaju individualnim potrebama i interesima putnika, ujedno su osmišljene za povećanje postojećih prihoda zračnih luka. Zbog toga su poslovna politika menadžmenta i razvojne strategije sve više usmjerene osmišljavanju i omogućavanju što većeg broja raznovrsnih usluga i sadržaja kao što su; trgovine, restorani, zdravstvene usluge, *Rent a Car* usluge, iznajmljivanje ureda i prodajnog prostora, parkiranja vozila i njihovoj segmentaciji i disperziji.

Putnički terminal ili Zračna luka Franjo Tuđman raspolaže velikim vlastitim raspoloživim prostorom unutar i izvan područja terminala, koji je trenutno nedovoljno iskorišten i nije u funkciji, a kojeg je moguće kvalitetnije iskoristiti u komercijalne svrhe. Izgradnja autopraonice u sklopu Zračne luke predstavlja jednu od mogućnosti uvođenja novog sadržaja u cilju obogaćivanja postojeće ponude. Glavni razlog pokretanja projekta autopraonice je uvođenje novog sadržaja s ciljem povećanja zadovoljstva krajnjih korisnika i radi povećanja prihoda Društva u budućem razvoju. Namjera projekta izgradnje autopraonice je doprinos pokretanju novih investicija, podizanje postojeće razine kvalitete usluga, osiguranje novih radnih mjesta i povećanje dobiti za dioničare Društva te podizanje konkurentnosti u odnosu na druge zračne luke u regiji. U ovom radu prikazana je detaljna razrada projekta „Pokretanje autopraonice u Međunarodnoj zračnoj luci Zagreb“ po fazama, od faze pripreme projekta, faze razrade troškova, analize tržišta, marketinga sve do faze prikaza budućih novčanih tokova i konačnog prikaza isplativosti realizacije projekta.

Ključne riječi: zračna luka, promet, projekt, projektni menadžment

THE PROJECT „LAUNCHING OF CAR WASH AT ZAGREB INTERNATIONAL AIRPORT“

ABSTRACT

The theme of this thesis is a project of launching a car wash within Zagreb International Airport, which purpose is to improve and enrich the commercial services' offer for its clients.

Today, all airports worldwide offer numerous specific commercial services which provide a more pleasant stay for passengers and meet numerous demands of buyers and end users. In addition to being increasing adjusted to passengers' individual needs and interests, products and services at airports are also designed to increase the airport's profits. This is why management's business policy and development strategies are increasingly focused on creating and providing an increased number of various services and facilities such as: shops, restaurants, medical services, *Rent a Car* services, lease and sale of property, car park and their segmentation and dispersion.

Franjo Tuđman Airport has a significant available space within and outside its terminal, which is currently underused and not in function, and which could be better used for commercial purpose. Launching of car wash within airport represents introduction of one of new facilities with the purpose of enriching its current offer. The main reason for initiating the project of car wash launching is introduction of a new facility which would increase the satisfaction of end users and increase company's revenues. The intention of the project is to contribute to initiation of new investments, increase the existing level of quality of service, open new jobs, increase revenue for the shareholders and increase the airport's competitiveness in the region. This paper demonstrates in detail development of the project „Launching of car wash at Zagreb International Airport“ per phases, from project preparation, cost analysis, marketing to future cash flows and final demonstration of project's cost effectiveness.

Key words: airport, traffic, project, project management

1. UVOD

Putnički terminali danas su na gotovo svim aerodromima, prilagođeni duljem boravku putnika i nude različite, zanimljive sadržaje. Takvim sadržajima omogućava se putnicima ugodniji boravak i ispunjenje njihovih brojnih potreba i zahtjeva. Aerodromi, zračne luke ili putnički terminali u današnje vrijeme izgledaju sasvim nestvarno, kako po arhitektonskim idejnim rješenjima tako po izvedbi i sadržajima koje nude putnicima, svojim zaposlenicima i ostalim zainteresiranim stranama koje na aerodromu ostvaruju svoje poslovne interese.

Proizvodi i usluge na zračnim lukama su, osim što se sve više prilagođavaju individualnim potrebama i interesima putnika, ujedno su osmišljene za povećanje postojećih prihoda. Upravo stoga, poslovna politika menadžmenta i razvojne strategije sve više su orijentirane u smjeru otvaranja niza novih komercijalnih usluga i sadržaja od trgovina, restorana, agencija za iznajmljivanje vozila, usluge transporta do središta grada, kao i niz drugih.¹

Dio tih usluga i sadržaja odvija se unutar putničkog terminala, a dio izvan njega. Infrastruktura koja se gradi kako bi se navedene i druge usluge pružale zainteresiranim korisnicima, gradi se na lokaciji neposredno pored terminala ili čak izvan područja aerodroma².

Upravo na tom tragu, Međunarodna zračna luka Zagreb (MZLZ) kako bi podigla konkurentnost i kvalitetnije se pozicionirala na međunarodnom tržištu usluga u zračnom prometu te radi osiguravanja kontinuiteta djelovanja i ostvarivanja prihoda Društva s druge strane, planira pokrenuti jedan iz niza projekata koje ima u planu u budućim razvojnim procesima, projekt izgradnje autopraonice na zemljištu u svojem vlasništvu tik neposredno uz Novi putnički terminal.

¹ Drljača, M. (2016), *Suvremeni promet*, Vol.36, Hrvatsko znanstveno društvo za promet/*Airport city kao razvojni koncept*, URL: https://bib.irb.hr/datoteka/839334.Airport_City_kao_razvojni_koncept.pdf (pristupano 02.12.2019.)

² VG danas (2019), *Airport city: Razvojni projekt koji će oživjeti prostor oko Zračne luke*, URL: <https://www.vgdanas.hr/grad/airport-city-razvojni-projekt-koji-ce-ozivjeti-prostor-oko-zracne-luke/> (pristupano 18.09.2019.)

Razlozi za pokretanje tog projekta uz prethodno navedeno su i doprinos razvoju gospodarstva na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Projektom će se doprinijeti pokretanju novih investicija, podizanju razine kvalitete usluga, osiguranje novih radnih mjesta te dobiti za imatelje udjela u Društvu.

Investicija bi se financirala dio iz kreditnih sredstava, a dio iz vlastitih. Navedeni projekt investitor radi za sebe. Nositelj investicije je Međunarodna zračna luka Zagreb d.d. (MZLZ). Investitor planira angažirati izvođače za građevinske radove kao iskop zemljišta, prilaznih puteva, betoniranje temelja, izvođenje infrastrukture (struja, voda, sanitarni čvor) a autopraonica bi se montirala na pripremljenom zemljištu. Predviđeno vrijeme za realizaciju projekta je 21 mjesec.

2. ULAZNA STRATEGIJA

Projekti su rezultati procesa oblikovanja strategije. Riječ je o tome da se strategije pretvore u projekte koje će tvrtka u nekom vremenskom razdoblju morati izvesti. Takav proces sadrži sljedeće faze (Hauc, 2007:31).

- Strateško programiranje razvoja
- Priprema pokretanja projekta (ili programa projekta)
- Izvođenje projekta
- Eksploatacija

Međunarodna zračna luka Zagreb (MZLZ) kao investitor projekta izgradnje autopraonice kao proizvoda koji bi bio ponuđen na tržištu, prepoznala je mogućnost kvalitetnijeg pozicioniranja na tržištu usluga u zračnom prometu kroz povećanje konkurentnosti i doprinosa razvoju gospodarstva na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. U tom pravcu, MZLZ je definirala i svoju razvojnu strategiju, gdje će se učinci iste postići kroz eksploataciju.

Strategija S1 - Razvoj novih komercijalnih usluga.

Strategija S2 - Razvijanje Integriranog sustava upravljanja (Kvaliteta, Sigurnost, Aerodromska zaštita, Okoliš i Zadovoljstvo korisnika) kao najučinkovitijeg načina pružanja visokog standarda usluga.

Strategija S3 - Biti prepoznatljiv i bolji od konkurencije u okruženju.

UTEMELJENJE

S 1 – Uvođenjem novih komercijalnih usluga, Međunarodna zračna luka Zagreb, osim prihoda od aeronautičkih usluga, ostvarivati će dodatne prihode koji značajno pridonose i utječu na ukupnu zaradu koju MZLZ očekuje.

S 2 - Zaštita okoliša značajna je komponenta strategije MZLZ-a. Sustav upravljanja okolišem leži na principima održivog razvoja te zahtjevima norme ISO 14001³. Utjecaj aerodromskih proizvoda i usluga te zračnog prometa općenito na razinu zagađenja okoliša koji okružuje zračnu luku, kontinuirano se nadzire i nastoji se poduzeti sve potrebne mjere kako bi se razina zagađenja okoliša svela na najmanju moguću mjeru.

S 3 – Ulaganjem u suvremene tehnološke alate i spremnost na učenje i razvoj, ali i konkurentnija ulaganja u obrazovanje te materijalne i ljudske resurse uz održavanje pozitivne organizacijske kulture uz postojeću prepoznatljivost na tržištu, stvarati visoke vrijedne proizvode usmjerene u cilju zadovoljstva čovjeka i šire zajednice.

³ HRN EN ISO 14000 - Upravljanje okolišem - U hrvatskoj se normi HRN EN ISO 14001:2015 utvrđuju zahtjevi za sustav upravljanja okolišem, što pomaže organizacijama da povećaju svoju uspješnost u upravljanju okolišem kroz učinkovito korištenje resursima te izbjegavanje i smanjivanje nastajanja otpada, a čime se povećava konkurentnost organizacije i povjerenje zainteresiranih strana. Ova je norma namijenjena organizacijama koje nastoje upravljati svojim odgovornostima koje se odnose na okoliš na sustavan način. <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=53> (pristupano 18.09.2019.)

3. SADRŽAJ PROJEKTA

3.1 OPIS PROIZVODA

Autopraonica, kraćim nazivom APRA, nalazi se na zemljištu kojim upravlja Međunarodna zračna luka Zagreb d.d., neposredno ispred same Zračne luke Franjo Tuđman koja je udaljena 10 km južno od središta Zagreba, smještena na području Grada Zagreba, grada Velike Gorice i Zagrebačke županije u katastarskim općinama Pleso, Mičevac i Kosnica. Zračna luka Franjo Tuđman predstavlja rijedak primjer u Europi u kojoj je glavna gradska zračna luka i vojna baza. Međunarodna zračna luka Zagreb d.d. kao novoosnovana tvrtka, ugovorom o koncesiji koju je potpisala u veljači 2012.god. sa Vladom Republikom Hrvatske, koju zastupa Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture, obvezala se na izgradnju, upravljanje i održavanje novog putničkog terminala i povezanih infrastruktura na Zračnoj luci Franjo Tuđman na 30-godišnjoj koncesijskoj osnovi⁴.

Projektom APRA nastoje se proširiti postojeći kapaciteti novo izgrađene infrastrukture koji će pozitivno utjecati na daljnji razvoj i širenje komercijalnih usluga i sadržaja koje MZLZ prema koncesijskom ugovoru ima za obvezu, kako bi zadržala vodeću poziciju na konkurentnom tržištu. Objekt autopraonica izgradit će se na vlastitom zemljištu, uz financiranje u djelu od 60% vlastitih sredstava a dio od 40% iz kredita banaka.

U procesu izvedbe projekta, može doći do ograničenog broja specifičnih okolišnih i društvenih utjecaja, što se može izbjeći ili ublažiti pridržavanjem opće poznatih standarda, smjernica ili kriterija dizajna. Očekuje se da će, nakon što projekt bude u potpunosti operativan, pridonijeti okolišnim, sigurnosnim i socijalnim uvjetima uz primjenu moderne tehnološke opreme s niskim utjecajem na okoliš uz prateće poboljšane upravljačke i operativne postupke.

⁴ Ugovor o koncesiji za izgradnju i upravljanje Zračnom lukom Zagreb između RH i MZLZ d.d. https://www.hrt.hr/fileadmin/video/Ugovor_o_koncesiji_za_izgradnju_i_upravljanje_Zracnom_lukom_Zagreb_i_zmedu_Republike_Hrvatske_i_Medunarodne_zracne_luke_Zagreb_d.d._9-12_13.pdf (pristupano 23.09.2019.)

Na čestici zemljišta nalazit će se montažna konstrukcija i pomoćna građevina. Montažna konstrukcija se sastoji od četiri dijela sa zasebnim ulazima. Pomoćna građevina bi se sastojala od male prostorije koja će služiti kao radna prostorija i za izdavanje računa putem računala. Osim radnog dijela, nalazit će se i mali skladišni prostor sa zasebnim ulazom, na koji bi bila spojena montažna konstrukcija. Na slici 1 prikazana je površina zemljišta pod koncesijom koja se prostire na otprilike 3,2 km² od kojih bi se na jednoj čestici zemljišta montirala autopraonica.



*Slika 1 Google Katastar u pokretu, Državna geodetska uprava
Izvor: web stranica Katastar u pokretu*

3.1.1 OPĆI PODATCI O PROJEKTU

Podatci o podnositelju zahtjeva

Međunarodna zračna luka Zagreb d.d.

Ul. Rudolfa Fizira 1, 10 410 Velika Gorica

Opći podaci o lokaciji zgrade:

ulica i kućni broj: Ul. Rudolfa Fizira 21, 10410 Velika Gorica

broj katastarske čestice i općine: čestica 581, Općina Velika Gorica

Iskaz površina i obračunske veličine zgrade:

Građevinska bruto površina i volumen zgrade je izračunat u skladu s odredbama čl. 2, st. 1, točka 38 Zakona o prostornom uređenju i gradnji (NN 76/07, 38/09, 55/11, 90/11, 50/12) te u skladu s odredbama sljedećih pravilnika: Pravilnika o načinu obračuna površine i obujma u projektima zgrada (NN 90/10, 111/10), Pravilnika o obračunu i naplati vodnog doprinosa (NN 79/10), Uredbi o visini vodnog doprinosa (NN 78/10, 76/11, 19/12) i Pravilniku o načinu utvrđivanja obujma građevine za obračun komunalnog doprinosa (NN 136/06, 135/10, 14/11, 55/12).

Građevinska (bruto) obračunata površina pomoćna građevina:

prizemlje zatvoreni dio 78 m²

Građevinska (bruto) obračunata površina montažna gradnja

Otvoreni dio 284 m²

Volumen građevine:

prizemlje 78 x 3 m = 234 m³

Ukupno 234 m³

Volumen metalne konstrukcije:

Otvoreni dio 284 m² x 3 = 852 m³

Ukupno 852 m³

Opis stupnja izgradnje:

Pomoćna građevina bi se izgradila u sklopu Zračne luke Franjo Tuđman.

Građevina bi bila površine od 284 m². Metalna konstrukcija od ukupne površine 78 m² spajala bi se na građevinski objekt.

Podaci za obračun naknade za zadržavanje zgrade u prostoru:

veličina - obujam: 234 m³ i 852 m³

lokacija - položaj u prostoru: unutar građevinskog područja

namjena zgrade: pomoćna građevina, poslovna građevina



Slika 2 Primjer autopraonice s montažnim četkama

Izvor: web stranica

3.1.2 RAZRADA TROŠKOVA GRAĐEVINSKIH RADOVA

U prikazanoj tabeli 1 specificirane su stavke grubih građevinskih radova kao i troškovnik radova iskazan u kunama. Navedene građevinske radove potrebno je izvesti prije postavljanja metalne konstrukcije autopraonice.

Tabela 1 Razrada troškova građevinskih radova

| Red. br. | OPIS STAVKE | Jed.mj. | Količina | cijena po jed.mj. | Ukupno |
|----------|---|---------|----------|-------------------|--------------|
| | GRAĐEVINSKI RADOVI | | | | |
| 1. | Izvođačko iskolčenje zone zahvata sa davanjem svih visina i padova tijekom kompletne izgradnje | | | | |
| | Obracun po m2 | m2 | 602,00 | 6,00 kn | 3.612,00 kn |
| 2. | Strojni iskop postojećeg materijala "C" ktg. Dubine 30-80 cm sa utovarom i odvozom na deponij. | | | | |
| | snipObracun po m3 | m3 | 331,00 | 36,00 kn | 11.916,00 kn |
| 3. | Planiranje posteljice sa postavom geotekstila 200g/m2 | | | | |
| | Obracun po m2 | m2 | 602,00 | 11,00 kn | 6.622,00 kn |
| 4. | Dobava, doprema, ugradnja kam.agr. 0/63 mm debljine d=30-80 ispod temeljne ploče te za izradu pristupnog puta do praonice, uključivo fino planiranje, profiliranje te zbijanje. | | | | |
| | Obracun po m3 | m3 | 331,00 | 120,00 kn | 39.720,00 kn |
| 5. | Dobava, doprema, postava betonskih rubnjaka dim. 15/25x100 cm na pripremljenu podlogu od betona C16/20 | | | | |
| | Obracun po m' | m' | 80,00 | 105,00 kn | 8.400,00 kn |
| 6. | Dobava, doprema, postava betonskih rubnjaka dim. 8/20x50 na pripremljenu podlogu od betona C16/20 | | | | |
| | Obracun po m' | m' | 15,00 | 88,00 kn | 1.320,00 kn |
| 7. | Nabava, doprema i ugradnja nosivog sloja asfalta tipa AC32 base 50/70 debljine d=8 cm u uvaljanom stanju na prilaznu prometnicu i okolnicu autopraone | | | | |
| | Obracun po m2 | m2 | 602,00 | 88,00 kn | 52.976,00 kn |
| 8. | Nabava, doprema i ugradnja habajućeg sloja asfalta tipa AC11surf 50/70 debljine d=4 cm u uvaljanom stanju na prilaznu prometnicu i okolnicu autopraone. | | | | |
| | Obracun po m2 | m2 | 602,00 | 52,00 kn | 31.304,00 kn |
| 9. | Dobava, doprema, ugradnja tipskog montažnog vodomjernog okna sve prema uvjetima lokalnog distributera sa svim potrebnim radnjama i predradnjama | | | | |
| | Obracun po kompletu | kpl | 1,00 | 6.000,00 kn | 6.000,00 kn |
| 10. | Izrada vodovodnog priključka za autopraonu. | | | | |
| | Stavka obuhvaća sve potrebne iskope, utovare, odvoze, dobavu, dopremu, ugradnju cijevi za izradu vodovodnog priključka, izradu pješčane podloge i obloge oko cijevi te zatrpavanje rovova zamjenskim kam. Agr. 0/63 mm dubine do H=2m | | | | |
| | Obracun po m' kompletne izvedbe | m1 | 60,00 | 360,00 kn | 21.600,00 kn |

| | | | | | |
|-----|---|-----|---------|--------------|----------------------|
| 11. | Izrada kanalizacijskog priključka za buduću autopraonu | | | | |
| | Stavka obuhvaća sve potrebne iskope, utovare, odvoze, dobavu, dopremu, ugradnju UKC SN-2 cijevi profila 200mm za izradu kanalizacijskog priključka, izradu pješčane podloge i obloge oko cijevi kam.agr. 0/8mm te zatrpavanje rovova zamjenskim kam.agr. 0/63mm dubine do H=2,0m. | | | | |
| | Obračun po m' kompletne izvedbe | m1 | 40,00 | 380,00 kn | 15.200,00 kn |
| 12. | Izrada spojeva oborinskih voda nadstrešnice autopraone | | | | |
| | Stavka obuhvaća sve potrebne iskope, utovare, odvoze, dobavu, dopremu, ugradnju UKC SN-2 cijevi profila 160mm za izradu spojeva oborinskih voda, izradu pješčane podloge i obloge oko cijevi kam.agr. 0/8mm te zatrpavanje rovova zamjenskih kam.agr.0/63mm dubine do H=2,0m. | | | | |
| | Obračun po m1 kompletne izvedbe. | m1 | 20,00 | 360,00 kn | 7.200,00 kn |
| 13. | Dobava, doprema, izrada revizionog okna kanalizacije od UKC SN-8 cijevi profila 600mm dubine do H=2,0m sa ugradnjom LŽ poklopca dim. 400x400 mm klase neovisnosti D 250kN, uključivo sve potrebne radnje i predradnje do potpune pogonske gotovitosti. | | | | |
| | Obračun po kompletu. | kpl | 1,00 | 3.600,00 kn | 3.600,00 kn |
| 14. | Dobava, doprema i ugradnja odvajача (separatora) ulja i tekućina kapaciteta 10.000 lit. | | | | |
| | Stavka obuhvaća nabavu separatora, sve pripremne radove za njegovu ugradnju kao i samu ugradnju separatora do potpune funkcionalnosti. | | | | |
| | Obračun po kpl | kpl | 1,00 | 53.000,00 kn | 53.000,00 kn |
| 15. | Dobava, doprema i polaganje gromobranske instalacije u već iskopanom i pripremljenom rovu sa svim potrebnim radnjama i predradnjama. | | | | |
| | Obračun po m1 kompletne izvedbe. | m1 | 50,00 | 32,00 kn | 1.600,00 kn |
| 16. | Dobava, doprema, sijećenje, vezanje, postava armature prema izvedbenom projektu armature temeljne ploče buduće autorone. | | | | |
| | Obračun po kg | kg | 3200,00 | 8,00 kn | 25.600,00 kn |
| 17. | Izrada EE instalacija za buduće kontejnere | | | | |
| | Stavka obuhvaća sve radove (građevinski, elektromontažni) te sav potreban elektromontažni materijal prema specifikaciji predviđenih radova na EE instalacijama. | | | | |
| | Obračun po kompletu. | kpl | 1,00 | 28.524,00 kn | 28.524,00 kn |
| | GRAĐEVINSKI RADOVI UKUPNO: | | | | 318.194,00 kn |

Izvor: izrada autora

3.2 RESURSI

Kao prvi korak u procesu planiranja potrebnih resursa za pokretanje bilo kojeg projekta je njihova identifikacija (Buble 2010:83).

Resursi predstavljaju sredstva, dobra, opremu i imovinu koji su potrebni za provođenje ili dovršavanje određenih radnji i aktivnosti projekta. Resursi su ograničeni te ih je potrebno efikasno iskoristiti, kako bi izvedba projekta bila uspješna. U okviru projekta, nužni su ljudski, tehnološki, materijalni te financijski resursi.

3.2.1 LJUDSKI RESURSI

U samom procesu rada autopraonice predviđeno je sedmero zaposlenih, od kojih su voditelj autopraonice i šestero stalno zaposlenih djelatnika. Planirano radno vrijeme autopraonice je od 7 – 23 sata, te bi se radilo u dvije smjene, od 7 – 15h i od 15 – 23h. Prema potrebi, postoji mogućnost zapošljavanja studenata u slučaju povećanja opsega posla, odnosno u ljetnoj sezoni kada je povećan broj putnika i ostalih korisnika zračne luke.

3.2.2 TEHNOLOŠKI I MATERIJALNI RESURSI

Pod tehnološke resurse projekta spada sva tehnika, tehnologija, informacije i organizacija rada koji su potrebni za rad autopraonice. Plan projekta APRA je izgraditi 4 odjeljka za pranje vozila, od toga 1 odjeljak s automatskim četkama i 3 odjeljka za ručno pranje vozila.

U odjeljcima za ručno pranje vozila koristili bi se visokotlačni perači (*miniwash*), usisavači, visokokvalitetni deterdženti, vosak i slične ekološki prihvatljive kemikalije. Unutar autopraonice nalaziti će se mala prostorija gdje će biti postavljen stol sa nekoliko stolica. U toj prostoriji nalazilo bi se računalo putem kojega će se izdavati računi korisnicima nakon završenog procesa pranja vozila.

3.3 KONCEPT ORGANIZACIJSKOG RJEŠENJA

Koncept organizacijskog rješenja temelji se na kvalitetnim strateškim planiranjem-postavljanjem strateških ciljeva izborom odgovarajuće strategije, razvojem tehnoloških procesa odabirom opreme, značajnim ulaganjem u ljudske potencijale te upravljanjem promjenama kroz ciklus organizacije.

Izgradnjom APRA-e pružit će se nova vrsta usluge koje zahtijeva tržište. Na zemljištu od oko 1200 m² izgradit će se autopraonica s jednim odjeljkom za pranje sa automatskim četkama i tri odjeljka za ručno pranje. Planira se kroz određeni period u slučaju povećanja obujma posla proširiti ponuda cjelokupne usluge. Planirano vrijeme rada autopraonice je od 7 do 23 sata kroz dvije smjene. Prva smjena bi bila od 7 do 15, druga od 15 do 23 sata. Radilo bi 6 radnika u stalnom radnom odnosu te jedan voditelj autopraonice.

Cjenik APRA-e imao bi sljedeće cijene sukladno obavljenoj analizi tržišta i u skladu s planiranom kvalitetom usluga.

Osobni automobili:

| | |
|--------------------|----------|
| Vanjsko pranje | 50,00 kn |
| Unutarnje pranje | 50,00 kn |
| Kombinacija pranja | 70,00 kn |

Terenska vozila:

| | |
|---------------------|----------|
| Vanjsko pranje | 60,00 kn |
| Unutarnje pranje | 60,00 kn |
| Kombinacija pranja: | 90,00 kn |

Kombi vozila:

| | |
|---------------------|-----------|
| Vanjsko pranje: | 70,00 kn |
| Unutarnje pranje | 70,00 kn |
| Kombinacija pranja: | 110,00 kn |

Ostale usluge:


| | |
|------------------|-----------|
| Pranje motora | 50,00 kn |
| Ispiranje vozila | 30,00 kn |
| Kemijsko | 300,00 kn |

Oglašavanje bi se provodilo preko raznih društvenih mreža, radija, web stranica. Kako bi to bila jedina autopraonica na području same zračne luke koja bi eksploatirala svoje usluge krajnjim korisnicima, sukladno tome, ne bi imala konkurenciju na tom području, no ipak treba unaprijed imati pripremljena rješenja u slučaju njezine pojave. Dobro postavljene strategije financija, marketinga, nabave, prodaje i upravljanja ljudskim potencijalima te odgovarajućim načinom njihove implementacije osigurati će se dugoročnost i uspješnost poslovanja.

3.4 ANALIZA TRŽIŠTA

Jedna od važnijih stavki prije pokretanja novog posla ili nadogradnje postojećeg, svakako je analiza tržišta. Svrha analize tržišta je prikupiti podatke i informacije koje su neophodne za planiranje, organiziranje i kontrolu procesa poslovanja. Analizom tržišta prikupljaju se vjerodostojne informacije na temelju kojih se kasnije donose ključne poslovne odluke (Cova, Ghauri i Salle, 2011).

Prema službenim statističkim podacima Zračne luke Franjo Tuđman (slika 3), vidljivo je da Međunarodna zračna luka Zagreb d.d. novim terminalom bilježi sve veći broj putnika te time otvara mogućnost razvoja novih komercijalnih usluga.

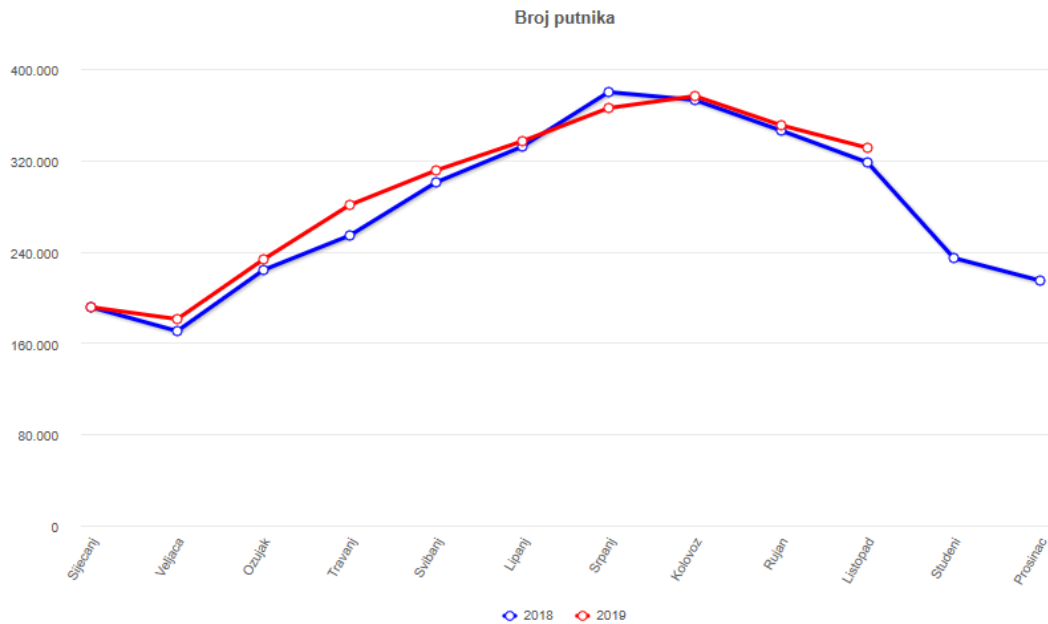


| | Broj putnika | | MTOW | | Broj letova | |
|----------|--------------|-----------|-----------|---------|-------------|--------|
| | 2018 | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 | 2019 |
| Sijecanj | 191.276 | 191.197 | 71.901 | 72.710 | 3.039 | 3.045 |
| Veljaca | 170.658 | 181.154 | 64.514 | 68.245 | 2.692 | 2.826 |
| Ozujak | 223.642 | 232.978 | 78.460 | 78.365 | 3.143 | 3.356 |
| Travanj | 253.843 | 280.790 | 89.311 | 97.250 | 3.384 | 3.776 |
| Svibanj | 300.676 | 311.368 | 102.465 | 104.813 | 4.023 | 4.283 |
| Lipanj | 331.533 | 336.618 | 107.039 | 113.152 | 4.124 | 4.088 |
| Srpanj | 379.308 | 366.242 | 118.447 | 117.704 | 4.461 | 4.356 |
| Kolovoz | 372.590 | 376.026 | 115.603 | 119.685 | 4.393 | 4.401 |
| Rujan | 345.770 | 350.138 | 110.634 | 112.202 | 4.176 | 4.190 |
| Listopad | 318.074 | 330.598 | 105.821 | 106.790 | 3.970 | 4.045 |
| Studeni | 234.075 | | 84.820 | | 3.223 | |
| Prosinac | 214.865 | | 75.553 | | 3.060 | |
| Ukupno | 3.336.310 | 2.957.109 | 1.124.568 | 990.916 | 43.688 | 38.366 |

Slika 3 Statistika 2019. Međunarodna zračna luka Zagreb

Izvor: [www.zagreb-airport.hr/poslovn/b2b-223/statistika za 2019. godinu/506](http://www.zagreb-airport.hr/poslovn/b2b-223/statistika%20za%202019.%20godinu/506)

Grafički prikaz kretanja broja putnika 2019.g. u odnosu na 2018.g. prikazan je na slici 4.



Slika 4 Grafički prikaz broja putnika u MZLZ

Izvor: [www.zagreb-airport.hr/poslovni/b2b-223/statistika za 2019. godinu/506](http://www.zagreb-airport.hr/poslovni/b2b-223/statistika%20za%202019.%20godinu/506)

Osim porasta broja putnika u MZLZ-u 2019. u odnosu na 2018., vidljiv je porast broja letova te povećanje broja zrakoplovnih kompanija koje prometuju u /iz zračne luke.

Pozitivnim statističkim podacima te očekivanim blagim porastom svih promatranih kategorija iz godine u godinu, Uprava zračne luke želi ponuditi nove, zanimljive sadržaje svojim korisnicima te ujedno i svim svojim poslovnim partnerima.

Autopraonice na aerodromima već su provjeren svjetski trend na međunarodnim zračnim lukama. Kao primjer navodi se autopraonica na zračnoj luci San Francisco, koja se reklamira sa vrlo atraktivnim sloganom koji glasi: "vratite se u čisti automobil" (slika 5).

Budući da su ciljana skupina putnici kojih je iz godine u godinu sve veći broj u Zračnoj luci Franjo Tuđman, od strateške je važnosti ponuditi opciju "*Unique selling point*", odnosno servis koji konkurencija neće moći slijediti. Ideja je da se putnicima ponudi servis pranja vozila dok oni putuju.



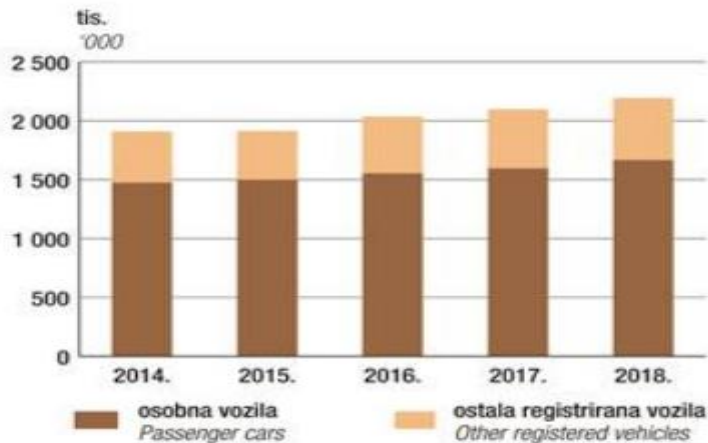
*Slika 5 San Francisko International Airport
Izvor: web stranica*

3.4.1 TRŽIŠTE POTRAŽNJE

Unatoč značajnom padu u gospodarstvu i visokim cijenama goriva, broj automobila na cestama povećava se iz godine u godinu. Proširenje tržišta motornih vozila, podrazumijeva i povećanje potražnje za srodnim uslugama. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske broj registriranih cestovnih vozila u 2018. iznosio je 2 192 857, što je u odnosu na 2017. više za 4,5%. Broj registriranih osobnih vozila u 2018. iznosio je 1 666 413, što je u odnosu na 2017. više za 4,4%⁵.

⁵ Priopćenje Državni zavod za statistiku (2019)/RH registrirana cestovna vozila i cestovne prometne nesreće u 2018 https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/05-01-04_01_2019.htm

G-1. REGISTRIRANA CESTOVNA VOZILA OD 2014. DO 2018.
REGISTERED ROAD VEHICLES, 2014 – 2018



Slika 6 Registrirana cestovna vozila od 2014-2018

Izvor: web stranica

Kako su ciljana skupina korisnici zračne luke, analizom tržišta utvrđeno je da autopraonica na području same zračne luke je logičan izbor i dobar potez u širenju programa komercijalnih usluga u sklopu zračne luke.

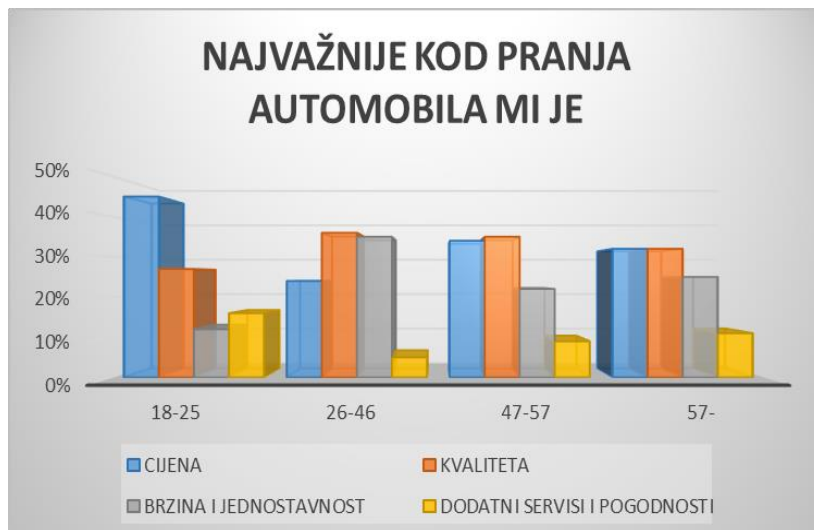
Obzirom da u današnje vrijeme potencijalni kupci imaju sve manje vremena, pa tako i za aktivnosti poput pranja automobila, u autopraonici jedna od ponuđenih usluga bi bila ta da bi se osoblje autopraonice pobrinulo o vozilu i njegovom čišćenju dok vlasnik obavlja druge poslove ili putuje.

Naše ciljane skupine klijenata su prvenstveno korisnici i posjetitelji Zračne luke Franjo Tuđman. U tu skupinu spadaju:

- putnici i zaposlenici zračne luke
- taksi službe, *Rent a Car* agencije
- autoprijevoznici i turističke agencije,
- dobavljači, zakupci

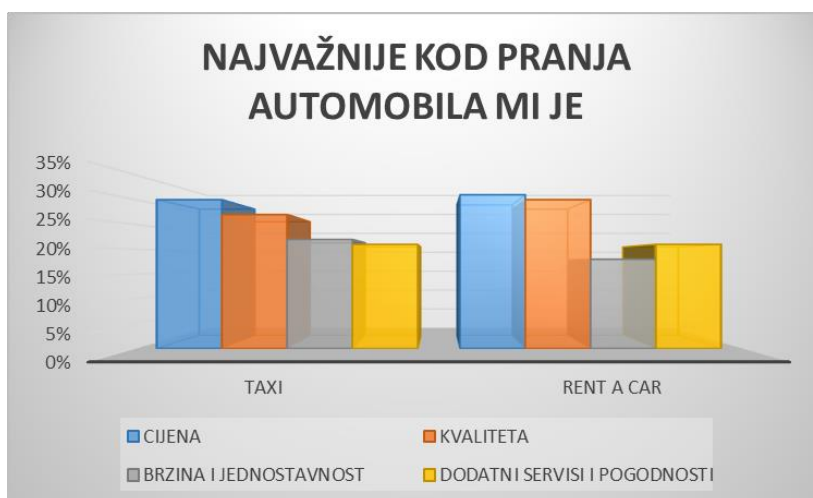
Kako bi se ponuda najbolje prilagodila potražnji, provedena je imaginarna anketa kojom se želi utvrditi koji su elementi usluge kod pojedinih skupina potencijalnih klijenata najizražajniji i najvažniji.

Analizom ankete putnika i zaposlenika zračne luke, utvrđeno je kako im je vrlo bitna cijena ali i kvalitetna usluga. Brzina je najvažnija skupini putnika i djelatnika između 26 i 46 godina dok dodatni servis i pogodnosti nisu toliko izraženi.



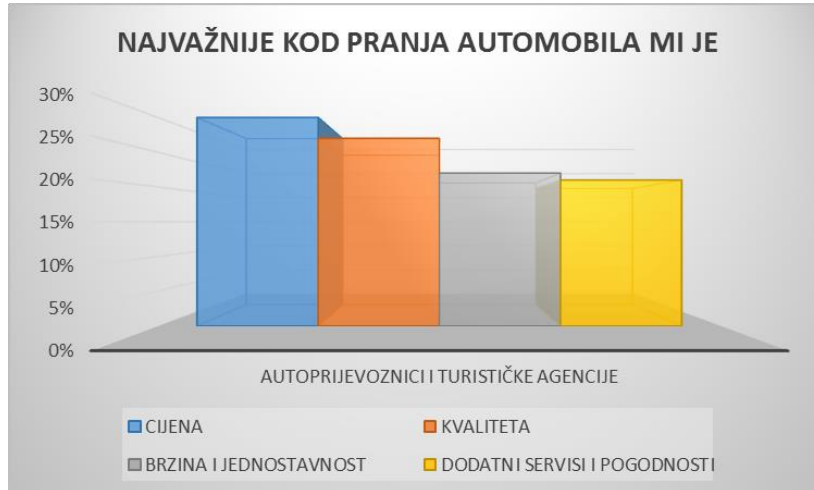
Slika 7 Analiza preferencija – putnici i zaposlenici zračne luke
Izvor: izrada autora

Kod klijenata taxi službe i *rent a car-a*, ustanovljeno je kako su sve stavke gotovo jednako izražene, te kod navedenih klijenata sve mora biti u balansu. Zbog toga su i dodatne pogodnosti kao što je sklapanje ugovora po povoljnijim cijenama vrlo bitne i definitivno se moraju nalaziti u ponudi.



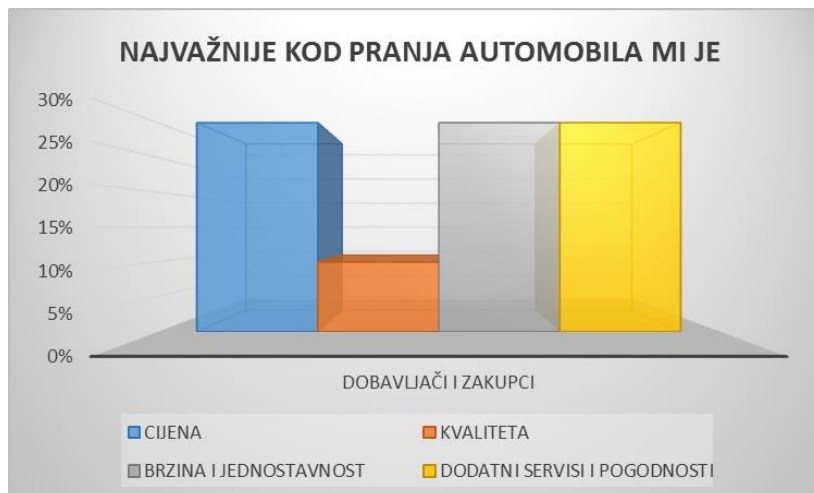
Slika 8 Analiza preferencija - taxi službe i rent a car
Izvor: izrada autora

Kod klijenata u koje spadaju autoprijevoznici i turističke agencije, vrlo su slični rezultati kao kod taxi službe i *rent a car-a*. Sve stavke su podjednako bitne, a kako se radi o svakodnevnim posjetiteljima zračne luke, dodatne pogodnosti su za njih svakako primamljive.



Slika 9 Analiza preferencija - autoprijevoznici i turističke agencije
Izvor: izrada autora

Dobavljači i zakupci, izjasnili su se kako je njima najvažnija cijena i brzina, ne toliko kvaliteta. Budući da oni ne prevoze putnike, te izvršavaju razne poslovne obveze na zračnoj luci, kvaliteta je pala u drugi plan i nije toliko izražena. Također su pokazali interes za dodatne pogodnosti koja bi im pomogla u kontroli i praćenju troškova.



Slika 10 Analiza preferencija - dobavljači i zakupci
Izvor: izrada autora

3.5 ANALIZA KONKURENCIJE

U neposrednoj blizini same zračne luke nalazi se povećani broj autopraonica. U krugu od 7 km, odnosno 5 minuta vožnje od same zračne luke, nalaze se tri autopraonice koje pružaju kompletnu uslugu pranja vozila. Velika većina autopraonica u okolici je samposlužnog tipa, bez servisa i dodatnih usluga, što zapravo znači lošiji servis, nedostatak dodatnih opcija te gubitak slobodnog vremena. Jedina prednost su eventualno niži troškovi pranja automobila.

Obzirom da bi autopraonica u zračnoj luci nudila kompletnu uslugu, te uzimajući u obzir specifičnost lokacije, direktna konkurencija bi bile upravo autopraonice u okruženju koje nude bogatu paletu usluga s naglaskom na visokoj razini kvalitete.

Međutim, analizom samoposlužnih autopraonica, može se zaključiti kako one ne predstavljaju direktnu konkurenciju autopraonici APRA te neće značajnije utjecati na prioritetnu ciljanu skupinu, putnike zračne luke i samim time svojim radom ne bi mnogo utjecale na uspješnost poslovanja autopraonice APRA u zračnoj luci.

3.5.1 AUTOPRAONICA HERC –BUZIN

Nalazi se na 7 km udaljenosti od zračne luke i svakako je možemo označiti kao našeg najvećeg konkurenta.

Autopraonica Herc nudi usluge vanjskih i unutarnjih pranja svih vrsta osobnih, kombi i SUV vozila, poliranja, kemijskog čišćenja vozila, kućnih tepiha i tepisona, koristeći visoko kvalitetnu auto kozmetiku i sredstva za pranje tepiha i tepisona.

Nudi se velik broj programa pranja kao što su pretpranje, tretiranje (skidanje buba i komaraca), aktivna pjena, pranje četkama, podno pranje, vosak, podno konzerviranje kao zaštita od prohrđavanja, sušenje i ručno brisanje, odnosno poliranje vozila, unutrašnje čišćenje, kemijsko čišćenje, poliranje u kombinaciji strojnog i ručnog poliranja sa 3M pastom za poliranje.

Također, navode kako za njegu vozila koriste samo proizvode koji su testirani i imaju uporabne dozvole zaštite okoliša. Dodatno, za vrijeme pranja vozila može se osvježiti u prostorijama autopraonice, uz kavu, piće i dnevni tisak.

Posebnu pogodnost pružaju redovnim korisnicima uslugom "pranje na ugovor", gdje korisnik plaća mjesečnu fakturu za pranje svojih vozila, i time dobiva veću kontrolu nad svojim troškovima.

Tabela 2 Herc autopraonica / Cjenik usluga

| USLUGA | CIJENA |
|---|---------------------|
| Vanjsko pranje s aktivnom pjenom | 30 kn |
| Vanjsko pranje s aktivnom pjenom i zaštitnim voskom | 35 kn |
| Vanjsko pranje s aktivnom pjenom i zaštitnim voskom + podno pranje | 40 kn |
| Unutarnje čišćenje osobnih vozila (do 5 sjedala) | 45 kn |
| Samo unutarnje čišćenje – za vozila (do 5 sjedala) | 60kn |
| Samo unutarnje čišćenje – za vozila (do 9 sjedala) | 70 kn |
| Unutarnje čišćenje osobnih vozila (do 9 sjedala) | 70 kn |
| Kemijsko (dubinsko) čišćenje unutrašnjosti vozila | od 250,00 kn |
| Poliranje vozila | od 350 kn* |

Izvor: web stranica HERC autopraonica

Vrlo bitno je navesti njihovu listu referenci gdje se nalaze i potencijalni klijenti APRA-e odnosno naša ciljana skupina.

- American Embassy Zagreb
- Mcdonald's HRVATSKA
- Johnson & Johnson
- Europa Press Holding
- Mcdonald's HRVATSKA
- Pleso Prijevoz
- Hrvatska Kontrola Zračne Plovidbe
- Končar
- Medical Intertrade
- P.Z. Auto

- Robni Terminali
- Itong
- T-Com
- M San Grupa
- Optima Telekom
- Eurotisak

3.5.2 AUTOPRAONICA SJAJ

Radi se o lokalnoj autopraonici. Nalazi se 4,3 km od zračne luke prema Velikoj Gorici. Usluge koje nude su automatsko i ručno pranje automobila, uz dodatne opcije kao što su kemijsko čišćenje sjedala i pranje motora.

Što se tiče same promocije ne posjeduje web stranicu, već se oglašavaju samo putem *Facebook* profila sa osnovnim informacijama. Dodatno kao promociju navode svako 6. pranje gratis.

Tabela 3 Sjaj autopraonica /Cjenik usluga

| USLUGA | CIJENA |
|--|--------------|
| Vanjsko pranje | 35 kn |
| Vanjsko ručno pranje | 35 kn |
| Unutarnje pranje | 40 kn |
| Kompletno pranje | 65 kn |
| Kompletno ručno pranje | 60 kn |
| Kemijsko čišćenje unutrašnjosti vozila | od 400,00 kn |

Izvor: web stranica SJAJ autopraonica

3.5.3 AUTOPRAONICA TUTAČ

Nalazi se 2,8 km od zračne luke u smjeru Velike Gorice. Vrlo profesionalna i dobro opremljena autopraonica. Koriste profesionalnu auto kozmetiku Mergulias.

Osim osnovnih usluga pranja automobila, nude brojne druge kao što je poliranje, priprema automobila na prodaju, pranje monovolumena i teretnih vozila, kombi vozila, motora i kemijsko čišćenje tepiha uz mogućnost dostave. Uz svako kompletno pranje dobije se gratis mirisni borić. Omogućuju dodatne popuste za tvrtke. Cijene se navode u tabeli 4.

Tabela 4 Tutač autopraonica /Cjenik usluga

| USLUGA | CIJENA |
|---------------------------------------|--------|
| Kompletno Pranje | 70 kn |
| Vanjsko Pranje | 40 kn |
| Unutarnje Pranje | 40 kn |
| Kemijsko Čišćenje | 400 kn |
| Premaz voskom + pranje | 200 kn |
| Poliranje vozila | 600 kn |
| Kemijsko čišćenje | 400 kn |
| Kemijsko čišćenje po elementu/sjedalu | 100 kn |

Izvor: web stranica TUTAČ autopraonica

3.5.4 SAMOPOSLUŽNE AUTOPRAONICE

U krugu od 5 km, nalazi se nekoliko samposlužnih autopraonica. Izdvojene su dvije samposlužne autopraonice, Ehrle i Egeria, poznatih Njemačkih distributera sustava za pranje automobila, koje se u odnosu na ostale ističu kvalitetnijom izvedbom, opremom i održavanjem.

1. EHRLE⁶ samposlužna autopraonica tvrtke EHRLE GmbH Njemačka, samposlužni "CarWash" sustavi proizvode se u bavarskom gradu Illertissenu.

⁶TopLocalPlaces.com/Samoposlužna autopraonica Ehrle-Velika Mlaka
<https://toplocalplaces.com/croatia/velika-gorica/car-wash/samoposlužna-autopraonica-ehrle-v-mlaka/326781370752579> (pristupano 25.09.2019.)

Serijska oprema autopraonice sadrži 4 programa za pranje i njegu:

Program 1: čišćenje

Pranje pod visokim pritiskom bez četke sa vrućom, omekšanom vodom.

Program 2: ispiranje

Ispiranje sa hladnom i čistom vodom

Program 3: zaštita laka

Zaštita laka sa vrelom, omekšanom vodom

Program 4: visoki sjaj

SmartWash: pranje za postizanje visokog sjaja vrućom vodom.

2. EGERIA⁷ samoposlužne autopraonice koriste *Christ Wash Systems* također Njemačke tehnologije. Christ kompanija nudi široku paletu proizvoda, od uređaja za pranje rublja, tunela za pranje, jedinica za pranje rublja i tramvaja, uređaja za poliranje, kamiona i autobusa, samoposlužnih parkova za pranje do sustava recikliranja vode. Sama autopraonica, sadrži uz 4 samoposlužna boksa za pranje i samoposlužni tunel sa rotirajućim četkama za vanjsko pranje automobila.

Nakon detaljne analize, savjeta internet portala, foruma te iskustva sa terena, utvrđeni su brojni nedostaci samoposlužnih autopraonica, a to su :

- Površno vanjsko pranje
- Nemogućnost pristupa određenim dijelovima vozila
- Velika mogućnost oštećenja laka
- Za detaljnije pranje je potrebnije više žetona, vremena i nakraju veća je i cijena
- Gubitak vremena
- Kod pranja je potrebna adekvatna odjeća i obuća

⁷Samoposlužna autopraonica EGERIA – Velika Gorica

https://www.google.com/search?xsrf=ACYBGNTbu8HYz4A3iTmkipPFy-f9PLaqHQ%3A1569438152427&ei=yLmLXYbSGabqrgTwrIyQCQ&q=+EGERIA+samoposlu%C5%BEn+autopraonice+koriste&oq=+EGERIA+samoposlu%C5%BEn+autopraonice+koriste&gs_l=psy-ab.12...13764.13764...15377...0.1..0.171.171.0j1.....0....1..gws-wiz.....0i71.oigJZNOvfbg&ved=0ahUKEwiG1snc1OzkAhUmtYsKHXAWA5IQ4dUDCA_s (pristupano 25.09.2019.)

Stoga dolazi se do zaključka kako pranje u ručnoj autopraonici nije moguće usporediti, a niti zamijeniti sa pranjem vozila u samoposlužnoj ili automatskoj autopraonici te ih se samim time ne može svrstati u direktne konkurente autopraonice APRA, već potencijalnu indirektnu konkurenciju.

3.6 MARKETING

Vjerojatnost je da će korisnici do autopraonice APRA dolaziti ne samo da bi oprali i očistili svoje limene ljubimce, već i kao obiteljski izlet i/ili društveni događaj povezan s posjetom zračne luke Franjo Tuđman.

Autopraonica će pružati izvrsnu uslugu, učinkovito i stručno čišćenje automobila čime se nastoji izgraditi dugoročni poslovni odnos sa stalnim korisnicima.

Lokacija na kojoj se nalazi autopraonica ima niz prednosti za razvoj poslovanja. Procjenjuje se da će APRA do kraja treće godine od otvaranja imati 30% tržišnog udjela u segmentu ručnog pranja automobila u Turopolju.

Istražujući tržište, prikupljeno je dosta kvalitetnih informacija vezano uz ciljanu skupinu koje će u konačnici olakšati komunikaciju sa samim korisnicima usluge. Analizom tih informacija dobiva se jasnija slika o potrebama korisnika, njihovih navika i specifičnosti želja, što je detaljnije prikazano u poglavlju Tržište potražnje/analiza preferencija.

Neposredni zemljopisni cilj je šire gradsko područje Velike Gorice koja s okolicom broji više od 63.000⁸ stanovnika što će osigurati dovoljan broj stalnih potrošača.

Širenje poslovanja očekuje se u smjerovima pružanja usluge:

- Rent-a-car agencijama
- Tranzitnim potrošačima (posjetiteljima zračne luke radi putovanja)
- Auto-salonima

Naglasak će biti na optimalno prilagođenom radnom vremenu za pružanje usluge kako bi se stekao planirani tržišni udio.

⁸ Broj stanovnika- Turistička zajednica zagrebačke županije
<http://www.tzzz.hr/tz/o-nama/broj-stanovnika/> (pristupano 25.09.2019.)

Tržišni trendovi u industriji pranja automobila kretali su se od ručnog pranja pa do korištenja automatskih uređaja. Taj je trend potaknut napredovanjem tehnologije. Automatski strojevi za pranje su postali manje skuplji i učinkovitiji tijekom posljednjih nekoliko godina do te mjere da je ekonomično ulagati u njih.

Iako se može pretpostaviti da će to dovesti do smanjenog učešća ručnog pranja automobila, abrazivnost strojeva nikada neće biti prikladna za skupe automobile o kojima vlasnici vode posebnu brigu, a posebno se otvaraju ekološka pitanja.

Odgovoran pristup poslu trebao bi dovesti do pozitivnih odnosa s potencijalnim potrošačima čemu će posebno doprinijeti kvalitetno educirani zaposlenici. Izazovi u pripremi marketinških strategija prepoznaje se već samim ulaskom u industriju gdje se ne raspolaže prethodnim iskustvom. Potencijal se vidi da je u pitanju industrija koja kontinuirano raste, a da će se fiksni troškovi smanjivati kako će se povećavati količina prodane usluge.

Ono po čemu bi se APRA razlikovala od ostalih autopraonica u okolini, je to što bi se za stalne individualne korisnike spremili posebni paketi usluga i cijena, a za pravne osobe (*Rent-a-car* agencije i Auto-salone) ekskluzivni rabati na količine.

Temeljna ideja je da se uz konzervativno ulaganje, poslovanje APRA-e širi po razumnoj stopi, da se snažno izgradi svijest o novom brandu uz ekološki prihvatljive materijale, da se povećava baza klijenata i razvija tržišna vrijednost tvrtke.

Vizija APRA-e je postati vodeći pružatelj usluga pranja automobila na području Turopolja u narednih pet godina.

Marketinška strategija bit će razvoj tržišne marke, povećanje svijesti kupaca o APRA-i te izgradnja baze potrošača. Strategija će koristiti različite metode kako bi se postigli ti ciljevi.

Misija APRA-e je pružiti vrhunsku uslugu pranja i čišćenja automobila vlasnicima automobila na lokaciji zračne luke Franjo Tuđman. APRA će se posebno fokusirati na radne uvjete kako bi zaposlenici bili zadovoljni te pružali kupcima besprijekornu uslugu.

Ciljevi marketinga bit će:

- Povećavanje udjela lojalnih kupaca za 10%, tromjesečno
- Stalno povećavanje tržišnog udjela, tromjesečno
- Snažno razvijanje svijesti i prihvaćanja nove robne marke, kvantificirano smanjenjem troškova kupnje.

APRA će segmentirati svoje klijente prema vrsti automobila, vjerujemo da vrsta automobila koju osoba posjeduje govori o njihovoj vožnji, a time i zahtjevima za pranje automobila i pojedinosti.

1. Vlasnici novih automobila:

Oni će najvjerojatnije koristiti uslugu ručnog pranja automobila. Ovi vlasnici ponose se svojim automobilima i često će koristiti usluge pranja i čišćenja. Cilj kod ovih korisnika je promicati svijest o redovitom korištenju usluga kako bi njihov automobil zadržao jednako dobar izgled kao kada su ga kupili.

2. Vlasnici automobila starijih nekoliko godina:

Ovi ljudi već nekoliko godina posjeduju svoje luksuzne automobile i žele zadržati osjećaj ugodne vožnje u svojem vozilu. Iz tog razloga oni žele zadržati svoje automobile u najboljem mogućem stanju. Oni koji su kupili rabljene automobile, često će provesti mnogo sati u svojim automobilima i staviti će veliku važnost na održavanje svojih automobila kako bi izgledali uredno, čisto i održavano.

3. Vlasnici sportskih automobila:

To su mlađi i samosvjesni ljudi koji smatraju da je izgled njihovog automobila iznimno važan. Ponosni su na svog limenog ljubimca i neće štedjeti na njegovom održavanju do najsitnijih detalja.

4. Vlasnici starijih modela automobila:

Mnogi od tih ljudi posjeduju svoje automobile više od deset godina.

Privrženi su svojim automobilima kao prijatelji, te će tek povremeno oprati i očistiti svoje automobile i to uglavnom onda kada je automobil jako prljav. Nisu opterećeni izgledom svojeg automobila. U neko veće uređivanje automobila uložiti će tek ako isti misle prodati.

5. Auto kuće:

Postoji deset salona novih i rabljenih automobila kojima je lokacija lako dostupna. Ovi distributeri često će koristiti *outsourcing* usluge za pranje i čišćenje automobila kako bi detaljno pripremili automobil za prodaju.

6. *Rent-a-car* i taxi prijevoznici:

Tvrtke koje se bave poslovima iznajmljivanja automobila moraju osigurati da vozila budu čista. Ove će tvrtke tražiti troškovno ekonomičnu uslugu pranja automobila, radije će koristiti uslugu pranja automobila tijekom tjedna, a ne vikendom.

Kako je već prethodno navedeno, ključni cilj je pozicionirati APRA-u kao vodeću tvrtku za pranje i čišćenje automobila na samom području uz stalni rastući tržišni udio. Marketing strategija će prvo nastojati izgraditi svijest kupaca, organizirati bazu klijenata i stvarati njihovu lojalnost.

APRA će pokušati komunicirati poruku zainteresiranoj javnosti da je njena usluga superiorna u odnosu na ostale, da se prema svim automobilima odnosi kao prema vlastitima i da je ekološki potpuno osviještena.

Ova će poruka biti prenesena kroz nekoliko različitih metoda i medija.

- Oglašavanje u lokalnim medijima
- Umrežavanje s auto kućama, strukovnim udruženjem prijevoznika i *Rent-a-car* tvrtkama
- Organiziranje nagradnih igara
- Izdavanje nagradnih kupona s popustima kako bi se privukao što veći broj ljudi koji još nisu upoznati s postojećim uslugama
- Sponzoriranje prvoligaškog nogometnog kluba Velike Gorice

3.7 ANALIZE VANJSKOG I UNUTARNJEG OKRUŽENJA

3.7.1 PESTLE ANALIZA

PESTLE analiza predstavlja metodu analize poslovnog okruženja na temelju koje postavljamo temelje za strateško planiranje. *PESTLE* analiza se prvi puta spominje 1967. godine kao *PEST* analiza, a njenim začetnikom se smatra prof. Francis Aguilar sa sveučilišta u Harvardu u Sjedinjenim Američkim Državama. Naziv *PESTLE* predstavlja akronim početnih slova za riječi iz engleskog jezika **P** –*politics* (politika), **E** –*economy* (ekonomija), **S** –*social* (sociologija), **T** –*tehnological* (tehnologija), **L**–*legal* (pravo) i **E** –*environmental* (okoliš). Pomoću *PESTLE* analize vršimo praćenje i analizu vanjske, makroekonomske okoline u kojoj poduzeće posluje i koja može utjecati na uspješnost poslovanja poduzeća.⁹

PESTLE analiza koristi se za analizu pozicije određenog poduzeća ili analizu pozicije djelatnosti (industrijskoga sektora) u općoj okolini. Ujedno što pruža pomoć u identificiranju povoljnih prilika i prijetnji u općoj okolini, *PEST/LE* analiza osigurava važnu informacijsku podlogu za *SWOT* analizu (eng. Strength, Weakness, Opportunities, Threats)¹⁰.

⁹ Rašić Jelavić, S., i Brkić, I. (2016). *PEST/LE* analiza opće okoline cementne ind.u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u ZG, 14(1), str.65-86. URL: <https://hrcak.srce.hr/162010> (pristupano 02.12.2019)

¹⁰ Rašić Jelavić, S., i Brkić, I. (2016). *PEST/LE* analiza opće okoline cementne ind.u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u ZG, 14(1), str.65-86. URL: <https://hrcak.srce.hr/162010> (pristupano 05.12.2019)

Tabela 5 PESTLE analiza

| PESTLE | OPIS | UTJECAJ | TREND |
|-------------------------------|---|----------------|--|
| Politički | Regulatorna tijela i procesi, Vladine mjere i odredbe u pitanju Koncesijskog ugovora, Agencije zračne plovidbe | Snažan | Dok Ministarstvo i Vlada nadziru Koncesijski ugovor, ne očekuje se smanjenje utjecaja. |
| Ekonomski | Bruto domaći proizvod (BDP), Nezaposlenost, Kupovna moć, Ponuda-Potražnja | Snažan | Svaka kupovina proizvoda ili usluge, odnosno potražnja, ovisi o kupovnoj moći pojedinca. |
| Socijalno-kulturološki | Nacionalne i kulturološke pripadnosti, promjene u navikama korisnika, životni stil, socijalna mobilnost, osobni stavovi prema radu | Dosta snažan | Osviještenost pojedinaca i promjene životnog stila, dovode do povećanja potražnje za određenim proizvodom i uslugom, drugim riječima „ja si to mogu priuštiti!“. |
| Tehnološki | Najnovija tehnologija, sustavi i materijali, unapređenje postojećeg tehnološkog procesa, kompjutorsko praćenje programa rada i dnevne operativne aktivnosti | Dosta snažan | Očekuje se dodatna ulaganja u nove tehnološke mogućnosti i njihova implementacija u cjelokupno poslovanje |
| Pravni | Hrvatska norma, Zakon RH | Snažan | Ne očekuje se smanjenje |
| Okoliš | Zakon o zaštiti okoliša | Snažan | Očekuje se povećanje utjecaja |

Izvor: izrada autora

Izgradnja autopraonice APRA u sklopu zračne luke, ima veliki potencijal za uspjeh i donošenje pozitivnog ekonomskog rezultata organizaciji, odnosno naručitelju projekta. Zračni promet je danas najbrži rastući promet u svijetu, te osim same „Core usluge“ koju nudi, sve više se zračne luke orijentiraju i na pružanje sekundarnih usluga krajnjim korisnicima. Mnogobrojni čimbenici utječu na oscilaciju razvoja takvih proizvoda i usluga, odnosno projekata. Osim ekonomskih čimbenika, vrlo veliku ulogu imaju i politička stabilnost u pojedinoj regiji te stanje gospodarstva i dinamika njegovog razvoja. Poznato je da financijska nestabilnost dovodi do usporavanja gospodarskih aktivnosti, što se automatski odnosi na pad zaposlenosti, socijalnu nesigurnost, trendove u gospodarstvu i promjene navike stanovništva. Financijska kriza (recesija) utječe na promjene navika stanovništva u obliku povećanog interesa za osobnu štednju te smanjenjem potražnje kupovine koja nije od osobne životne važnosti. MZLZ kao organizacija svjesna je svoje odgovornosti za ljude i prirodni krajolik u svom okruženju.¹¹ Upravo zbog toga, MZLZ koristi čitav niz mjera kako bi osigurala da sve aerodromske aktivnosti imaju što manji štetni utjecaj na okoliš, istovremeno osiguravajući ispunjenje zakonskih i službenih zahtjeva.¹²

3.7.2 SWOT ANALIZA

SWOT analiza ili analiza okruženja prikazuje istraživanje svih važnijih karakteristika kako vanjskog tako i unutarnjeg okruženja sa svrhom identifikacije strateških čimbenika koji će odrediti budućnost poduzeća. SWOT okvir predstavljen je 1969. od strane istraživača s Harvarda (npr. Learned et al., 1991), a postao je popularan tijekom 1970-ih zbog pretpostavke koja je u njega ugrađena a koja glasi: menadžeri mogu planirati usklađivanje resursa poduzeća s njegovim okruženjem.¹³

¹¹ACA-Certificate-Europe_2017-2018_REDUCTION ZAGREB http://www.zagreb-airport.hr/UserDocsImages/dokumenti/ACA-Certificate-Europe_2017-2018_REDUCTION%20ZAGREB.pdf (pristupano 25.09.2019.)

¹² Politika integriranog sustava upravljanja u 2018 i Opredjeljenost MZLZ Uprave <http://www.zagreb-airport.hr/UserDocsImages/dokumenti/Politika%20integriranog%20sustava%20upravljanja%20u%202018%20i%20Opredjeljenost%20MZLZ%20Uprave.pdf> (pristupano 25.09.2019.)

¹³ SWOT i strateški menadžment, URL: http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/OIM/dhruska/SWOT_analiza.pdf (pristupano 02.12.2019.)

SWOT analiza se sastoji od četiri elementa:

- snaga (engl. *strenghts* -unutarnji čimbenik, pozitivno)
- slabosti (engl. *weaknesses* -unutarnji čimbenik, negativno)
- prilika (engl. *opportunities* - vanjski čimbenik, pozitivno)
- prijetnji (engl. *threats* – vanjski čimbenik, negativno)

Tabela 6 SWOT analiza

| SNAGA | SLABOSTI |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Lokacija • Velik broj koncentracije putnika i krajnjih korisnika • Velik broj privatnih tvrtki koje posluju u MZLZ-u, Zakupci, Ren-aCar, Taxi, • Prilazne ceste • Nova infrastruktura • Operativan tokom cijele godine • Visok stupanj kvalitete proizvoda i usluga • Razvoj novih putničkih ruta • Ekološka osviještenost • Okretanje novim tržišnim ekonomijama • Uvođenje najmodernijih materijala i tehnologije po europskim standardima kvalitete | <ul style="list-style-type: none"> • Nestručnost i neiskustvo u upravljanju novim proizvodom • Nedovoljno jak marketing • Needuciranost zaposlenika • Nepoznavanje tržišta |
| PRILIKE | PRIJETNJE |
| <ul style="list-style-type: none"> • Blizina grada s mnogobrojnim hotelima i privatnim smještajem • Dobra povezanost sa ostalim dijelovima iz svih smjerova • Jačanje turizma u Hrvatskoj povoljno utječe na broj novih putnika i korisnika usluga • Gospodarski utjecaj na razvoj naselja u okruženju zračne luke | <ul style="list-style-type: none"> • Visoka razina vladinih mjera i regulativa • Novi konkurenti u okolini • Druga prometna alternativna rješenja |

Izvor: izrada autora

Na temelju prikazane *SWOT* analize internih i eksternih elemenata koji pozitivno i negativno mogu utjecati na izgradnju projekta autopraonice u Međunarodnoj zračnoj luci Zagreb (MZLZ), vidljivo je da postoje potencijalne prijetnje iz vanjske okoline. Kako bi MZLZ uspjela održati konkurentnu prednost pred ostalima i unaprijedila svoje poslovanje svakako treba voditi računa o poticajnim faktorima kako bi minimizirala slabosti i vanjske prijetnje. Svakako vrlo poticajno je činjenica koja ide u prilog MZLZ-u u cilju otvaranja autopraonice je ta da je MZLZ najveća zračna luka u Hrvatskoj, kroz koju cirkulira veliki broj putnika na dnevnoj bazi. Također, dobra prometna povezanost sa svim prilaznim putovima iz svih krajeva uže i šire okolice omogućava brzi pritek stanovnika okolnih naselja te ostalih zainteresiranih strana (privatnih osoba) koje bi koristile usluge autopraonice.

MZLZ će nastojati, u svrhu identificiranja svojih strategija, koristeći svoju unutarnju snagu, na najbolji način maksimizirati snage i kapitalizirati prilike kako bi ostvarila svoje postavljene ciljeve.

3.8 STAKEHOLDER ANALIZA

Stakeholder analiza (analiza ključnih dionika), kao metoda kvantifikacije čimbenika okruženja organizacije, prikazuje sve pojedince ili grupe ljudi u nekoj organizaciji ili izvan nje koji imaju vlasničkog udjela ili interesa za opstankom i razvojem te organizacije. To su najčešće zaposlenici, menadžeri, vlasnici, klijenti, dobavljači, banke, različite udruge odnosno svi oni koji direktno ili indirektno utječu na strukturu organizacije (Gutić i Paliaga 2017:64).

Tablica niže uključuje identifikaciju zainteresiranih subjekata za organizaciju Međunarodnu zračnu luku Zagreb d.d.

Tabela 7 *STAKEHOLDER analiza*

| DRŽITE ZADOVOLJNIMA | UPRAVLJAJTE IZBLIZA |
|---|--|
| Ministarstvo graditeljstva Ministarstvo zaštite okoliša i energetske učinkovitosti Ministarstvo prometa Vlada RH | Investitor Dioničari |
| PRATITE (UZ MINIMALAN NAPOR) | DRŽITE INFORMIRANIMA |
| Lokalna zajednica Lokalna vlast Osiguravajuće kuće | Zaposlenici Putnici Krajnji korisnici Zakupci Zrakoplovne kompanije Poslovni partneri Dobavljači Konkurencija |

Izvor: izrada autora

Navedenom *Stakeholder* analizom (analizom ključnih dionika) utvrđeno je 17 potencijalnih ključnih dionika od kojih neki od navedenih direktno utječu na projekt i imaju interes u svim ili djelomičnim fazama projekta dok neki od navedenih dionika indirektno utječu na projekt.

Razradom komunikacijskog plana prema svakom pojedinom *stakeholderu* prikazat će se njihov odnos prema projektu sukladno njihovim utjecajima, interesu, željama, kakva je njihova podrška te poruke koje se žele poslati istima.

3.9 KOMUNIKACIJSKI PLAN

Komunikacijski plan je pisana izjava o komunikacijskim postupcima i razmjenjivanju kvalitetnih informacija. On je ujedno i srž upravljanja strateškom komunikacijom. Svrha komunikacijskog plana je razrada komunikacije s dionicima na najefikasniji mogući način te ujedno da pomogne u postizanju projektnih rezultata i aktivnosti planiranih u komunikaciji s javnošću.¹⁴

Komunikacijski plan za potrebe predmetnog projekta prikazan je u tabeli 8.

Tabela 8 Komunikacijski plan

| Stakeholder | Odnos SH prema projektu | Podrška | Poruke |
|----------------------------|--|---|---|
| Zaposlenici | Svojim profesionalnim angažmanom i radom doprinose uspjehu u poslovanju. Svakako jedna od ključnih uloga u ostvarivanju pozitivnog imidža u javnosti i ostvarivanju pozitivnih ekonomskih rezultata. | Očekujemo savjesno izvršavanje dnevnih zadataka i obveza i održavanje pozitivne organizacijske klime. | Vašim profesionalnim i predanim radom, možemo nadjačati konkurenciju i predstaviti se kao lider jer posjedujemo sve potrebne resurse za postizanje tog cilja. |
| Putnici, Krajnji korisnici | Jačanjem turističke ponude u RH, raste porast putnika svake godine, koji na zračnu luku dolaze svojim osobnim vozilima, te posljedično postaju potencijalni korisnici usluge ovog projekta. | Nastojimo pružiti apsolutno visoku razinu kvalitete usluge te održati maksimalno zadovoljstvo na obostrano zadovoljstvo. Vrijednost za novac. | Želimo da Vaše putovanje iz naše zračne luke bude u potpunosti bezbrižno i bez nepotrebnog stresa, jer mi smo tu za Vas i Vaše vozilo. |
| Zakupci, Poslovni partneri | Njihovo poslovanje se odvija na lokaciji zračne luke te se nameće potreba za korištenjem autopraone, jer bi tako značajno smanjili vrijeme odlazeći na udaljenije lokacije. | Ugovaranjem određenih pogodnosti, stvorio bi se pozitivan poslovni odnos. | Koristeći najmoderniju tehnologiju po svjetskim standardima, pružit ćemo vam najbolju i najbržu uslugu jer mi mislimo na vaš i vaše dragocjeno vrijeme. |
| Zrakoplovne kompanije | Unapređenjem usluga i sadržaja koje pružamo u sklopu zračne luke, kompanije će privući veći broj putnika, koji ne žele samo prijevoz | Trendovi i želje putnika se mijenjaju, i odavno više zračne luke nisu samo usputne stanice, već „Smart Cities“ sa | Naše širenje je i Vaše širenje. Naši klijenti su i Vaši klijenti. |

¹⁴ Čude, V. (2011) Seminarski rad/ Komunikacijski plan-srž strateških komunikacija, URL: <https://dokumen.tips/documents/komunikacijski-plan-srz-strateskih-komunikacijadoc.html> (pristupano 04.12.2019).

| | | | |
|----------------------------------|---|---|--|
| | zrakoplovom već i dodatne usluge i sadržaje. | mnogobrojnim komercijalnim sadržajima. | |
| Dobavljači | Kvaliteta vaših proizvoda i usluga prepoznaju se po kvaliteti i uspjehu našeg poslovanja. | Održavanje dobrih poslovnih odnosa bitan su ključ u poslovanju svake tvrtke. | Povećanje naše uloge na tržištu, direktno će se odraziti i na vaše buduće poslovanje i prepoznatljivost. |
| Konkurencija | Svaka konkurencija je zdrava, jer nam ona daje vjeter u leđa da se borimo za svoju poziciju na tržištu. Postoji veliki broj konkurenata na tržištu u okruženju, međutim imamo prednost pred ostalima jer poslujemo na specifičnoj lokaciji, u svojem vlasništvu, vlastite infrastrukture, te velikog priljeva putnika na dnevnoj bazi. | Praćenje novih trendova u području kojim se bavimo kako bismo uvijek bili konkurentniji od ostalih. | Vjerujemo u svoj proizvod i svaka vaša usporedba s nama, biti će nam pokazatelj koliko zapravo vrijedimo. |
| Lokalna zajednica, lokalna vlast | Prati naše poslovanje najčešće preko medija. Izgradnja autopraonice na prostoru zračne luke biti će pozitivna vijest i novost za medije, kao i dodatni prihod u lokalnom proračunu. | Ishođenje brzih dozvola i transparentnost birokratskih poslova. | Podrška i pomoć prema potrebi. |
| Osiguravajuće kuće | Kako se radi o projektu na području koji je pod upravljanjem Koncesionara, svaki veći projekt mora se osigurati od izvanrednih okolnosti. | Informiranje i stalno praćenje novih, povoljnijih uvjeta osiguranja. | Želimo sačuvati svoju imovinu na najbolji i najbezbolniji način, a zato ste vi tu da nam to osigurate. |
| Ministarstva | Stalni nadzor nad ispunjenjem obveza iz Koncesijskog ugovora. | Nastojimo ispuniti sve propisane i postavljene zadatke i obveze, i pridonijeti očuvanju okoliša, razvoju i oporavku gospodarstva. | Otvorenje novih radnih mjesta, briga za okoliš, poslovanje prema ISO standardu kvalitete, smjernice ISO 14000 – zaštita okoliša. |
| Vlasnici / Dioničari | Privlačenje većeg broja putnika i korisnika, te poslovnih partnera ulaganjem u velik broj ostalih komercijalnih sadržaja i usluga. Izgradnja projekta autopraone omogućilo bi bolje pozicioniranje na tržište u odnosu na ostale zračne luke u regiji. Izgradnja najmodernije autopraone, ulaganje u tehnologiju ostvarivalo bi veće mjesečne prihode i bolji imidž u javnosti. | Dobivanje zadovoljavajućeg prinosa na investicije. Realizacija povećanja dioničke vrijednosti tijekom vremena. | |

Izvor: izrada autora

4. CILJEVI PROJEKTA

Projekt je zaključni proces oblikovanja i izvođenja određenih aktivnosti, koje su među sobom logički povezane za postizanje pojedinih ciljeva projekta, a daljim povezivanjem aktivnosti na osnovi tih ciljeva postupno se realiziraju namjenski i objektni ciljevi (Hauc, 2007:55).

Ciljevi projekta se dijele na:

- Namjenske konačne ciljeve (C_n)
- Objektne konačne ciljeve (C_o)

4.1 NAMJENSKI CILJEVI

Namjenski konačni cilj projekta (C_n) vrlo je širok pojam i zavisi ne samo od postavljanja ulazne strategije projekta, nego i od same naravi projekta. To je onaj zaključni dio projekta kojeg određuje naručitelj a za njega predstavlja željeni konačni rezultat koji proizlazi iz strategije. Namjenski ciljevi obuhvaćaju i planirane učinke projekta, koje već neke ostvarujemo tijekom izvođenja projekta, a uglavnom se ostvaruju po završetku izvođenja projekta u njegovoj eksploataciji.¹⁵

Namjenski ciljevi koji proizlaze iz ulazne strategije naručitelja projekta APRA su sljedeći:

N1 – Autopraonicom kao dodatnom komercijalnom uslugom povećati tržišni udio za 10% na postojećem tržištu sljedeće 3 godine

N2 – kvalitetnu uslugu pranja vozila osigurati za 150.000 korisnika godišnje

N3 – osigurati 15% rast ukupnih aerodromskih prihoda godišnje

N4 – zadržati „zeleni“ aerodrom u sljedećih 5 godina

N5 – širenje i postupno uvođenje novih, dodatnih usluga u svrhu unapređenja primarne usluge koju nudi projekt u sljedećih 3 godine

¹⁵ Poslovni.hr(n.d.)/*Dobra i cjelovita priprema projekta / Uvjet za uspješnu izvedbu projekta*
http://www.poslovni.hr/media/article_upload/files/5b/5bb45bd5458480be63bdbbe764a58f312.pdf (pristupano 28.09.2019).

UTEMELJENJE

N1 – Naručitelj (MZLZ) nakon istraživanja tržišta uvidio je da otvaranjem autopraonice u svom okruženju i u sklopu svojih komercijalnih usluga mogao bi povećati tržišni udio za 10% u odnosu na postojeće stanje s obzirom na to da niti jedan veći aerodrom u regiji ne pruža uslugu pranja vozila putnika i krajnjih korisnika. Tim projektom bi Zračna luka Franjo Tuđman svakako podigla svoju vrijednost na veću razinu i konkurirala drugim zračnim lukama u okruženju.

N2 - Kako u sklopu MZLZ-a postoji niz poslovnih subjekata i institucija koje pružaju svoje usluge krajnjim korisnicima neovisno o poslovnoj politici Međunarodne zračne luke Zagreb d.d., naručitelj je tu prepoznao svoju šansu da bi se uz redovno korištenje autopraonice od strane korisnika i putnika, usluge pranja vozila nudile i poslovnim partnerima i ostalim poslovnim subjektima uz povoljnije uvjete nego u ostalim autopraonicama jer bi se ti popusti definirali kroz potpisivanje ugovora o korištenju aerodromskih parkirališta i zakupu prostora. Na taj način naručitelj očekuje brojku od ukupno 150.000 korisnika godišnje od poslovnih partnera, putnika, posjetitelja i drugih korisnika.

N3 - Kako zračne luke danas ne nude samo aeronautičke usluge korisnicima, svako povećanje prihoda od strane komercijalnih usluga znatno povećava ukupnu zaradu vlasniku. Uz niz pozitivnih prednosti koje otvaranjem ovog projekta mogu donijeti vlasniku, jedan od tih je i povećanje prihoda od 15% na godišnjoj bazi.

N4 - Uz primjenu moderne tehnološke opreme i poslovanjem prema Sustavu kvalitete prema ISO 14001:2004 za koji se MZLZ opredijelila, sustavnim praćenjem poslovnih procesa i kvalitete rada i zakonskih odredbi u tom okviru, puštanjem u rad autopraonice uz prateće poboljšane upravljačke i operativne postupke pazit će se na zaštitu okoliša.

N5 - Ostvarivanje dobiti jest primarni cilj, međutim treba se svakako voditi računa o zadovoljstvu korisnika naših usluga. Usluge koje se nude korisnicima direktno utječu na ostvarivanje dobiti. U tu svrhu, treba se što više prilagođavati potrebama korisnika, bilježiti njihove povratne informacije i konstruktivne prijedloge radi unapređenja budućih novih usluga koje bi uz postojeće osigurala dodatnu zaradu ali i povećala razinu kvalitete usluga.

4.2 OBJEKTNI CILJEVI

Objektni ciljevi projekta usko su povezani s oblikovanjem namjenskog konačnog cilja. Objektni ciljevi postižu se u fazi izvedbe projekta te predstavljaju osnovu za izradu plana projekta (Hauc, 2007:55).

Niže su navedeni utvrđeni objektni ciljevi za projekt:

OC1 - Istraživanje tržišta odrađeno

OC2 - Dokumentacija pripremljena

OC3 - Kredit odobren

OC4 - Ugovor potpisan

OC5 - Izgrađen objekt

OC6 - Objekt opremljen

OC7 - Testni rad obavljen

OC8 - Oglašavanje odrađeno

5. TAKTIKA IZVEDBE PROJEKTA I UTEMELJENJE

Na temelju određenih objektnih ciljeva iz prethodnog poglavlja, u ovom poglavlju bit će navedene taktike i utemeljenje istih, odnosno detaljnije će se objasniti na koji način i kojim metodama će se ostvariti realizacija gore navedenih ciljeva.

OC1 - Istraživanje tržišta odrađeno

Taktika T1 – Istraživanje tržišta odrađeno je taktikom postavljenih upitnika/obrazaca u putničkoj zgradi, anketa postavljenih kod automatskih naplatnih blagajni na parkiranju, putem web stranica MZLZ – *online* ankete kao i prikupljanjem informacija o konkurenciji putem interneta.

Utemeljenje: Prije samog ulaska u projekt, veoma je važno istražiti da li se uopće isplati ulaziti u projekt, odnosno investiciju. Istraživanje tržišta je zadatak vlasnika/naručitelja projekta i on ga provodi na temelju unaprijed izrađenih upitnika i anketa i na temelju statističkih pokazatelja donosi odluku o daljnjim postupcima vezano uz projekt.

OC2 – Dokumentacija pripremljena (Ishođenje građevinskih dokumenata za izgradnju autopraonice)

Taktika T2 – Podnošenje zahtjeva za građevinskom dozvolom Uredu državne uprave u županiji, odnosno uredu Grada Velike Gorice.

Utemeljenje: Građevinska dozvola je dokument na temelju kojeg se može početi graditi objekt. Njime se utvrđuje da je idejni projekt u skladu s propisima i utvrđenim uvjetima koje mora ispunjavati građevina na određenoj lokaciji i da su ispunjeni svi preduvjeti za gradnju. Da bi se izdala građevinska dozvola potrebno je ishoditi potvrdu usklađenosti glavnog projekta s posebnim propisima. Cijena građevinske dozvole ovisi o općini u kojoj se gradi i površini građevine koja se gradi.

OC3 - Kredit odobren

Taktika T3 – Ovaj cilj odradit će se taktikom na način da će se relevantna služba MZLZ-a informirati o potrebnim informacija kod banke vezano uz potrebnu dokumentaciju, pribaviti potrebnu dokumentaciju, nakon toga zatražiti kredit kod banke.

Utemeljenje: Kako bi se projekt financirao samo 40% od sredstava banke, a ostalih 60% iz vlastitih izvora, kredit koji bi isplatila banka na račun investitora/naručitelja, isti bi se vraćao u roku od 5 godina plus kamate. Kako je projekt u vlasništvu Međunarodne zračne luke Zagreb d.d. kao respektabilne tvrtke, isplata kredita nije upitna.

OC4 - Ugovor potpisan

Taktika T4 – Sklapanje ugovora sa dobavljačem/izvođačem radova radi definiranja uvjeta izvođenja radova te isporuke naručenog objekta.

Utemeljenje: Ugovaranje poslovanja s odabranim izvođačem vrlo je važna stavka svakog projekta. Bitno je odabrati specijaliziranog izvođača koji ima iskustva u ovakvim poslovima. Važno je u fazi potpisivanja ugovora, staviti klauzulu o nepoštivanju roka izvođenja radova, kako bi se na taj način investitor osigurao od dodatnih troškova, a izvođač radova prisilio na poštivanje konačnog roka izvođenja radova zavedenog u ugovoru o poslovnoj suradnji.

OC5 - Izgrađen objekt

Taktika T5 – Za izgradnju objekta biti će angažiran vanjski izvođač radova.

Utemeljenje: Potpisivanjem ugovora s odabranim izvođačem, izvođač se obvezuje izvršiti dogovorene građevinske radove u predviđenom roku.

Kako naručitelj želi dominirati na tržištu i biti najprivlačniji aerodrom s potpunim naglaskom na inovativnost, stoga odlučit će se za tvrtku koja je vodeća na tržištu u distribuciji i servisiranju montažnih objekata autopraonica. Sklapanjem ugovora o poslovnoj suradnji, proizvođač će prema dogovorenim idejama i zahtjevima, izraditi i montirati objekt na pripremljenoj podlozi.

OC6 - Objekt opremljen

Taktika T6 – Biranjem najboljeg dobavljača u omjeru cijena - kvaliteta, služba nabave MZLZ prikupit će ponude od strane dobavljača, analizirat iste, odabrat najpovoljnijeg dobavljača te s njime sklopit ugovor.

Utemeljenje: Kako je jedan od zahtjeva očuvanje okoliša, odabirom najkvalitetnije i visoko vrijedne kozmetike i sredstava za pranje vozila osigurat će se primarni cilj a to je poštivanje životne sredine usklađen s definicijom kvalitete.

OC7 - Testni rad obavljen

Taktika T7 – Po završetku izgradnje objekta, izvršit će se testni (probni rad) u trajanju od jednog (1) dana kontroliran od strane izvođača.

Utemeljenje: Kako bi se izbjegle naknadne poteškoće i štete u procesu rada, neizbježan je testni rad kako bi se unaprijed ispitale sve potencijalne opcije koje se u procesu rada mogu dogoditi. Testni rad bi bio odrađen pod nadzorom izvođača.

OC8 - Oglašavanje odrađeno (Kraj projekta)

Taktika T8 – Oglašavanje će biti odrađeno na način da će se angažirati web dizajner/ vanjski suradnik za izradu web stranice, koji će kasnije i održavati web stranicu. Oglašavanje će se provoditi preko lokalnih radijskih mreža, TV postaja te putem društvenih mreža.

Utemeljenje: Za izradu web stranice angažirat će se vanjski suradnik koji bi prema ugovoru održavao web stranicu, te će naručitelj platiti reklamiranje autopraonice TV i radijskim postajama. Najbrži način komunikacije i prenošenja informacija danas je putem društvenih mreža i interneta pogotovo kod mladih. Među starijom populacijom još uvijek je klasičan način preko TV-a i putem radija. Zato je dobro, kako bi se informirao što veći broj novih korisnika ali i informirali postojeći korisnici, oglašavanje o novoj usluzi izvršiti putem svih komunikacijskih kanala. Rezervirati termine u radijskim emisijama, TV programima, reklamirati se *online*, *Facebook* i preko drugih društvenih mreža.

6. PLAN PROJEKTA

Planiranje projekta je od suštinske važnosti za uspjeh svakog pojedinog projekta. U planiranju projekta u središtu pozornosti je postupak izvedbe kako će se taj posao obaviti. Drugim riječima, postavlja se pitanje kako će se razvijati ishodi projekta i kako će se upravljati samim projektom. Može se reći da planiranje projekta obuhvaća tradicionalna područja radnih zadaća, izvore, raspored i troškove te postavlja polazište za upravljanje izmjenama projekta, projektnim komunikacijama, kvalitetom projekta, rizicima za projekt te projektnom skupinom (PMI Hrvatska, 2009:55).

6.1 WBS (*Work Breakdown Structure*)

Work Breakdown Structure (hrv. struktura raščlambe rada) za Institut upravljanja projektima PMI¹⁶ predstavlja najznačajniji alat jednog voditelja projekta. Razlog je taj što WBS više od bilo kojeg alata osigurava samu osnovu za definiranje i organiziranje poslova potrebnih kako bi se ostvarili ciljevi projekta. Pomoću WBS-a, rad koji se ulaže kako bi se ostvarili zacrtani ishodi postaje strukturiran, dodijeljen relevantnim osobama i raspoređen i može se pratiti i izvještavati o njemu (PMI Hrvatska, 2009:78).

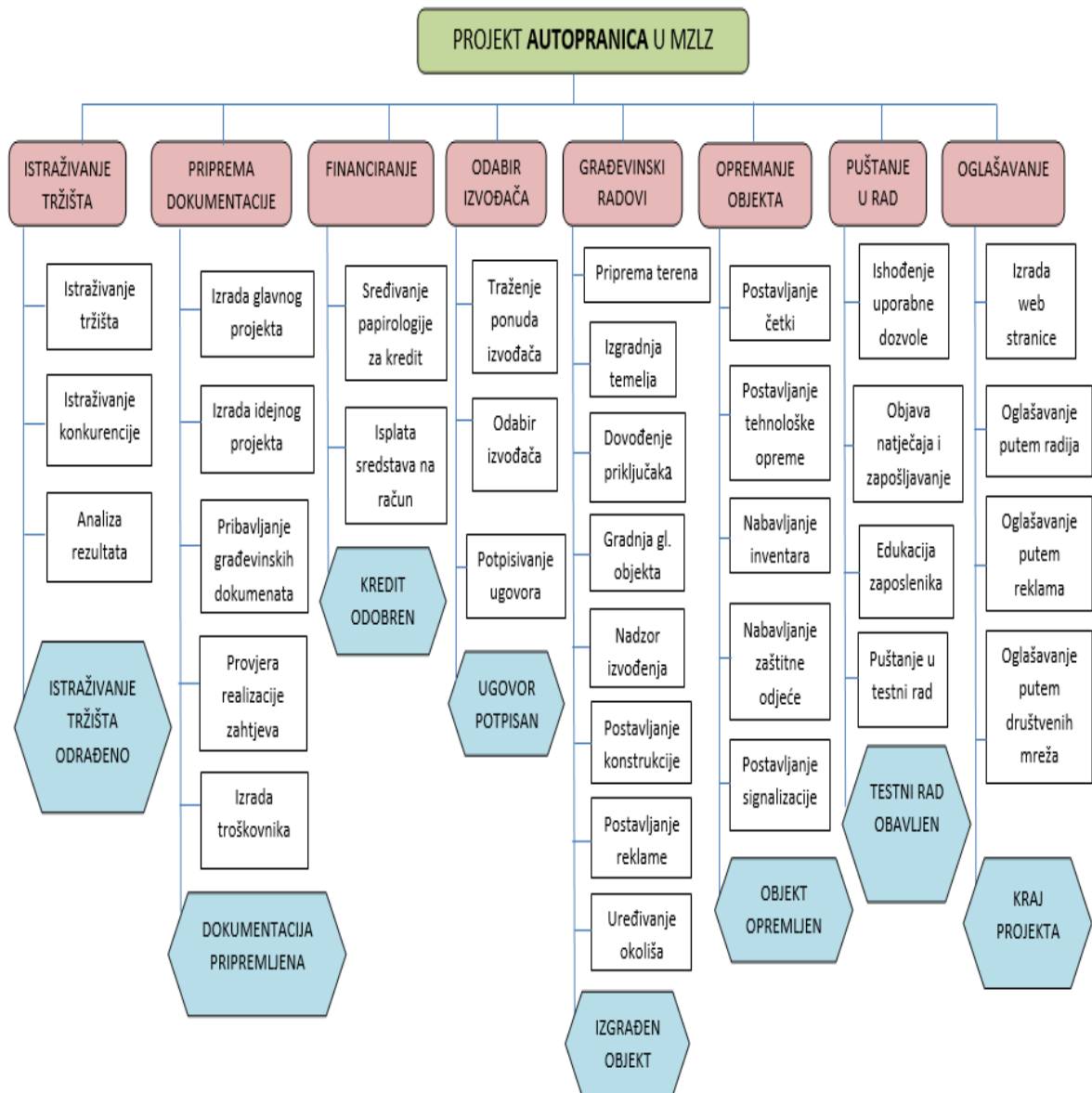
Projekt APRA planira se izvršiti obavljanjem 8 radnih paketa, koji čine međusobno povezane aktivnosti. Navedene aktivnosti i radni paketi dobiveni su postupkom retrogradnog raščlanjivanja projekta, prema kojem se polazi od konačnog cilja projekta te se planiraju aktivnosti potrebne za ostvarivanje tog cilja.

¹⁶ PMI Institut za upravljanje projektima <https://www.pmi.org/> (pristupano 02.10.2019).

Predviđeni radni paketi po planu projekta APRA su:

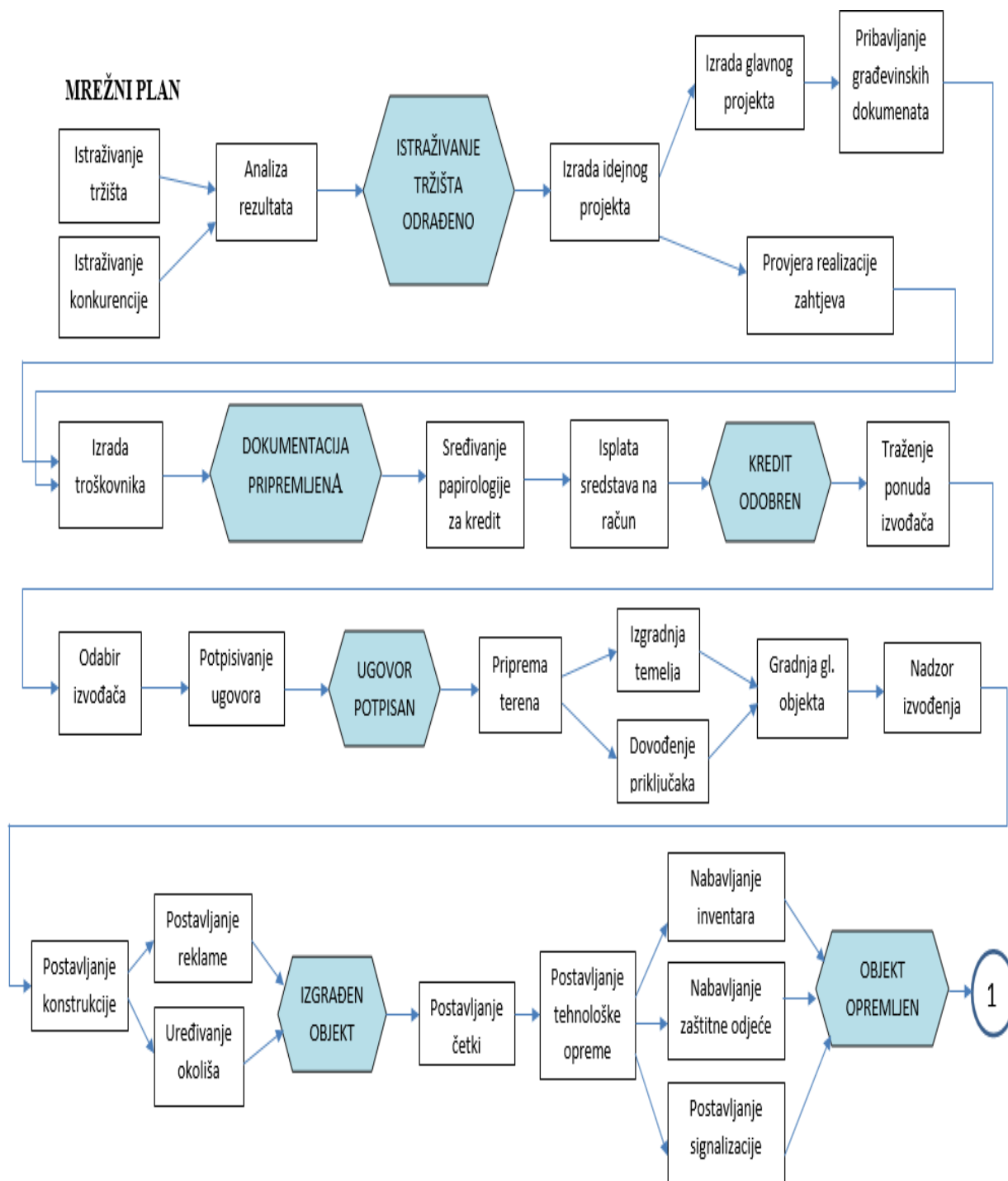
- Istraživanje tržišta,
- Priprema dokumentacije,
- Financiranje,
- Odabir izvođača,
- Građevinski radovi,
- Opremanje objekta,
- Puštanje u rad
- Oglašavanje.

Uspješnom realizacijom svih aktivnosti unutar pojedinog radnog paketa ostvaruju se definirani **objektni ciljevi projekta**, a cijeli plan projekta sa radnim paketima i pripadajućim aktivnostima prikazan je u obliku WBS (*Work Breakdown Structure*) dijagrama na slici 11.

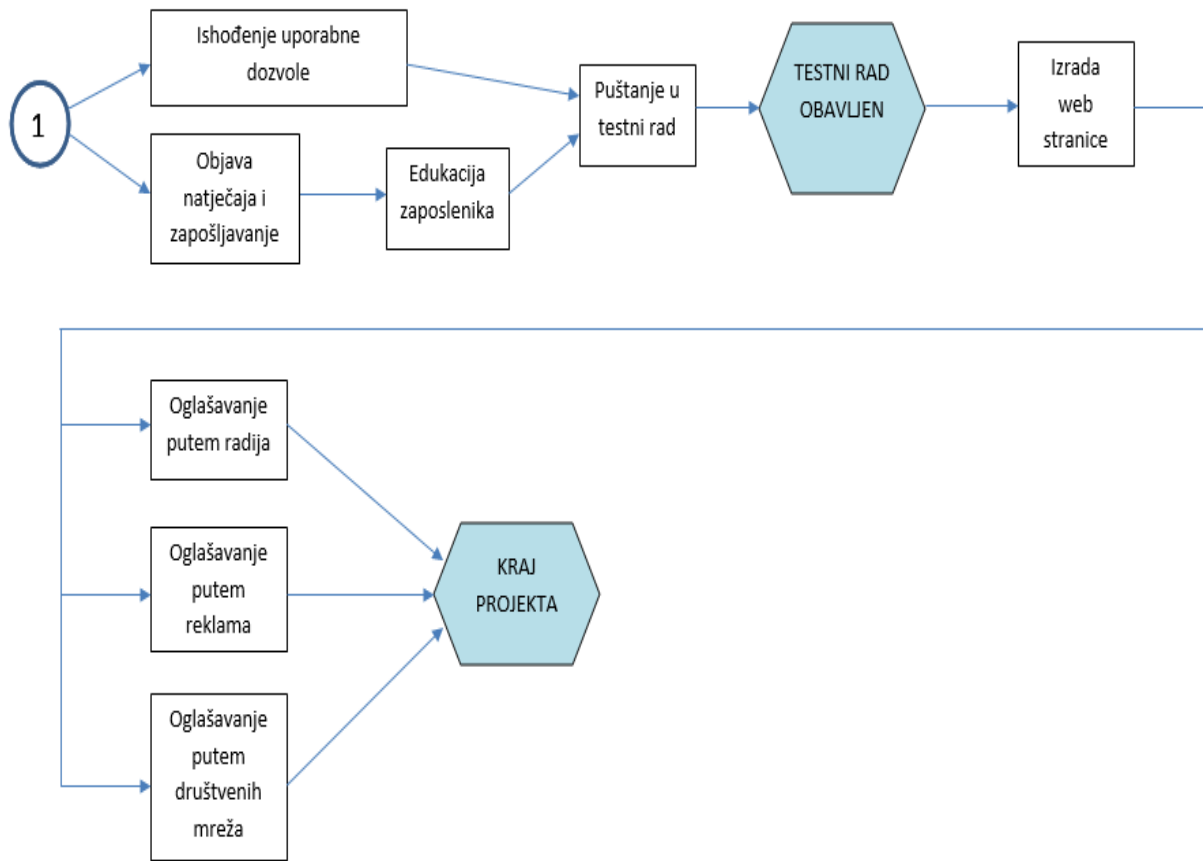


Slika 11 WBS dijagram

Izvor: izrada autora



Slika 12 Mrežni plan 1/2
Izvor: izrada autora

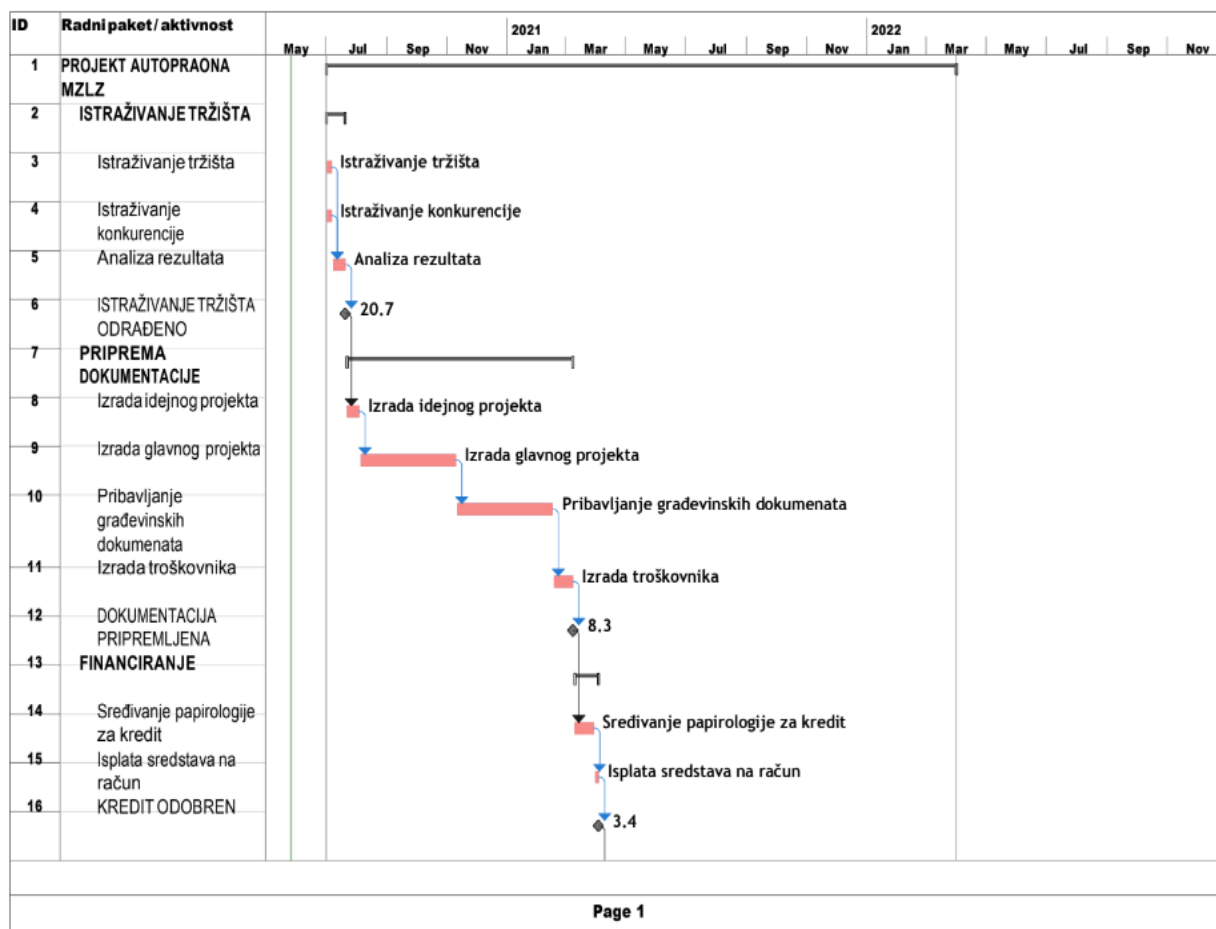


Slika 13 Mrežni plan 2/2

Izvor: izrada autora

6.2 PLAN PROJEKTA

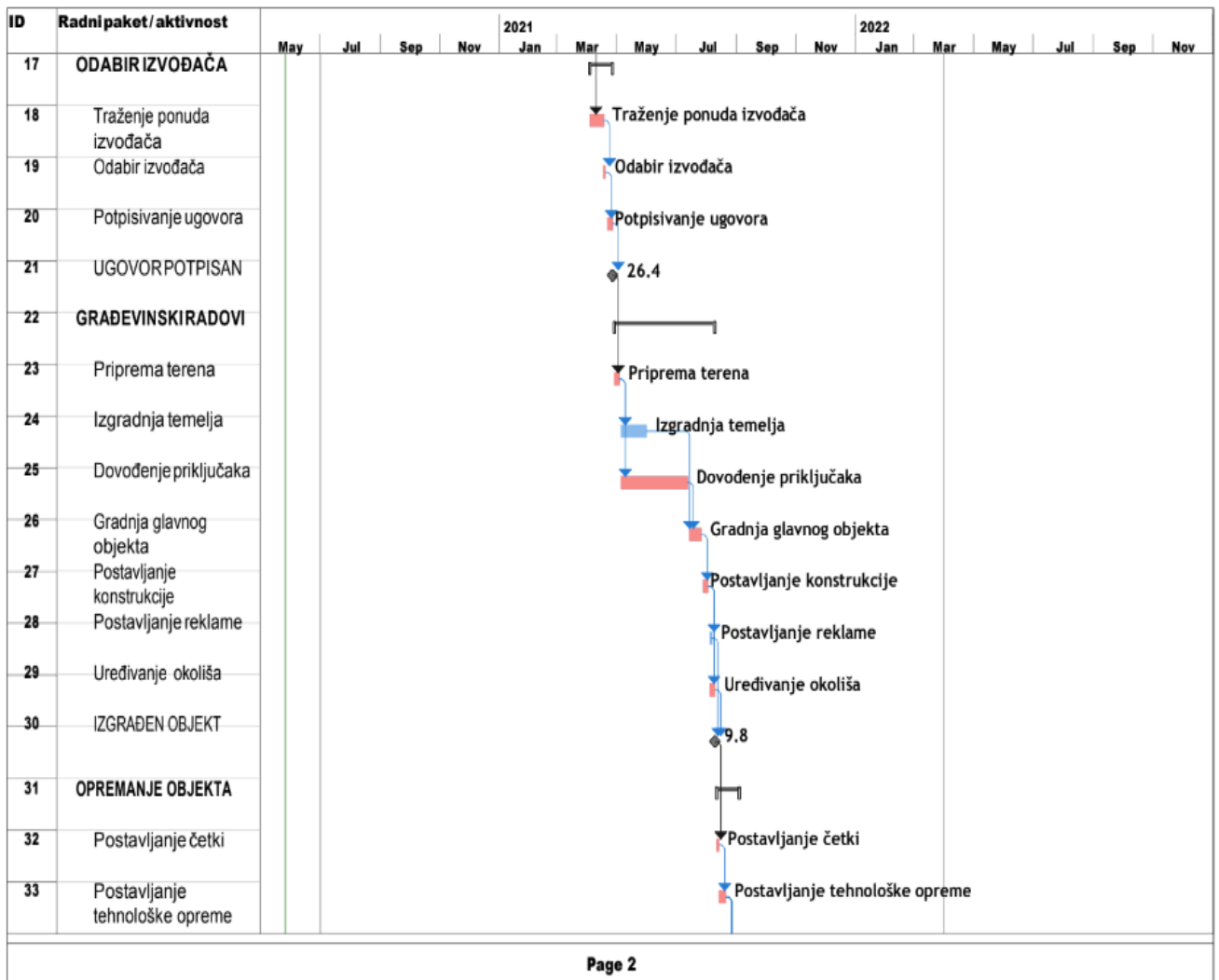
U Planu projekta važno je definiranje datuma početka projekta, definiranje radnog vremena projekta, definiranje aktivnosti projekta, definiranje resursa (materijala, radnih kapaciteta strojeva i ljudi), dodjeljivanje resursa aktivnostima i definiranje ovisnosti aktivnosti.¹⁷



Slika 14 MS Project 1/3

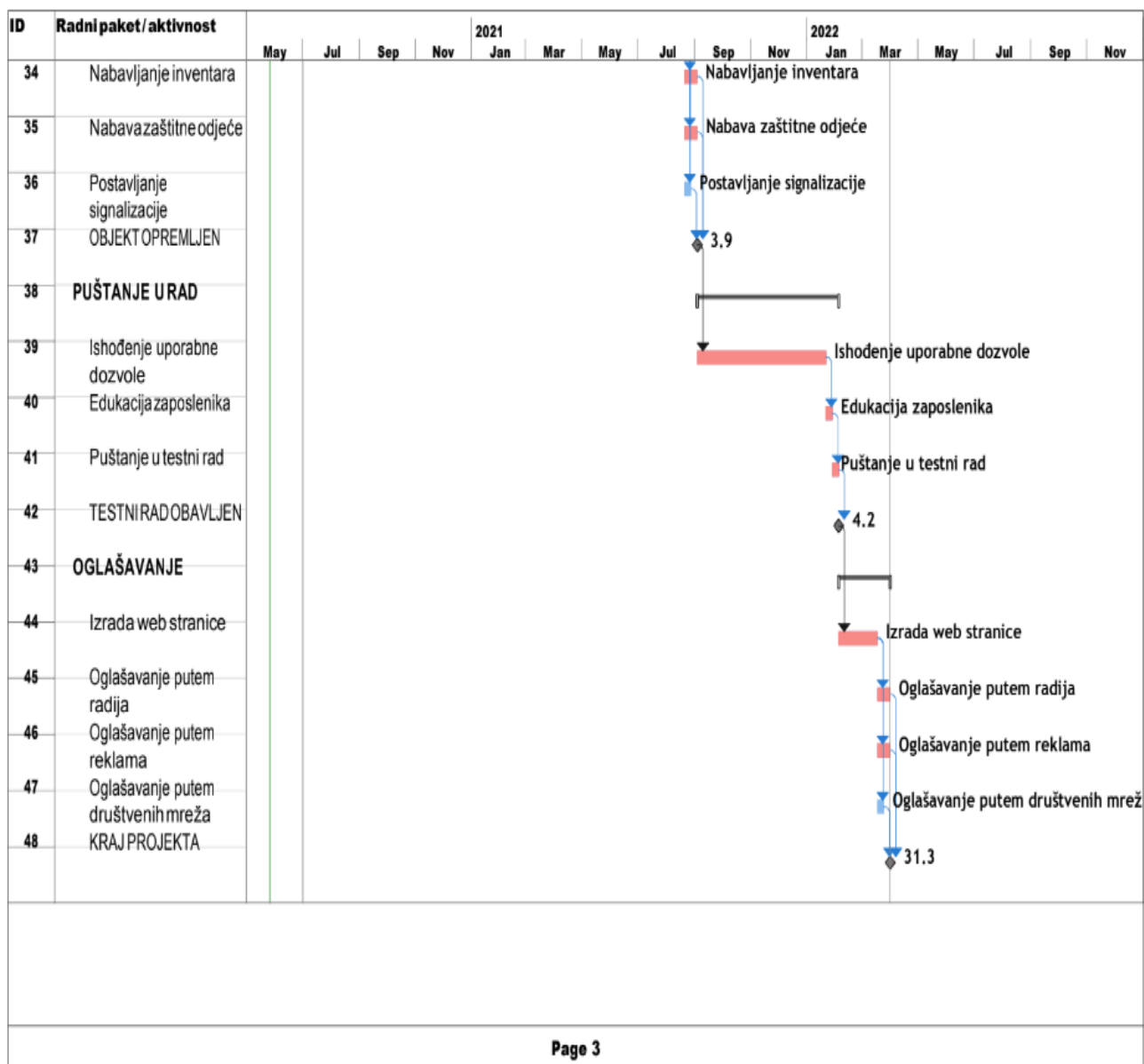
Izvor: izrada autora

¹⁷ MS Project 2012/2013 [https://bib.irb.hr/datoteka/636380.VSITE - MS Project 2013.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/636380.VSITE_-_MS_Project_2013.pdf) (pristupano 15.10.2019)



Slika 15 MS Project 2/3

Izvor: izrada autora



Slika 16 MS Project 3/3
Izvor: izrada autora

7. ANALIZA RIZIKA

7.1 ANALIZA RIZIKA PROJEKTA

Rizici odnosno određene smetnje u provođenju pojedinih aktivnosti projekta mogu imati značajan utjecaj na ostvarivanje ciljeva projekta. Upravo stoga, u planu projekta poduzimaju se posebne aktivnosti otklanjanja utjecaja rizika koje se unaprijed planiraju. Kako bi se izbjegle moguće smetnje, bitno je dobro pripremiti pokretački elaborat projekta i provesti povećanu kontrolu samog izvođenja. Posebno je bitno pravovremeno kontrolirati rokove izvođenja pojedinih aktivnosti, odnosno ciljeva kako bi se na vrijeme uočile određene smetnje i spriječilo potencijalno kašnjenje istih (Horvat, Perkov, Trojak: 2012).

U projektu "APRA" moguće je odmicanje od plana projekta zbog čega potencijalno može doći do određenih smetnji:

1. Neispunjavanje uvjeta za kredit
2. Dugotrajnost postupka pri ishodu građevinske dozvole
3. Promjena zakona o otpadnim vodama i utjecaja na okoliš
4. Loši vremenski uvjeti koji utječu na građevinske radove
5. Kašnjenje isporuke metalne konstrukcije od strane izvođača
6. Oštećenje metalne konstrukcije prilikom montaže
7. Kašnjenje s priključkom struje
8. Kašnjenje s priključkom na dovod/odvod vode
9. Kašnjenje isporuke potrošnog materijala
10. Pogrešna isporuka određene vrste naručenih četka za pranje
11. Nepoštivanje dogovorenog roka za gradnju autopraonice od strane izvođača
12. Nestanak vode
13. Nestanak struje

14. Nepredviđene poteškoće pri testiranju funkcionalnosti autopraonice (začepljenost bazena za prikupljanje otpadnih voda)
15. Nepripremljenost radne snage
16. Kašnjenje s izradom web stranice
17. Nefunkcioniranje web stranice
18. Nepostojanje termina za oglašavanje putem medija

Neki od navedenih rizika mogu se pojaviti tijekom izvršenja objektnih ciljeva dok se neki mogu pojaviti i u fazi eksploatacije projekta (nestanak električne struje, nestanak vode, začepljenost bazena za prikupljanje otpadnih voda, nefunkcioniranje web stranice...). Kako bi se djelomično utjecalo na smanjenje gore navedenih smetnji, unaprijed bi u ugovoru s vanjskim izvođačima radova trebalo navesti određene klauzule po kojima bi se pravno mogli osigurati i teretiti izvođača u slučaju kašnjenja radova predviđenih planom projekta. Vrlo je važno da se planom projekta, radi izbjegavanja mogućih problema, unaprijed predvide i moguća rješenja. Bitno je odrediti tko je zadužen za evidenciju odnosno praćenja rizika koji se mogu pojaviti te ujedno tko je zadužen za njihovo rješavanje, ako do istih dođe.

Ukoliko se u projektu pojave određeni rizici, te iste rizike će evidentirati projektni menadžer dok će za rješavanje problema biti zaduženi vanjski izvođači koji su bili uključeni u realizaciju projekta, odnosno uključene nadležne službe.

E- eksterni rizik

I – interni rizik

O - organizacijski rizik

F – financijski rizik

P – pravni rizik

Z – zdravstveni rizik

Rang važnosti rizika – R

1 – najmanja važnost

10 – najveća važnost

Vjerojatnost pojave rizika – V

1 – najmanja važnost

10 – najveća važnost

Utjecajni faktor rizika – UR

$$UR = R \times V$$

Najmanji faktor utjecaja - $1 \times 10 = 1$

Najveći faktor utjecaja – $10 \times 10 = 100$

LEGENDA (NIP)

0 – 30 = slab utjecaj na projekt (ignoriraj I)

30 – 70 = umjeren utjecaj na projekt (prema potrebi PP)

70 – 100 = neugodan utjecaj na projekt (odmah ugraditi u projekt PL)

Tabela 9 Registar rizika

| Oznaka rizika | Opis rizika | Razdoblje pojave rizika | Vrsta | Evidentiranje | R | V | UR |
|---------------|--|-------------------------|-------|---------------|---|---|----|
| R1 | Neispunjavanje uvjeta za kredit | izvedba | F | Vlasnik (PM) | 7 | 5 | 35 |
| R2 | Dugotrajnost postupka pri ishođenju građevinske dozvole | izvedba | P | Vlasnik (PM) | 7 | 8 | 56 |
| R3 | Promjena zakona o otpadnim vodama i utjecaja na okoliš | izvedba | P | Vlasnik (PM) | 6 | 5 | 30 |
| R4 | Loši vremenski uvjeti | izvedba | E | Vlasnik (PM) | 6 | 5 | 30 |
| R5 | Kašnjenje isporuke metalne konstrukcije od strane izvođača | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 7 | 5 | 35 |
| R6 | Oštećenje metalne konstrukcije prilikom montaže | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 5 | 2 | 10 |
| R7 | Kašnjenje s priključkom struje | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 5 | 6 | 30 |
| R8 | Kašnjenje s priključkom na dovod/odvod vode | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 5 | 6 | 30 |
| R9 | Kašnjenje isporuke potrošnog materijala | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 3 | 3 | 9 |
| R10 | Pogrešna isporuka posebne vrste četki za pranje | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 3 | 3 | 9 |
| R11 | Nepoštivanje dogovorenog roka izgradnje objekta od strane izvođača | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 8 | 9 | 72 |

| | | | | | | | |
|-----|--|-----------------------|---|--------------------------|---|---|----|
| R12 | Nestanak vode | Izvedba/eksploatacija | O | vlasnik/zaposleni | 5 | 8 | 40 |
| R13 | Nestanak struje | Izvedba/eksploatacija | O | vlasnik/zaposleni | 5 | 8 | 40 |
| R14 | Nepredviđene poteškoće u fazi testiranja objekta | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 5 | 6 | 30 |
| R15 | Nepripremljenost radne snage | Eksploatacija | O | Vlasnik (PM) / zaposleni | 8 | 8 | 64 |
| R16 | Kašnjenje s izradom web stranice | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 5 | 5 | 25 |
| R17 | Nefunkcioniranje web stranice | izvedba | O | Vlasnik (PM) | 3 | 5 | 15 |
| R18 | Nepostojanje termina za oglašavanje putem medija | Izvedba | O | Vlasnik (PM) | 7 | 5 | 35 |

Izvor: izrada autora

U navedenoj tablici vidljivo je da postoje nekoliko „umjerenih utjecaja na projekt“ dok neugodnih utjecaja uopće nema, što jasno pokazuje da kod ovog projekta nema neugodnih i nerješivih rizika koji bi mogli teško naštetiti projektu ili zbog kojih bi trebalo odustati od istog. Smatra se da niti jedan od gore navedenih rizika nije toliko značajan odnosno da se dobrom organizacijom i pravovremenim postupcima te dobrom suradnjom nadležnih tijela i Projektnog menadžera mogu značajno spriječiti potencijalni rizici.

Tabela 10 Mjere reagiranja na rizike

| Oznaka rizika | Posljedice | Preventivne aktivnosti ----- Mjera | Preventivne aktivnosti ----- NIP | Kurativne aktivnosti | Zadužen |
|---------------|---|---|--|---|--|
| R1 | Ako bi došlo do aktivacije tog rizika, tražila bi se druga banka koja bi odobrila kredit ili bi vlastitim sredstvima naručitelj projekta morao investirati cijeli projekt, što mu nije interes. | Prikupljanje podataka i materijala od više banaka kako bi se raspolagalo boljim i preciznijim informacijama koje su uvjet za podizanje kredita. | PP | Vlastiti izvori financiranja ili traženje kredita u drugoj banci. | Komercijalna banka ili MZLZ d.d. |
| R2 | Zbog nesređene dokumentacije ili eventualno pribavljanja još nekih od potrebnih dozvola za početak gradnje, trebat će duži vremenski period od predviđenog za izdavanje građevinske dozvole. | Dobro se unaprijed informirati u nadležnom odjelu za izdavanje potrebnih dozvola što je sve potrebno priložiti od dokumentacije nadležnom uredu kako bi se izbjeglo nepotrebno čekanje na iste. | PL | | Općina Velika Gorica, Ured za izdavanje građevinskih dozvola |
| P3 | Ukoliko dođe do određenih zakonskih promjena u tom segmentu, trebalo bi izmijeniti i prilagoditi projekt u području vezano uz zbrinjavanje otpadne vode i sredstava koja se koriste za pranje. | Odmah izgraditi bazen za skupljanje otpadne vode i koristiti sredstva za pranje koja su ekološki prihvatljiva i odobrena od strane EU i nacionalnih nadležnih tijela. | PP | | Ministarstvo zaštite okoliša i energetike |
| P4 | Kašnjenje s daljnjim radovima. | Praćenje vremenske prognoze. | PP | | Vlasnik (PM) |
| P5 | Kašnjenje s daljnjim radovima. | Zatražiti smanjenje računa. | PP | Naplatiti kašnjenje od dobavljača. | Dobavljač |
| P6 | Čekanje na popravak metalne konstrukcije koje uzrokuje daljnja kašnjenja radova. | Zatražiti smanjenje računa. | I | Naplatiti penale dobavljaču odnosno izvođaču radova. | Dobavljač/Izvođač radova |
| P7 | Kašnjenje s daljnjim radovima. | | PP | Pisati HEP-u požurnice. | HEP Velika Gorica |
| P8 | Kašnjenje s daljnjim radovima. | | PP | Pisati požurnice Vodovodu. | Vodovod Vodoprivreda d.o.o. Velika Gorica |

| | | | | | |
|-----|---|--|----|---|--|
| P9 | Zastoj u obavljanju operativnih aktivnosti. | Sklopljenim ugovorom o poslovnoj suradnji osigurati kod dobavljača ispunjenje obveza iz ugovora. | I | Zatražiti od dobavljača da unaprijed, za određeni propisani period, mora garantirati nabavku materijala prema našim zahtjevima. | Dobavljač potrošnog materijala |
| P10 | Kašnjenje s daljnjim radovima. | Zatražiti smanjenje računa. | PL | | Vanjski izvođač radova |
| P11 | Kašnjenje s daljnjim radovima, zastoj u procesu poslovanja. | | PP | Naplatiti penale izvođaču radova. | HEP Velika Gorica |
| P12 | Kašnjenje s daljnjim radovima, zastoj u procesu poslovanja. | | PP | | Vodovod Vodoprivreda d.o.o. Velika Gorica |
| P13 | Privremena odgoda s otvaranjem objekta te puštanja u rad. | Držati se strogo propisanih procedura izvođenja radova i ne odstupati od idejnog rješenja. | PP | PM treba vršiti stalni nadzor nad izvođačem radova kako ne bi došlo do odstupanja od propisanog rješenja. | Projektni menadžer (PM) |
| P15 | Kašnjenje u procesu rada, pad prihoda, pad razine kvalitete, narušavanje međuljudskih odnosa. | Upoznati zaposlene sa novim sustavom rada, osigurati kratki tečaj obuke, osigurati adekvatne uvjete rada i zaštitnu odjeću za zaposlene. | PL | Praćenje obavljanja dnevnih aktivnosti u smislu dnevnih izvještaja od strane nadređenog, informiranje nadređenog pisanim putem o eventualnim problemima vezano uz komunikaciju zaposlenih, nemogućnosti kvalitetnog izvršenja drugih obveza | Šef smjene |
| P16 | Nemogućnost oglašavanja. | | I | Upozoriti da će cijena usluge biti umanjena. | Global dizajn d.o.o. |
| P17 | Kašnjenje u pružanju informacija online i oglašavanju. | Pravovremeno upoznavanje tržišta s novom uslugom. | I | Angažirati internu IT službu kao dodatnu potporu praćenja navedene usluge. | MZLZ IT služba |
| P18 | Kašnjenje upoznavanja tržišta s novom uslugom pružanja pranja vozila na području zračne luke. | Pravovremeno oglašavanje i zakup termina emitiranja. | PP | Odabir drugih medijskih kuća. | Otvoreni radio, Narodni radio, HRT, RTL, Nova itd. |

Izvor: izrada autora

8. EKONOMIKA PROJEKTA

Ekonomika projekta predstavlja odnos troškova razvoja projekta, stvaranje i uporabe predmeta projekta u odnosu na koristi koje projekt donosi (Vukičević i Odošaić, 2012).

U ekonomici projekta prikazana su sva financijska sredstva koja su potrebna za pravilno izvođenje projekta sa postojećim troškovima. Ekonomika projekta „APRA“ prikazuje financijske pokazatelje za razdoblje od 5 godina. Za financiranje cjelokupnog projekta potrebno je osigurati adekvatne i sigurne izvore financiranja. Projekt "APRA" će biti financiran u udjelu od 60% od vlastitih financijskih izvora, a 40% od tuđih izvora, odnosno od kredita banke. S ulaganjem od ukupno 883.194,00 kn koje je predviđeno za realizaciju projekta, iznos od 353.277,60 kn bi bio osiguran od banke.

Izračuni ekonomskih i financijskih pokazatelja projekta su povoljni a neto primici pokazuju trend rasta iz godine u godinu. Vrijeme povrata ukupnog iznosa ulaganja po originalnim novčanim tokovima ostvaruje se nakon 3 godine 7 mjeseci i 8 dana dok vrijeme povrata po diskontiranim novčanim tokovima ostvaruje se nakon 3 godine 10 mjeseci i 28 dana.

U nastavku slijede tablice razrade ekonomike projekta.

8.1 ULAGANJE U PROJEKT I IZVORI FINANCIRANJA

Tabela 11 Izvori financiranja projekta

| Redni br. | Vrsta izvora financiranja | Iznos | Struktura u % |
|------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------|
| 1. | Vlastita sredstva | 529.916,40 kn | 60% |
| 2. | Kredit | 353.277,60 kn | 40% |
| | UKUPNO | 883.194,00 kn | 100% |

Izvor: izrada autora

8.2 ULAZNI PODACI

Tabela 12 Ulazni podatci

| Ulazni podatci | | | | | |
|-------------------|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Ulaganje | 883.194,00 kn | | | | |
| Objekt | 438.194,00 kn | | | | |
| Oprema | 350.000,00 kn | | | | |
| Obrtna sredstva | 95.000,00 kn | | | | |
| Prihodi | | | | | |
| | 2022. | 2023. | 2024. | 2025. | 2026. |
| Prihodi od usluga | 990.000,00 kn | 1.170.000,00 kn | 1.260.000,00 kn | 1.305.000,00 kn | 1.350.000,00 kn |
| Troškovi | | | | | |
| Bruto plaće | 585.000,00 kn | 780.000,00 kn | 780.000,00 kn | 780.000,00 kn | 780.000,00 kn |

Izvor: izrada autora

8.3 RAČUN DOBITI I GUBITKA

Tabela 13 Račun dobiti i gubitka

| Račun dobiti i gubitka | | | | | |
|---------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | Godina | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Ukupan prihod | 990.000,00 kn | 1.170.000,00 kn | 1.260.000,00 kn | 1.305.000,00 kn | 1.350.000,00 kn |
| 2. Rashodi | 754.355,73 kn | 954.355,73 kn | 954.355,73 kn | 954.355,73 kn | 954.355,73 kn |
| Bruto plaće | 585.000,00 kn | 780.000,00 kn | 780.000,00 kn | 780.000,00 kn | 780.000,00 kn |
| Amortizacija | 30.000,00 kn | 30.000,00 kn | 30.000,00 kn | 30.000,00 kn | 30.000,00 kn |
| Anuitet kredita | 79.355,73 kn | 79.355,73 kn | 79.355,73 kn | 79.355,73 kn | 79.355,73 kn |
| Trošak struja, voda, plin | 45.000,00 kn | 60.000,00 kn | 60.000,00 kn | 60.000,00 kn | 60.000,00 kn |
| Ostali troškovi | 15.000,00 kn | 5.000,00 kn | 5.000,00 kn | 5.000,00 kn | 5.000,00 kn |
| 3. Bruto dobit | 235.644,27 kn | 215.644,27 kn | 305.644,27 kn | 350.644,27 kn | 395.644,27 kn |
| 4. Porez na dobit | 47.128,85 kn | 43.128,85 kn | 61.128,85 kn | 70.128,85 kn | 79.128,85 kn |
| 5. Neto dobit | 188.515,42 kn | 172.515,42 kn | 244.515,42 kn | 280.515,42 kn | 316.515,42 kn |

Izvor: izrada autora

8.4 AMORTIZACIJA

Tabela 14 Amortizacija

| Amortizacija | | | | | | | | |
|--------------|--------------------|----------------|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|
| Stavka | Nabavna vrijednost | Godišnja stopa | Godišnji iznos amortizacije | | | | | Ostatak vrijednosti |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Objekt | 438.194,00 kn | 5% | 21.909,70 kn | 21.909,70 kn | 21.909,70 kn | 21.909,70 kn | 21.909,70 kn | 328.645,50 kn |
| Oprema | 350.000,00 kn | 20% | 70.000,00 kn | 70.000,00 kn | 70.000,00 kn | 70.000,00 kn | 70.000,00 kn | 0 kn |
| | 788.194,00 kn | | 91.909,70 kn | 91.909,70 kn | 91.909,70 kn | 91.909,70 kn | 91.909,70 kn | 328.645,50 kn |

Izvor: izrada autora

Dugotrajna materijalna imovina obuhvaća sredstva koja poduzeće koristi pri proizvodnji i isporuci proizvoda ili usluga, a čiji je procijenjeni vijek duži od godine dana.

Amortizacije dugotrajne materijalne imovine obračunava se primjenom linearne metode u procijenjenom vijeku upotrebe svakog pojedinog sredstva primjenom sljedećih stopa:

- Oprema, mehanizacija (5 godina), 20%
- Objekti (20 godina), 5%

8.5 PLAN OTPLATE KREDITA

Tabela 15 Plan otplate kredita

| Plan otplate kredita | | | | |
|-----------------------------|----------------|-----------------------|---------------|---------------------|
| GODINE | ANUITET | OTPLATNA KVOTA | KAMATE | OSTATAK DUGA |
| 0 | | | | 353.277,60 kn |
| 1 | 79.355,73 kn | 65.224,63 kn | 14.131,10 kn | 288.052,97 kn |
| 2 | 79.355,73 kn | 67.833,61 kn | 11.522,12 kn | 220.219,36 kn |
| 3 | 79.355,73 kn | 70.546,96 kn | 8.808,77 kn | 149.672,40 kn |
| 4 | 79.355,73 kn | 73.368,83 kn | 5.986,90 kn | 76.303,57 kn |
| 5 | 79.355,73 kn | 76.303,57 kn | 3.052,14 kn | 0 kn |
| Ukupno | 396.778,65 kn | 353.277,60 kn | 43.501,05 kn | |

Izvor: izrada autora

8.6 EKONOMSKI TIJEK

Tabela 16 Ekonomski tijek

| Ekonomski tijek | | | | | | |
|-------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | Godina | | | | | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Primici | 0,00 kn | 990.000,00 kn | 1.170.000,00 kn | 1.260.000,00 kn | 1.305.000,00 kn | 1.350.000,00 kn |
| Ukupan prihod | | 990.000,00 kn | 1.170.000,00 kn | 1.260.000,00 kn | 1.305.000,00 kn | 1.350.000,00 kn |
| 2. Izdaci | 883.194,00 kn | 771.484,58 kn | 967.484,58 kn | 985.484,58 kn | 994.484,58 kn | 1.003.484,58 kn |
| Visina ulaganja | 883.194,00 kn | | | | | |
| Anuitet otplate kredita | | 79.355,73 kn | 79.355,73 kn | 79.355,73 kn | 79.355,73 kn | 79.355,73 kn |
| Bruto plaće | | 585.000,00 kn | 780.000,00 kn | 780.000,00 kn | 780.000,00 kn | 780.000,00 kn |
| Struja, voda, plin, ostali troškovi | | 60.000,00 kn | 65.000,00 kn | 65.000,00 kn | 65.000,00 kn | 65.000,00 kn |
| Porez na dobit | | 47.128,85 kn | 43.128,85 kn | 61.128,85 kn | 70.128,85 kn | 79.128,85 kn |
| 3. Neto primici | - 883.194,00 kn | 218.515,42 kn | 202.515,42 kn | 274.515,42 kn | 310.515,42 kn | 346.515,42 kn |

Izvor: izrada autora

8.7 POKAZATELJI ISPLATIVOSTI ULAGANJA

Tabela 17 Pokazatelji isplativosti ulaganja

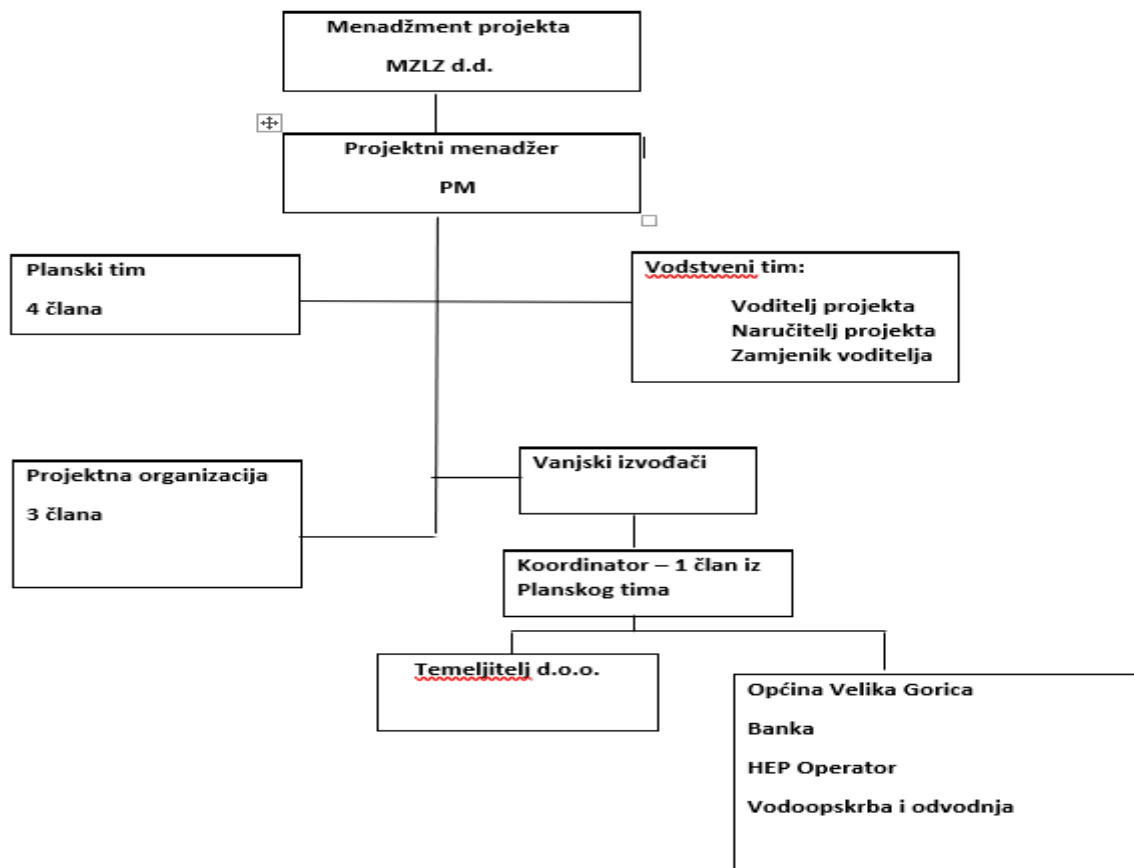
| Pokazatelji isplativosti ulaganja | | | | | | |
|---|---|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|
| | Godina | | | | | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Vrijeme povrata (po originalnim novčanim tokovima) | 4. godina (3 godine, 7 mjeseci, 8 dana) | | | | | |
| Kumulativ neto primitaka | - 883.194,00 kn | - 664.678,58 kn | - 462.163,16 kn | - 187.647,74 kn | 122.867,68 kn | 469.383,10 kn |
| Prosječno godišnje ulaganje | 176.638,80 kn | | | | | |
| Kamatna stopa | 4 % | | | | | |
| Neto sadašnja vrijednost (ekonomski vijek 5 godina) | 308.437,38 kn , NSV > 0, projekt je isplativ | | | | | |
| Vrijeme povrata (po diskontiranim novčanim tokovima) | 4. godina (3 godine, 10 mjeseci, 28 dana) | | | | | |
| Kumulativ neto primitaka | - 883.194,00 kn | - 673.083,02 kn | - 485.846,13 kn | - 241.802,92 kn | 23.626,96 kn | 308.437,38 kn |

Izvor: izrada autora

9. PROJEKTNA ORGANIZACIJA

Projektna organizacija je pojam pod kojim se podrazumijeva organizacijska struktura za vođenje i izvođenje projekta u okviru postojeće organizacijske tvrtke ili nekog sustava. Projektna organizacija je uključena u cjelokupnu organizacijsku strukturu kako bi se osigurali svi resursi (ljudi, materijala, opreme, financijska sredstva, vrijeme). Projektna organizacija je privremena, što znači da ima vremenski ograničeno djelovanje i oblikovana je za konkretnu namjenu koja se želi postići. Prema potrebi može, ovisno o fazi projekta, mijenjati strukturu, kadrove i opremu. Projektna organizacija može biti samo projektna ili samo funkcijska (bez projektne), a između ta dva oblika postoje različiti projektno-funkcijski oblici matrične organizacije (Hauc, 2007:265).

U nastavku slijedi grafički prikaz projektne organizacije za projekt „APRA“:



Slika 17 Projektna organizacija

Izvor: izrada autora

Za projekt izgradnje autopraonice u Međunarodnoj zračnoj luci Zagreb koristi se projektna organizacijska struktura koje karakterizira niži stupanj složenosti i formalizacije. Ovdje projektni menadžer ima glavnu ulogu jer raspoređuje projektne resurse. Razvija timsku organizacijsku kulturu koja potiče timski rad i inovativno stvaranje, prihvaća ideje tima i uvažava vjerovanja.

Problemi se rješavaju komunikacijom i razmjenom informacija svih članova tima. Planski tim obavlja poslove na razini poduzeća tj. poslove unutar tvrtke, te za njegovo izvođenje osigurava potrebne resurse koji se odnose i na vanjske izvođače projekta. Posljednji sudionici u ovom projektu nalaze se vanjski izvođači koji u suradnji sa projektnim menadžerom obavljaju poslove izgradnje objekta te su direktno odgovorni projektnom menadžeru.

10. PLAN KONTROLE IZVOĐENJA

U svrhu kvalitetne i pravodobne realizacije projekta nužno je organizirati i provoditi kontrolu izvođenja projekta, a to se postiže planom kontrole izvođenja projekta. Plan izrađuje projektni menadžment zajedno s voditeljem projekta. Ovi izvještaji su sastavni dio projektne dokumentacije, a sadržavaju podatke o terminima i rokovima provedenih aktivnosti. Iznimno je važno kontinuirano provoditi ovu aktivnost kako bi se mogli prevenirati određeni show stoperi u vezi s realizacijom projekta (Horvat, Perkov, Trojak, 2012). Plan kontrole izvođenja prikan je u tabeli 18.

Tabela 18 Plan kontrole izvođenja

| KONTROLA | | DATUM | | Predviđeno prisutni na kontrolnom sastanku |
|----------|---|-------------------------------|------------------------------|---|
| R.br. | Namjena kontrole | Predaja kontrolnih izvještaja | Datum kontrole | |
| 1. | Istraživanje tržišta | 9. 7. 2020. | 15. 7. 2020. | Projektni menadžer, planski tim, vodstveni tim, vanjski izvođač |
| 2. | Analiza i kontrola projektne dokumentacije | 9. 11. 2020. | 16. 11. 2020. | Projektni menadžer, planski, projektna administracija |
| 3. | Pravovremeno ishođenje potrebne dokumentacije | 01. 2. 2021. 18. 2. 2021. | 10. 2. 2021. 1. 3. 2021. | Projektni menadžer, planski tim |
| 4. | Priprema dokumentacije i realizacija financiranja | 15. 3. 2021. | 1. 4. 2021. | Projektni menadžer, planski tim, financijski specijalist |
| 5. | Ishođenje dozvole za priključak električne energije i pripremni terenski radovi | 28. 6. 2019. | 12. 7. 2019. | Projektni menadžer, planski tim, vodstveni tim |
| 6. | Ishođenje dozvole za priključak dovoda/odvoda | 28. 6. 2021. | 12. 7. 2021. | Projektni menadžer, planski tim, vodstveni tim |
| 7. | Isporuka i postavljanje opreme i inventara | 5. 8. 2021. | 12. 8. 2021. 19. 8. 2021. | Projektni menadžer, vodstveni tim, vanjski izvođač |
| 8. | Priprema i provođenje edukacije zaposlenika | 19. 8. 2021. | 2. 9. 2021. | Projektni menadžer, vodstveni tim, vanjski izvođač |
| 9. | Kontrola izrade web stranice | 17. 2. 2022. | 2. 3. 2022. | Projektni menadžer, vodstveni tim, vanjski izvođač |
| 10. | Zatvaranje projekta – završni izvještaj | 23. 3. 2022. | 31. 3. 2022. | Projektni menadžer, vodstveni tim |

Izvor: izrada autora

U komunikaciji s izvođačima dogovorit će se rokovi u kojima će oni pripremati i isporučivati kontrolne izvještaja u formi kako bi ih projektni menadžment mogao analizirati. Kako bi se proces kontrole izvođenja mogao svrhovito ispunjavati u odnosu na zakonodavni okvir, svi uključeni se moraju pridržavati specifičnosti kojima su regulirana njihova poslovanja.

Ovakav način rada osigurati će sljedeće:

- Početak planiranih radova u određenim rokovima kako se ne bi kasnilo s njihovim početkom
- Davanje razumljivih zaduženja odgovornim osobama što će se dokumentirati, a ishod će biti osiguravanje kvalitetnog izvođenja
- Jednoznačno definiranje i dokumentiranje svih aktivnosti unutar procesa
- Propisivanje načina odobravanja zahtjeva u vezi s mogućim izmjenama te odrediti odgovorne osobe za njihovo odobravanje
- Definirati proceduru uklanjanja nesukladnosti izvedbe
- Kvalitetne resurse koji posjeduju vještine i kompetencije za realizaciju projektnih izazova

11. ZAKLJUČAK

Investicijsko ulaganje u izgradnju autopraonice u Međunarodnoj zračnoj luci Zagreb rezultat je prepoznatih potreba različitih *stakeholdera* koje će biti zadovoljene od mikro do makro okruženja. Temeljem prikupljenih rezultata vidljivo je kako je u pitanju profitabilan investicijski projekt sa snažnom perspektivom daljnjeg razvoja. Prema provedenim financijskim predviđanjima, povrat uložениh sredstava u autopraonicu ostvarit će se u 4. godini eksploatacije projekta, odnosno nakon 3 godine, 10 mjeseci i 28 dana.

U mikro okruženju, usluge pranja vozila koristili bi svi korisnici koji dolaze osobnim automobilima na zračnu luku po svoje prijatelje i rodbinu krateći svoje vrijeme u autopraonici, Taxi-prijevoznici, koji će pružiti svojim korisnicima vrhunsku uslugu i *Rent-a-car* agencije na način da im vozila uvijek budu vrhunski čista i uredna, budući da se autopraonica nalazi na atraktivnoj lokaciji te bi tako ostvarili i financijsku uštedu, jer ne bi morali koristiti usluge drugih autopraonica koje su lokacijski udaljenije od zračne luke.

U makro okruženju, neovisno o svrsi putovanja u/iz zračne luke, izgradnjom projekta, potencijalnim korisnicima pružila bi se vrlo kvalitetna usluga koja bi im omogućila da se nakon putovanja ili kraćeg boravka u zračnoj luci bezbrižno odvedu svojim kućama u čistom i mirisnom automobilu. Nadalje, otvorila bi se nova radna mjesta, te bi zapošljavanje doprinijelo punjenju državnog, županijskog i gradskoj proračuna.

Financijske analize pokazuju kako investicijski projekt pripada nisko rizičnom ulaganju te je temeljen na pozitivnim financijskim pokazateljima. Investicija jamči povrat uložениh sredstava te je kao takva opravdana, financijski i ekonomski.

Krucijalna prednost ovog projekta je nepostojanje jače tržišne konkurencije u segmentu usluga auto pranja vozila zbog ekskluzivne lokacije na kojoj će se graditi autopraonica APRA što će omogućiti MZLZ-u da postane apsolutni lider na tržištu. Budući da su svi analizirani potencijalni rezultati pozitivni na ovoj razini projekta zaključuje se kako postoje sve ključne pretpostavke za realizaciju samog projekta te se investicija može ocijeniti prihvatljivom.

Kontinuiranim praćenjem tržišnih trendova te anketiranjem zadovoljstva potrošača, usluga će se prilagođavati potrebama korisnika što će doprinijeti rastu prihoda i širenju tržišnog potencijala, budući da će se personalizirati mogućnost ponude dodatnih usluga postojećim

potrošačima istodobno pružajući vrhunsko iskustvo korisnicima čime bi se osigurala njihova dugoročna lojalnost.

Sva daljnja analiza, a koja se svodi na tržišne mogućnosti, financijske elemente investicije i financijsko- tržišne ocjene projekta su pozitivne te se zaključuje da je predmetni investicijski elaborat isplativ za ulaganje i realizaciju.

Za uspješnost projekta nužno je realizirati objektne ciljeve a ciljevi su sljedeći: odraditi istraživanje tržišta, pripremiti dokumentaciju, osigurati odobrenje kredita, potpisati ugovor, osigurati izgrađen i opremljen objekt, testirati rad i oglasiti se u različitim medijima.

Ključni namjenski ciljevi su autopraonicom kao dodatnom komercijalnom uslugom povećati tržišni udio za 10% na postojećem tržištu sljedeće 3 godine, kvalitetnu uslugu pranja vozila osigurati za 150.000 korisnika godišnje, osigurati 15% rast ukupnih prihoda godišnje, zadržati „zeleni“ aerodrom u sljedećih 5 godina, postupno uvođenje novih, dodatnih usluga u svrhu unapređenja primarne usluge koju nudi projekt u sljedećih 3 godine.

U svrhu prijedloga budućeg unapređenja usluga i sadržaja može se izdvojiti usmjerenost ka digitalizaciji (mobilne aplikacije na svim operativnim sustavima) u cilju rezervacija termina dolaska u autopraonicu.

12. POPIS LITERATURE

12.1 KNJIGE I ČLANCI

1. Buble M. (2010) *Projektni menadžment*, Minerva, Dugopolje
2. Hauc A. (2007) *Projektni menadžment i projektno poslovanje*, M.E.P. Consult, Zagreb i Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti Baltazar Adam Krčelić, Zaprešić
3. Drljača, M. (2016) *Suvremeni promet*, Vol.36, Hrvatsko znanstveno društvo za promet/ Airport city kao razvojni koncept str.311-315
4. Jurina M. (2011) *Organizacija i menadžment*, Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti Baltazar Adam Krčelić
5. Vukičević, M. i Odošević, S. (2012) *Ekonomika projekta*, Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje Baltazar Adam Krčelić
6. Vukičević, M i Odošević, S. (2011) *Osnove financija*, Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje Baltazar Adam Krčelić
7. Horvat Đ, Perković D i Trojak N (2012) *Strategijsko upravljanje i konkurentnost u novoj ekonomiji*, Edukator d.o.o., Zagreb
8. Horine G. (2009) *Vodič za upravljanje projektima*, Dva i Dva d.o.o., Zagreb
9. Cova B, Ghauri P i Salle P, (2011), *Projektni marketing*, Algoritam, Zagreb
10. Eiglier P i Langeard E (1999) *Marketing usluga*, Vitagraf d.o.o., Rijeka
11. Bossidy L i Charan R. (2016) *Realizacija - umijeće uspješne provedbe poslova i projekta* V.B.Z., Zagreb
12. Gutić D. i Paliaga M. (2017) *Strateški menadžment*, Studio HS Internet d.o.o., Osijek
13. Weihrich H. i Koontz H. (1998) *Menadžment*, Hrvatska tiskara d.d., Zagreb

12.2 INTERNETSKI IZVORI

1. HRN EN ISO 14000 - Upravljanje okolišem
URL: <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=53> (pristupano 18.09.2019.)
2. Ugovor o koncesiji za izgradnju i upravljanje Zračnom lukom Zagreb između RH i MZLZ d.d., URL:
https://www.hrt.hr/fileadmin/video/Ugovor_o_koncesiji_za_izgradnju_i_upravljanje_Zracnom_lukom_Zagreb_između_Republike_Hrvatske_i_Medunarodne_zracne_luke_Zagreb_d.d._9-12_13.pdf (pristupano 23.09.2019.)
3. Katastar u pokretu, Državna geodetska uprava URL: <https://www.katastar.hr/#/> (pristupano 19.09.2019.)
4. Autopraonice s montažnim četkama URL:
https://www.google.com/search?q=autopraonice+zagreb&sxsrf=ACYBGNT-3uERe8HSCctQWtpb0bAwQF8pJQ:1568900242789&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj-6LtgN3kAhXDoFwKHZrlBaYQ_AUIEigC&biw=1440&bih=755#imgrc=O49aGF6HuESGVM (pristupano 19.09.2019)
5. Web stranica Međunarodna zračna luka Zagreb, Statistika za 2019. URL:
<http://www.zagreb-airport.hr/poslovni/b2b-223/statistika/statistika-za-2019-godinu/506> (pristupano 02.12.2019.)
6. San Francisco International Airport web stranica, URL: <http://www.msn.com/en-xl/?pc=UE12&ocid=UE12DHP&AR=4> (pristupano 19.9.2019.)
7. Priopćenje Državni zavod za statistiku RH registrirana cestovna vozila i cestovne prometne nesreće u 2018, URL: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/05-01-04_01_2019.htm (pristupano 19.09.2019.)
8. HERC autopraonica, Cjenik usluga, URL: <http://www.herc.hr/automatska-autopraonica/cjenik-usluga/> (pristupano 25.09.2019.)
9. SJAJ autopraonica, Cjenik usluga, URL: <https://www.facebook.com/autopraonasjai> (pristupano 25.09.2019.)

10. TUTAČ autopraonica, Cjenik usluga, URL: <https://autopraonica.hr/tutac-vg/> (pristupano 25.09.2019.)
11. Samoposlužna autopraonica Ehrle-Velika Mlaka, URL: <https://toplocalplaces.com/croatia/velika-gorica/car-wash/samoposlužna-autopraonica-ehrle-v-mlaka/326781370752579> (pristupano 25.09.2019.)
12. Samoposlužna autopraonica EGERIA – Velika Gorica URL: https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNTbu8HYz4A3iTmkipPFy-f9PLaqHQ%3A1569438152427&ei=yLmLXYbSGabqrgTwrIyQCQ&q=+EGERIA+samoposlu%C5%BEne+autopraonice+koriste&oq=+EGERIA+samoposlu%C5%BEne+autopraonice+koriste&gs_l=psy-ab.12...13764.13764..15377...0.1..0.171.171.0j1.....0....1..gws-wiz.....0i71.oigJZNOvfbg&ved=0ahUKEwiG1snc1OzkAhUmtYsKHXAWA5IQ4dUDCA (pristupano 25.09.2019.)
13. Broj stanovnika- Turistička zajednica zagrebačke županije URL: <http://www.tzzz.hr/tz/o-nama/broj-stanovnika/> (pristupano 25.09.2019.)
14. ACA-Certificate-Europe_2017-2018_REDUCTION ZAGREB URL: http://www.zagreb-airport.hr/UserDocsImages/dokumenti/ACA-Certificate-Europe_2017-2018_REDUCTION%20ZAGREB.pdf (pristupano 25.09.2019.)
15. Politika integriranog sustava upravljanja u 2018 i Opredijeljenost MZLZ Uprave URL: <http://www.zagreb-airport.hr/UserDocsImages/dokumenti/Politika%20integriranog%20sustava%20upravljanja%20u%202018%20i%20Opredijeljenost%20MZLZ%20Uprave.pdf> (pristupano 25.09.2019.)
16. Poslovni.hr/Dobra i cjelovita priprema projekta / Uvjet za uspješnu izvedbu projekta URL: http://www.poslovni.hr/media/article_upload/files/5b/5bb45bd5458480be63bdbe764a58f312.pdf (pristupano 28.09.2019.)
17. PMI Institut za upravljanje projektima vodeća je svjetska udruga za one koji vođenje projekta, programa ili portfelja smatraju svojom profesijom URL: <https://www.pmi.org/> (pristupano 02.10.2019.)
18. MS Project 2012/2013 URL: https://bib.irb.hr/datoteka/636380.VSITE_-_MS_Project_2013.pdf (pristupano 15.10.2019)

19. Rašić Jelavić, S., i Brkić, I. (2016). PEST/LE analiza opće okoline cementne ind.u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u ZG, 14(1), str.65-86. URL: <https://hrcak.srce.hr/162010> (pristupano 02.12.2019)
20. Čude, V. (2011) Seminarski rad/ Komunikacijski plan - srž strateških komunikacija, URL: <https://dokumen.tips/documents/komunikacijski-plan-srz-strateskih-komunikacijadoc.html> (pristupano 04.12.2019).
21. Drljača, M. (2016), Suvremeni promet, Vol.36, Hrvatsko znanstveno društvo za promet/*Airport city kao razvojni koncept*, URL: https://bib.irb.hr/datoteka/839334.Airport_City_kao_razvojni_koncept.pdf (pristupano 02.12.2019.)
22. VG danas (2019), Airport city: Razvojni projekt koji će oživjeti prostor oko Zračne luke, URL: <https://www.vgdanas.hr/grad/airport-city-razvojni-projekt-koji-ce-ozivjeti-prostor-oko-zracne-luke/>(pristupano 18.09.2019)

13. POPIS SLIKA I TABLICA

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1 Google Katastar u pokretu, Državna geodetska uprava | 12 |
| Slika 2 Primjer autopraonice s montažnim četkama | 14 |
| Slika 3 Statistika 2019. Međunarodna zračna luka Zagreb | 19 |
| Slika 4 Grafički prikaz broja putnika u MZLZ | 20 |
| Slika 5 San Francisco International Airport..... | 21 |
| Slika 6 Registrirana cestovna vozila od 2014-2018 | 22 |
| Slika 7 Analiza preferencija – putnici i zaposlenici zračne luke..... | 23 |
| Slika 8 Analiza preferencija - taxi službe i rent a car..... | 23 |
| Slika 9 Analiza preferencija - autoprijevoznici i turističke agencije..... | 24 |
| Slika 10 Analiza preferencija - dobavljači i zakupci..... | 24 |
| Slika 11 WBS dijagram..... | 50 |
| Slika 12 Mrežni plan 1/2 | 51 |
| Slika 13 Mrežni plan 2/2 | 52 |
| Slika 14 MS Project 1/3 | 53 |
| Slika 15 MS Project 2/3 | 54 |
| Slika 16 MS Project 3/3 | 55 |
| Slika 17 Projektna organizacija..... | 70 |

POPIS TABLICA

| | |
|--|----|
| Tabela 1 Razrada troškova građevinskih radova..... | 15 |
| Tabela 2 Herc autopraonica / Cjenik usluga | 26 |
| Tabela 3 Sjaj autopraonica /Cjenik usluga | 27 |
| Tabela 4 Tutač autopraonica /Cjenik usluga | 28 |
| Tabela 5 PESTLE analiza..... | 35 |
| Tabela 6 SWOT analiza | 37 |
| Tabela 7 STAKEHOLDER analiza..... | 39 |
| Tabela 8 Komunikacijski plan..... | 40 |
| Tabela 9 Registar rizika..... | 59 |
| Tabela 10 Mjere reagiranja na rizike..... | 61 |
| Tabela 11 Izvori financiranja projekta | 63 |
| Tabela 12 Ulazni podatci..... | 64 |
| Tabela 13 Račun dobiti i gubitka | 65 |
| Tabela 14 Amortizacija | 66 |
| Tabela 15 Plan otplate kredita..... | 67 |
| Tabela 16 Ekonomski tijek..... | 68 |
| Tabela 17 Pokazatelji isplativosti ulaganja | 69 |
| Tabela 18 Plan kontrole izvođenja | 72 |

POPIS KRATICA

MZLZ – Međunarodna zračna luka Zagreb d.d.

m² - metar kvadratni

m³- metar kubični

km – kilometar

ISO – Međunarodna organizacija za standardizaciju

PMI – Institut za upravljanje projektima, međunarodna udruga voditelja projekta s centralnim uredom u SAD-u

PM – Projektni menadžer

RIJEČNIK STRANIH RIJEČI

Unique selling point - jedinstveno prodajno mjesto

Airport - zračna luka

Rent a Car - agencije za iznajmljivanje vozila

Facebook - internetska društvena mreža

CarWash - autopraonica

Outsourcing - izdvajanje, model ugovaranja uglavnom sporednih poslova vanjskim tvrtkama radi poboljšanja produktivnosti

Core usluga - osnovna usluga

Smart City – (Pametan grad), koncept je cjelovitog i održivog grada u kojem će se implementacijom pametnih rješenja (upotrebi pametnih mreža, snažnijem uvođenju ICT tehnologije, smanjenju onečišćenja okoliša) unaprijediti kvaliteta života građana.

ŽIVOTOPIS

OSOBNJE INFORMACIJE

Balić Marina

📍 Gradička 47, 10410 Velika Gorica (Hrvatska)

📞 0981768196

✉ marina.balic3@gmail.com

Spol Žensko | Datum rođenja 28/08/1978 | Državljanstvo hrvatsko

RADNO ISKUSTVO

danas Administrator /administratorica baze podataka
Međunarodna zračna luka Zagreb d.d. (Hrvatska)
upravljanje odnosima s klijentima
praćenje i unos podataka u CRM
izrada mjesečnih izvještaja
zaprimanje i odgovaranje na prigovore klijenata

01/05/2001–05/12/2013 Prodajni savjetnik/prodajna savjetnica
Zračna luka Zagreb- Trgovina d.o.o. (Hrvatska)
prodaja bescarinske robe u Corps Diplomatic Shop-u
nabava robe
praćenje dokumentacije

OBRAZOVANJE I OSPOBLJAVANJE

2014–2017 Stručni prvostupnik (baccalareus) ekonomije
Veleučilište Baltazar Adam Krčelić, Zaprešić, smjer Menadžment uredskog poslovanja

1992–1996 Ekonomist
Srednja ekonomska škola, Velika Gorica

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik hrvatski

| Strani jezici | RAZUMIJEVANJE | | GOVOR | | PISANJE |
|---------------|---------------|---------|---------------------|--------------------|---------|
| | Slušanje | Čitanje | Govorna interakcija | Govorna produkcija | |
| engleski | B2 | B2 | B2 | B2 | B2 |
| talijanski | A2 | A2 | A2 | A2 | A2 |

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

Komunikacijske vještine Komunikativnost, sklonost timskom radu, optimistična, dobre komunikacijske vještine

Organizacijske / rukovoditeljske vještine Sposobnost organiziranog izvršavanja obveza, unutar vremenskog roka, u timu ili samostalno

Poslovne vještine Odgovornost prema obvezama, želja za daljnjim stručnim usavršavanjem i stjecanjem novih znanja i vještina

Digitalne vještine

| SAMOPROCJENA | | | | |
|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------|---------------------|
| Obrada informacija | Komunikacija | Stvaranje sadržaja | Sigurnost | Rješavanje problema |
| Samostalni korisnik | Samostalni korisnik | Samostalni korisnik | Temeljni korisnik | Temeljni korisnik |

Digitalne vještine - Tablica za samoprocjenu