

POSLOVNI PLAN NA PRIMJERU OTVARANJA CENTRA ZA FIZIKALNU REHABILITACIJU

Runjić, Toni

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:138358>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**POSLOVNI PLAN NA PRIMJERU OTVARANJA
CENTRA ZA FIZIKALNU REHABILITACIJU**

Mentor:

Doc. dr. sc. Željko Mateljak

Student:

Toni Runjić

Broj indeksa: 1140981

Split, rujan 2017. godine

Sadržaj

1.UVOD	3
1.1. Definiranje problema istraživanja	3
1.2. Ciljevi istraživanja.....	3
1.3.Metoda rada.....	4
1.4.Struktura rada	4
2.ULOGA I VAŽNOST PLANIRANJA U RELIZACIJI PODUZETNIČKOG POTHVATA.....	5
2.1. Općenito o poduzetništvu i planiranju	5
2.2.Poslovni plan	6
3.TRŽIŠNI ASPEKTI OTVARANJA CENTRA ZA FIZIKALNU REHABILITACIJU.....	8
3.1. Projekt	8
3.2.Podaci o investitoru	8
3.3. Analiza djelatnosti-analiza usluge.....	8
3.4.Analiza kupaca	10
3.5. Analiza konkurencije.....	11
3.6. SWOT analiza	12
3.7. Definiranje marketing miksa.....	14
4. TEHNIČKO - TEHNOLOŠKI I EKONOMSKI ASPEKTI OTVARANJA CENTRA ZA FIZIKALNU TERAPIJU	19
4.1.Lokacija.....	19
4.2. Oprema	21
4.3. Zaposlenici	22
4.4. Zaštitne mjere	23
4.5 Izvedba projekta	24
4.5.1 Financiranje	24
4.5.2.Aktivizacijsko razdoblje	24
4.5.3. Plan otplate kredita	25
4.5.4 Prihodi i rashodi centra.....	27
4.5.5. Projekcija računa dobiti i gubitka centra	29
5. ZAKLJUČAK	31
LITERATURA	32

SLIKE:	33
TABLICE:.....	33
SAŽETAK:	34
SUMMARY:.....	34

1.UVOD

Moderan i ubrzan život 21. vijeka uz mnoge blagodati i privilegije koje pruža dosta toga i uzima, a najviše ono čovjeku najbitnije, zdravlje. Uz mnogo stresa koji je najveći čovjekov neprijatelj, najviše pati čovjekov koštano-mišićni sustav (kralježnica, vratna kralježnica, zglobovi, mišići) zbog teških fizičkih poslova, ali i zbog krivog držanja prilikom obavljanja uredskih poslova i poslova u prosvjeti i zdravstvu. Također su česte i ozljede sportaša zbog preopterećenosti i tempa koje postavlja današnji sport. Ozljeda nisu pošteđeni ni obični rekreativci. Sve više se traže usluge fizioterapeuta i usluge u rehabilitacijskim centrima, te ta djelatnost iz godine u godinu u cijelom svijetu raste. U Hrvatskoj osim ljudi starije dobne skupine sve veću potražnju za fizioterapeutskim uslugama čine i mlađe dobne skupine, pretežito sportaši i studenti.

1.1. Definiranje problema istraživanja

Kao problem istraživanja ovog završnog rada postavlja se izrada poslovnog plana i sagledavanje svih važnih čimbenika i aspekata pokretanja novog posla . Problem istraživanja bit će prikazan na primjeru otvaranja centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“.

Istraživanje je podloga za svaki poslovni plan. Poduzetnik mora biti upoznat s okolinom u kojoj posluje, prilikama i prijetnjama, te slabostima i snagama, dakle mora poznavati internu i eksternu okolinu poduzeća. Također poduzetnik mora imati uvid u resurse kojima raspolaže i prilagođavat im se te u konačnici mora izabrati najbolju strategiju kojom bi došao do uspjeha. Poslovni plan mora biti dobro pripremljen kako bi se što uspješnije ušlo na tržište.

1.2. Ciljevi istraživanja

Glavni cilj ovog završnog rada je istražiti isplativost i opravdanost ulaganja u novi poduzetnički pothvat na primjeru centra za fizikalnu rehabilitaciju. Ljudi u sve većoj mjeri traže usluge fizikalnih centara. Potrebno je napraviti biznis plan centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ koji će se svojom ponudom isticati na tržištu i ostvariti prednost nad konkurentima. Poduzeće egzistira da bi ostvarilo određene ciljeve koji uvijek zahtijevaju zajedničku ili kolektivnu akciju.¹Ciljevi moraju biti mjerljivi, ostvarivi i realni.

¹Buble, M. , (2006.): Osnove menadžmenta, Ekonomski fakultet u Splitu, str.5

1.3. Metoda rada

Metoda je planiran ili unaprijed smišljen postupak za postizanje određenoga teorijskog ili praktičnog cilja.

Metode koje će se koristiti u radu su: **metoda sinteze, metoda analize, metoda dedukcije, metoda indukcije i komparativna metoda.**

Metoda sinteze- spaja jednostavne misaone tvorevine u složene te povezuje posebne elemente, pojave i procese u jedinstvenu i skladnu cjelinu

Metoda analize- raščlanjuje složene pojmove, zaključke i sudove na njihove jednostavnije dijelove te omogućuje bolje razumijevanje istih

Metoda dedukcije- deduktivni način zaključivanja pomoću kojeg se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci

Metoda indukcije- induktivnim načinom zaključivanja analiziraju se pojedine činjenice i dolazi se do zaključka o općem sudu

Komparativna metoda- koristi se prilikom preuzimanja tuđih rezultata znanstveno-istraživačkih radova, odnosno tuđih stavova, opažanja, zaključaka i spoznaja

1.4. Struktura rada

Završni rad podijeljen je u 5 dijelova. U prvom dijelu, uvodu, definiraju se problemi istraživanja, ciljevi istraživanja, metoda rada i struktura rada.

U drugom dijelu prikazuje se uloga i važnost planiranja u realizaciji poduzetničkog pothvata. U trećem dijelu se prikazuju tržišni aspekti realizacije centra za fizikalnu rehabilitaciju kao poduzetničkog pothvata kojeg se navodi u radu.

U četvrtom poglavlju su analizirani tehničko-tehnološki i ekonomski aspekti otvaranja centra za fizikalnu rehabilitaciju; lokacija, oprema, zaštitne mjere, procjena prihoda i rashoda, plan otplate kredita, aktivizacijsko razdoblje, procjena godišnje dobiti, račun dobiti i gubitka.

U posljednjem poglavlju daje se zaključak o isplativosti i opravdanosti ulaganja u ovaj projekt te popis literature, slika i tablice i na samom kraju sažetak na engleskom jeziku.

2.ULOGA I VAŽNOST PLANIRANJA U RELIZACIJI PODUZETNIČKOG POTHVATA

2.1. Općenito o poduzetništvu i planiranju

Prilično je teško odgovoriti na relativno jednostavno pitanje: što je zapravo **poduzetništvo** i tko su zapravo poduzetnici? Etimološki promatrano, poduzetništvo predstavlja sposobnost pokretanja određene akcije, poduzimanja aktivnosti sa svrhom postizanja željenog cilja, sve predmnijevajući spremnost na borbu protiv prepreka, spremnost na neizvjesnost ishoda i rizik.²Vidljivo je da poduzetništvo nema jedinstvenu definiciju te da je to širok pojam kojeg bi jako teško bilo ograničiti na jednu definiciju. Pojam poduzetništvo je usko povezan s pojmom inovacija što podrazumijeva stvaranje nečeg novog. Inovacija utječe na rast proizvodnje, a samim time poduzetništvo ima veliku ulogu u rastu ukupnog gospodarstva . Kriva je teza da je lako postati uspješan poduzetnik. Svaki uspješan poduzetnik ulaže puno vremena, truda i zdravlja u svoj posao, također riskira svoj kapital i ugled te je odgovoran za svoje zaposlene.

Planiranje baš kao i poduzetništvo nema jedinstvenu definiciju nego ga je moguće definirati na više načina zbog širine pojma. Kreinter³ smatra da je planiranje „proces rješavanja problema neizvjesnosti pomoću formuliranja budućih pravca akcija za ostvarenje specifičnih rezultata“. Cole⁴smatra da je planiranje aktivnost koja uključuje odluke o ciljevima, sredstvima, ponašanju i rezultatima. Dakle vidljivo je da mnogo autora i ekonomista ima svoju definiciju planiranja što pokazuje koliko je planiranje širok pojam kako u praksi tako i u teoriji.

Tri temeljna pitanja na koja planiranje mora dati odgovor,a u čemu se ujedno manifestira i sadržaj planiranja. Ta pitanja su sljedeća:

1. Gdje se poduzeće sada nalazi?

2. Gdje se poduzeće želi naći u budućnosti?

3. Kako tamo stići?⁵

²Buble, M. , Kružić D. , (2006.): Poduzetništvo, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 1.

³Buble, M. , (2006.): Osnove menadžmenta, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 5.

⁴Buble, M. , (2006.): Osnove menadžmenta, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 5.

⁵Buble, M. , (2006.): Osnove menadžmenta, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 86.

Planiranje ima svoju hijerarhiju koje karakteriziraju tri razine korespondentne razinama menadžmenta. Tako razina vrhovnoga menadžmenta korespondira strateško, razini srednjeg menadžmenta taktičko, a menadžmentu prve razine operativno planiranje.⁶ Proces planiranja se odvija od vrhovnog menadžmenta prema menadžmentu prve razine.

U teoriji i praksi razvijeni su brojni tipovi planiranja od kojih su najpopularniji tri:⁷

1. jednokratni planovi

2. trajni planovi

3. kontingencijski planovi

Dva su konceptualna razloga planiranja:⁸

1. ograničenost resursa

2. neizvjesnost okoline

Zbog ograničenosti resursa potrebno je planirati njihovu upotrebu te planirati potencijalne supstitute određenih resursa. Zbog postojanja neizvjesnosti okoline poduzetnik i poduzeće uvijek moraju biti što spremniji na nepredvidljive događaje koji direktni i indirektno utječu na poslovanje poduzeća.

2.2. Poslovni plan

Osnivanje novog poduzeća zahtijeva od poduzetnika odgovor na niz pitanja počevši od toga što će to raditi (čime se baviti) i komu će to prodati, pa do toga da li se to uopće isplati. Da bi odgovorio na ta sva pitanja, a pogotovo ako te odgovore treba prezentirati nekome tko će ga poduprijeti u svemu tome, tada je nužno da izradi **poslovni plan** u kojemu se utvrđuju sve aktivnosti nužne za osnivanje poduzeća. Te su aktivnosti sljedeće:⁹

1. Odluka o tome da se osnuje poduzeće

2. Analiza svojih sposobnosti i mogućnosti

⁶Buble, M. , (2006.): Osnove menadžmenta, Ekonomski fakultet u Splitu ,str. 88.

⁷Buble, M. , (2006.): Osnove menadžmenta, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 26.

⁸Buble, M. , (2006.): Osnove menadžmenta, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 86

⁹Buble, M. , Kružić D. , (2006.): Poduzetništvo, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 213.

3. Izbor proizvoda ili usluge
4. Istraživanje tržišta
5. Predviđanje prihoda od prodaje
6. Izbor lokacije
7. Izrada plana proizvodnje
8. Izrada plana marketinga
9. Izrada plana organizacije
10. Izrada plana pravnih aktivnosti
11. Izrada plana osiguranja
12. Izrada plana računovodstva
13. Izrada financijskog plana
14. Pisanje popratnog pisma

Poslovni plan je osnovica za provođenje bilo kojeg poduzetničkog pothvata. Što je poslovni plan kvalitetnije sastavljen veće su šanse za uspješnost poduzetničke zamisli. Poslovni plan je plansko-poslovni elaborat kojim poduzetnik pokazuje svoje poslovne ideje, ambicije i planove. Također, poslovni plan ima svoju hijerarhiju koju se treba poštivati, izostavljanje bilo kojeg dijela poslovnog plana može kasnije biti kobno za poslovanje cijelog poduzeća. Potrebno je poslovni plan posebno dobro i pažljivo razmotriti jer on ukazuje i na nedaće s kojima se poduzeće može susresti i tako uvelike pomoć u rješavanju istih. Dobar poslovni plan daje velike šanse za uspjeh poduzeća, dok loš poslovni plan u startu vrlo vjerojatno garantira da poduzeće neće posloovati sa uspjehom ili da uopće neće doći do proboja na tržištu.

3.TRŽIŠNI ASPEKTI OTVARANJA CENTRA ZA FIZIKALNU REHABILITACIJU

3.1. Projekt

Naziv projekta: Centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“

Osnovna djelatnost(šifra): 86.90

Lokacija: Kwart Mejaši, grad Split

Karakter investicije: Otvaranje i uređivanje centra za fizikalnu rehabilitaciju

Cijene obračuna: Kuna(HRK)

3.2.Podaci o investitoru

Ime i prezime: Toni Runjić

Datum rođenja: 29.06.1995.

Adresa stanovanja: Reićeve 11

Mjesto stanovanja: 21000 Split

Studi: Ekonomski fakultet Split

Poduzetničke sposobnosti: samouvjerenost, ambicioznost ,spremnost na grupni rad, objektivnost, komunikativnost, snalažljivost, odlučnost, odgovornost, upornost.

3.3. Analiza djelatnosti-analiza usluge

Centar za rehabilitaciju „Inchy“pružat će usluge zdravstvene zaštite. Usluga će biti dostupna za svakoga od mlađih dobnih grupa do onih starijih. Također centar će posjedovati svu potrebnu opremu koja će zadovoljiti i oporavak vrhunskih sportaša. Dakle centar je otvoren za sve kategorije ljudi, sportaše, rekreativce, ljude nakon operacije zglobova, kralježnice, vratne kralježnice, studente.

U ponudi centra će se nalaziti:

- Velika dvorana sa 8 kreveta za masažu

- Dvorana za vježbanje sa svom potrebnom opremom (strunjače, vijače,gume za rastezanje)
- Velika soba za magnetsku rezonancu
- Sobe za laser, magnetsku terapiju i elektroterapiju, termoterapiju
- Bazen
- Mini bar s ponudom pića i sendviča

Dobavljač opreme za centar „Inchy“ bila bi tvrtka Fokus Medica d.o.o. Pošto je želja da centar dobije status najboljeg centra za fizikalnu terapiju na području Republike Hrvatske sukladno tome je izabran i najbolji dobavljač. Fokus Medica d.o.o već 20 godina vodeća je tvrtka u području opreme za fizikalnu terapiju, rehabilitaciju i sportsku medicinu, a ekskluzivni su zastupnici vodećih svjetskih proizvođača . Centar za fizikalnu terapiju „Inchy“ sklopio bi ugovor s Fokus Medical d.o.o kao jednim dobavljačem opreme za rehabilitacijski centar te dobio mnoge pogodnosti i pristupačnije cijene nabave. Za mini bar dobavljač bi bio „Zdrava hrana“ d.o.o Split.

Centar će pružati najmodernije usluge fizikalne terapije: terapija udarnim valom, termoterapija, terapijski ultrazvuk, laser, magnet terapija, elektroterapija , McKenzie metoda, dinamička neuromuskularna stabilizacija, kinesiotapeing, emmett tehnika, individualna kinezioterapija, Muliligan koncept, proprioceptivna muskularna facilitacija, postizomerička relaksacija, trigger točke i bandaže.

Zaposlenici centra za fizikalnu terapiju bit će najstručniji fizioterapeuti, stručnjaci za magnetsku rezonancu koji su vrhunski obučeni za rad sa svom opremom koju centar posjeduje. Najvažnije je zadovoljstvo korisnika usluge jer rijetko je slučaj da klijent treba samo jednom usluge fizikalne terapije, većinom je oporavak proces koji traje do 2 mjeseca. Cilj centra i zaposlenika je učiniti tretman korisnicima usluge što ugodniji i što je moguće situaciji opušteniji.

Radno vrijeme centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“bilo bi:

Pon-Pet: 08:00-21:00

Sub: 09:00-16:00

Ned: Ne radi se

3.4. Analiza kupaca

Upravljanje marketingom usredotočeno je na prikupljanje podataka o svakom **potrošaču (kupcu)** – njegovim prošlim transakcijama, njegovim obilježjima (demografskim, psihografskim), preferencijama u odnosu prema obilježjima proizvoda i/ili usluge, oblicima promocije, kanalima prodaje i distribucije¹⁰. Svakom poduzeću je cilj tržišni udio i što veći broj potrošača. Poduzeće je na dobrom putu kada ima lojalnost potrošača.

Obzirom da su kupci oni kojima je proizvod/usluga namijenjen i koji ga svojim izborom potvrđuju, odnosno, svojom kupnjom osiguravaju uspjeh nekog poslovnog pothvata i ostvarenje postavljenih ciljeva, nužno je pravovremeno i sa što većom preciznošću utvrditi trendove, karakteristike i determinante ponašanja potencijalnih kupaca:¹¹

- **Tko kupuje?**
- **Kada kupuje?**
- **Kako kupuje?**
- **Gdje kupuje?**
- **Zašto kupuje?**

Do svih ovih odgovora dolazi se kvalitetnom analizom tržišta i kupaca. Potrebna je što detaljnija analiza kupaca da bi se dobili što točniji i što kvalitetniji odgovori te tako ostvari prednost nad konkurentima. Također je potrebno osobne, društvene, psihološke i situacijske čimbenike vezane uz kupca.

Centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ pogodan je za sve dobne skupine i slojeve ljudi. Smatra se da će najveći broj korisnika usluga centra biti u domeni vrhunskih sportaša i ljudi nakon operacija koštano-mišićnog sustava. Sve više mladih, posebno studenata i uredskih radnika trebaju fizikalnu terapiju tako da će se centar bazirati i na taj segment tržišta.

¹⁰Ozretić Došen, Đ. , Pervišić , J. , (2004.): Marketing, Zagreb, str. 15.

¹¹Kružić, D. , (2008.): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 79.

Potrebno je pružati što kvalitetniju uslugu da bi centar na početku dobio pozitivne publikacije i tako napravio što uspješnije probijanje na tržište.

3.5. Analiza konkurencije

Konkurencija je onaj čimbenik u okruženju čije je djelovanje najintenzivnije. Konkurencija se zaoštava svakodnevno, a potiču je procesi internacionalizacije i globalizacije poslovanja te procesi međunarodnog ekonomskog povezivanja (integracije poput EU, NAFTA-e i sl.).¹² Svako poduzeća na svom početku, a i u daljnjem djelovanju imaju konkurenciju. Bitno je biti spreman na sve poteze konkurenata i imati dogovore na sve njihove pokušaje.

Marketinški stručnjaci trebaju kontinuirano pratiti konkurenciju i znati odgovore na ova i slična pitanja: tko su najznačajniji konkurenti? Koliki udio na tržištu zauzimaju i kontroliraju? Koji godišnji prihod ostvaruju? Koje su njihove prednosti, a koje slabosti? Koja su glavna obilježja marketinške strategije konkurencije?¹³

Koliko god je bitan prihod za neko poduzeće, toliko je bitan i tržišni udio koje to poduzeće zauzima na tržištu. Poduzeće se mora boriti i pokušati zauzeti što veći dio ciljanog tržišta. Bitno je imati dobre marketinške stručnjake koji će napraviti uspješnu analizu konkurencije.

Najveći direktni konkurenti centra za rehabilitaciju „Inchy“ su:

- Poliklinika „Nando“
- Poliklinika „Korak“
- Hydrotherapy centar za fizikalnu terapiju
- Poliklinika „Diomed“
- Privatna praksa fizikalne terapije Davor Ribičić

¹²Ozretić Došen, Đ. , Pervišić, J. , (2004.): Marketing, Zagreb, str. 35.

¹³Ozretić Došen, Đ. , Pervišić, J. , (2004.): Marketing, Zagreb, str .35.

Centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ imat će jako veliku konkurenciju u vidu spomenutih poliklinika, centara i privatnih praksa. Sve ove ustanove imaju tim kvalitetnih fizioterapeuta, jako kvalitetnu opremu i adekvatno marketinško znanje. Najveće prednosti poliklinike „Korak“ je tim izvrsnih neurologa i fizioterapeuta. Poliklinika „Nando“ im najmoderniju opremu kao i Hydrotherapy centar. Privatna praksa fizikalne terapije Davor Ribičić i poliklinika „Diomed“ imaju usavršene stručnjake za fizikalnu terapiju profesionalnih sportaša. No centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ trebao bi širinom svoje ponude i kvalitetom svoje usluge nadjačati konkurente. Jedna od prednosti centra „Inchy“ je i savršeno uređen centar s mnogo soba, prostorija, dvorana i bazenom.

Indirektni konkurenti su svi fitnes centri koji imaju adekvatnu opremu za vježbe, teretane, privatni maseri, privatnici koji vrše magnetsku rezonancu, bolnice. Vidljivo je da se jako teško probiti na tržište zbog mnogo kvalitetnih konkurenata. Centar „Inchy“ će za početak pokušati zauzeti što veći tržišni udio te se zatim više bazirat na prihod i stoga će za početak biti postavljene niže cijene od konkurenata.

3.6. SWOT analiza

Swot analiza je razvijena kao sredstvo sustavne analize odnosa internih prednosti (S-Strengths) i slabosti (W-Weaknesses) i eksternih povoljnih prilika (O-Opportunities) i prijetnji (T- Threats) Olakšava komparaciju vanjskih prilika i prijetnji i unutarnjih prednosti i slabosti.¹⁴

Prednosti SWOT-a: Kada se ispravno koristiti, SWOT analiza može pružiti dobru osnovu za formiranje strategije poslovanja.

Nedostatci SWOT-a: U praksi se često ne provodi dobro. Nakon identificiranja svih važnih točaka, ne zna se što učiniti s generiranim podacima.

¹⁴Buble, M. , (2006.): Osnove menadžmenta, Ekonomski fakultet u Splitu, str.120.

Tablica 1. SWOT analiza centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“

SNAGE	SLABOSTI
- Široka ponuda (nude se neke usluge koje drugi centri ovakve vrste ne nude na našim područjima) - Organiziranost - Vrhunska oprema - Dobra lokacija - Vrhunski fizioterapeuti - Profesionalnost - Široka baza korisnika usluge	- Velik broj konkurenata - Marketinški ne prepoznatljiva usluga - Visoki troškovi reklame i promocije - Visoki troškovi ulaganja - Smanjena financijska stabilnost
PRILIKE	PRIJETNJE
- Mogućnost proširenja ponude i uvođenja novih metoda terapije - Promicanje glasa o brizi za vlastito tijelo	- Širenje loših glasina - Novi konkurenti - Nedostatak radne snage - Recesija

Izvor:Izrada autora.

Snaga centra za fizikalnu rehabilitaciju su širina ponude koja je glavna karakteristika ovog centra i koja nudi neke usluge koje ne nudi ni jedan drugi centar na području Splita i okolice. Centar krasi vrhunski opremljene dvorane, bazen, najbolji fizioterapeuti, vrhunska organizacija te jako dobra lokacija.

Najveće slabosti centra su veliki broj konkurenata, još uvijek ne stečen imidž, visoka ulaganja u reklame i promociju, visoki troškovi ulaganja te samim time smanjena financijska stabilnost.

Prilike centru „Inchy“ su mogućnosti proširenja ponude i uvođenje novih metoda terapije i promicanje glasa za brigu vlastitog tijela.

Najveće prijetnje centru su loše glasine i nezadovoljstvo uslugom, novi konkurenti, recesija i nedostatak kvalitetne radne snage.

3.7. Definiranje marketing miksa

Jedan od temeljnih koncepata marketinga upravo je koncept marketinškoga miksa. Pod pojmom marketinški miks podrazumijeva se specifična kombinacija elemenata koji se koriste za istovremeno postizanje ciljeva poduzeća i zadovoljavanje potreba i želja ciljnih tržišta. Marketinški miks obuhvaća mnoge odluke o četiri temeljne varijable, a to su: **proizvod, prodaja i distribucija, cijena i promocija.**¹⁵

Dakle definiranje marketinškog miksa (4P) podrazumijeva definiranje četiri elementa marketinškog miksa:

Proizvoda (Product): funkcija zadovoljavanja potreba kupca

Cijene (Price) : označava vrijednost zadovoljavanja potreba kupca

Distribucije (Location) : funkcija dostupnosti proizvoda na tržišta

Promocije (Promotion) : obavlja komunikaciju s tržištem

¹⁵Ozretić Došen, Đ. , Pervišić, J. , (2004.): Marketing ,Zagreb, str. 19.

3.7.1. Usluga

Usluga centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ obuhvaća tretmane masaže, moderne tretmane terapije, magnetsku rezonancu, korištenje bazena u terapijske svrhe. Uslugu rehabilitacijskog centra „Inchy“ kao što je već navedeno mogu koristiti sve dobne skupine, neovisno o spolu. Smatra se da će uslugu centra najviše koristiti profesionalni sportaši i ljudi nakon operacija i ozljeda mišića i kostiju. Glavna odlika centra je raznovrsnost ponude i svatko može pronaći odgovarajuću terapiju. Usluga će pružati najbolji terapeuti na ovom području što garantira visoku kvalitetu usluge. U sklopu centra bit će mini bar koji nudi pića i sendviče od dobavljača Zdrava hrana d.o.o.

3.7.2. Cijena

Odluke o cijeni (cjenovni miks) uključuju određivanje razine cijena po kojima će se proizvodi nuditi tržištu (npr. niske, visoke), raspon cijena (od najniže do najviše) te odnos cijene i kvalitete za proizvode u ponudi poduzeća. Također, u okviru odluka o cijeni određuju se vrste popusta, načini plaćanja, mogućnosti kreditiranja i dr.¹⁶ Na određivanje cijene utječu troškovi poduzeća te planirani ciljevi. Veliku ulogu u postavljanju cijene igra i konkurencija, te mnoge vladine mjere i propisi.

Tablica 2. : Cijene usluga terapije i magnetske rezonance centra „Inchy“

Usluga	Cijena (HRK)
Masaža (30 min)	150 kn
Masaža (1 sat)	200 kn
Terapija udarnim valom	300kn
Termoterapija	300kn

¹⁶Ozretić Došen, Đ. , Pervišić, J. , (2004.): Marketing, Zagreb, str. 20.

Terapijski ultrazvuk	250kn
Laser	300kn
Magneto terapija	300kn
Elektroterapija	250kn
Mckenzie metoda	200kn
Dinamička neuromuskularna stabilizacija	200kn
Kinesiotaping	150kn
Emmett tehnika	200kn
Individualna kinezioterapija	200kn
Mulligan koncept	200kn
Proprioceptivnamuskularna facilitacija	200kn
Postizomerička relaksacija	200kn
Trigger točke	150kn
Bandaže	100kn
Bazen(dnevno korištenje)	200kn
Magnetska rezonanca vratne kralježnice i kralježnice	1000 kn
Magnetska rezonanca zglobova	800kn

Izvor:Izrada autora.

Tablica 3.:Cjenik mini bara

Ponuda	Cijena (HRK)
Zdravi sok	15 kn
Zdravi sendvič	20 kn
Sendvič+sok	30 kn

Izvor:Izrada autora.

3.7.3 Promocija

Odluke o promociji (promotivni miks) obuhvaćaju izbor i kombinaciju komunikacijskih sadržaja; oblika i medija pomoću kojih će poduzeće obavještavati tržište o svojoj ponudi, podsjećati je na nju i poticati na kupnju ponuđenih proizvoda.¹⁷ Promocija je bitna za poduzeće baš kao i ostali elementi miksa jer bolja promocija znači veći broj korisnika usluge.

Promocija centra za fizikalnu terapiju „Inchy“ vršit će se na sljedeće načine:

- Otvaranjem web stranice na kojoj će biti dostupni svi podaci: mjesto, vrijeme rada, informacije o zaposlenima, informacije o ponudama
- Otvaranje Facebook profila i Instagram profila i tako će se dobit pristup velikom broju zainteresiranih, jer u današnje vrijeme većina ljudi ima ove profile
- Dijeljenje letaka i plakat je također jedan od načina kojim će se centar promovirati
- Radio oglasi koje sluša veliki broj ljudi
- Novinski članak

¹⁷Ozretić Došen, Đ. , Pervišić, J. , (2004.): Marketing, Zagreb, str. 20.

3.7.4 Distribucija

Odlukama o prodaji i distribuciji (prodajni i distribucijski miks) određuju se mjesta na kojima će proizvodi biti dostupni potrošačima, kao i kanali kojima će ti proizvodi doći do potrošača.¹⁸

Postoje izravni i neizravni kanali distribucije. Centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ koristit će izravne kanale distribucije, što znači da sam centar prodaje svoje proizvode/usluge krajnjim korisnicima.

Prednosti ovakvog načina distribucije su neposredan kontakt s klijentima, veća prodajna cijena i veća kontrola nad uslugama.

¹⁸Ozretić Došen, Đ. , Pervišić J. , (2004.): Marketing, Zagreb, str. 20.

4. TEHNIČKO - TEHNOLOŠKI I EKONOMSKI ASPEKTI OTVARANJA CENTRA ZA FIZIKALNU TERAPIJU

4.1.Lokacija

Lokacija je jako bitan faktor u poslovanju svakog poduzeća. Koliko god neko poduzeće pružalo kvalitetnu uslugu, ako se nalazi na ne pristupačnom mjestu i daleko od znanja kupaca, takvo poduzeće ide ka propasti. Na izbor lokacije utječu mnogi čimbenici kao što su pristup čiste i pitke vode, pristup električne energije, prometna dostupnost.

Potrebno je analizirati lokaciju i stavke kao što su prometna povezanost, cijena najma, gustoća naseljenosti, analiza kupaca ili korisnika usluge, parkiralište, javni prijevoz koji vozi do odredišta. Kvalitetna lokacija pronalazi se kvalitetnim analiziranjem lokacije.

Lokacija na kojoj će poslovati centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ bit će unajmljeni prostor s parkingom u splitskom kvartu Mejaši.

Slika 1.: Shema unajmljenog prostora s parkingom u kojem će centar započeti svoj rad



Izvor:<http://romic.hr/>

4.1.1.Prostor

Obzirom da bi preveliki troškovi ulaganja u izgradnju nove zgrade za centar uskratili rehabilitacijski centar za mnogo kvalitetne opreme i širinu ponude, odlučeno je da će centar započeti rad u unajmljenom prostoru na Mejašima koji posjeduje i veliki parking za zaposlene i za goste. Lokacija je dobro prometno povezana i javnim prijevozom treba 10 minuta do odredišta.

Prostor je opremljen električnim priključcima, pristup čiste i pitke vode je omogućen, postavljeni su klima uređaji i dostupan je internetski pristup. Prostor je potrebno popuniti opremom koja je potrebna za fizikalnu rehabilitaciju. Također u zgradi je dostupan bazen za korištenje i potrebno ga je urediti za svrhe terapije.

4.1.2. Kapacitet

Zgrada koja je unajmljena zajedno s parkingom iznosi 800 m², Recepcija i mini bar zajedno su veličine 80 m², sobe za laser, magnetsku rezonancu, magnetoterapiju, elektroterapiju, termoterapiju iznose svaka po 50 m², dvorana za masažu i ostale usluge koje centar nudi s 8 ležajeva iznosi 100 m², dok prostorija s bazenom i tuševima iznosi 150 m². Parking je veličine 100 m². Dvorana za fizikalne vježbe je veličine 100 m².

Kad bi svaki termin bio popunjen (1h) puni kapacitet korisnika usluge bi bio 8 ljudi u sobi za masažu i druge usluge, 2 ljudi u dvorani za fizikalne vježbe jer će centar raditi na principu jedan terapeut jedan korisnik usluge, da bi usluga bila što kvalitetnija i djelotvornija. U 5 soba za laser, magnetsku rezonancu, magnetoterapiju, termoterapiju, elektroterapiju koje po prosjeku traju pola sata, bilo bi po 2 ljudi u sat vremena. Te na bazenu ovisi o dnevnoj potražnji 5-10 ljudi. Dakle u prosjeku bi centar ako bi gledali potpunu popunjenost kapaciteta primio oko 200 ljudi.

4.2. Oprema

Kao što je već spomenuto u prijašnjim ulomcima dobavljači glavne opreme, a to je oprema za fizikalnu terapiju i rehabilitaciju je tvrtka Fokus Medical d.o.o. Dobavljač za mini bar je Zdrava hrana Split, a što se tiče osnovnog namještaja ormari, stolice za mini bar, tuš kabine i ostalog dobavljač je Sigma Plus d.o.o. Uspostavljen je dobar odnos s dobavljačima te su i cijene nešto niže nego inače. Država je prepoznala potencijal u centru „Inchy“ te je odlučila subvencionirati aparat za magnetsku rezonancu s 50%.

Tablica 4.: Oprema u centru za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“

Opis	Količina	Cijena	Ukupno
Aparat za magnetsku rezonancu	1	500 000 kn	500 000 kn
Laser	1	50 000 kn	50 000 kn
Aparat za termoterapiju	1	50 000 kn	50 000 kn
Aparat za elektroterapiju	1	40 000 kn	40 000 kn
Aparat za magnet terapiju	1	45 000kn	45 000 kn
Aparat za ultrazvuk	1	35 000 kn	35 000 kn
Bandaže	5	500kn	2 500 kn
Trake za tapeing	1000	50 kn	50 000 kn
Savijače	10	100 kn	1000 kn
Pilates lopte	3	250 kn	750 kn
Gume za potezanje	10	100 kn	1000 kn
Oprema za mini bar	1	5000 kn	5000 kn
Tuševi i toalet	5	1500 kn	7500kn
Hladnjak	2	2000 kn	4000 kn
Švedske ljestve	2	1000 kn	2000 kn

Ogledala	5	800 kn	4000 kn
Sendviči	10000	15 kn	150 000 kn
Sokovi	10000	10kn	100000kn
Ukupno			1 047 750 kn

Izvor: Izrada autora.

4.3. Zaposlenici

U centru za fizikalnu terapiju „Inchy“ bit će zaposleni:

- 2 radiologa stručnjaka za magnetsku rezonancu i ultrazvuk, njihova plaća iznosi po 15000 kn neto
- 12 fizioterapeuta koji obavljaju sve usluge iz ponude centra, svaki ima neto plaću 10 000 kn
- 8 masera koji obavljaju usluge masaže za klijente, neto plaće 7 000 kn
- 2 recepcionara neto plaće 5000 kn
- 2 konobara neto plaće 4000 kn
- 2 čistača centra i bazena 4000 kn

Tablica 5.: Pregled zaposlenika centra prema stručnoj spremi

Radno mjesto	Stručna sprema	Broj zaposlenika
Radiolog	VSS	2
Fizioterapeut	VSS/SSS	12
Maser	SSS	8
Recepcionar	SSS	2
Konobar	SSS	2
Čistač	NSS	2

Izvor:Izrada autora.

Centar za fizikalnu terapiju „Inchy“ radi u dvije smjene te je potreban broj radnika 28, a kako potražnja za uslugom bude rasla tako će se povećavati broj zaposlenih.

Tablica 6.: Trošak plaće zaposlenika

Radno mjesto	Broj zaposlenika	Plaća po jednom zaposleniku	Ukupni trošak plaće
Radiolog	2	15 000 kn	30 000 kn
Fizioterapeut	12	10 000 kn	120 000 kn
Maser	8	7 000 kn	56 000 kn
Recepcionar	2	5000 kn	10 000 kn
Konobar	2	4000 kn	8000kn
Čistač	2	4000kn	8000 kn

Izvor : Izrada autora.

Ukupni mjesečni trošak plaće zaposlenih je 232 000 kn što na godišnjoj razini iznosi 2 784 000 kn.

4.4. Zaštitne mjere

Zaštita na radu je jako bitan faktor poslovanja poduzeća. Zaposlenici i korisnici usluge se moraju osjećati 100 % sigurni. Zaposlenik ne može potpuno produktivno raditi ako se ne osjeća sigurnim na svom radnom mjestu što u konačnici negativno djeluje na profit cijelog poduzeća. Isto tako ako se klijent ne osjeća sigurnim to će utjecati na njegovo mišljenje o samom centru te osim što se vjerojatno neće vratiti više nikad, može stvoriti negativan glas o poduzeću.

Na radnom mjestu potrebno je osigurati dovoljnu svjetlost, prozračnost, temperaturu ugodnu za rad, ukloniti buku i pobrinuti se da nema potencijalno opasnih stvari za ljudski život. Potrebno je

znakom upozorenja obavijestit klijente stvari kojima ne bi smjeli prilaziti jer nisu adekvatno obučeni.

Potrebno je imati kvalitetnog dobavljača koji garantira kvalitetu i sigurnost opreme. Također svako radno mjesto mora imati kutiju prve pomoći. Aparat za gašenje požara i protupožarni izlaz su bitni čimbenici zaštitnih mjera kojima se bavi analiza ljudskih resursa. U konačnici zgradu kao nekretninu je poželjno osigurati protu provalnim alarmom i kamerama.

4.5 Izvedba projekta

4.5.1 Financiranje

Izvori financiranja mogu biti: vlastiti izvori/sredstva (vlastiti kapital) i tuđa sredstva (kredit kod banke). Za otvaranje i upis društva na Trgovačkom sudu u Splitu potrebno je 20 000 kn za temeljni kapital i 5 000 kn za ostale troškove.

Centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ financirat će se iz vlastitih sredstava i tuđih sredstava. Iznos iz vlastitih sredstava iznositi će 2.000.000 kn, dok će iznos iz tuđih sredstava, točnije nenamjenskog gotovinskog kredita s rokom otplate od 2 godine i nominalnom kamatnom stopom od 9 % iznositi 600 000 kn. Mjesečni anuitet bi iznosio 27 411 kn.

4.5.2. Aktivizacijsko razdoblje

Aktivizacijsko razdoblje je potrebno vrijeme tijekom kojega obavljamo ulaganje, investiranje ili ulaganje vlastita novca i kapitala u cilju njihova profitnoga efektuiranja u procesu redovitog poslovanja.¹⁹ Aktivizacijsko razdoblje centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ trajat će 6 mjeseci.

¹⁹(Internet):
http://personal.oss.unist.hr/zg/rif/kolegiji/pod/N%20CJELINA%204_PODUZETNICKI%20PROJEKT.pdf

1 aktivnost- prikupljanje vlastitih sredstava za financiranje

2 aktivnost- sakupljanje potrebne dokumentacije i pravnih papira

3 aktivnost- uzimanje kredita

4 aktivnost- opremanje centra adekvatnom opremom

5 aktivnost- zapošljavanje radnika te početak rada

4.5.3. Plan otplate kredita

Tablica 7. Plan otplate kredita

Broj rate	Datum	Anuitet	Otplata kamate	Otplata glavnice	Stanje glavnice
	31.8.17				600 000
1	1.9.17.	27411	4 500	22 911	577 089
2	1.10.17.	27411	4 328	23 083	554 006
3	1.11.17.	27411	4 155	23 256	530 751
4	1.12.17.	27 411	3 981	23 430	507 230
5	1.1.18.	27 411	3 805	23 606	483 715
6	1.2.18.	27 411	3 628	23 783	459 932
7	1.3.18.	27 411	3 499	23 961	435 970
8	1.4.18.	27 411	3 270	24 141	411 829
9	1.5.18.	27 411	3 089	24 322	387 507
10	1.6.18.	27 411	2 906	24 505	363 002
11	1.7.18.	27 411	2 723	24 688	338 314
12	1.8.18.	27 411	2 537	24 873	313 441

13	1.9.18.	27 411	2 351	25 060	288 381
14	1.10.18.	27 411	2 163	25 248	263 133
15	1.11.18.	27 411	1 973	25 437	237 695
16	1.12.18.	27 411	1 783	25 628	212 067
17	1.1.19.	27 411	1 591	25 820	186 247
18	1.2.19.	27 411	1 397	26 014	160 233
19	1.3.19.	27 411	1 202	26 209	134 024
20	1.4.19.	27 411	1 005	26 406	107 618
21	1.5.19.	27 411	807	26 604	81 014
22	1.6.19.	27 411	608	26 803	54 211
23	1.7.19.	27 411	407	27 004	27 207
24	1.8.19.	27 411	204	27 207	0
Ukupno		657 860	57 860	600 000	

Izvor: Izrada autora.

Plan je otplatiti kredit u roku od 2 godine od podizanja kredita, te bi s vraćanjem kredita banci centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ trebao biti gotov 01.08.2019 godine. Nominalna kamatna stopa iznosi 9% ,efektivna kamata stopa 9,4 %. Iznos mjesečnog anuiteta je 27 411 kuna, ukupan iznos kamata koje plaća centar je 57 860 kn, a ukupan iznos kredita koji treba biti plaćen je 657 860 kn.

4.5.4 Prihodi i rashodi centra

Tablica 8.: Prikaz prihoda 1. Godine rada centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ za usluge terapije

Usluga	Cijena usluge	Potencijalni broj mjesečnih korištenja usluge	Mjesečni prihod	Godišnji prihod
Masaža (30 min)	150 kn	2000	300 000 kn	3 600 000 kn
Masaža (1 sat)	200 kn	2000	400 000 kn	4 800 000 kn
Terapija udarnim valom	300 kn	50	15 000 kn	180 000 kn
Termoterapija	300 kn	50	15 000 kn	180 000 kn
Terapijski ultrazvuk	250 kn	50	12 500 kn	150 000 kn
Laser	300 kn	50	15 000 kn	180 000 kn
Magnetoterapija	300 kn	50	15 00 kn	180 000 kn
Elektroterapija	250 kn	150	37 500 kn	450 000 kn
Mckenzie metoda	200 kn	50	10 000 kn	120 000 kn
Dinamička neuromuskularna stabilizacija	200 kn	100	20 000 kn	240 000 kn
Kinesiotaping	150 kn	200	30 000 kn	360 000 kn
Emmett tehnika	200 kn	50	10 000 kn	120 000 kn
Individualna kinezioterapija	200 kn	1000	200 000 kn	2 400 000 kn
Mulligan koncept	200 kn	50	10 000 kn	120 000 kn
Proprioceptivnamuskularna facilitacija	200 kn	50	10 000 kn	120 000 kn
Postizomerička relaksacija	200 kn	50	10 000 kn	120 000 kn
Trigger točke	150 kn	50	7500 kn	90 000 kn
Bandaže	100 kn	100	10 000 kn	120 000 kn

Bazen	200 kn	50	10 000 kn	120 000 kn
Magnetska rezonanca kralježnice	1000 kn	50	50 000 kn	600 000 kn
Magnetska rezonanca zglobova	800 kn	50	40 000 kn	480 000 kn
Ukupno				14 730 000

Izvor:Izrada autora.

Tablica 9. : Prihod mini bara u sklopu centra na godišnjoj razini

Usluga	Cijena	Potencijalni broj mjesečnih korištenja usluge	Mjesečni prihod	Godišnji prihod
Zdravi sok	15kn	1500	22 500kn	270 000 kn
Zdravi sendvič	20 kn	1500	30 000 kn	360 000kn
Sendvič+sok	30 kn	1000	30 000 kn	360 000kn

Izvor:Izrada autora.

Ukupan godišnji prihod od terapijskih usluga centra „Inchy“ iznosi 14 730 000kn, dok je prihod mini bara 990 000 kn, što čini ukupni godišnji prihod centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ u iznosu od **15 720 000**.

Tablica 10. :Ukupni rashodi centra „Inchy“ 1. Godinu poslovanja

Stavke (na godišnjoj razini)	Rashod
Najam	2 000 000 kn

Struja , voda, režije	250 000 kn
Otplata kredita i kamata	313 000 kn
Plaće svih zaposlenih	2 784 000 kn
Oprema	1 047 750 kn
Dobavljači	500 000 kn
Promocija i marketing	20 000 kn
Ostali troškovi	300 250 kn
Ukupno	7 215 000 kn

Izvor: Izrada autora.

Rashod centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ za prvu godinu djelovanja centra iznosi 7 215 000 kn.

4.5.5. Projekcija računa dobiti i gubitka centra

Račun dobiti i gubitka je financijski izvještaj koji pokazuje uspješnost poslovanja poduzeća kroz određeno vremensko razdoblje. Sadrži prikaz svih prihoda i rashoda, te ostvarenog financijskog rezultata u određenom obračunskom razdoblju. Daje nam odgovor na pitanje je li poduzeće ostvarilo svoj cilj-profitabilnost.²⁰

Tablica 11. Skraćeni prikaz računa dobiti i gubitka centra za rehabilitaciju u prvoj godini svog poslovanja.

Stavke	Rezultat
Ukupni prihodi	15 720 000 kn
Ukupni rashodi	7 215 000 kn

²⁰(Internet): http://www.efos.unios.hr/financiranje-poduzetnickog-pothvata/wp-content/uploads/sites/224/2013/04/Ra%C4%8Dun-dobiti-i-gubitka_1.pdf

Ukupna dobit/ gubitak	8 505 000 kn
PDV (20%)	1 701 000 kn
Čista dobit / gubitak	6 804 000kn

Izvor: Izrada autora.

Iz tablice računa dobitigubitka je vidljivo da centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ ostvaruje dobitak od 6 804 000 kn.

5. ZAKLJUČAK

Nakon postavljanja poslovnog plana za centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ i uvidom u prihode, rashode i račun dobiti i gubitka koji pokazuje čistu dobit centra od 6 804 000 kn nakon prve godine poslovanja dolazi se do zaključka da je centar isplativo otvoriti. Već prva godina poslovanja centra daje dobar signal da bi se u budućnosti moglo raditi o velikom projektu. Odmah u početku je ostvarena želja svih poduzeća profitabilnost. Također treba uzet obzir da centar ima još dosta prostora za napredovanje i širenje. U budućnosti se planira izgraditi vlastiti prostor s još većim brojem prostorija i još većom mogućnosti parkinga. Centar se sada nalazi na jako dobroj lokaciji, te jako dobro parira konkurenciji. Centar „Inchy“ je pokazao da je sposoban vratiti kredit u danom roku od 2 godine. To je jedan od načina kako se pridobiva ne samo povjerenje banaka nego i kupaca. Bitno je da se ispunjavaju na vrijeme i sve svoje obveze prema dobavljačima i prema državi.

Zaključak je da centar za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ prema poslovnom planu i prikazanim rezultatima ima sve uvjete za otvaranje.

LITERATURA

Knjige :

1. Buble, M. , (2006.): Osnove menadžmenta, Ekonomski fakultet u Splitu
2. Buble, M. , Kružić, D. , (2006.): Poduzetništvo, Ekonomski fakultet u Splitu
3. Kružić, D. , (2008.): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Ekonomski fakultet u Splitu
4. Ozretić Došen, Đ. , Pervišić, J. , (2004.): Marketing, Zagreb

Internet i ostalo:

1. http://personal.oss.unist.hr/zg/rif/kolegiji/pod/N%20CJELINA%204_PODUZETNICKI%20PROJEKT.pdf
2. http://www.efos.unios.hr/financiranje-poduzetnickog-pothvata/wp-content/uploads/sites/224/2013/04/Ra%C4%8Dun-dobiti-i-gubitka_1.pdf

SLIKE:

Slika 1.: Shema unajmljenog prostora s parkingom u kojem će centar započeti svoj rad

TABLICE:

Tablica 1. SWOT analiza centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“

Tablica 2. : Cijene usluge terapije i magnetske rezonance centra „Inchy“

Tablica 3.:Cjenik mini bara

Tablica 4. : Oprema u centru za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“

Tablica 5.: Pregled zaposlenika centra prema stručnoj spremi

Tablica 6.: Trošak plaće zaposlenika

Tablica 7. Plan otplate kredita

Tablica 8.: Prikaz prihoda 1. Godine rada centra za fizikalnu rehabilitaciju

Tablica 9. : Prihod mini bara u sklopu centra na godišnjoj razini

Tablica 10. :Ukupni rashodi centra „Inchy“ 1. Godinu poslovanja

Tablica 11. Skraćeni prikaz računa dobiti i gubitka centra u prvoj godini

SAŽETAK:

Osnovica svakog uspješnog projekta je dobro razrađen i osmišljen poslovni plan. Dobro pripremljen poslovni plan je pola puta ka uspjehu jer se u njemu prikupljaju ključni elementi za realizaciju poslovanja. Veliku ulogu u stvaranju uspješnog projekta igra i inovativnost poduzetnika. Kombinacija kvalitetnog poduzetnika koji je ambiciozan, uporan, marljiv, konstruktivan i kvalitetno pripremljenog poslovnog plana garantira uspjeh cijelog poduzeća. Na primjeru centra za fizikalnu rehabilitaciju „Inchy“ prikazan je kratki poslovni plan te su stimulirani neki čimbenici poput prihoda, rashoda i računa dobiti i gubitka. Vidljivo je da centar ostvaruje čisti dobitak u prvoj godini poslovanja i da je sposoban otplatiti kredit u dogovorenom roku te je dokazana isplativost otvaranja centra „Inchy“.

Ključne riječi: poslovni plan, poduzetnik, inovativnost

SUMMARY:

The key to every successful project is a well thought business plan. Having a well prepared business plan means that you are half way on the road to success because the plan carries key elements for the realization of a business. The Innovation of an entrepreneur plays a big role when it comes to the success of a business project. The combination of an entrepreneur who is ambitious, hardworking, constructive and having a good quality business plan guarantees the success of the whole business company. In the center for physical therapy „Inchy“ example, a short business plan is shown and some were stimulated such as income, expenses, profit and lose account. It is obvious that the center accomplished a profit in its first year of business and is able to pay off his bank loan in time, from which „Inchy“ to has proven to be a profitable company.

Key words: business plan, entrepreneur, innovation