

# **BIZNIS PLAN**

## **FITNESS CENTAR**

### **-KRATAK OPIS POSLOVNIH AKTIVNOSTI-**

(Datum)

---

**Sadržaj:**

1.	IZVRŠNI PREGLED .....	3
1.1.	Opis posla .....	3
1.2.	Tržište .....	3
1.3.	Finansije .....	4
2.	BIZNIS IDEJA .....	4
2.1.	Glavni poslovi .....	4
3.	ANALIZA TRŽIŠTA .....	5
3.1.	Geografske dimenzije tržišta .....	5
3.2.	Ciljne grupe .....	6
3.3.	Konkurencija .....	6
3.4.	Planirani prodajni asortiman .....	7
3.5.	Potencijal tržišta .....	7
3.6.	Tržišna opravdanost projekta .....	7
3.7.	Tržište nabavke .....	8
4.	Marketing strategija .....	8
4.1.	Marketing .....	8
4.2.	Promotivne aktivnosti .....	9
4.3.	TV promocija i promocija na portalima .....	10
4.4.	Promocija putem društvenih mreža .....	10
4.5.	Budžet marketinga .....	10
5.	PROIZVOD I PROIZVODNI PROGRAM .....	11
6.	ZAPOSLENOST I KVALIFIKACIONA STRUKTURA .....	11
7.	LOKACIJA .....	12
8.	IZVORI FINANSIRANJA .....	12
9.	AMORTIZACIONI PLAN OTPLATE KREDITA .....	12
10.	RASHODI POSLOVANJA .....	15
10.1.	Investicioni troškovi .....	15
10.1.1.	Obračun amortizacije .....	15
10.1.2.	Obračun investicionog i tekućeg održavanja .....	15
10.2.	Troškovi kamata .....	16
10.3.	Obračun premije osiguranja .....	16
11.	TEKUĆI TROŠKOVI .....	16
11.1.	Obračun materijalnih troškova .....	16
11.2.	Obračun bruto zarada .....	16
12.	OBRAČUN OSTALIH TROŠKOVA .....	17
13.	UKUPNI PRIHODI .....	17
14.	POČETNI BILANS STANJA .....	17
15.	PLANIRANI BILANS USPJEHA .....	18
16.	ANALIZA OSJETLJIVOSTI I ODRŽIVOSTI PROJEKTA .....	19
17.	ZAKLJUČAK .....	20

# 1. IZVRŠNI PREGLED

## 1.1. Opis posla

(Ime preduzeća) biće prvi biznis projekat (Ime i prezime) registrovan u (Grad). Projektom je planirano da se korisnicima ponudi funkcionalna i moderno opremljena teretana sa svim pratećim sportsko rekreativnim sadržajem. Pored osnovnog rada koji uključuje trenažne poslove teretane predviđen je i program dodatnih vježbi koje podrazumijevaju aerobik i fitnes treninge. U okviru teretane će, kao dodatni izvor zarade raditi i „Proteinski bar“ koji će sadržati napitke potrebne za korišćenje u trenažnom periodu i programe zdravih stilova života. Cjelokupni poslovi biće praćeni od strane profesionalnog trenera koji će obavljati konsultacijske i savjetodavne preporuke za treniranje.

Trendovi zdravog i aktivnog života, koji podrazumijevaju vježbanje i pravilnu ishranu sve je izraženiji u svijetu. Dati trend je sve prisutniji i na našim prostorima, što će u budućnosti uticati na veću tražnju za uslugama koje pruža teretana i sportsko- rekreativni centar. Već sada se na domaćem tržištu mogu uočiti značajni porasti tražnje za datim uslugama pri čemu se posebno ističe interesovanje mlađeg stanovništva. Pri tome, osrednji kvalitet postojeće ponude, kao i postojanje velikog broja malih lokalnih konkurenata, ukazuje da na tržištu ima prostora za razvoj ovakvog biznisa.

Teretana je smještena u užem centru (Grad) što predstavlja veliku prednost u njenom poslovanju.

## 1.2. Tržište

Najšire posmatrano tržište se može smatrati cjelokupno područje (Grad) na kome prema popisu stanovništva iz 2011. godine živi oko (Broj stanovnika). S obzirom na to da odličnu lokacijsku zonu na kojoj se nalazi teretana, a koja je u užem centru (Grad) fokus će biti na širem gradskom jezgru. U prilog uspješnosti poslovanja ide i činjenica da se na pomenutoj lokaciji već nalazila teretana u određenom obliku koja broji 200 registrovanih članova.

Teretana predviđena ovim projektom preuzeće uz osavremenjavanje objekta i sve postojeće članove. Takođe se zbog modernizacije predviđa povećanje broja članova. U periodu formiranja drugih vidova treniranja članstvo će takođe biti povećano.

Ciljne grupe su u jako širokom opsegu i obuhvataće sve osobe starosti od 16 do 60 godina. Posebna pažnja obratiće se na profesionalne sportiste, studente i srednjoškolce, a mogućnost profesionalnog pristupa treniranju imaće i svi oni zainteresovani za rekreativni vid treniranja.

### **1.3. Finansije**

Osnova finansiranja projekta predviđana je od kreditnog ulaganja Investiciono – razvojnog fonda Crne Gore. Vlasnik već predviđa određene sopstvene uloge u iznosu od oko 30% ukupne vrijednosti projekta.

Planirano kreditno zaduženje iznosi 15.000€. Kredit se uzima na rok otplate u periodu od sedam godina uz grejs period od dvije godine.

Iz kredita se planira finansiranje nabavke osnovnih sredstava kao i osnova modernizacije teretane.

Ubiranje osnovnih prihoda predviđeno je od mjesečnih članarina za korišćenje teretane. Dodatni prihodi očekuju se iz programa koji obuhvata ostale načine treniranja koji su projektom predviđeni kao dodatne aktivnosti kao i prihodi od prodaje zdravih napitaka u proteinskom baru koji bi se nalazio u sklopu teretane.

Detaljni pristup finansijama obavljen je u dijelu finansijskog planiranja projekta.

## **2. BIZNIS IDEJA**

### **2.1. Glavni poslovi**

Projekat teretane prvi je biznis projekat (Ime i prezime), profesionalnog sportskog trenera sa diplomom (Završeni fakultet). U želji da svoje znanje stečeno tokom studiranja i iskustvo stečeno tokom višegodišnjeg bavljenja sportom i trenerskim radom pretoči u održiv biznis odlučio je da otvori sopstveni sportsko rekreativni centar u sklopu koga bi se kao glavni vid poslovanja nalazila moderno opremljena teretana, koja bi sportistima i rekreativcima pružala kompletan vid usluga profesionalnog i amaterskog treniranja.

Teretana će biti u potpunosti prilagođena konceptima modernog treninga i opremljena najsavremenijom opremom za treniranje. U vremenu brzog tempa življenja teretana će nuditi mogućnost rekreacije i relaksacije uz stručno savjetovanje o ispravnim načinima treniranja i punu stručnu pomoć korisnicima u toku treninga.

Na veoma dobroj lokaciji u užem centru (grad) u prostoru predviđenom za datu namjenu teretana će pružati mogućnosti svih vidova i načina treniranja i korišćenje svih modernih sprava i uređaja predviđenih za dobru rekreativnu i profesionalnu sportsku pripremu.

U sklopu teretane u daljem periodu predviđa se formiranje kompletnog sportsko rekreativnog centra koji bi pružao sve vidove rekreativnih i sportskih treninga uključujući fitness, aerobik i sve ostale vidove i načine treniranja kako za amatere tako i za profesionalne sportiste. Takođe se u sklopu teretane predviđa otvaranje proteinskog bara koji bi korisnicima prije i nakon treniranja nudio zdrave i osvježavajuće proizvode namijenjene pravilnoj ishrani u toku trenažnog perioda.

Projektom se u samom početku osim generalnog direktora visoke stručne spreme koji bi obavljao i ulogu stručnog konsultanta i trenera predviđa i jedan dodatni zaposleni sa srednjom stručnom spremom. Ostali treneri koji su planirani za dodatne aktivnosti koje se tiču fitnessa i aerobika biće angažovani dodatno.

Vlasnik već posjeduje određeni dio opreme u iznosu od oko 30%, a nabavka ostale opreme predviđena je iz kreditnog finansiranja projekta.

## **2.2. Biografija vlasnika**

### **Osnovni podaci**

Ime i prezime:

Datum i mjesto rođenja:

Zanimanje:

e-mail:

Tel:

### **Biografija**

(Ime i prezime, zanimanje...)

## **3. ANALIZA TRŽIŠTA**

### **3.1. Geografske dimenzije tržišta**

Tržištem se može smatrati administrativno područje (Grad) na kojem, prema popisu stanovništva iz 2011. godine, živi oko (Broj stanovnika).

S obzirom na lokaciju fitness centra, fokus će primarno biti stavljen na gradsku zonu (Grad).

U kasnijim fazama, ukoliko bude postojala ekonomska opravdanost, razmotriće se i mogućnost za otvaranje dodatnih teretana.

### **3.2. Ciljne grupe**

Ciljnim grupama korisnika smatraju se osobe oba pola, starosti od 13 do 65 godina i to:

- srednjoškolci,
- studenti,
- rekreativci,
- sportisti.

Pored pojedinaca, korisnici usluga fitnes centra mogu biti i organizacije, kao što su:

- sportski klubovi (priprema ekipa),
- preduzeća (rekreacija zaposlenih).

### **3.3. Konkurencija**

Konkurentima se uopšteno mogu smatrati svi postojeći fitnes i aerobic centri u (Grad). Najveći dio konkurencije raspolaže manjim prostorijama površine 100-200 m<sup>2</sup>, uz osrednji kvalitet sprava za vježbanje. Pri tome, samo mali broj njih raspolaže kvalifikovanim stručnim kadrovima, sa potrebnim diplomama i licencama.

U sledećoj tabeli nalazi se spisak glavnih konkurenata:

- (Naziv konkurenata)

- 
- 
- 

Konkurentske prednosti koje posjedujemo:

- 1.Nove sprave za vježbanje
- 2.Profesionalni treneri
- 3.Ljubaznost
- 4.Čistoća objekta
- 5.Ambijent

### **3.4. Planirani prodajni asortiman**

Imajući u vidu situaciju na ciljnom tržištu, ova teretana planira da na tržištu ponudi sljedeći asortiman:

- 1) Mjesečna članarina za teretanu
- 2) Mjesečna članarina za fitnes
- 3) Jednodnevne karte (teretana + fitnes)
- 4) Napici i suplementi (prodaja u sklopu Protein bara)

Mjesečne članarine predstavljaju osnovni vid prihoda, dok dnevne karte te prodaja napitaka i suplemenata predstavlja dodatni izvor prihoda. Pored navedenog, stručno osoblje pružaće besplatne savjete članovima, vezane za definisanje odgovarajućih režima vježbanja i zdrave ishrane.

### **3.5. Potencijal tržišta**

Kao što je već pomenuto, na širem području (Grad) živi oko (Broj stanovnika).

S obzirom da ne postoje zvanični statistički podaci niti dostupna istraživanja vezana za tržište fitness usluga u Crnoj Gori, teško je pouzdano procijeniti potencijal izabranog ciljnog tržišta. Međutim, polazeći od nekih evropskih i regionalnih prosjeka, moguće je dati barem orijentacionu procjenu.

Prema podacima EHFA (European Health & Fitness Association) oko 11% stanovništva EU bavi se fitnessom, pri čemu je 9% učlanjeno u neki fitness klub. S obzirom da Crna Gora spada među najnerazvijenije zemlje Evrope, realno je pretpostaviti da je na domaćem tržištu ovaj procenat daleko manji. Stoga, polazeći od pesimističke pretpostavke da članovi fitness klubova čine 6% stanovništva, dolazimo do brojke od oko 1.200 potencijalnih članova na području (Grad).

Uz pretpostavku ostvarivanja tržišnog učešća od 9% na području grada, ukupno bi se moglo računati na oko 200 članova, odnosno oko 1.600 naplaćenih mjesečnih članarina u toku godine.

### **3.6. Tržišna opravdanost projekta**

Na globalnom nivou uočava se sve veća popularnost zdravog i aktivnog načina života, koji podrazumijeva redovno vježbanje i pravilnu ishranu. Ovaj trend sve je prisutniji i na našim prostorima, što će uticati na sve veću tražnju za uslugama fitnes centara u budućnosti.

U prilog ovoj tvrdnji idu i aktivnosti i naponi relevantnih institucija u zemljama Evrope, koje ulažu značajna sredstva kako bi promijenili životne navike stanovništva po pitanju fizičke aktivnosti i načina ishrane, sa ciljem smanjenja gojaznosti stanovništva, prevencije

kardiovaskularnih i drugih bolesti, što ima direktne efekte i na visinu budžetskih izdvajanja za troškove zdravstvenog sektora. Dugoročnim planom predviđeno je da se u Evropi do 2025.godine broj korisnika fitness centara, sa postojećih 42 miliona, poveća na 80 miliona.

Neminovno, ovakvi trendovi neće zaobići ni naše prostore, iako se vjerovatno ne mogu očekivati stope rasta kao u zemljama EU. Već sada na domaćem tržištu se može uočiti postojanje značajne tražnje za ovim uslugama, pri čemu se posebno ističe mlađe stanovništvo. Pri tome, ne pretjerano visok kvalitet postojeće ponude, kao i postojanje velikog broja lokalnih konkurenata male pojedinačne snage, ukazuju da na tržištu ima dovoljno prostora za novog učesnika koji bi, ponudio visok kvalitet usluge, uz prihvatljive cijene.

Zbog svega navedenog može se reći da ovaj projekat ima svoje tržišno opravdanje.

### **3.7. Tržište nabavke**

Nabavka potrebne robe vršiće se u početku od specijalizovanih domaćih dobavljača, a ukoliko ne bude postojala mogućnost nabavke na domaćem tržištu ići će se ka uvozu opreme iz zemalja okruženja, ali iz ostalih zemalja.

Nastojće se da se sa dobavljačima razvije dugoročna saradnja, kako bi se obezbijedile niže cijene i stabilnost snadbijevanja. Pri tome će se voditi računa o potrebama korisnika, cijenama i komercijalnim uslovima nabavke.

Generalno se može reći da veće smetnje na tržištu nabavke ne postoje. Zbog svoje specifičnosti roba će se dobavljati preko dobavljača ili kod proizvođača direktno.

## **4. Marketing strategija**

### **4.1. Marketing**

Dobar marketing i promocija su od ključne važnosti za novo otvoreni fitness centar. Promocija centra je u prvim danima koje centar proživljava vrlo važna, što iz razloga da se stvori osnovica stalnih konzumenata usluga koje se pružaju, a jednako tako iz razloga da se stvori finansijska stabilnost za fitness centar. Činjenica da je to novi fitness centar povećaće zainteresovanost primamljivost ljudima koji su u potrazi za nekom promjenom u životu. Ta promjena može biti dolazak u centar i počeci vježbanja i oblikovanja tijela u željenom smjeru. Iz tog razloga, a da bi se privukli novi korisnici i oni koji već koriste usluge u drugim fitness centrima, potreban je dobar plan marketinga, koji će osigurati dovoljan broj novih članova kako bi se pokrili početni troškovi za prvi mjesec.



Detaljnijim planiranjem marketinški tim uspostaviće konstantno prisustvo na području na kome preduzeće posluje. Nastojaćemo da kreiramo visoke standarde koji će podići naš brend i osigurati lako branjivu poziciju na tržištu. Ovo će nam omogućiti veću profitnu stopu od konkurencije.

## 4.2. Promotivne aktivnosti

Imajući u vidu karakteristike tržišta, kao i snagu i aktivnosti konkurencije, tržišna pozicija nastojće se izgraditi prvenstveno kroz stručnost fitness instruktora i trenera, dobru opremljenost spravama i ostalom opremom za vježbanje, visok kvalitet uslova za vježbanje (prostrane, prozračne, čiste i uredne prostorije) te prihvatljive cijene.

S obzirom da se radi o novom fitness centru, u početku će se koristiti nešto agresivnija promocija, kako bi se tržište upoznalo sa ponudom, odnosno kako bi se privukli kupci. U kasnijem periodu, nastojće se graditi personalan i blizak odnos sa kupcima, sa ciljem njihovog zadržavanja, odnosno stvaranja lojalnosti.

Od instrumenata promocije koristiće se lična prodaja, oglašavanje i unapređenje prodaje, što podrazumijeva: štampanje i distribuciju promotivnih letaka, emitovanje promotivnih poruka na lokalnim radio stanicama, organizovanje periodičnih prodajnih akcija sa cjenovnim i količinskim popustima i sl. Pored toga, koristiće se i oglašavanje putem internet i društvenih mreža, kako bi se privukli mlađi segmenti kupaca (učenici i studenti).

Najvažniji vid promocije će biti naši zadovoljni korisnici usluga, koji će dalje preporučivati svojim prijateljima i poznanicima. Na ovaj način preduzeće će izgraditi snažnu mrežu lojalnih kupaca sa ambicijom njenog daljeg širenja.

Veoma je bitno podići svijest kod ljudi o kvalitetu programa teretane i mogućnostima koje ona pruža putem intenzivne kampanje u svim oblicima medija.

Promocija putem propagandnog materijala (brošure, poster, video zapisi)

Ovaj vid promocije biće ključni u početnoj agresivnoj promociji teretane. Naime, dva dana pred otvaranje biće organizovano dijeljenje promotivnog materijala na atraktivnim gradskim destinacijama, na kojima će biti prikazane cijene, programi, povoljnosti i specijalne ponude.

Namjenski propagandni materijal (brošure, video zapisi...) biće izrađen za svaki ciljni segment:

Materijal namijenjen sportskim ekipama koji obuhvata programe specijalno prilagodjene sportistima, koje će se distribuirati: svim većim sportskim ekipama, sportskim redakcijama, sportskim časopisima.

Materijal namijenjen amaterskim sportistima koji obuhvata programe prilagodjene njima sa propratnim savjetima i stručnom pomoći, koji će se distribuirati različitim kanalima do korisnika, a najviše organizovanim dijeljenjem flajera na atraktivnim destinacijama u gradu.

Materijali namjenjeni najmlađim članovima (djeca do 12 godina) sa programima prilagođenim njihovom uzrastu, sa specijalnim cijenama za članarinu koji će se distribuirati: većem broju škola u (Grad), kao i organizovanim dijeljenjem brošura u gradu.

Agresivnija promocija na početku obuhvataće i specijalne ponude za prve članove teretane, kako bi privukli što više zainteresovanih korisnika. Poseban akcenat u prvim danima promocije staviće se na sledeće promotivne aktivnosti.

#### **Promotivne aktivnosti za učlanjenje novih članova:**

- Na dan otvarenja će biti besplatan dan korištenja fitness centra
- Prvih 100 članova će imati promotivne cijene mjesečne članarine
- 50 besplatnih majica sa logom teretane za 50 prvih članova teretane
- Besplatni savjeti stručnjaka u vezi prehrane, treninga i sl.

### **4.3. TV promocija i promocija na portalima**

TV promocija podrazumijevaće aktivno reklamiranje nedelju dana pred otvaranje nove teretane u (Grad) u vidu reklama i gostovanja menadžera na nekoj od lokalnih ili državnih televizija. Na nekoliko najčitanijih portala u gradu biće napravljeni baneri na kojima će biti promovisana usluga, sa glavnim informacijama koje se tiču cijene, lokacije i specijalnih ponuda.

### **4.4. Promocija putem društvenih mreža**

Promocija putem društvenih mreža podrazumijeva pravljenje zvanične web stranice, na kojoj će biti dostupne sve informacije o cijenama, ponudama, programima i popustima za korisnike kao i mogućnost online prijave i plaćanja članarine.

Glavna promocija i komuniciranje sa korisnicima će se odvijati putem zvanične Facebook stranice i Instagram profila kao najpopularnijih komunikacionih kanala. Facebook je najpogodniji način za širenje informacija i uticaja tako da tokom godine promocija će se nastaviti samo preko društvenih mreža.

### **4.5. Budžet marketinga**

1. Oglasi u štampanim medijima 60€

2. Promotivni flajeri 50€
3. Reklamni bilbordi 200€
4. Majice 60€
5. TV reklame 200€
6. Ostali vidovi promocije 30€

**Ukupno 600e**

## 5. PROIZVOD I PROIZVODNI PROGRAM

Kompanija planira da ostvaruje prihode iz više segmenata. Prihode će ostvarivati na osnovu članstava za fitnes, školicu sporta, od dodatnih programa za zdrave stilove života kao i od usluga same teretane. Za treninge ćemo angažovati najbolje instruktore.

Tabela1: Usluge teretane

Naziv	Br članstava	Cijena po osobi	Mjesečni prihod	Godišnji prihod
Teretana	90	15	1.350	16.200
Fitnes i aerobik	50	10	500	6.000
Školica sporta	20	10	200	2.400
<b>UKUPNO</b>	<b>160</b>		<b>2.050</b>	<b>24600</b>

## 6. ZAPOSLENOST I KVALIFIKACIONA STRUKTURA

Pored izvršnog direktora u kompaniji bi radio još jedan stalno zaposleni. Po potrebi bi angažovali dodatne ljude. Što se stručne sprema tiče neophodna je VSS za direktora, odnosno SSS za radnike.

Tabela 2; Struktura zaposlenih

RB	NAZIV RADNOG MJESTA	BROJ IZVRŠIOCA	ŠKOLSKA SPREMA
1.	Postojeći zaposleni		
2.	Novi zaposleni	1	SSS
2.1	Izvršni direktor	1	VSS
	<b>UKUPNO</b>	<b>2</b>	

Kompanija je već obezbijedila nove zaposlene, to su lica koja su trenutno bez zaposlenja, a koja imaju potrebne kvalifikacije i iskustvo prije svega u poslovima koje će obavljati. Sa navedenim licima smo već saradivali i time se uvjerali da oni zadovoljavaju sve potrebne karakteristike u smislu stručnosti i znanja za posao koji će obavljati.

## 7. LOKACIJA

Sjedište kompanije nalazilo bi se u (Grad) u ulici (Naziv ulice). Prostor će kompanija plaćati prvih 6 mjeseci po promotivnoj cijeni u iznosu od 250€ mjesečno, a kasnije ide puna cijena u iznosu od 500€ mjesečno. Kako se prostor nalazi u samom centru (Grad), veoma lako je doći do njega, što predstavlja veliku prednost, jer će biti dostupan velikom broju građana. U blizini poslovnog prostora postoji parking prostor, što takođe omogućava lak pristup korisnicima naših usluga.

## 8. IZVORI FINANSIRANJA

Kompanija planira da investiciju realizuje sredstvima Investiciono razvojnog fonda Crne Gore, posredstvom linije kreditiranja visokoškolaca, pri kamatnoj stopi od 0%. U nastavku slijedi plan pregleda ulaganja:

Tabela 3: Izvori finansiranja

R.BR	IZVORI	IZNOS	PROCENAT	GODIŠNJA KAMATA	GRACE PERIOD	ROK OTPLATE
1.	Sopstveno učešće					
2.	Kreditori	15,000,00		0	2 godine	84 mjeseca

## 9. AMORTIZACIONI PLAN OTPLATE KREDITA

Uslovi pod kojima će sredstva biti odobrena:

Grace period: dvije godine

Rok otplate: 84 mjeseca

Kamatna stopa: 0% na godišnjem nivou

Otplata kredita: jednaki mjesečni anuiteti

Tabela 4: Amortizacioni plan otplate kredita

<b>Br anuiteta</b>	<b>STANJE KREDITA</b>	<b>OTPLATA GLAVNICE</b>	<b>OTPLATA KAMATE</b>	<b>IZNOS ANUITETA</b>	<b>IZNOS OTPLAĆENOG KREDITA</b>
1.	15,000.00	178.57	0	178.57	178.57
2.	14,821.43	178.57	0	178.57	357.14
3.	14,642.86	178.57	0	178.57	535.71
4.	14,464.29	178.57	0	178.57	714.28
5.	14,285.72	178.57	0	178.57	892.85
6.	14,107.15	178.57	0	178.57	1,071.42
7.	13,928.58	178.57	0	178.57	1,249.99
8.	13,750.01	178.57	0	178.57	1,428.56
9.	13,571.44	178.57	0	178.57	1,607.13
10.	13,392.87	178.57	0	178.57	1,785.70
11.	13,214.30	178.57	0	178.57	1,964.27
12.	13,035.73	178.57	0	178.57	2,142.84
13.	12,857.16	178.57	0	178.57	2,321.41
14.	12,678.59	178.57	0	178.57	2,499.98
15.	12,500.02	178.57	0	178.57	2,678.55
16.	12,321.45	178.57	0	178.57	2,857.12
17.	12,142.88	178.57	0	178.57	3,035.69
18.	11,964.31	178.57	0	178.57	3,214.26
19.	11,785.74	178.57	0	178.57	3,392.83
20.	11,607.17	178.57	0	178.57	3,571.40
21.	11,428.60	178.57	0	178.57	3,749.97
22.	11,250.03	178.57	0	178.57	3,928.54
23.	11,071.46	178.57	0	178.57	4,107.11
24.	10,892.89	178.57	0	178.57	4,285.68
25.	10,714.32	178.57	0	178.57	4,464.25
26.	10,535.75	178.57	0	178.57	4,642.82
27.	10,357.18	178.57	0	178.57	4,821.39
28.	10,178.61	178.57	0	178.57	4,999.96
29.	10,000.04	178.57	0	178.57	5,178.53
30.	9,821.47	178.57	0	178.57	5,357.10
31.	9,642.90	178.57	0	178.57	5,535.67
32.	9,464.33	178.57	0	178.57	5,714.24
33.	9,285.76	178.57	0	178.57	5,892.81
34.	9,107.19	178.57	0	178.57	6,071.38
35.	8,928.62	178.57	0	178.57	6,249.95
36.	8,750.05	178.57	0	178.57	6,428.52

37.	8,571.48	178.57	0	178.57	6,607.09
38.	8,392.91	178.57	0	178.57	6,785.66
39.	8,214.34	178.57	0	178.57	6,964.23
40.	8,035.77	178.57	0	178.57	7,142.80
41.	7,857.20	178.57	0	178.57	7,321.37
42.	7,678.63	178.57	0	178.57	7,499.94
43.	7,500.06	178.57	0	178.57	7,678.51
44.	7,321.49	178.57	0	178.57	7,857.08
45.	7,142.92	178.57	0	178.57	8,035.65
46.	6,964.35	178.57	0	178.57	8,214.22
47.	6,785.78	178.57	0	178.57	8,392.79
48.	6,607.21	178.57	0	178.57	8,571.36
49.	6,428.64	178.57	0	178.57	8,749.93
50.	6,250.07	178.57	0	178.57	8,928.50
51.	6,071.50	178.57	0	178.57	9,107.07
52.	5,892.93	178.57	0	178.57	9,285.64
53.	5,714.36	178.57	0	178.57	9,464.21
54.	5,535.79	178.57	0	178.57	9,642.78
55.	5,357.22	178.57	0	178.57	9,821.35
56.	5,178.65	178.57	0	178.57	9,999.92
57.	5,000.08	178.57	0	178.57	10,178.49
58.	4,821.51	178.57	0	178.57	10,357.06
59.	4,642.94	178.57	0	178.57	10,535.63
60.	4,464.37	178.57	0	178.57	10,714.20
61.	4,285.80	178.57	0	178.57	10,892.77
62.	4,107.23	178.57	0	178.57	11,071.34
63.	3,928.66	178.57	0	178.57	11,249.91
64.	3,750.09	178.57	0	178.57	11,428.48
65.	3,571.52	178.57	0	178.57	11,607.05
66.	3,392.95	178.57	0	178.57	11,785.62
67.	3,214.38	178.57	0	178.57	11,964.19
68.	3,035.81	178.57	0	178.57	12,142.76
69.	2,857.24	178.57	0	178.57	12,321.33
70.	2,678.67	178.57	0	178.57	12,499.90
71.	2,500.10	178.57	0	178.57	12,678.47
72.	2,321.53	178.57	0	178.57	12,857.04
73.	2,142.96	178.57	0	178.57	13,035.61
74.	1,964.39	178.57	0	178.57	13,214.18
75.	1,785.82	178.57	0	178.57	13,392.75
76.	1,607.25	178.57	0	178.57	13,571.32
77.	1,428.68	178.57	0	178.57	13,749.89

78.	1,250.11	178.57	0	178.57	13,928.46
79.	1,071.54	178.57	0	178.57	14,107.03
80.	892.97	178.57	0	178.57	14,285.60
81.	714.40	178.57	0	178.57	14,464.17
82.	535.83	178.57	0	178.57	14,642.74
83.	357.26	178.57	0	178.57	14,821.31
84.	178.69	178.57	0	178.57	14,999.88

## 10. RASHODI POSLOVANJA

### 10.1. Investicioni troškovi

#### 10.1.1. Obračun amortizacije

Tabela 5: Obračun troška amortizacije

R.BR	STRUKTURA	VRIJEDNOST	STOPA AMORTIZACIJE	AMORTIZACIJA
1.	GRAĐEVINSKI OBJEKTI			
2.	OPREMA			
A	Postojeća oprema	3.000,00	20%	600,00
B	Nova oprema			
	Tehnološka oprema	10.000,00	15%	1.500,00
	UKUPNO			2.100,00

Investitor već posjeduje značajan broj uređaja neophodnih za obavljanje posla u budućnosti. Nabavna vrijednost nove opreme za projekat teretane će iznositi (Iznos) pa je na taj iznos obračunata stopa amortizacije od 20% budući da se radi o tehnološkoj opremi koja ima manji vijek trajanja od standardne opreme.

#### 10.1.2. Obračun investicionog i tekućeg održavanja

Pregled troškova investicionog i tekućeg održavanja dat je u nastavku:

Održavanje objekta: 50€ mjesečno što nagodišnjem nivou iznosi 600€.

U ove troškove ulaze troškovi materijala za održavanje objekta (sijalice, sitan potrošni material, materijal za higijenu objekta).

## **10.2. Troškovi kamata**

Kao što je navedeno u prethodnom izlaganju, kompanija (Naziv kompanije) će sredstva obezbjediti iz kreditnih sredstava IRF-a, po kamatnoj stopi od 0%, budući da se radi o Programu za viskoškolce. Shodno tome, kompanija neće imati troškove kamata.

## **10.3. Obračun premije osiguranja**

Kompanija će shodno pravilima osigurati opremu potrebnu za neometano funkcionisanje posla, pa je očekivani trošak osiguranja opreme 250,00€ na godišnjem nivou.

## **11. TEKUĆI TROŠKOVI**

### **11.1. Obračun materijalnih troškova**

Kompanija neće imati značajnijih materijalnih troškova budući da se radi o uslugama teretane osim sitnih materijalnih troškova za šta je planirano oko 50€ mjesečno, odnosno 600€ godišnje.

### **11.2. Obračun bruto zarada**

U kompaniji će pored izvršnog direktora biti zaposlen još jedan radnik. Neto plata izvršnog direktora će iznositi 400 € mjesečno što na godišnjem nivou iznosi 4800€, odnosno bruto plata 597,01€ mjesečno što na godišnjem nivou iznosi 7164,12€. Neto plata zaposlenog će iznositi 300€ mjesečno što na godišnjem nivou iznosi 3600€ odnosno bruto plata 447,76€ mjesečno što na godišnjem nivou iznosi 5373,12€.

Ukupan iznos bruto zarada na godišnjem nivou iznosi 12537,24€.

## **12. OBRAČUN OSTALIH TROŠKOVA**

Obračun ostalih troškova koje očekuju poslovanje kompanije (Naziv kompanije) prikazan je u tabeli u nastavku:



Tabela 6: Obračun ostalih troškova

R.BR	VRSTA TROŠKA	MJESEČNI IZNOS TROŠKA	GODIŠNJI IZNOS TROŠKA
1.	Trošak električne energije	60,00	720,00
2.	Trošak zakupa	500,00	6.000,00
3,	Ostali troškovi	50,00	600,00
	UKUPNO		7.320,00

### 13.UKUPNI PRIHODI

Kompanija planira da ostvaruje prihode iz više segmenata:

Jedan od segmenata su prihodi od same teretane i to: 90 članstava mjesečno po 15 € po osobi što na mjesečnom nivou iznosi 1350€ odnosno na godišnjem nivou 16200€.

Pored prihoda od teretane planirani su prihodi od škole za sport, fitnesa i aerobika:

- Za fitnes i aerobik je planirano 50 članstava po 10€ što iznosi 500€ na mjesečnom nivou odnosno 6000 € na godišnjem nivou.
- Za školicu sporta je planirano 40 članova po 10 € što na mjesečnom nivou iznosi 200€ odnosno na godišnjem 4800€.

### 14.POČETNI BILANS STANJA

U tabeli koja slijedi prikazan je početni bilans stanja koji obuhvata postojeću imovinu kompanije, koja iznosi (.....), te imovinu koju kompanija planira da nabavi ovim projektom (u aktivi bilansa stanja) i obaveza po osnovu dugoročnog kredita IRF-a (u pasivi bilansa stanja).

Tabela 7: Početni bilans stanja

POČETNI BILANS STANJA U €			
AKTIVA		PASIVA	
A	OSNOVNA SREDSTVA	A	KAPITAL

1	Građevinski objekat		1	SOPSTVENI KAPITAL	
2	Oprema		B	DUGOROČNI KREDITI	15.000,00
	Postojeća oprema		1	- Postojeći krediti	0,00
	Nova oprema		2	- Novi kredit	<b>15.000,00</b>
B	OBRTNA SREDSTVA				
1	Potraživanja				
2	Gotovina i got. Ekvivalenti				
<b>3</b>	<b>Porez na dodatnu vrijednost i AVR</b>				
<b>4</b>	<b>Ostala ulaganja</b>				
	UKUPNO			UKUPNO	

## 15. PLANIRANI BILANS USPJEHA

U nastavku slijedi planirani bilans uspjeha za period do kraja otplate kredita po osnovu prihoda i rashoda koji se odnose na pružanje usluga koje su detaljnije opisane u dijelu Proizvod i proizvodni program:

BILANS USPJEHA ZA PERIOD OD 9 GODINA										
R. BR.	STRUKTURA	I GOD	II GOD	III GOD	IV GOD	V GOD	VI GOD	VII GOD	VIII GOD	IX GOD
A	UKUPNI PRIH	27,000.00	28,350.00	29,767.50	31,255.88	32,818.67	34,459.60	36,182.58	37,991.71	39,891.30
B	UKUPNI RASH	23,407.24	24,460.10	25,565.61	26,726.39	27,945.11	29,224.97	30,568.72	31,979.65	33,461.13
<b>1</b>	<b>Poslovni rash</b>	<b>23,407.24</b>	<b>24,460.10</b>	<b>25,565.61</b>	<b>26,726.39</b>	<b>27,945.21</b>	<b>29,224.97</b>	<b>30,568.72</b>	<b>31,979.65</b>	<b>33,461.13</b>
1.1.	Materijalni i	8,770.00	9,196.00	9,643.30	10,112.97	10,606.11	11,123.92	11,667.61	12,238.50	12,837.92
1.1.1.	Invest. I teku	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.2.	Materijalni t	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.3.	Premija osig	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
1.1.4.	Obračun osta	7,320.00	7,686.00	8,070.30	8,473.82	8,897.51	9,342.38	9,809.50	10,299.98	10,814.97
1.2.	Troškovi amd	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00
1.3.	Troškovi brut	12,537.24	13,164.10	13,822.31	14,513.42	15,239.09	16,001.05	16,801.10	17,641.16	18,523.21
<b>2</b>	<b>Rashodi finan</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>C</b>	<b>BRUTO DOBIT</b>	<b>3,592.76</b>	<b>3,889.90</b>	<b>4,201.89</b>	<b>4,529.49</b>	<b>4,873.56</b>	<b>5,234.63</b>	<b>5,613.86</b>	<b>6,012.06</b>	<b>6,430.17</b>
D	POREZ NA DO	323.35	350.09	378.17	407.65	438.62	471.12	505.25	541.09	578.72
<b>E</b>	<b>NETO DOBIT</b>	<b>3,269.41</b>	<b>3,539.81</b>	<b>3,823.72</b>	<b>4,121.83</b>	<b>4,434.94</b>	<b>4,763.52</b>	<b>5,108.61</b>	<b>5,470.98</b>	<b>5,851.45</b>

U navedenom projektovanom bilansu su uneseni podaci na osnovu precizno i pažljivo projektovanih prihoda i troškova u prethodnom dijelu biznis plana. Kako je naš plan postepen razvoj, mi smo prihode u drugoj, trećoj i svakoj narednoj godini projektovani sa godišnjim rastom od svega 5%. Shodno tome, pretpostavili smo da će i svi troškovi (osim amortizacije) rasti po istoj stopi od 5%. Napomenućemo da smo se svugdje tokom izrade biznis plana vodili načelom opreznosti, pa tako i prilikom projekcije prihoda i rashoda (prihode smo projektovani na niže, a

troškove na više). Iako u stvarnosti, neki troškovi (fiksni i relativno fiksni) rastu po stopi manjoj od rasta prihoda, mi smo se i ovdje vodili načelom opreznosti, te smo pretpostavili da će svi troškovi rasti u istom procentu kao i prihodi tokom druge, treće i svake naredne godine.

## 16. ANALIZA OSJETLJIVOSTO I ODRŽIVOSTI PROEKTA

Biznis plan je rađen u skladu sa načelom opreznosti, te se vodilo računa da se prihodi procjenjuju na manje, a rashodi na više u odnosu na one koji su realno za očekivati. Ipak, u nastavku ćemo pokazati da ukoliko se planirani nivo prihoda ne ostvari (što je nerealno jer praktično nemamo konkurenciju u pravom smislu) kompanija će za cijeli period trajanja projekta poslovati pozitivno. Napominjemo, da imamo iskustvo u pomenutom poslu, te da smo prihode veoma pažljivo i precizno izložili, ali u situaciji da oni padnu još, projekat je isplativ.

U odnosu na bilans uspjeha koji je naveden u stavci 10 ovog biznis plana smanjili smo prihode od prodaje za 5%. Sve troškove smo ostavili nepromjenjene, pa i u toj situaciji imamo veoma dobar poslovni rezultat. Planirani bilans uspjeha, pri prihodu manjem za 5% od planiranog je u nastavku:

Tabela 12: Situacija 1-Pad prodaje ili cijena za 5%, pri nepromijenjenim troškovima

BILANS USPJEHA ZA PERIOD OD 9 GODINA										
R. BR.	STRUKTURA	I GOD	II GOD	III GOD	IV GOD	V GOD	VI GOD	VII GOD	VIII GOD	IX GOD
A	UKUPNI PRIH	25,650.00	26,932.50	28,279.13	29,693.08	31,177.74	32,736.62	34,373.45	36,092.13	37,896.73
B	UKUPNI RASH	23,407.24	24,460.10	25,565.61	26,726.39	27,945.11	29,224.97	30,568.72	31,979.65	33,461.13
1	Poslovni rash	23,407.24	24,460.10	25,565.61	26,726.39	27,945.21	29,224.97	30,568.72	31,979.65	33,461.13
1.1.	Materijalni i	8,770.00	9,196.00	9,643.30	10,112.97	10,606.11	11,123.92	11,667.61	12,238.50	12,837.92
1.1.1.	Invest. I teku	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.2.	Materijalni t	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.3.	Premija osigi	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
1.1.4.	Obračun osta	7,320.00	7,686.00	8,070.30	8,473.82	8,897.51	9,342.38	9,809.50	10,299.98	10,814.97
1.2.	Troškovi amc	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00
1.3.	Troškovi brut	12,537.24	13,164.10	13,822.31	14,513.42	15,239.09	16,001.05	16,801.10	17,641.16	18,523.21
2	Rashodi finan	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
C	BRUTO DOBIT	2,242.76	2,472.40	2,713.52	2,966.69	3,232.63	3,511.65	3,804.73	4,112.48	4,435.60
D	POREZ NADO	201.85	222.52	244.22	267.00	290.94	316.05	342.43	370.12	399.20
E	NETO DOBIT	2,040.91	2,249.88	2,469.30	2,699.69	2,941.69	3,195.60	3,462.31	3,742.35	4,036.40

Ukoliko bi naš se planirani obim pružanja usluga smanjio za dodatnih 5%, i taj pad iznosio ukupno 10% u odnosu na planirani obim prihoda, te da troškovi ostanu na prvobitno projektovanom nivou, i u tom slučaju imamo veoma dobar finansijski rezultat. U nastavku je planirani bilans koji to i potvrđuje.

Tabela 13: Situacija 2- Pad prodaje ili cijena za 10% pri nepromijenjenim troškovima

BILANS USPJEHA ZA PERIOD OD 9 GODINA										
R. BR.	STRUKTURA	I GOD	II GOD	III GOD	IV GOD	V GOD	VI GOD	VII GOD	VIII GOD	IX GOD
A	<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>24,367.50</b>	<b>25,585.88</b>	<b>28,279.08</b>	<b>28,208.43</b>	<b>29,618.85</b>	<b>31,099.79</b>	<b>32,654.78</b>	<b>34,287.52</b>	<b>36,001.90</b>
B	<b>UKUPNI RASHODI</b>	<b>23,407.24</b>	<b>24,460.10</b>	<b>25,565.61</b>	<b>26,726.39</b>	<b>27,945.11</b>	<b>29,224.97</b>	<b>30,568.72</b>	<b>31,979.65</b>	<b>33,461.13</b>
1	<b>Poslovni rashodi</b>	<b>23,407.24</b>	<b>24,460.10</b>	<b>25,565.61</b>	<b>26,726.39</b>	<b>27,945.21</b>	<b>29,224.97</b>	<b>30,568.72</b>	<b>31,979.65</b>	<b>33,461.13</b>
1.1.	Materijalni i nematerijalni	8,770.00	9,196.00	9,643.30	10,112.97	10,606.11	11,123.92	11,667.61	12,238.50	12,837.92
1.1.1.	Invest. I tekućih	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.2.	Materijalni troškovi	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.3.	Premija osiguranja	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
1.1.4.	Obračun ostalih	7,320.00	7,686.00	8,070.30	8,473.82	8,897.51	9,342.38	9,809.50	10,299.98	10,814.97
1.2.	Troškovi amortizacije	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00
1.3.	Troškovi brutne	12,537.24	13,164.10	13,822.31	14,513.42	15,239.09	16,001.05	16,801.10	17,641.16	18,523.21
2	<b>Rashodi financijski</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
C	<b>BRUTO DOBIT</b>	<b>960.26</b>	<b>1,125.78</b>	<b>2,713.47</b>	<b>1,482.04</b>	<b>1,673.74</b>	<b>1,874.82</b>	<b>2,086.06</b>	<b>2,307.87</b>	<b>2,540.77</b>
D	<b>POREZ NA DOBIT</b>	<b>86.42</b>	<b>101.32</b>	<b>244.21</b>	<b>133.38</b>	<b>150.64</b>	<b>168.73</b>	<b>187.75</b>	<b>207.71</b>	<b>228.67</b>
E	<b>NETO DOBIT</b>	<b>873.84</b>	<b>1,024.46</b>	<b>2,469.25</b>	<b>1,348.65</b>	<b>1,523.10</b>	<b>1,706.09</b>	<b>1,898.32</b>	<b>2,100.16</b>	<b>2,312.10</b>

## 17.ZAKLJUČAK

Investiciono ulaganje u opremu (Naziv preduzeća) kompanija planira da nabavi iz sredstava Investiciono razvojnog fonda Crnr Gore, što se pokazalo kao apsolutno opravdano na osnovu projektovanog bilansa uspjeha za period od narednih devet godina (2 godine grace period + 7 godina otplate kredita), koliko je planirani period povrata sredstava.

Analiza je pokazala da postoje svi neophodni uslovi za realizaciju investicije, te da je investicija isplativa.

Što se tiče nabavke opreme kompanija je već stupila u kontakt sa dobavljačima i planiramo da dobar dio opreme nabavimo iz inostranstva, budući da nam je jeftinije i da u potpunosti odgovara našim zahtjevima, a da ostatak nabavimo od dobavljača iz Crne Gore. Što se tiče inputa potrebnih za tekuće poslovanje, ni u tom pogledu nema prepreka za realizaciju investicije, odnosno neometan proces obavljanja djelatnosti budući da kompanija ima plan na koji način će definisati odnose sa dobavljačima i iz ovog segmenta.