

# **BIZNIS PLAN**

## **Studio za video produkciju**

**-KRATAK PREGLED POSLOVNIH AKTIVNOSTI-**

(Datum)

---

## SADRŽAJ:

1. IZVRŠNI PREGLED .....	4
1.1. Misija i cilj preduzeća.....	4
1.2. Tržište i povoljnosti .....	4
2. BIZNIS IDEJA .....	5
2.1. Biografija osnivača .....	5
2.1.1. Kontakt informacije.....	5
2.1.2. Radna biografija .....	5
2.2. Podaci o preduzeću.....	5
2.3. Opis investicije .....	6
3. ANALIZA TRŽIŠTA.....	7
3.1. Prodajno tržište.....	7
3.1.1. Globalno tržište .....	7
3.1.2. Domaće tržište.....	9
3.2. Nabavno tržište .....	10
3.3. Konkurencija .....	10
4. MARKETING.....	10
4.1. Internet marketnig.....	11
4.2. Youtube kanal.....	11
4.3. Društvene mreže .....	12
4.4. Facebook.....	12
4.5. Ostali mediji .....	12
5. ZAPOSLENOST I KVALIFIKACIONA STRUKTURA .....	13
6. LOKACIJA .....	13
7. IZVORI FINANSIRANJA.....	14
8. AMORTIZACIONI PLAN OTPLATE KREDITA .....	14
9. RASHODI POSLOVANJA .....	17
9.1. Investicioni troškovi .....	17
9.1.1. Obračun amortizacije .....	17
9.1.2. Troškovi kamata.....	18
9.1.3. Obračun premije osiguranja .....	18

---

9.2.	Tekući troškovi .....	18
9.2.1.	Obračun materijalnih troškova .....	18
9.2.2.	Obračun bruto zarada .....	18
9.2.3.	Obračun ostalih troškova.....	19
10.	UKUPNI PRIHODI.....	19
11.	POČETNI BILANS STANJA.....	20
12.	POČETNI BILANS USPJEHA .....	21
13.	ANALIZA OSJETLJIVOSTI I ODRŽIVOSTI PROJEKTA .....	22
14.	ZAKLJUČAK .....	23

---

# 1. IZVRŠNI PREGLED

## 1.1. Misija i cilj preduzeća

Glavni cilj Studija za video produkciju jeste da kvalitetnom i efikasnom uslugom izgradimo imidž kompanije i da takvi postanemo prepoznatljiv brend na našem tržištu. Iskustvom koje posjedujemo i širokim izborom opreme koju ćemo koristiti ćemo pokušati da privučemo što veći broj klijenata.

Misija naše kompanije jeste da postizemo pozitivan finansijski rezultat iz godine u godinu i da širokim i raznovrsnim asortimanom usluga i opreme po evropskom standardu zadovoljimo potrebe klijenata.

## 1.2. Tržište i povoljnosti

Dronovi su jedan od rastućih trendova na svjetskom tržištu. Samo Evropa će do 2022. prema nekim procjenama sačinjavati 25% svjetskog tržišta dronova. Snimanje iz vazduha dronom postalo je sastavni deo promocije, reklame, muzičkog spota, filma ili svadbe.

Za ovakav vid biznisa potencijalno tržište, posmatrajući kratkoročno, predstavlja cjelokupna teritorija Crne Gore. Međutim, dugoročno, planiramo da proširimo tržište i van naše zemlje. Svakodnevno raste tražnja za ovakvim vidom usluga, kako na regionalnom tako i na međunarodnom nivou. Posmatrajući svjetske trendove možemo zaključiti da je ovakva vrsta kompanije nešto što je u trendu i što pronalazi svoje mjesto i na našem tržištu. Ovakva situacija na tržištu čini pozitivan ambijent za poslovanje studija i otvara višestruke mogućnosti napredovanja.

Pravi dokaz iskustva koje posjedujemo iz ove djelatnosti jesu upravo projekti na kojima smo radili i to:

- (navesti projekte)

---

## **2. BIZNIS IDEJA**

### **2.1. Biografija osnivača**

#### **2.1.1. Kontakt informacije**

Osnivač preduzeća: (Ime i prezime)

Izvršni direktor: (Ime i prezime)

Planirani naziv preduzeća: (Ime preduzeća)

Adresa:

Email:

#### **2.1.2. Radna biografija**

(Ime i prezime) rođen/a je (Datum) u (Grad). Završilo/la je (Naziv škole, fakulteta i sl) Govori engleski i italijanski jezik. Pozna je rad na računaru. Posjeduje vozačku dozvolu B kategorije. (Ime i prezime) je na kursovima savladala softverske programe iz ove oblasti kao i osnove upravljanja dronovima što će joj biti od velikog značaja za firmu koju želi da osnuje.

(Ime i prezime) planira da osnuje porodični biznis sa svojom sestrom (Ime) koja je uz nju stekla pojedine vještine u ovoj oblasti.

### **2.2. Podaci o preduzeću**

Planirani naziv preduzeća je (Ime preduzeća). Osnivač kompanije je (Ime i prezime) sa 100% vlasništva. Preduzeće će biti registrovano kao društvo sa ograničenom odgovornošću. Sjedište kompanije će se nalaziti u (grad).

Glavna djelatnost kojom će se kompanija baviti jesu usluge snimanja video materijala i fotografija iz vazduha.

---

### 2.3. Opis investicije

Studio za video produkciju je kompanija koja pruža usluge profesionalnog snimanja video zapisa i fotografija. Naša kompanija biće u mogućnosti da ponudi širok spektar usluga kao što su:

- usluge snimanja video materijala visoke rezolucije iz vazduha
- snimanje panorama, objekata, događaja kamerom visoke rezolucije
- fotografisanje iz vazduha profesionalnim aparatom visoke rezolucije (fotografije objekata, terena, događaja)
- Obuka upravljanja multikopterom
- Obuka upravljanjem stabilizacijom kamere
- Održavanje multikoptera

Prednosti ovog načina fotografisanja i snimanja su:

- letilica se može neposredno približiti objektu
- fotografisanje i snimanje se može raditi i danju i noću
- letilica je ekološki potpuno prihvatljiva, ne stvara nikakvu buku i ne emituje štetne gasove
- snimanje iz uglova koji inače nisu dostupni

Da bi multikopter pravilno funkcionisao potrebno je podesiti i uvezati veliki broj kompleksnih sistema u jednu cjelinu. Mi imamo iskustvo u sledećim oblastima:

- Odabir radio frekvencije kako bi se izbegle smetnje
- Podešavanje multikoptera za potpuno autonaoman let
- Podešavanje multikoptera za snimanje i fotografisanje
- Podešavanje multikoptera za mapiranje terena
- Podešavanje kamere i stabilizacije
- Odabir najefikasnijeg odnosa motora / propelera / baterije
- Monitoring i menadžment pogonskog sistema

Videom iz vazduha se dobijaju snimci nesvakidašnje perspektive koji će ostaviti snažan uticaj na svakog gledaoca.

Prateći najnovije trendove bićemo u mogućnosti da svojim klijentima ponudimo usluge snimanja i fotografisanja iz vazduha sa dronom kao i montažu snimljenog materijala. Ovakav vid snimanja

---

je odlično rješenje za fotografisanje i snimanje reklama, spotova, vjenčanja, objekata firmi u svrhu prezentacije klijentima, za promociju turističke ponude (snimanje turističkih atrakcija, lokalnih obilježja, hotela i sl.)

### **3. ANALIZA TRŽIŠTA**

#### **3.1. Prodajno tržište**

S obzorom da je popularnost video sadržaja sve više u svijetu dobija na značaju, samim tim rastu i potrebe za uslugama video produkcijskih kompanija u svijetu ovaj trend datira već odavno, a sve je prisutniji i kod nas. Zahvaljujući tome produkcijske kompanije ostvaruju višemilionske zarade, u svijetu. Kod nas je trend povećanja prohoda od pružanja ovih usluga još uvijek na nivou nekoliko hiljada godišnje, ali količina zarada i kod nas primijetno raste, što je rezultat potražnje za ovakvim uslugama, odnosno povećanje obima poslovanja.

Tržište video produkcije može se posmatrati sa različitih aspekata. Kada je riječ o prodajnom tržištu Studio za video produkciju je jedna od najangažovanijih produkcija u Podgorici. S obzirom na planirano proširenje produkcije, ozbiljno se razmišlja i o poslovnim poduhvatima na regionalnom i na globalnom planu, mada će u bližoj budućnosti poslovni fokus biti na povećanju obima poslovanja na nivou Crne Gore, na čijem je tržištu Studio za video produkciju nosilac inovativnih i modernih načina snimanja, iz vazduha sa dronovima, ali i potpuno modernog pristupa video produkciji.

##### **3.1.1. Globalno tržište**

Posmatrajući globalne svjetske trendove, Studio za video produkciju se trudi da ih što bolje isprati i da doprinese njihovoj popularizaciji. Zahtjevi globalnog tržišta najviše su iskazani prema inovativnim metodama snimanja i produkcije, a Studio za video produkciju spremno prihvata izazove u potpunosti prateći isključivo globalne tokove kada je u pitanju oprema, ali i poslovi cjelokupne produkcije.

Na globalnom tržištu potražnja za ovakvim vidom usluga naglo je skočila sa razvojem tehnologije, te društvenih globalnih mreža koje, gotovo dominantno sadrže neke vrste video, odnosno foto obrada. Ovi trendovi, izazivaju ogromnu potražnju za uslugama video produkcije ne samo u poslovnom svijetu nego i od strane običnih ljudi. To izaziva povećanje obima

poslovanja, a samim tim i mnogo veće angažovanje produkcija, kao i zaradu koja je rezultat svega toga.

Nekoliko velikih svjetskih država izdvaja se sa potražnjom za dodatne video usluge. Prvo, od dvadeset dominantno otvorenih svjetskih tržišta je tržište Sjedinjenih Američkih država, koje i pored odromnog broja produkcija, prosto ne može da izadje na kraj sa ogromnom potražnjom za uslugama snimanja i montaže različitih video sadržaja.

Sledeća tabela predstavlja dvadeset država u kojima je najizraženija potražnja za ovakvim vidom usluga, kao i količinu prosječne zarade koja se ostvaruje pružanjem istih.

Location	Opportunity <sup>?</sup>	Local Monthly Searches <sup>?</sup>	Recommended Bid <sup>?</sup>	Competition <sup>?</sup>
United States		9,900	\$10.18	
South Korea		2,770	\$0.92	
India		880	\$1.06	
Japan		7,470	\$7.25	
Italy		980	\$1.58	
Germany		1,210	\$4.04	
United Kingdom		1,900	\$11.83	
Canada		880	\$6.59	
Australia		880	\$8.81	
South Africa		210	\$2.42	
France		140	\$2.62	

Visina potražnje u Evropi najviše je zastupljena u Italiji, gdje takođe postoji veliki broj kompanija koje se bave video produkcijom, ali je i pored toga mogućnost poslovanja u ovoj sveri vrlo visoka. Među nekoliko zemalja sa dominantnom ponudom izdvaja se i jedna zemlja regiona, Hrvatska, na šta Studio za video produkciju planira da obrati ozbilju pažnju. Naime, u Hrvatskoj je, što se može vidjeti prema tabeli potražnje video usluga u Evropi, potražnja za video produkcijom vrlo visoka, a sa druge strane nije veliki broj ozbiljnih produkcije koje se bave pružanjem ovakvog vida usluga. Cijena ovih usluga u Hrvatskoj je, zbog vrlo niskog standarda, najniža u Evropi, ali se za Studio za video produkciju, hrvatsko tržište predstavlja kao najbolja poslovna prilika na regionalnom planu. Sledeći grafik predstavlja potražnju video usluga u Evropi sa cijenama tih usuga.



Location	Opportunity <sup>?</sup>	Local Monthly Searches <sup>?</sup>	Recommended Bid <sup>?</sup>	Competition <sup>?</sup>
Italy		980	\$1.58	
Germany		1,210	\$4.04	
United Kingdom		1,900	\$11.83	
Croatia		110	\$0.70	
Netherlands		900	\$5.01	
Denmark		590	\$4.69	
Czech Republic		170	\$1.23	
Finland		320	\$4.45	
France		140	\$2.62	
Ireland		260	\$6.15	
Sweden		110	\$2.37	
Switzerland		210	\$5.24	

### 3.1.2. Domaće tržište

Kada je riječ o domaćem tržištu Studio za video produkciju već ima zavidan nivo poslovanja, naravno, ambicije i mogućnosti Studija za video produkciju su daleko veće. S tim u vezi Studio za video produkciju se trudi da povećanjem svog sadržaja podigne nivo svog poslovanja. S obzirom da je jedan od nosilaca novih svjetskih trendova snimanja u Crnoj Gori, a jedan od začetnika snimanja pomoću dronova, i obrade takvih video snimaka, Studio za video produkciju proširivanjem svojih kapaciteta planira agresivniji nastup na domaćem tržištu. Pokrivenost (Grad) i obim poslova u njemu je prilično veliki, a tendencije su da se taj obim povećava u budućnosti. Ovim povećanjem kapaciteta omogućiće se da se isti nivo poslovnog angažmanja ostvari na nivou čitave Crne Gore.

Što se tiče trenutnih poslovnih aktivnosti Studija za video produkciju posluje sa nekoliko kompanija, pružajući im usluge dizajna, korporate kao i snimanje promotivnih videa i fotografisanje. Takođe je aktuelna saradnja sa nekoliko privrednika kojima je u toku izrada promotivnog video materijala i saradnja sa nekoliko muzičara na poslovima snimanja video spota. Od sitnih poslovnih aktivnosti studio trenutno radi usluge snimanja vjenčanja, eventa kao i snimanje nekretnina.

Glavne ambicije su da se povećanjem poslovnih kapaciteta omogući dalje širenje domaćeg tržišta, kao i izlazak na regionalno tržište.

---

## 3.2. Nabavno tržište

Za nabavku cjelokupne opreme Studio za video produkciju se bazirao i baziraće se na domaće tržište. Usled dobre poslovne saradnje sa domaćim firmama koje se bave uvozom najnovije tehnologije iz oblasti snimanja i video produkcije studio je baziran isključivo na ovaj način kupovine potrebne opreme. Takođe, za dio opreme su zaslužni i sami zaposleni kompanije jer je nekoliko dronova koji se koriste za snimanje napravljeno upravo po sopstvenoj kreaciji uz korišćenje opreme nabavljene na domaćem tržištu.

Što se tiče nabavke planirane opreme za koju se svrhu i potražuje novac od kreditiranja i ona će, takođe, biti kupljena na domaćem tržištu kod kompanije (Ime kompanije) za šta, kao dokaz, postoji već urađen pred-račun sa spiskom opreme i cijenama iste. Predračun iznosi (iznos)€, a broj datog pred-računa je (broj računa) isti je idat od strane pomenute kompanije (Ime kompanije), (datum).

## 3.3. Konkurencija

Iako se radi o vrlo zahtjevnim poslovima, koji moraju ići korak sa savremenim potrebama konkurencija na državnom nivou postoji i ima nezanemarljiv kvalitet usluga. Među kompanijama sa najvećim obimom poslova izdvajaju se kompanije (Imena kompanija) i većinom se radi o kompanijama iz (grad). Neke od njih, prepoznatljive su i na regionalnom tržištu sa istaknutim poslovnim uspjesima i dugogodišnjom radnom tradiciom.

Postojanje ovakve vrlo respektabilne konkurencije svakako je pozitivno za cjelokupni poslovni ambijent. Ovakva konkurencije iziskuje dodatni poslovni angažman i potrebuje ulaganje dodatnog truda kako bi se opstalo na postojećem tržištu, ali i osvojila neka veća i šira tržišta. Ono što (Ime preduzeća) čini itekako konkurentnim ovakvim kompanijama sa dugom tradiciom uspješnog poslovanja svakako je inovativnost u tehnološkom smislu, ali i inovativnost u poslovima montaže i postprodukcije.

## 4. MARKETING

Svjesni činjenice da je u današnjem poslovnom svijetu marketing jedna od glavnih karika uspješnog poslovanja članovi (Ime preduzeća), posebno se trude da marketinška svera bude

---

pokrivena u cjelosti te se vrlo ozbiljno radi na poslovima promocije studija. Marketing se obavlja na nekoliko nivoa sa snažnim fokusom na internet marketing u okviru koga se posebna pažnja obraća na kvalitet youtube kanala. Izraženi markeninški pristup sastoji i od dobrih poslovnih ugovora. Samim poslovima čini se veoma veliki iskorak u upoznavanju ljudi sa poslovima studija, kao i samim kvalitetom usluga. Neke od takvih poslovnih aktivnosti svakako su saradnje sa velikim muzičkim festivalima poput (Naziv festivala), za koji je rađena produkcija. Ovi poslovi su sjajan pokazatelj uspješnosti i u marketinškom smislu veoma dobra preporuka za buduće klijente. Ovakvim projektima stiče se veoma bitna reputacija uspješne i ozbiljne, a nadasve profesionalne produkcije.

Budući planovi makretinga neće se bitno mijenjati s obzoromna dosadašnjju vrlo uspješnu marketing priču koju (Ime preduzeća) ima. Ono što će se promijeniti je kapacitet i intenzitet marketinga, a potrudice se da se cjelokupni projekat predstavi i televizijski, kao jedan od mladih ali vrlo uspješnih biznis projekata.

#### **4.1. Internet marketnig**

S obzirom na vrijeme u kome je internet najvažnija poslovna karika u marketinškom smislu, najveći dio marketinškog plana biće usmjeren ka ovoj vrsti promocije. Internet marketing je pravi način marketinga za ovu vrstu poslova, jer se na njemu može bez mnogo retorike predstaviti konkretno produkcijsko ostvarenje napravljeno namjenski ili reklamno što budućim klijentima pruža jasnu sliku o kvalitetu i načinu usluge. Jedan od sledećih koraka je pokretanje internet stranice (Ime stranice) koja će obuhvatati cjelokupan sadržaj i opis poslova kojima se studio bavi, kao i video materijal koji predstavlja rad inovativne mogućnosti studija.

#### **4.2. Youtube kanal**

Najbitiniji medij za ovu vrstu poslova svakako je youtube. Ova društvena mreža broji ogroman broj korisnika i pokriva čitav svijet te je mogućnost pregleda ogromna što povećava šanse za veće poslovne ponude ne samo na domaćem nego i na regionalnom i na globalnom tržištu.

Od samo osnivanja (Ime preduzeća), posebna pažnja obratila se ovom načinu marketinga. Do sada se na kanalu (Ime preduzeća) nalazi nekoliko videa snimljenih na veoma inovativan način uz korišćenje nejsavremenije tehnologije kao i modernih metoda montaže uz veoma zanimljive kadrove snimane iz vazduha pomoću dronova.

---

Trenutno kanal ima nekoliko stotina stalnih pratilaca, a svaki video na kanalu ima više hiljada pregleda. Intenzitet ovakve marketing kampanje će se svakako povećati i radiće se na pravljenju što više promotivnog video sadržaja.

### **4.3. Društvene mreže**

Kada je riječ o društvenim mrežama, (Ime preduzeća) već sadrži popularnu facebook stranicu. Planira se pokretanje instagram profila, koji bi uz plaćanje reklamnog sadržaja intenzivno dijelio promotivni video sadržaj. Takođe se planira otvaranje i tviter naloga i njegova konekcija sa youtube kanalom.

### **4.4. Facebook**

Kao najveća i najpopularnija društvena mreža facebook predstavlja odličnu marketing platformu za ovakve vrste poslova. Od samog osnivanja kompanije napravljena je stranica na ovoj društvenoj mreži sa ciljem da predstavi poslovne aktivnosti studija ali i omogući lakšu komunikaciju sa potencijalnim klijentima. Takođe se koristi da se široj javnosti predstave ostvarenja produkcije dijeljena sa youtube kanala, čijom je konekcijom sa facebook-om napravljena jedna dobra marketinška mreža.

Stranica trenutno sadrži nekoliko hiljada like-ova, a njenoj popularnosti će se posvetiti dodatna pažnja. .

### **4.5. Ostali mediji**

(Ime preduzeća) je u već nekoliko navrata u toku prethodnog poslovanja bio predstavljan preko raznih medija, a prevashodno preko novina i internet portala, kao jedan od najboljih primjera uspješnog biznisa. Predstavljan je i na televiziji kao oficijalna produkcija nekoliko značajnih muzičkih festivala.

U toku predstojećeg perioda planira se još agresivnija marketinška kampanja na televiziji i putem novina i portala, a u cilju što boljeg predstavljanja načina rada i samog kvaliteta video materijala.

---

## 5. ZAPOSLENOST I KVALIFIKACIONA STRUKTURA

U kompaniji će (za početak) raditi samo izvršni direktor.

Tabela: Struktura zaposlenih

RB	NAZIV RADNG MJESTA	BROJ IZVRŠILACA	ŠKOLSKA SPREMA
1.	Novi zaposleni		
2.	Izvršni direktor	1	SSS
	Ukupno	1	

## 6. LOKACIJA

Sjedište kompanije (Ime preduzeća) nalazilo bi se u (Grad) u centru grada. Prostor će kompanija plaćati 100€ mjesečno što će na godišnjem nivou iznositi 1200€. 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.

## 7. IZVORI FINANSIRANJA

Kompanija planira da investiciju realizuje sredstvima Investiciono razvojnog fonda Crne Gore, posredstvom linije kreditiranja visokoškolaca, pri kamatnoj stopi od 2,5%. U nastavku slijedi plan pregleda ulaganja:

Tabela: Izvori finansiranja

R.BR	IZVORI	IZNOS	PROCENA T	GODIŠNJ A KAMATA	GRACE PERIOD	ROK OTPLATE
1	Sopstveno učešće	4,500.00	23,08%			
2	Kreditori	15.000,00	76,92%	2,5%	2 GODINE	84 MJESECI

## 8. AMORTIZACIONI PLAN OTPLATE KREDITA

Uslovi pod kojima će sredstva biti odobrena:

Grace period: dvije godine

Rok otplate: 84 mjeseca

Kamatna stopa: 2.5% na godišnjem nivou

Otplata kredita: jednaki mjesečni anuiteti

<i>T</i>	<i>Anuitet</i>	<i>Rata</i>	<i>Kamata</i>	<i>Iznos kr.</i>
1	194.65	163.75	30.90	14,836.25
2	194.65	164.09	30.56	14,672.16
3	194.65	164.43	30.22	14,507.73
4	194.65	164.77	29.88	14,342.97
5	194.65	165.10	29.54	14,177.86
6	194.65	165.44	29.20	14,012.42
7	194.65	165.79	28.86	13,846.63

8	194.65	166.13	28.52	13,680.51
9	194.65	166.47	28.18	13,514.04
10	194.65	166.81	27.84	13,347.22
11	194.65	167.16	27.49	13,180.07
12	194.65	167.50	27.15	13,012.57
13	194.65	167.85	26.80	12,844.72
14	194.65	168.19	26.46	12,676.53
15	194.65	168.54	26.11	12,508.00
16	194.65	168.88	25.76	12,339.11
17	194.65	169.23	25.42	12,169.88
18	194.65	169.58	25.07	12,000.30
19	194.65	169.93	24.72	11,830.37
20	194.65	170.28	24.37	11,660.09
21	194.65	170.63	24.02	11,489.46
22	194.65	170.98	23.67	11,318.47
23	194.65	171.33	23.31	11,147.14
24	194.65	171.69	22.96	10,975.45
25	194.65	172.04	22.61	10,803.41
26	194.65	172.40	22.25	10,631.01
27	194.65	172.75	21.90	10,458.26
28	194.65	173.11	21.54	10,285.16
29	194.65	173.46	21.19	10,111.69
30	194.65	173.82	20.83	9,937.87
31	194.65	174.18	20.47	9,763.70
32	194.65	174.54	20.11	9,589.16
33	194.65	174.90	19.75	9,414.26
34	194.65	175.26	19.39	9,239.00
35	194.65	175.62	19.03	9,063.39
36	194.65	175.98	18.67	8,887.41
37	194.65	176.34	18.31	8,711.06
38	194.65	176.71	17.94	8,534.36
39	194.65	177.07	17.58	8,357.29

40	194.65	177.43	17.21	8,179.85
41	194.65	177.80	16.85	8,002.05
42	194.65	178.17	16.48	7,823.89
43	194.65	178.53	16.12	7,645.36
44	194.65	178.90	15.75	7,466.46
45	194.65	179.27	15.38	7,287.19
46	194.65	179.64	15.01	7,107.55
47	194.65	180.01	14.64	6,927.54
48	194.65	180.38	14.27	6,747.16
49	194.65	180.75	13.90	6,566.41
50	194.65	181.12	13.53	6,385.29
51	194.65	181.50	13.15	6,203.79
52	194.65	181.87	12.78	6,021.92
53	194.65	182.24	12.40	5,839.67
54	194.65	182.62	12.03	5,657.05
55	194.65	183.00	11.65	5,474.06
56	194.65	183.37	11.28	5,290.69
57	194.65	183.75	10.90	5,106.93
58	194.65	184.13	10.52	4,922.80
59	194.65	184.51	10.14	4,738.30
60	194.65	184.89	9.76	4,553.41
61	194.65	185.27	9.38	4,368.14
62	194.65	185.65	9.00	4,182.49
63	194.65	186.03	8.62	3,996.45
64	194.65	186.42	8.23	3,810.04
65	194.65	186.80	7.85	3,623.24
66	194.65	187.19	7.46	3,436.05
67	194.65	187.57	7.08	3,248.48
68	194.65	187.96	6.69	3,060.52
69	194.65	188.34	6.30	2,872.18
70	194.65	188.73	5.92	2,683.44
71	194.65	189.12	5.53	2,494.32



72	194.65	189.51	5.14	2,304.81
73	194.65	189.90	4.75	2,114.91
74	194.65	190.29	4.36	1,924.62
75	194.65	190.68	3.96	1,733.93
76	194.65	191.08	3.57	1,542.86
77	194.65	191.47	3.18	1,351.38
78	194.65	191.87	2.78	1,159.52
79	194.65	192.26	2.39	967.26
80	194.65	192.66	1.99	774.60
81	194.65	193.05	1.60	581.55
82	194.65	193.45	1.20	388.10
83	194.65	193.85	0.80	194.25
84	194.65	194.25	0.40	0.00

## 9. RASHODI POSLOVANJA

### 9.1. Investicioni troškovi

#### 9.1.1. Obračun amortizacije

Tabela: Obračun amortizacije

R.BR.	STRUKTURA	VRIJEDNOST	STOPA AMORTIZACIJE	AMORTIZACIJA
1	GRAĐEVINSKI OBJEKTI			
2	OPREMA			
A	Postojeća oprema	2.500,00	10%	250.00
B	Nova oprema	15,000.00	10%	1,500.00
	- Tehnološka oprema			
	UKUPNO			

Investitor već posjeduje značajan broj uređaja neophodnih za obavljanje posla u budućnosti i to: Sony A6300 u iznosu od 1200€, Sigma30mm f2.8C u iznosu od 150€, Sony 16mm f2.8 u iznosu od 150€ I DJI Phantom 3 Pro u iznosu od 1000€.

---

### **9.1.2. Troškovi kamata**

Kao što je navedeno u prethodnom izlaganju, kompanija (Ime preduzeća) će sredstva obezbjediti iz kreditnih sredstava IRF-a, po kamatnoj stopi od 2,5%, budući da se radi o Programu za visokoškolce. Troškovi kamata na kraju I godine će iznositi 348.34, na kraju II godine 298.67, na kraju III godine 247.74, na kraju IV godine 195.54, na kraju V godine 142.04, na kraju VI godine 87.20 i na kraju VII godine 30.98.

### **9.1.3. 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.

## **9.2. Tekući troškovi**

### **9.2.1. Obračun materijalnih troškova**

Kompanija neće imati značajnijih materijalnih troškova s obzirom na prirodu posla kojim se bavi osim troškova goriva i ostalih sitnih materijalnih troškova u objektima za šta je planirano oko 200 € mjesečno što će na godišnjem nivou iznositi 2400€.

### **9.2.2. Obračun bruto zarada**

U kompaniji će raditi samo izvršni direktor. Neto plata izvršnog direktora će iznositi 300€ mjesečno, što će na godišnjem nivou iznositi 3600€ odnosno bruto plata će iznositi 447,76€ mjesečno što će na godišnjem nivou iznositi 5373,12€.

Ukupan bruto iznos zarada na godišnjem nivou će iznositi 5373,12€.

### 9.2.3. Obračun ostalih troškova

Obračun ostalih troškova koje očekuju poslovanje kompanije (Ime preduzeća), prikazan je u tabeli u nastavku:

Tabela: Obračun ostalih troškova

R.BR.	VRSTA TROŠKA	MJESEČAN IZNOS TROŠKA	GODIŠNJI IZNOS TROŠKA
1	Troškovi zakupa	100.00€	1,200,00€
2	Ostali troškovi	200.00€	2,400,00€
	Ukupno	300.00€	3,600,00

## 10. UKUPNI PRIHODI

Kompanija planira da ostvaruje prihode po osnovu raznih usluga snimanja, montaže, fotografisanja i dizajna. Cjenovnik usluga kompanije (Ime preduzeća) dat je u tabeli u nastavku:

Tabela: Cjenovnik

	Opis	Tarifa (posatu)
Polu-Produkcija (Upotreba manjeg dijela opreme)	Snimanje (klasično)	20,00€
	Snimanje (iz vazduha)	30,00€
	Snimanje (360)	30,00€
	Montaža	20,00
	Fotografisanje	20,00€
Ful-Produkcija (Upotreba cjelokupne opreme)	Snimanje (klasično)	30,00€
	Snimanje (iz vazduha)	40,00€
	Snimanje (360)	40,00€
	Montaža	30,00€
	Fotografisanje	40,00€

	<b>Dizajn</b>	<b>30,00€</b>
--	---------------	---------------

	<b>Snimanje iz vazduha (I2)</b>	<b>100,00€</b>
--	---------------------------------	----------------

U tabelu u nastavku data je projekcija prihoda na mjesečnom i godišnjem nivou:

Tabela :Prihodi

OPIS	BR. SATI	MJESEČNO	GODIŠNJE
Snimanje( klasično)	20	400.00	4,800.00
Snimanje (iz vazduha)	20	400.00	4,800.00
Snimanje (360)	10	300.00	3,600.00
Montaža	30	600.00	7,200.00
Fotografisanje	10	200.00	2,400.00
Dizajn	20	600.00	7,200.00
UKUPNO		2,500.00	30,000.00

## 11.POČETNI BILANS STANJA

U tabeli koja slijedi prikazan je početni bilans stanja koji obuhvata postojeću imovinu kompanije, koja iznosi 2,500.00€, 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 br : Početni bilans stanja

POČETNI BILANS STANJA U €			
AKTIVA		PASIVA	
A	OSNOVNA SREDSTVA	17,500.00	A KAPITAL
			4,500.00

1	Građevinski objekat		1	SOPSTVENI KAPITAL	4,500.00
2	Oprema		B	DUGOROČNI KREDITI	15,000.00
	Postojeća oprema	2,500.00	1	- Postojeći krediti	
	Nova oprema	15,000.00	2	- Novi kredit	<b>15,000.00</b>
B	OBRTNA SREDSTVA	2,000.00			
1	Potraživanja				
2	Gotovina i got. Ekvivalenti				
3	<b>Porez na dodatnu vrijednost i AVR</b>				
4	<b>Ostala ulaganja</b>	<b>2,000.00</b>			
	UKUPNO	19,500.00		UKUPNO	19,500.00

## 12. POČETNI 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.

Tabela br: Početni bilans uspjeha

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 PRIHODI	30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75	36.465,19	38.288,45	40.202,87	42.213,01	44.323,66
B	UKUPNI RASHODI	18.973,12	19.721,78	20.856,20	21.631,93	22.447,66	23.305,46	24.207,45	25.155,88	26.153,10
1	Poslovni rashodi	18.973,12	19.721,78	20.507,86	21.333,26	22.199,92	23.109,92	24.065,41	25.068,68	26.122,12
1.1.	Materijalni i nematerijalni troškovi	9.850,00	10.330,00	10.834,00	11.363,20	11.918,86	12.502,30	13.114,92	13.758,16	14.433,57
1.1.1.	Investiciono i tekuće održavanje	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61	4.824,34	5.065,56	5.318,84
1.1.2.	Materijalni troškovi	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08	3.216,23	3.377,04	3.545,89
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 troškova	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61	4.824,34	5.065,56	5.318,84
1.2.	Troškovi amortizacije	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00
1.3.	Troškovi bruto zarada	5.373,12	5.641,78	5.923,86	6.220,06	6.531,06	6.857,61	7.200,49	7.560,52	7.938,55
2	Rashodi finansiranja	0,00	0,00	348,34	298,67	247,74	195,54	142,04	87,20	30,98
C	BRUTO DOBIT	11.026,88	11.778,22	12.218,80	13.096,82	14.017,53	14.982,99	15.995,42	17.057,13	18.170,57
D	POREZ NA DOBIT	992,42	1.060,04	1.099,69	1.178,71	1.261,58	1.348,47	1.439,59	1.535,14	1.635,35
E	NETO DOBIT	10.034,46	10.718,18	11.119,10	11.918,11	12.755,95	13.634,52	14.555,83	15.521,99	16.535,21

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 projektovale 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.

### 13. ANALIZA OSJETLJIVOSTI I ODRŽIVOSTI PROJEKTA

Biznis plan je rađen u skladu sa načelom opreznosti, te se vodilo računa da se prihodi procjenjuju naniže, a rashodi naviše 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 10%. Sve troškove smo ostavili nepromjenjene, pa i u toj situaciji imamo veoma dobar poslovni rezultat. Planirani bilans uspjeha, pri prihodu manjem za 10% od planiranog je u nastavku:

Tabela br: Situacija 1- Pad prodaje (ili cijena) za 10%, pri nepromjenjenim 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 PRIHODI	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 RASHODI	18.973,12	19.721,78	20.856,20	21.631,93	22.447,66	23.305,46	24.207,45	25.155,88	26.153,10
1	Poslovni rashodi	18.973,12	19.721,78	20.507,86	21.333,26	22.199,92	23.109,92	24.065,41	25.068,68	26.122,12
1.1.	Materijalni i nematerijalni troškovi	9.850,00	10.330,00	10.834,00	11.363,20	11.918,86	12.502,30	13.114,92	13.758,16	14.433,57
1.1.1.	Investiciono i tekuće održavanje	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61	4.824,34	5.065,56	5.318,84
1.1.2.	Materijalni troškovi	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08	3.216,23	3.377,04	3.545,89
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 troškova	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61	4.824,34	5.065,56	5.318,84
1.2.	Troškovi amortizacije	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00
1.3.	Troškovi bruto zarada	5.373,12	5.641,78	5.923,86	6.220,06	6.531,06	6.857,61	7.200,49	7.560,52	7.938,55
2	Rashodi finansiranja	0,00	0,00	348,34	298,67	247,74	195,54	142,04	87,20	30,98
C	BRUTO DOBIT	8.026,88	8.628,22	8.911,30	9.623,95	10.371,01	11.154,15	11.975,13	12.835,83	13.738,20
D	POREZ NA DOBIT	722,42	776,54	802,02	866,16	933,39	1.003,87	1.077,76	1.155,22	1.236,44
E	NETO DOBIT	7.304,46	7.851,68	8.109,28	8.757,79	9.437,62	10.150,27	10.897,37	11.680,60	12.501,76

Ukoliko bi se naš planirani obim pružanja usluga smanjio za dodatnih 10%, i taj pad iznosio ukupno 20% 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 br: Situacija 2- Pad prodaje (ili cijena) za 20%, pri nepromjenjenim 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 PRIHODI	24.300,00	25.515,00	26.790,75	28.130,29	29.536,80	31.013,64	32.564,32	34.192,54	35.902,17
B	UKUPNI RASHODI	18.973,12	19.721,78	20.856,20	21.631,93	22.447,66	23.305,46	24.207,45	25.155,88	26.153,10
1	Poslovni rashodi	18.973,12	19.721,78	20.507,86	21.333,26	22.199,92	23.109,92	24.065,41	25.068,68	26.122,12
1.1.	Materijalni i nematerijalni troškovi	9.850,00	10.330,00	10.834,00	11.363,20	11.918,86	12.502,30	13.114,92	13.758,16	14.433,57
1.1.1.	Investiciono i tekuće održavanje	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61	4.824,34	5.065,56	5.318,84
1.1.2.	Materijalni troškovi	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08	3.216,23	3.377,04	3.545,89
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 troškova	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61	4.824,34	5.065,56	5.318,84
1.2.	Troškovi amortizacije	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00
1.3.	Troškovi bruto zarada	5.373,12	5.641,78	5.923,86	6.220,06	6.531,06	6.857,61	7.200,49	7.560,52	7.938,55
2	Rashodi finansiranja	0,00	0,00	348,34	298,67	247,74	195,54	142,04	87,20	30,98
C	BRUTO DOBIT	5.326,88	5.793,22	5.934,55	6.498,36	7.089,14	7.708,18	8.356,87	9.036,66	9.749,07
D	POREZ NA DOBIT	479,42	521,39	534,11	584,85	638,02	693,74	752,12	813,30	877,42
E	NETO DOBIT	4.847,46	5.271,83	5.400,44	5.913,51	6.451,12	7.014,45	7.604,75	8.223,36	8.871,65

## 14.ZAKLJUČAK

Investiciono ulaganje u opremu (Ime preduzeća) kompanija planira da nabavi iz sredstava Investiciono razvojnog fonda Crne Gore, što se pokazalo kao apsolutno opravdano na osnovu projektovanog bilansa uspjeha za period od narednih 9 godina (2 godine grace perioda + 7 godine 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, 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 process obavljanja djelatnosti budući da kompanija ima plan na koji način će definisati odnose sa dobavljačima i iz ovog segmenta.

