

Projektni plan za otvaranje i upravljanje hostelom uz procjenu isplativosti investicije

Pintarić, Nikolina

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:744606>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-18**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br. 206/PE/2018

**PROJEKTNI PLAN ZA OTVARANJE I
UPRAVLJANJE HOSTELOM UZ PROCJENU
ISPLATIVOSTI INVESTICIJE**

Nikolina Pintarić

Varaždin, travanj 2018.

**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**

Studij Poslovne ekonomije



DIPLOMSKI RAD br. 206/PE/2018

**PROJEKTNI PLAN ZA OTVARANJE I
UPRAVLJANJE HOSTELOM UZ PROCJENU
ISPLATIVOSTI INVESTICIJE**

Student:

Nikolina Pintarić, 0289/336D

Mentor:

izv.prof.dr.sc. Ante Rončević

Varaždin, travanj 2018.

Prijava diplomskog rada

studenta IV. semestra diplomskog studija
Poslovna ekonomija

IME I PREZIME STUDENTA	Nikolina Pintarić	MATIČNI BROJ	0289/336D
NASLOV RADA	Projektni plan za otvaranje i upravljanje hostelom uz procjenu isplativosti investicije		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Project plan for opening and managing a hostel with assessing return on investment		
KOLEGIJ	Budžetiranje kapitala		
MENTOR	izv. prof. dr. sc. Ante Rončević		
ČLANOVI POVJERENSTVA	- doc. dr. sc. Damira Đukec - izv. prof. dr. sc. Anica Hunjet - izv. prof. dr. sc. Ante Rončević - izv. prof. dr. sc. Goran Kozina		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	206/PE/2018
OPIS	Predmet diplomskog rada je hostelski smještaj u gradu Varaždinu. S obzirom na to da je hostelski smještaj usko vezan uz turizam za mlade, potrebno je istražiti razvijenost i ponudu u gradu. Svaki poduzetnički projekt uz sebe veže rizik i neizvjesnost te je stoga nužno i procijeniti isplativost investicije prije samog ulaska u poduzetnički pothvat. Ciljevi diplomskog rada su: istražiti jesu li u Varaždinu stvoreni uvjeti za razvoj turizma za mlade i ponudu namijenjenu mladim turistima; procijeniti funkciju hostela u razvoju turizma za mlade i isplativost investicije u hostel kao osnovni tip smještaja kod navedenog tipa turizma; istražiti potrebne korake koje valja poduzeti s ciljem otvaranja hostela; izraditi projektni plan za otvaranje hostela, uz specifikaciju troškova u slučaju prenamjene obiteljske kuće u hostel te naposljetku provesti analizu osjetljivosti s ciljem izmjere individualnog rizika projekta otvaranja i upravljanja hostelom. Rad se temelji na istraživanju za stolom sekundarnih izvora informacija, uključujući stručnu literaturu, statističke izvore podataka i internetske portale. Istraživanja će se posebno fokusirati na karakteristike i specifičnosti turizma za mlade, hostelski smještaj i turističku ponudu grada Varaždina.

U VARAŽDINU, DANA

12.03.2018.

POTPIS MENTORA

Ante

DIR 01 PE



SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. PREDMET I CILJEVI RADA.....	1
1.2. ISTRAŽIVAČKE HIPOTEZE.....	2
1.3. IZVORI PODATAKA I METODE PRIKUPLJANJA	2
1.4. STRUKTURA RADA.....	2
2. TURIZAM ZA MLADE	3
2.1. POJMOVNO ODREĐENJE TURIZMA MLADIH	3
2.1.1. <i>Određivanje ciljane skupine</i>	<i>3</i>
2.1.2. <i>Značaj mladog segmenta unutar ukupnog broja turista</i>	<i>4</i>
2.1.3. <i>Interesi ciljanog tržišta</i>	<i>5</i>
2.1.4. <i>Motivacija mladih za putovanja.....</i>	<i>6</i>
2.2. TURIZAM U GRADU VARAŽDINU.....	8
2.2.1. <i>Noćenja turista u gradu Varaždinu.....</i>	<i>8</i>
2.2.2. <i>Ponuda namijenjena mladima u Varaždinu</i>	<i>11</i>
2.3. HOSTELI U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA MLADIH	13
2.3.1. <i>Primjer najboljih – što je potrebno za uspjeh?</i>	<i>13</i>
3. HOSTELSKI SMJEŠTAJ	17
3.1. POJMOVNO ODREĐENJE HOSTELA	17
3.1.1. <i>Kako osnovati i upravljati hostelom</i>	<i>18</i>
3.1.2. <i>Minimalni uvjeti za hostel.....</i>	<i>20</i>
3.1.3. <i>Povijest hostelinga u Varaždinu</i>	<i>21</i>
4. PROJEKTNI PLAN	22
4.1. SAŽETAK ULAGANJA	22
4.2. POLAZIŠTE.....	23
4.2.1. <i>Nastanak poduzetničke ideje.....</i>	<i>23</i>
4.2.2. <i>Vizija poduzetničkog pothvata</i>	<i>24</i>
4.3. LOKACIJA	25
4.4. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI ELEMENTI ULAGANJA	26
4.4.1. <i>Opis strukture ulaganja</i>	<i>26</i>
4.4.2. <i>Struktura i broj zaposlenika.....</i>	<i>27</i>
4.5. TRŽIŠNA OPRAVDANOST.....	28
4.5.1. <i>Tržište nabave</i>	<i>28</i>
4.5.2. <i>Tržište prodaje</i>	<i>28</i>
4.5.3. <i>Procjena ostvarenja prihoda</i>	<i>29</i>
4.6. FINACIJSKI ELEMENTI PODUHVATA	32
4.6.1. <i>Investicije u osnovna i obrtna sredstva</i>	<i>32</i>
4.6.2. <i>Troškovi poslovanja.....</i>	<i>32</i>
4.6.3. <i>Amortizacija.....</i>	<i>34</i>
4.6.4. <i>Izvori financiranja</i>	<i>35</i>
4.6.5. <i>Projekcija računa dobiti i gubitka</i>	<i>36</i>
4.6.6. <i>Statička ocjena projekta.....</i>	<i>37</i>
4.7. ZAKLJUČNA OCJENA PROJEKTA	38

5. ANALIZA RIZIKA UPRAVLJANJA PROJEKTOM	39
5.1. POJMOVNO ODREĐENJE I DEFINICIJA RIZIKA	39
5.2. KOMPONENTE RIZIKA PROJEKTA	39
5.3. MJERENJE INDIVIDUALNOG RIZIKA PROJEKTA	40
5.3.1. <i>Analiza osjetljivosti</i>	40
6. ZAKLJUČAK.....	42
POPIS LITERATURE.....	44
POPIS TABELA	46
POPIS GRAFIKONA	47
PRILOZI.....	48

SAŽETAK

Trendovi na međunarodnom turističkom tržištu se ubrzano mijenjaju, a sve veću ulogu imaju mladi turisti. Mladi na globalnoj razini čine gotovo 190 milijuna međunarodnih posjeta godišnje, što industriju turizma za mlade čini jednom od najbrže rastućih. Za putovanja ih motiviraju odmor, opuštanje, sportske aktivnosti, zabava, gastronomija, nova iskustva, posjet lokalnim znamenitostima i kulturnim događajima, prirodno okruženje, upoznavanje s lokalnom kuhinjom, shopping. Mnoge popularne turističke destinacije, kao i one koje to žele postati, prepoznale su taj potencijal i važnost mladih turista te prilagodile ponudu njihovim interesima. Mladi pritom često biraju smještaj koji je cjenovno prihvatljiviji, ali im je važna kvaliteta i komponenta socijalizacije. Iz tog razloga često biraju hostele i tu su mnogi vidjeli svoju priliku za ostvarenje poduzetničkog pothvata. Grad Varaždin se trudi nametnuti kao poželjna destinacija kontinentalnog turizma i u skladu s tim slijedi trendove što se tiče smještajnih kapaciteta. U gradu su djelatna dva hostela, a u radu se razmatra isplativost investicije u treći. S obzirom na to da se uz svaki investicijski projekt vežu rizik i neizvjesnost, isplativost investicije razmatra se kroz analizu osjetljivosti.

Ključne riječi: turizam za mlade, hostel, poslovni plan, rizik i neizvjesnost, analiza osjetljivosti

SUMMARY

Trends in the international tourism market are rapidly changing and young tourists have an increasing role to play. On a global scale, young people make almost 190 million international visits a year, making youth tourism industry one of the fastest growing. Their motivation for travel includes vacation, relaxation, sports, activities, entertainment, gastronomy, new experiences, visiting local sights and cultural events, a natural environment, getting to know local cuisine, shopping. Many popular tourist destinations, as well as aspiring ones, have recognized the potential and importance of young tourists. Young people often choose accommodation which is more affordable, but not lacking in quality. For this reason, they often choose accommodation in hostels, so some people have seen their opportunity to realize an entrepreneurial endeavor. The city of Varaždin tries to impose itself as a desirable destination for continental tourism and therefore follows trends regarding accommodation capacities. There are two hostels in the city, with a planned investment in the third. Since each investment project carries some risk and uncertainty, investment viability is considered through sensitivity analysis.

Keywords: youth tourism, hostel, business plan, risk and uncertainty, sensitivity analysis

1. UVOD

Predmet ovog diplomskog rada je izrada projektnog plana za otvaranje i upravljanje hostelom. Zapravo je zamišljen kao svojevrstan vodič po koracima za taj postupak, objašnjen na što jednostavniji način. Ideja je rođena sasvim slučajno, a sve je započelo kad je investitorica naslijedila obiteljsku nekretninu od dvjestotinjak kvadrata. Među raznim planovima o renovaciji počeo se isticati ovaj o poduzetničkom pothvatu, a sve je nekako dobilo veći smisao tijekom studija Poslovne ekonomije, kad je zapravo i stečeno teorijsko znanje za procjenu i pokretanje vlastitog posla. Uz to, investitorica preferira hostele kao vid smještaja, a osobit dojam na nju ostavljaju oni s neobičnim, tematskim uređenjem ili pak odličnom pripadajućom pričom.

Hosteli su sve popularniji vid smještaja, a općem trendu priključio se i grad Varaždin, u kojem je otvoren drugi hostel. S obzirom na to da je hostelski smještaj usko vezan uz turizam mladih, odnosno da su ciljana skupina u ovom slučaju mladi, potrebno je istražiti razvijenost i ponudu u gradu te procijeniti isplativost investiranja u otvaranje hostela. Svaki poduzetnički projekt uz sebe veže rizik i neizvjesnost te je stoga nužno i procijeniti isplativost i mogućnost povratka investicije prije samog ulaska u poduzetnički pothvat.

1.1. Predmet i ciljevi rada

Ciljevi ovog diplomskog rada su:

1. Istražiti jesu li u Varaždinu stvoreni uvjeti za razvoj turizma mladih i ponudu namijenjenu mladima, uključujući volontiranje, mogućnosti obavljanja stručne prakse i studentskog boravka
2. Procijeniti funkciju hostela u razvoju turizma mladih i isplativost investicije u hostel kao osnovni tip smještaja za mlade
3. Usporediti dolaske i noćenja turista u gradu Varaždinu od 2012. do 2016. godine, s ciljem procjene tendencije rasta
4. Istražiti potrebne korake koje valja poduzeti s ciljem otvaranja hostela
5. Izraditi projektni plan za otvaranje hostela, uz specifikaciju troškova u slučaju prenamjene obiteljske kuće u hostel
6. Provesti analizu osjetljivosti s ciljem izmjere individualnog rizika projekta otvaranja i upravljanja hostelom

1.2. Istraživačke hipoteze

Prilikom izrade diplomskog rada koristit će se istraživačke hipoteze koje su postavljene u skladu sa predmetom i ciljevima rada. Istraživačke hipoteze su:

H1: Turistička ponuda grada Varaždina je zadovoljavajuća i u mogućnosti je privući mlade turiste.

H2: U gradu Varaždinu postoji potreba za novim smještajnim kapacitetima, a pogotovo onima prilagođenim mladim turistima.

1.3. Izvori podataka i metode prikupljanja

Rad na diplomskom radu zahtijevao je niz istraživanja za stolom zasnovanih na sekundarnim izvorima informacija, uključujući stručnu literaturu, statističke izvore podataka i internetske portale. Istraživanja su se posebno fokusirala na karakteristike i specifičnosti turizma mladih, hostelski smještaj i turističku ponudu grada Varaždina.

Sadržaj i trošak investicije otvaranja i upravljanja hostelom razmatra se na primjeru obiteljske kuće od 200 kvadrata, koja u ovom slučaju služi kao temelj za izračun investicijskih troškova.

1.4. Struktura rada

Uz uvodno i zaključno poglavlje, rad ima četiri glavna poglavlja. Prvo se u radu istražuje turizam mladih, interesi ciljanog segmenta i općenito turistička ponuda namijenjena mladima, a zatim i funkcija hostela u razvoju tog tipa turizma. Uz zabavne i kulturne sadržaje za mlade, razmatraju se i mogućnosti volontiranja, obavljanja stručne prakse ili studijskog boravka u gradu Varaždinu, što su također interesne sfere mladih, usko vezane uz turističke posjete. Nadalje se razmatra sam pojam hostela i povijest hostelinga u gradu Varaždinu. Na primjeru najboljih hostela u Hrvatskoj, prema izboru portala Hostelworld, razmatra se koja je tajna uspjeha i što je potrebno za postizanje statusa privlačne destinacije za mlade turiste. Istražuje se koje korake je potrebno poduzeti s ciljem otvaranja hostela i koje minimalne zahtjeve pritom valja zadovoljiti. Slijedi projektni plan za otvaranje hostela, uz sve elemente izračuna same investicije na primjeru obiteljske kuće. Glavni dio rada završava analizom individualne rizičnosti projekta, čime se zapravo nastoji procijeniti isplativost investicije kroz analizu osjetljivosti. Sama metoda osjetljivosti kao tehnika analize individualne rizičnosti projekta odabrana je iz razloga što zapravo raspravlja ima li projekt izgleda za uspjeh. U raspravi na samom kraju ovog rada, procjenjuje se isplativost investicije u otvaranje hostela i redefinira ili potvrđuje hipoteze, ovisno o zaključcima samog rada.

2. TURIZAM ZA MLADE

2.1. Pojmovno određenje turizma mladih

Turizam mladih je turizam posebne kategorije turista, koji zbog svoje dobi imaju posebne i drugačije preferencije i potrebe od drugih dobnih grupa. Iz toga proizlaze i posebne aktivnosti i kapaciteti turističke ponude koji odgovaraju njihovoj dobi, ali i posebni turistički posrednici (turističke agencije) i posebne organizacije (npr. ferijalni savez) koji se bave samo organizacijom turizma mladih.¹

2.1.1. Određivanje ciljane skupine

Pojam mladi je teško definirati, zato što osim o dobi, ovisi i o drugim čimbenicima. Mladima se općenito smatraju osobe od 15 do 29 godina starosti, ali to određenje općenito ovisi o stilu života i prihvatanju odraslog i ozbiljnijeg načina života, koji podrazumijeva stalno zaposlenje, brak i vlastitu obitelj.² Svakako je primjetno da ljudi, što zbog životnih prilika, što zbog ekonomske situacije i nemogućnosti pronalaska stalnog zaposlenja, sve više pomiču te granice i sve se kasnije odlučuju na te korake.

WYSE Travel Confederation pod mladim turistima smatra osobe od 15 do 29 godina starosti, poznatih i pod nazivom milenijska generacija.³

Ukoliko problemu definicije pristupamo s generacijske strane, najveći broj autora načelno se slaže oko sljedeće klasifikacije:

1. Tradicionalisti ili veterani (rođeni između 1909. i 1945. godine)
2. Baby boom generacija (rođeni između 1946. i 1964. godine)
3. Generacija X (rođeni između 1965. i 1979. godine)
4. Generacija Y ili Milenijska generacija (rođeni od 1980. godine i kasnije)
5. Generacija Z (rođeni nakon 1991. godine).⁴

Prema toj podjeli, ciljana skupina bila bi milenijska generacija i dio generacije Z (različite klasifikacije predviđaju različite početne godine kod te generacije, raspon od 1991. do 2000.), odnosno skupina starosti između 20 i 35 godina.

¹ Galičić, V.: **Leksikon ugostiteljstva i turizma**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2014., str. 241.

² Klarin, T., Gusić, A.: Kultura putovanja mladih u Hrvatskoj i obrazovni turizam, **Liburna: međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje**, Vol.2, No.1, 2013., str. 57.

³ Web stranica WYSETC na adresi <https://www.wysetc.org/>, rubrika About, Facts and Stats

⁴ Krasulja, N., Radojević, I., Janjušić, D., Vujić, N.: Multigeneracijska radna snaga – prednost ili nedostatak za suvremene organizacije, **Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta**, Vol.6, No.1, 2015., str. 60.

Što se tiče definicije turizma, danas je u većini zemalja prihvaćena ona Svjetske turističke organizacije (UNWTO, 1999) prema kojoj turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravaka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju.

2.1.2. Značaj mladog segmenta unutar ukupnog broja turista

Pretpostavke su da na globalnoj razini mladi čine gotovo 190 milijuna međunarodnih posjeta godišnje, što industriju turizma za mlade čini jednom od najbrže rastućih. Prema prognozama *Svjetske turističke organizacije*, do 2020. godine mladi će u ukupnom broju međunarodnih putovanja sudjelovati s udjelom od oko 300 milijuna putovanja godišnje. Tržište za mlade tako predstavlja veliku priliku za budući razvoj putničke industrije. Više od bilo kojeg drugog tržišnog segmenta, mladi i studenti prednjače u inovativnosti i utiru put odgovornom turizmu, obraćajući pažnju na utjecaj svojih putničkih ambicija i na klimatske promjene.⁵

Hrvatska ne obrađuje posebno turistička putovanja mladih, stoga nije poznato koliki udio mladi čine u ukupnom turističkom prometu. Bez obzira na ograničenja, prvenstveno financijske prirode, mladi u Hrvatskoj rado putuju. Tijekom života čak 83,2% ih je izvan stalnog prebivališta putovalo 15 i više puta. Izvan Hrvatske njih 18,4% je putovalo 7-9 puta a 38,9% više od 15 puta. Na turistička putovanja 56,6% mladih odlazi 1-2 puta godišnje, a 30,7% 3-5 puta godišnje. Prosječno trajanje putovanja, neovisno o destinaciji, jest 1-2 tjedna.⁶

Tržište za mlade je važno, zato što predstavlja budućnost, ne samo mladih koji putuju, već i destinacija koje posjećuju. Istraživanje WYSE Travel Confederation-a ustvrdilo je da mladi putnici puno više troše od ostalih turista, vjerojatnije će se vratiti i dati dodanu vrijednost destinaciji, manje je vjerojatno da će ih terorizam, politički ili građanski nemiri, bolesti i prirodne katastrofe odvratiti od putovanja, često su prvaci u otkrivanju novih odredišta, koriste nove tehnologije, kulturno profitiraju i doprinose destinacijama koje posjećuju.⁷

⁵ UNWTO - WYSE, **The Power of Youth Travel**, AM Reports Vol. 2, 2011., str. 6.

⁶ Klarin, T., Gusić, A.: op. cit., str. 58.

⁷ UNWTO - WYSE, **The Power of Youth Travel**, str. 6.

2.1.3. Interesi ciljanog tržišta

U vrijednosnoj mreži turizma mladih, vrijednost se stvara povezivanjem aktera unutar i izvan turističkog sektora, s ciljem stvaranja i istraživanja novih mogućnosti. Mladi su često pokretači takvih inovacija jer su spremni prijeći granice i stvoriti nove veze. Od malena naučeni na nove tehnologije, mladi su predvodnici u korištenju društvenih mreža i mobilnih tehnologija u potrazi za informacijama i novim proizvodima. Uslijed toga, mijenja se tradicionalni lanac vrijednosti u turizmu.⁸

Slika 1: Nova mreža vrijednosti u turizmu



Izvor: izradila autorica prema podacima iz izvještaja UNWTO

Pripadnike milenijske generacije voli se prikazivati kao zahtjevne, dobro informirane i pomalo egocentrične, no s druge strane, naslijedili su uništenu ekonomiju, neumoljivo tržište rada i općenito finansijski lošije uvjete od svojih roditelja. To ih ne sprečava da mnogo češće putuju od svojih roditelja, a mnogo im je važnije pitanje „što ću raditi“ od „kamo ću ići“.⁹

Generacija Y odrasla je uz digitalne tehnologije i Internet, SMS, instant messaging, blog, wiki, servise za digitalno umrežavanje (Facebook). Većina pripadnika ove generacije s lakoćom obavlja više zadataka istovremeno, vole raditi i učiti u timovima, preferiraju multimediju i aktivno učenje. Vole brzu hranu, ali cijene i lijepo predstavljenu jednostavnost.¹⁰

⁸ UNWTO - WYSE, **The Power of Youth Travel**, str. 5.

⁹ Hrvatska turistička zajednica, **Hrvatska 365 – Kako razviti uspješan turistički proizvod**, Lider media, Zagreb, 2015., str. 26.

¹⁰ Galičić, V.: **Leksikon ugostiteljstva i turizma**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, 2014., str. 56.

Tabela 1: Karakteristike mladih kao tržišnog segmenta

MLADI

MOTIVI DOLASKA	• odmor i opuštanje • sportske aktivnosti • zabava • gastronomija • nova iskustva • zainteresirani za posjet lokalnim znamenitostima i kulturnim događajima, prirodno okruženje, upoznavanje s lokalnom kuhinjom, shopping
KARAKTERISTIKE SKUPINE	• učenici, studenti, pripravnici, mladi novozaposleni ljudi • želja za razmjenom zbog osjećaja samoće • zainteresirani za kulturni turizam i žele provesti odmor baveći se sportskim aktivnostima • ne žele provoditi vrijeme u parovima, ali žele sa samcima u grupama • otvoreni su za nova iskustva
KARAKTERISTIKE PUTOVANJA	• kratka putovanja (jedan do tri dana, maksimalno tjedan dana) • oblik prijevoza: avion ili vlak • izvan sezone • smještaj u hotelima, odmaralištima ili kampovima • pouzdaju se u „usmenu predaju“ za odlazak u neku turističku destinaciju • buking preko interneta ili turoperatora • zainteresirani za last-minute ponude

Izvor: Slivar, I., Golja, T.: *Europsko turističko tržište i trendovi razvoja*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula 2016., str. 32.

2.1.4. Motivacija mladih za putovanja

Studije vezane za motivaciju turista temelje se na Maslowljevoj hijerarhiji potreba. Maslow hijerarhijski određuje osnovne ljudske potrebe, od osnovnih na dnu piramide do specifičnih na vrhu, a svaka ima svoj određeni stupanj zadovoljstva. Na vrhu piramide nalazi se samoostvarenje, koje nije moguće postići ako ostale, primarne potrebe, nisu zadovoljene. S obzirom na hijerarhiju potreba, samoostvarenje je potreba kojoj pažnju posvećuje većina turističkih analitičara, zato što objašnjava potrebu turista za putovanjem. Kao glavna motivacija turista tako proizlazi povećanje kvalitete životnog iskustva, dok se kod mladih

turista kao primarni motivacijski faktor nameće obrazovanje i vezano uz to mogućnost odlaska iz roditeljskog doma sa svrhom studiranja u inozemstvu.¹¹

Neka istraživanja na tržištu mladih otkrivaju da će mladi vjerojatno biti vrlo aktivni za vrijeme turističkih posjeta, uz izraženu sklonost bavljenja različitim aktivnostima. Prilikom ljetovanja, aktivnosti vezane uz odredišta na plaži, poput sunčanja, češće poduzimaju mladi posjetitelji. Razgledavanje je također jedna od dražih aktivnosti ovog tržišta. Posjet gradovima i kupovina su također rado poduzimane aktivnosti tijekom putovanja, iako ne tako učestalo kao ranije spomenute. Međutim, iako su primjetni navedeni trendovi, studije također upućuju na postojanje neke heterogenosti među mladim turistima vezano za poduzete aktivnosti. To je osobito primjetno u slučaju sportskih, kulturnih i aktivnosti u prirodi, koje široko provode neki mladi posjetitelji, ali rjeđe ostale skupine turista.¹²

Mladi imaju različite motive putovanja, među kojima se ističu istraživanje (83%), uzbuđenje (74%) i učenje (69%). Unutar ovog tržišta se stoga mogu definirati nove tržišne niše: „backpacking“ ili putovanje s naprtnjačom, studentska putovanja, učenje jezika, profesionalizacija, radno iskustvo, volonterski programi, kulturne razmjene, sportski te avanturistički turizam.¹³

Za mlade ljude putovanje je:

- ✓ oblik učenja
- ✓ način susreta s drugim ljudima
- ✓ način povezivanja s drugim kulturama
- ✓ izvor razvoja karijere
- ✓ sredstvo vlastitog razvoja
- ✓ dio njihovog identiteta – ono si gdje si bio.¹⁴

¹¹ Çakar, K., Seyitoğlu, F.: Youth Tourism: Understanding the Youth Travellers' Motivations, **The 7th Multidisciplinary Academic Conference**, Prag, 2016., str. 3.

¹² Eusébio, C., João Carneiro, M.: How diverse is the youth tourism market? An activity-based segmentation study, **Turizam : međunarodni znanstveno-stručni časopis**, Vol.63, No.3, 2015., str. 296-297.

¹³ Klarin, T., Gusić, A.: op. cit., str. 59.

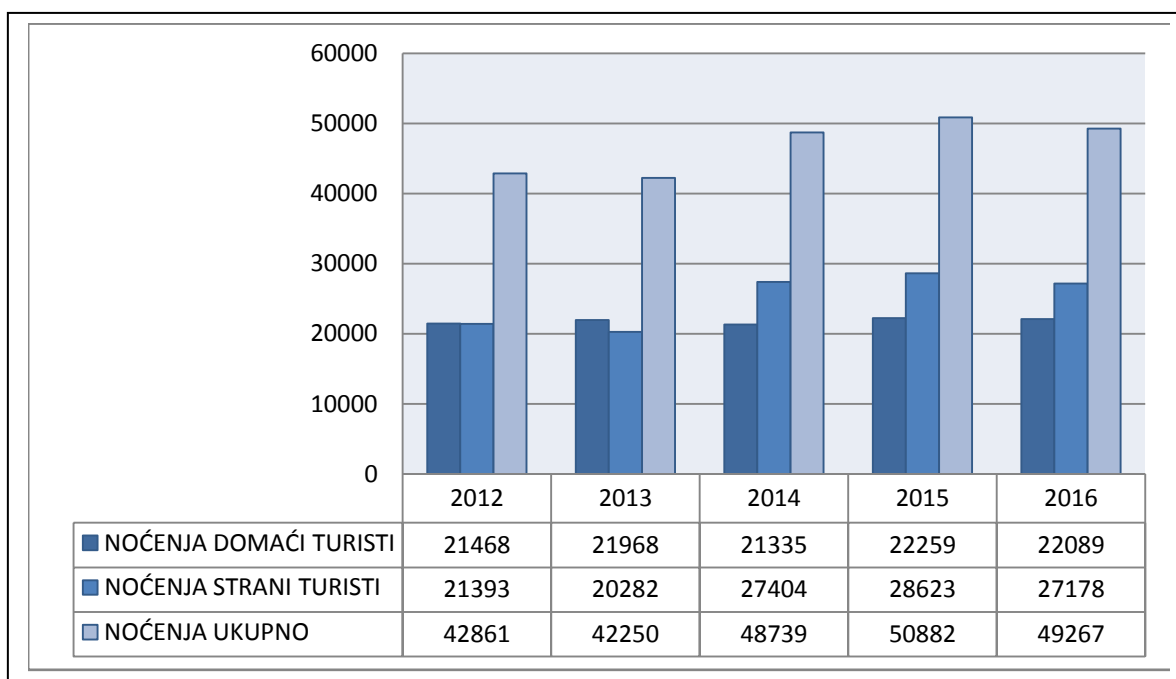
¹⁴ UNWTO - WYSE, **The Power of Youth Travel**, str. 6.

2.2. Turizam u gradu Varaždinu

2.2.1. Noćenja turista u gradu Varaždinu

Državni zavod za statistiku na godišnjoj bazi objavljuje statistička izvješća o turizmu u Republici Hrvatskoj. Ministarstvo turizma ocjenjuje 2017. godinu povijesno značajnom za hrvatski turizam, s obzirom na to da je od siječnja do kraja prosinca turističke 2017. godine ostvareno je 18,5 milijuna dolazaka (+13 posto) i 102 milijuna noćenja (+12 posto).¹⁵

Grafikon 1: Noćenja turista u gradu Varaždinu 2012-2016.



Izvor: izradila autorica prema podacima DZS

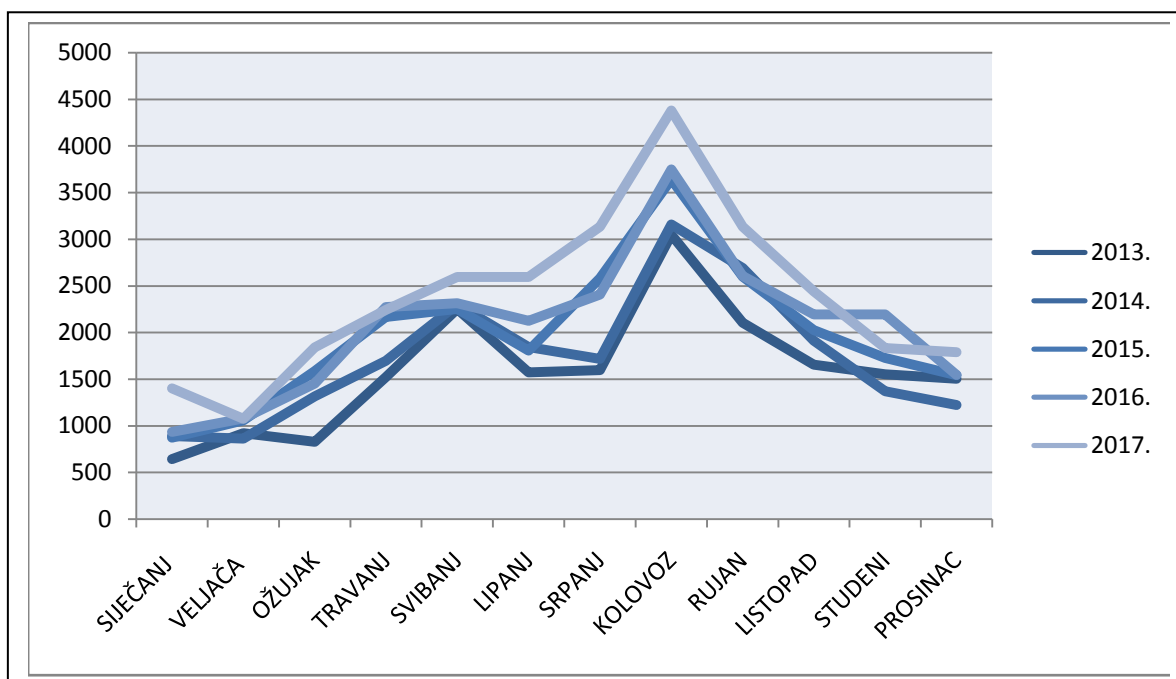
Podaci Državnog zavoda za statistiku (izvješća Turizam 2012-2016. godine) svakako pokazuju kontinuirani porast broja noćenja turista, izraženije u broju noćenja stranih turista. S obzirom na, u prikazanom vremenskom razdoblju, rekordnu 2015. godinu, što po broju smještajnih kapaciteta, a što po broju ostvarenih noćenja domaćih i stranih turista, primjećuje se blagi pad u 2016. godini.

Uz potvrdu da broj noćenja turista u gradu Varaždinu ima tendenciju rasta, slijedi pregled noćenja turista po mjesecima od 2013. do 2017. godine i promet po vrsti smještajnog objekta, prema podacima dostupnim na internetskim stranicama Turističke zajednice grada Varaždina (Prilog 1 i 2).

¹⁵ Web stranice Ministarstva turizma na adresi <http://www.mint.hr/>, rubrika „Vijesti“, „Rekordna 2017. turistička godina: ostvareno 102 milijuna noćenja“

Podaci Državnog zavoda za statistiku i Turističke zajednice grada Varaždina razlikuju se zbog metodologije prikupljanja i obrade podataka.

Grafikon 2: Noćenja po mjesecima u gradu Varaždinu 2013-2017.



Izvor: izradila autorica prema podacima Turističke zajednice grada Varaždina

Kolovoz svakako prednjači po broju noćenja turista. Razlog tome je vjerojatno Špancirfest, koji je jedna od najpopularnijih manifestacija u gradu. Svakako se veći broj noćenja turista primjećuje u razdoblju od svibnja do rujna.

Prema podacima navedenim u Grafikonu 2, slijedi poredak i raspodjela mjeseca u kvartale, radi bolje preglednosti i procjene ostvarivanja noćenja, od najviše do najmanje ostvarenih:

1. Kvartal (srpanj, kolovoz, rujan)
2. Kvartal (travanj, svibanj, lipanj)
3. Kvartal (listopad, studeni, prosinac)
4. Kvartal (siječanj, veljača, ožujak)

Prosječno je najviše noćenja ostvareno u kolovozu i to konstantno u svim promatranim godinama, a najmanje u veljači. Primjetan je i porast noćenja u prosincu 2017. u odnosu na ostale godine. Varaždin općenito slijedi trend porasta broja noćenja u 2017. godini, koji je zamjetan na području cijele Republike Hrvatske.

Najveći broj noćenja u gradu Varaždinu ostvaruju hoteli, ali ih je svakako i najveći broj. Primjetan je pad broja noćenja u hostelima, dok apartmani i sobe bilježe porast, što je u skladu s trendovima porasta popularnosti nekretnina za kratkoročni, odnosno dnevni najam.

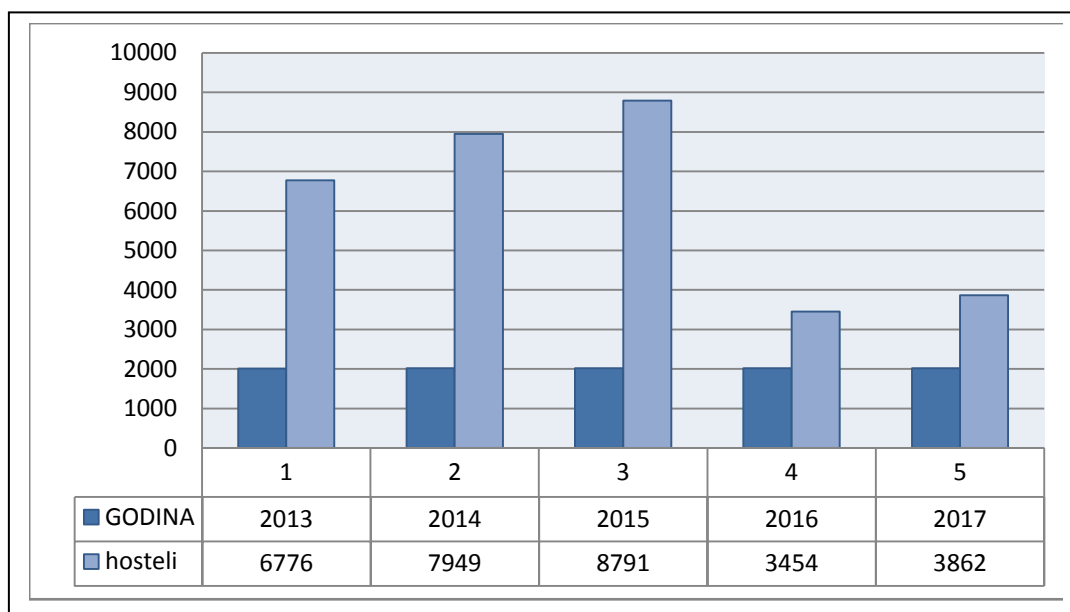
Tabela 2: Noćenja po vrsti smještajnog objekta

	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
hoteli	24246	27451	28919	34124	34523
pansioni	7870	9167	10402	9701	11025
hosteli	6776	7949	8791	3454	3862
apartmani	949	1047	985	1214	3100
sobe	2049	1528	1945	2467	3274
UKUPNO	41890	47142	51042	50960	55784

Izvor: izradila autorica prema podacima Turističke zajednice grada Varaždina

Do 2016. godine u gradu Varaždinu je bio djelatatan samo jedan hostel, u sklopu studentskog doma, a onda je otvoren i drugi hostel, Kairos.

Grafikon 3: Noćenja u hostelima u gradu Varaždinu



Izvor: izradila autorica prema podacima Turističke zajednice grada Varaždina

Prema Grafikonu 3, primjetno je da je najveći broj noćenja u hostelima ostvaren 2015. godine, kada je još uvijek u Varaždinu postojao samo jedan hostel, a na povećanje broja noćenja u hostelima nije utjecalo povećanje ponude hostelskog smještaja.

2.2.2. Ponuda namijenjena mladima u Varaždinu

Bilo koju analizu turističke ponude grada Varaždina nemoguće je započeti bez Špancirfesta, poznatog i pod nazivom Festival dobrih emocija. Organizira ga Turistička zajednica grada Varaždina i jedna je od najvećih i najzabavnijih manifestacija u Hrvatskoj. Jedan je od 10 najtraženijih događanja koje su Hrvati tijekom ove godine tražili na Google-u, a i dobitnik je nagrade za turistički događaj godine koja se dodjeljuje u sklopu projekta Godišnje hrvatske turističke nagrade. U kategoriji posebnih događanja i to za kontinuitet kvalitete i kreativan razvoj novih sadržaja dobitnik je "Simply the best", nacionalne godišnje nagrade koju tradicionalno dodjeljuju Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA) i turistički časopis Way to Croatia. Ukoliko promatramo podatke iz sustava e-visitor, informacijskog sustava za prijavu i odjavu turista, broj dolazaka gostiju u Varaždin za vrijeme Špancirfesta 2017. povećan je za 11% u odnosu na prošlogodišnji festival, a gostiju koji su u Varaždinu prenoćili bilo je 2100 i stigli su iz čak 44 države iz cijelog svijeta.¹⁶

Iako su građani samog grada Varaždina iz godine u godinu sve skloniji prigovarati programu festivala, neosporivo je da je to turistički događaj godine i da zapravo najveći broj turista posjeti grad upravo u vrijeme njegova održavanja. S obzirom na program prilagođen svim dobnim skupinama, obiluje i sadržajima namijenjenim mladima. To je jedino vrijeme u godini kad se u Varaždinu traži „krevet više“.

Sljedeća dobra inicijativa je svakako projekt Biciklistička ruta Varaždinske županije. Varaždinska županija prijavila je projekt Biciklistička ruta Varaždinske županije na javni poziv Ministarstva turizma za dodjelu bespovratnih sredstava temeljem Programa razvoja cikloturizma na kontinentu u 2017. godini te je isti odobren i realiziran do 30. rujna 2017. godine. U sklopu projekta izrađen je Operativni plan razvoja cikloturizma Varaždinske županije sa standardima, Idejni projekt biciklističkih ruta, web stranica i mobilna aplikacija koja sadrži sve vijesti vezane uz sport, rekreaciju i turizam na području županije; u tijeku je i dopunjavanje postojećih ruta sa odgovarajućom signalizacijom.¹⁷

Cikloturizam je također, kao i turizam mladih, jedan od globalno najpropulzivnijih turističkih proizvoda i bilježi stalan i impresivan rast te se njegov potencijal sve više prepoznaje i kod

¹⁶ Web stranice Špancirfesta na adresi <http://spancirfest.com/>, rubrika „Novosti“, „Špancirfest među najpretraživanijim događanjima u Hrvatskoj u 2017.!“ „Varaždinski Špancirfest – turistički događaj godine!“, „Špancirfest je – simply the best!“, „Špancirfest 2017 – nastavljen uspješni niz najvećeg i najpopularnijeg hrvatskog festivala“

¹⁷ Web stranice Varaždinske županije na adresi <http://www.varazdinska-zupanija.hr/>, rubrika zupanijska-tijela/upravna-tijela/upravni-odjel-Za-gospodarstvo,-regionalni-razvoj-i-europske-integracije/projekti/, „Projekti u provedbi - Biciklistička ruta Varaždinske županije“

nas. Iznajmljivači smještaja za bicikliste trebali bi imati na umu sljedeće osnovne standarde: mogućnost prihvata na samo jednu noć, sigurne prostorije za spremanje bicikala, prostor za sušenje odjeće i putne opreme, raznovrsnu ponudu doručka ili mogućnost uporabe kuhinje, raspoloživost kvalitetnih zemljovida regije, brošura o rutama i voznih redova u javnom prijevozu i mogućnost uporabe alata za male popravke te raspoloživost servisa u odredištu ili u blizini.¹⁸ Sve navedene zahtjeve može zadovoljiti dobro osmišljeni hostelski smještaj.

Sljedeći koncept koji bi u Varaždinu mogao ostvariti uspjeh je „City break“. Taj termin u turističkoj djelatnosti označava kratak boravak u drugom gradu, najčešće u nekoj od svjetski poznatih metopola, bilo u vlastitoj režiji, bilo u sklopu paket aranžmana koje nude putničke agencije. Popularan je iz očiglednih razloga - ne zahtijeva suviše novca i vremena, a nudi predah od užurbane dnevne rutine.¹⁹ Klijentela su najčešće ljudi od 22 do 44 godine, u čijem je fokusu upoznavanje kulture i običaja, posjet kulturnim atrakcijama, muzejima, manifestacijama i shopping.²⁰ Iako Varaždin nije metopola, svejedno ima što ponuditi po svim navedenim kriterijima, a poticaj razvoju je svakako opet dao Špancirfest. U tom pogledu Varaždinu ipak nedostaje cjelogodišnja atrakcija.

Varaždin je poznat i pod nazivom „mali Beč“. Beč je sinonim za božićni sajam i čaroliju Adventa. U zadnjih nekoliko godina i Varaždin se sve bogatijim programom nastoji ubaciti na kartu najposjećenijih hrvatskih gradova u doba Adventa. Prema broju dolaska i noćenja turista u 2017. godini, očigledno mu to polako, ali sigurno uspijeva. Advent u Varaždinu je definitivno manifestacija koja ima izgleda za uspjeh i privlačenje turista u manje posjećenom razdoblju godine, a Turistička zajednica grada nastoji svake godine dodatno povisiti ljestvicu i pružiti posjetiteljima nezaboravan doživljaj.

Kako među motive mladih za putovanja spadaju gastronomija i upoznavanje s lokalnom kuhinjom, svakako je dobra inicijativa manifestacija Dani okusa varaždinskog kraja, koja se održava po drugi put. Cilj manifestacije je promicanje tradicijskih lokalnih jela i ugostiteljskih objekata s područja županije.

Varaždin svakako ima potencijala postati poželjna destinacija kontinentalne Hrvatske. Svakako pruža sadržaje koji su zanimljivi mladim turistima, barem što se tiče kulturnih znamenitosti, a prostor za poboljšanja je svakako na području zabave i noćnog provoda.

¹⁸ Hrvatska turistička zajednica, **Hrvatska 365 – Kako razviti uspješan turistički proizvod**, str. 21.

¹⁹ Web stranica Croatian hot spots na adresi <http://hotspots.net.hr>, rubrika „HOT SPOTS“, „City break turizam u stalnom porastu“

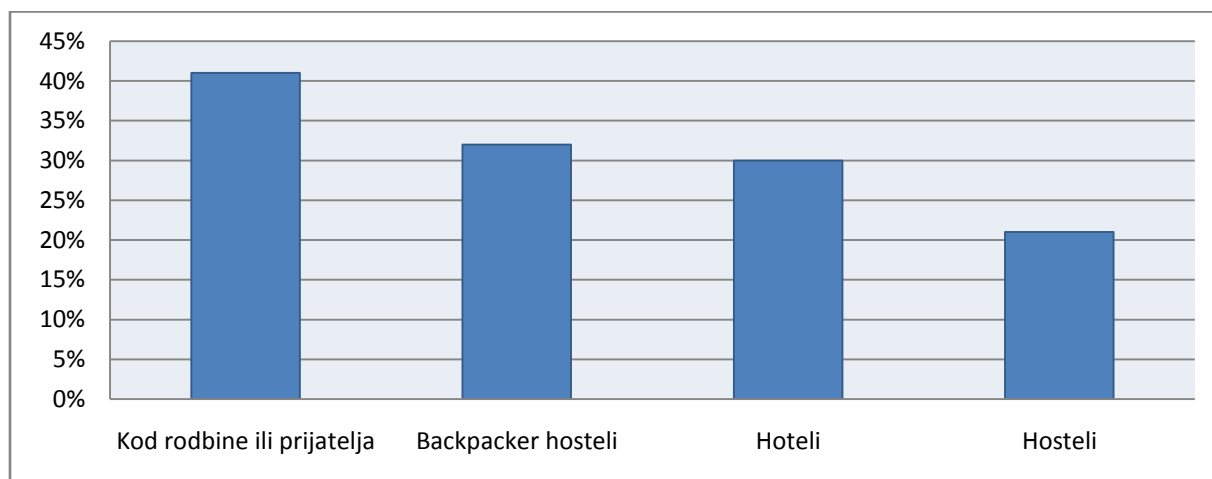
²⁰ Hrvatska turistička zajednica, **Hrvatska 365 – Kako razviti uspješan turistički proizvod**, str. 24.

2.3. Hosteli u funkciji razvoja turizma mladih

Za hostele se koristi i naziv omladinski hotel. Uz hostelski smještaj vežu mlađi gosti, iako u zadnje vrijeme postoji sve veći broj ljudi koji preferiraju takvu vrstu smještaja, iako ih se formalno ne može definirati kao „mlade“.

Pri odabiru smještaja, mladima je najvažniji kriterij cijena i stoga biraju smještajne objekte nižeg cjenovnog razreda i niže razine smještajnih usluga. Čak 41 % mladih u svijetu osigura smještaj kod rodbine i prijatelja, 32 % u backpacker hostelima, 30 % u hotelima i 21 % u hostelima za mlade. U Hrvatskoj mladi prednost daju hostelima (26,5 %), a slijede hoteli (23,5 %) te smještaj kod rodbine i prijatelja.²¹

Grafikon 4: Preferirane vrste smještaja za mlade u svijetu



Izvor: izradila autorica

2.3.1. Primjer najboljih – što je potrebno za uspjeh?

Promatramo li hostelski smještaj u Hrvatskoj unatrag nekoliko godina, svakako možemo primijetiti veliki porast broja otvorenih hostela.

Prema jednom ispitivanju motivacije poduzetnika za osnivanje hostela u gradu Zagrebu, čak 50% anketiranih navelo je slijeđenje trenda kao motiv. Više od 45% ispitanih ne posjeduje formalno obrazovanje ekonomske struke niti zapošljava osobu koja ga posjeduje te stoga ne čudi što visok postotak posjeduje poslovni i strateški marketing plan, no nisu ga sami izradili. Edukacije, formalna i neformalna obrazovanja nitko od ispitanika ne provodi redovito, a 28,58 % ispitanika nikada nisu bili niti su uputili zaposlenika na edukaciju iz poduzetništva i

²¹ Klarin, T., Gusić, A.: op. cit., str. 60.

turizma. Iz navedenog razloga određeni broj poduzetnika suočio se s promjenom registracije ili zatvaranjem objekta.²²

No, bez obzira na rizike i probleme s kojima se suočava svaki poduzetnik, neki su očito otkrili formulu uspjeha i uspješno se održavaju na brzorastućem tržištu.

Hostelworld je internetski portal, a ujedno i aplikacija za pametne telefone, za sve one koji redovito odsjedaju u hostelima. Nudi mogućnost rezervacije kreveta ili sobe u hostelima diljem svijeta, a uz to nudi i cijeli niz korisnih informacija koje pomažu odabrati najbolji smještaj. Osobita vrijednost su brojne recenzije korisnika, zahvaljujući kojima se od 2014. godine najboljim hostelima dodjeljuju nagrade Hoscars.

Hoscars (Hostelworld Customer Annual Ratings) najuglednije su hostelske nagrade, koje odaju priznanje najuglednijim hostelima diljem svijeta, a sve temeljeno na glasovima korisnika. Među nagrađenim hostelima svake se godine nađe i koji hrvatski. Tako je 2015. godine Split Guesthouse & Hostel zauzeo 9. mjesto u kategoriji Najbolji mali hosteli za prethodnu godinu, a ujedno je dobitnik nagrade i u kategoriji Najbolja atmosfera te Najbolji hostel po državama. 2016. godine je dubrovački Hostel Marker Dubrovnik Old Town dospio među nagrađene u kategoriji Najpopularniji hosteli. 2017. godine je zagrebački Swanky Mint proglašen najboljim u kategoriji Najbolji hosteli po državama. 2018. je u kategoriji Najbolji hosteli po državama ponovno nagrađen Split Guesthouse & Hostel.²³

Druga značajna nagrada je International Hospitality Awards, međunarodna nagrada u ugostiteljstvu koju održava HOTELIERO Klub hotelijera i ugostitelja od 2011. godine. To je jedina profesionalna nagrada u gostoljubivosti.²⁴ U kategoriji najboljeg europskog hostela je tako 2017. godine pobijedio zagrebački Subspace hostel.

Slijedi otkriti koja je tajna uspjeha i što to imaju za ponuditi nagrađeni hrvatski hosteli.

Split Guesthouse & Hostel je smješten u centru Splita. Dobiva najbolje ocjene korisnika od 2011. godine. Osobito su dobro ocijenjene lokacija, osoblje i čistoća hostela. Ima određenu dobnu granicu za prijem gostiju (41 godina). Kapacitet hostela je 14 gostiju, jedna soba i dvije spavaonice (2, 6 i 6 kreveta). Zanimljivo je za uočiti da ima potpuno opremljenu kuhinju koju su gosti slobodni koristiti. Svoje predstavljanje na stranici Hostelworld započinju: *Split*

²² Gregorić, M.: Ispitivanje motivacije poduzetnika za osnivanje hostela u gradu Zagrebu, **Obrazovanje za poduzetništvo**, Vol.7 Nr.1, 2017., str. 30

²³ Web stranica Hostelworld, dostupno na adresi <https://www.hostelworld.com/>, rubrika Hostel Awards, „Hoscars“

²⁴ Web stranica International hospitality awards, dostupno na adresi <https://hospitalityawards.international>, rubrika Winners 2017

Guesthouse će promijeniti način na koji razmišljate o putovanju. Očekujete imanje, ali stižete u kuću svog prijatelja. Očekujete recepcijski pult, ali dočekuje vas šalica kave. Dolazite sami, ali upoznajete 14 prijatelja. Rezervirate dvije noći i ostajete dva tjedna. I to je samo početak. Očigledno je topla i prijateljska atmosfera, uz manje smještajne kapacitete, formula uspjeha ovog hostela, jer je redovito nagrađivan i u kategorijama najbolje atmosfere i osoblja.

Hostel Marker Dubrovnik Old Town je najbolje ocijenjen zbog lokacije, ali i osoblja. Nema točno određenog vremena za prijavu i odjavu pa gosti mogu slobodno dolaziti i odlaziti kad njima to odgovara. Smješten je kakvih stotinjak metara od svih glavnih povijesnih sadržaja u dijelu Starog grada Dubrovnika, ali opet dosta udaljen od prenapučenog i užurbanog dijela grada. Nude raznovrsne turističke izlete i događanja diljem Dubrovnika, ali i okolnog područja (Mostar, Crna Gora, Korčula, Mljet). Dubrovnik je populariziralo snimanje poznatih tv serija (Game of Thrones), ali i činjenica da se često nalazi na popisima najboljih srednjovjekovnih gradova, što je svakako povećalo broj dolazaka turista koji žele uživo doživjeti mjesta na kojima se odvijalo snimanje.

Swanky Mint ima najbolje recenzije korisnika po kategorijama lokacije, osoblja i čistoće. Hostel ima i bazen, koji je otvoren tijekom ljetne sezone. Smješten je u središtu Zagreba, 700 metara od Trga bana Josipa Jelačića. U okviru objekta na raspolaganju su klimatizirane sobe, besplatni WiFi, kafić i internetski kutak. Sve glavne zagrebačke znamenitosti dostupne su na kratkoj pješačkoj udaljenosti. Hostel ima odlične kombinacije spavaonica, soba i studija. Svi privatni studiji i sobe sadrže TV ravnog ekrana i vlastitu kupaonicu. Svi ležajevi u spavaonicama uključuju ormarić na zaključavanje i pristup zajedničkoj kupaonici s tušem i WC-om. Studiji obuhvaćaju vlastitu čajnu kuhinju.²⁵

Subspace hostel je smješten u Zagrebu i započeo je s radom u prosincu 2016. godine. Ako se uzme u obzir da je tome prethodio boom hostelskog smještaja u Zagrebu, a zatim i potreba za zatvaranjem mnogih od njih, očigledno je da ovaj hostel nudi nešto što ostali nemaju. U prilogu mu svakako ide i lokacija, koja je u samom centru Zagreba.²⁶ Hostel svojim gostima nudi noćenje u kapsulama. Iako to nije jedinstveno, zato što je u Japanu uobičajeno zbog uštede prostora, Subspace hostel je prvi koji je to ponudio u Hrvatskoj, a općenito i u Europskoj uniji. Kapacitet hostela je 20 jednokrevetnih kapsula, a zanimljivo je da je cijeli hostel smješten u stotinjak kvadrata stambenog prostora. Sam projekt je ostvaren u godinu i pol dana, a vrijednost investicije je dva milijuna kuna. Vlasnik hostela smatra da je nužno gostima

²⁵ Web stranica Booking, dostupno na adresi <https://www.booking.com>, rubrika „Hotel“, Swanky Mint

²⁶ Web stranica Subspace hostela, dostupno na adresi <http://subspacehostel.com/>, rubrika „Info“

ponuditi nešto novo, zbog čega bi izabrali upravo taj hostel, a originalnost i kreativnost su svakako dodatci formuli uspjeha.²⁷

Zanimljivo je primijetiti da od navedenih hostela dva nemaju svoju web stranicu (Split Guesthouse & Hostel i Hostel Marker Dubrovnik Old Town), već se oglašavaju isključivo na specijaliziranim stranicama za rezervacije (Hostelworld, Hostelbookers, Booking, HostelsClub).

Slika 2: Poželjne karakteristike uspješnog hostelskog smještaja



Izvor: izradila autorica

²⁷ Web stranice Novog lista, dostupno na adresi <http://www.novilist.hr/>, rubrika „Život i stil“, „Zanimljivosti“, „U Zagrebu otvoren Subspace hostel u kojem se noći u svemirskim kapsulama“

3. HOSTELSKI SMJEŠTAJ

3.1. Pojmovno određenje hostela

Prema *Leksikonu ugostiteljstva i turizma*, hostel ili omladinski hotel je vrsta ugostiteljskog objekta za smještaj iz skupine *ostali ugostiteljski objekti za smještaj*. Smještajne jedinice u hostelu su sobe i/ili spavaonice. To je ugostiteljski objekt nižeg kvaliteta smještaja i komfora od hotela, sa smještajem najčešće organiziranim u višekrevetnim sobama sa zajedničkom kupaonicom. Hostele uglavnom koriste mlađe osobe na proputovanju ili kratkim zadržavanjima jer je hostelski smještaj jeftiniji od klasičnog hotela.

U slučaju da je u hostel pretvoren pokretni objekt, poput željezničkih kola, prema *Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj* smještajne jedinice mogu biti kabine. Kapacitet smještajne jedinice određuje se prema broju kreveta. Tako soba ima najviše četiri kreveta, spavaonica najmanje pet kreveta, a kabina prema zatečenom stanju broja kreveta u odnosu na pokretni objekt.

U odnosu na hotel, kod hostela postoje sljedeće razlike:

- jeftinija cijena smještaja
- neformalniji pristup u komunikaciji i ophođenju s gostima
- više zajedničkih društvenih prostorija što povećava socijalizaciju i druženje među gostima
- nije obavezna usluga doručka iako znatan broj, osobito većih hostela, osim doručka također nudi i uslugu polu i punog pansiona
- zajednička kuhinju koju mogu koristiti svi gosti i u njoj sami sebi pripremiti doručak, a što također doprinosi socijalizaciji²⁸

Hostele je moguće podijeliti na male, srednje i velike. Glavna razlika među njima je u broju kreveta, ponudi dodatnih sadržaja, te broju osoblja hostela. Maksimalan broj kreveta u malom hostelu je između 20 i 30, vlasnik je često i direktor hostela, a broj ostalih zaposlenih varira prema potrebi. Srednji hostel karakterizira broj kreveta od 30 do 70, osim direktora hostela ima i voditelje pojedinih odjela, te samim time obuhvaća i veći broj zaposlenika. Postoji potreba za posebnim odjelom prodaje i marketinga, kao i za nekim drugim odjelima poput odjela osiguranja ili odjela održavanja. Broj kreveta u velikom hostelu je veći od 70, ima više dvokrevetnih i trokrevetnih soba sa pripadajućim sanitarijama i uz pripadajuće ugostiteljske

²⁸ Priručnik – **Kako osnovati i upravljati hostelom**, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb, 2010., str. 25-26.

objekte (restoran, bar), ima i različite dodatne sadržaje. U velikom hostelu nužna je specijalizacija rada tako da postoje specijalizirana radna mjesta kako bi se učinkovito mogao obavljati povećani opseg poslova. Radnih mjesta su formirana prema odjelima, a svaki odjel ima svoga voditelja koji je odgovaran direktoru hostela. Veliki hosteli najčešće su smješteni u širim gradskim središtima, dok su mali i srednji hosteli često smješteni i na perifernim gradskim područjima, odnosno potpuno van gradskih područja u atraktivnom prirodnom ambijentu.²⁹

3.1.1. Kako osnovati i upravljati hostelom

Prvi korak prilikom planiranja ugostiteljske djelatnosti je svakako otvaranje neke vrste legalnog oblika poduzeća.

Najjednostavniji način je osnivanje jednostavnog društva s ograničenom odgovornošću, odnosno j.d.o.o. Kako bi građanima olakšala postupke osnivanja legalnih oblika poduzeća, Vlada Republike Hrvatske preko servisa HITRO.hr omogućuje ubrzanu komunikaciju građana i poslovnih subjekata s državnom upravom.

Koraci prilikom osnivanja j.d.o.o. su sljedeći:

1. Rezervacija imena društva
2. Posjet javnom bilježniku, koji sastavlja *Zapisnik o osnivanju, Prijavu za upis društva u sudski registar* i *Izjavu o nepostojanju nepodmirenih dugova*. Dokumenti moraju biti potpisani i ovjereni od strane javnog bilježnika, a zatim se dalje prosljeđuju elektroničkim putem.
3. Predaja dokumentacije ovjerene od strane javnog bilježnika, uplata pristojbi i osnivačkog pologa. Nakon uplate servis kompletira predmet i prosljeđuje ga nadležnom Trgovačkom sudu, koji je obvezan u zakonskom roku izvršiti upis društva u Sudski registar te dostaviti Rješenje o osnivanju i Potvrdu o OIB-u novoosnovane tvrtke.
4. Preuzimanje dokumentacije (*Rješenje o upisu u sudski registar* i *Obavijest o razvrstavanju poslovnog subjekta* po Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti s upisanim matičnim brojem), izrada pečata i otvaranje računa kako bi se mogao izvršiti prijenos osnivačkog pologa društva na račun društva. Društvo, vlasnika društva i zaposlenike

²⁹ Priručnik – **Kako osnovati i upravljati hostelom**, str. 26-27.

društva je potrebno prijaviti u sustave mirovinskog i zdravstvenog osiguranja te j.d.o.o. kao poreznog obveznika.³⁰

Trošak otvaranja j.d.o.o. iznosi 807,5 kuna plus temeljni kapital od 10 kuna (817,5 kuna).³¹ Osnivanje jednostavnog društva s ograničenom odgovornošću je odlična opcija za one koji nisu sigurni u kojem će smjeru otići njihova poduzetnička ideja, prvenstveno zbog niskih troškova osnivanja. Uvijek postoji mogućnost dokapitalizacije društva u slučaju pozitivnog iznosa na računu, ali su i troškovi zatvaranja manji u slučaju neuspješnog poslovnog poduhvata. Uz to, j.d.o.o. se može osnovati bez ijednog zaposlenog.

U troškove koji prethode otvaranju hostela valja ubrojiti i troškove pristojba sljedećih isprava: dokaz o ispravnosti električnih instalacija, izvješće o ispitivanju učinkovitosti ventilacije, rješenje da su provedene mjere za zaštitu od buke (izdaje ga sanitarni inspektor), nalaz o zdravstvenoj ispravnosti vode za piće i dokaz o nepropusnosti vodovodne i kanalizacijske instalacije.³²

Od 1. siječnja 2016. godine zgrade koje se iznajmljuju, daju u zakup ili daju na leasing a imaju ukupnu korisnu površinu veću od 50 kvadratnih metara imaju obvezu pribavljanja energetskega certifikata. U tu skupinu svakako spada i hostel. Energetski certifikat vrijedi 10 godina, a njime se predaju energetska svojstva zgrade. Sadrži opće podatke o zgradi, energetski razred zgrade, rok važenja certifikata, podatke o osobi koja je izdala i izradila energetski certifikat, podatke o osobama koje su sudjelovale u izradi energetskega certifikata, oznaku energetskega certifikata, podatke o termotehničkim sustavima, energetske potrebe zgrade, podatke o korištenju obnovljivih izvora energije, prijedlog mjera, detaljnije informacije i objašnjenje sadržaja energetskega certifikata.³³ Prema ponudi tvrtke Palam d.o.o., izrada energetskega certifikata za objekt koji bi bio prenamijenjen u hostel iznosi 850 kuna.

Nakon poduzetih koraka za otvaranje legalnog oblika poduzeća, slijedi poslovno planiranje, odnosno izrada poslovnog plana.

Planiranje je postupak kojim se postavljaju ciljevi i određuju budući zadaci te aktivnosti za njihovo ostvarivanje. Plan je rezultat planiranja. Planiranje je naročito važno u poslovnim aktivnostima jer omogućuje poduzetniku procjenu budućih događaja i pravovremenu

³⁰ Web stranica Hitro.hr, dostupno na adresi <http://www.hitro.hr/>, „Kako osnovati jednostavni d.o.o.“

³¹ Web stranica POS Sector, dostupno na adresi <https://possector.hr/>, „Kako otvoriti jednostavni d.o.o. (j.d.o.o.) za ugostiteljsku djelatnost“

³² Web stranica POS Sector, dostupno na adresi <https://possector.hr/>, „Dokumentacija potrebna za otvaranje ugostiteljskog obrta“

³³ Web stranica Ministarstva graditeljstva i prostornog uređenja, dostupno na adresi <http://www.mgipu.hr/>, „Energetsko certificiranje zgrada“

pripremu na njih. Iako nije moguće točno predvidjeti buduće događaje, planiranje omogućuje stimulaciju i pojačavanje onog što je povoljno za postizanje ciljeva, a eliminaciju ili smanjivanje nepovoljnih utjecaja.³⁴

3.1.2. Minimalni uvjeti za hostel

Iako prostorna struktura hostela prvenstveno ovisi o veličini hostela, postoje minimalni prostorni uvjeti koje treba zadovoljiti kako bi neki objekt mogao biti kategoriziran kao hostel.

Minimalni uvjeti za hostel određeni su Prilogom III. *Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj, Uvjeti za vrste prenoćište, učenički ili studentski dom ili akademis, odmaralište za djecu, hostel, lovački dom, planinarski dom.*

Hostel se sastoji od:

- prostora za prijam gostiju,
- smještajnih jedinica,
- prostorije za boravak gostiju,
- sanitarija uz ugostiteljske i ostale sadržaje,
- zajedničkih sanitarija za goste uz smještajne jedinice,
- zajedničkih kompletnih kupaonica uz smještajne jedinice (ulaz iz hodnika), i
- kompletnih kupaonica u smještajnim jedinicama (ulaz iz smještajne jedinice).³⁵

Hostel treba imati uslugu i prostor za primanje gosta, uz obavezno poznavanje jednog stranog jezika za osobu koja obavlja prihvata gosta. Obavezan je i cjenik na hrvatskom i engleskom jeziku, kao i mogućnost poziva hitne medicinske pomoći.

Spavaonica mora imati najmanje 5 kreveta, od čega razmak među njima treba biti barem 50 centimetara. Površina sobe određena je u odnosu na broj kreveta, a najveći mogući broj je četiri. Smještajne jedinice moraju biti označene brojem ili drugom oznakom i imati mogućnost zamračivanja prostora.

Od namještaja i opreme u smještajnim jedinicama, uz propisane mjere za krevete, nužno je omogućiti određenu količinu rublja za krevet i ručnika, uz garderobni ormar s vješalicama za odjeću ili mogućnost vješanja odjeće. Od opreme su obvezni koš za otpatke, ogledalo, rasvjeta, slobodne elektro utičnice, grijanje i plan evakuacije. Nije nužan uvjet da svaka soba

³⁴ Cingula, M.: **Kako izraditi poslovni plan i investicijski elaborat**, RRiF, Zagreb, 2001., str. 9

³⁵ Priručnik – **Kako osnovati i upravljati hostelom**, str. 28

ima svoju kupaonicu, ali je zato određen broj kupaonica prema broju kreveta, uz odvojene sanitarne čvorove za žene i muškarce. Od nužnih dodataka u kupaonici valja spomenuti: osvježivač, koš za otpatke, police za tuš-kabine, kuke za odjeću i držače ručnika. Općenito je u svim sanitarnim prostorijama potrebno omogućiti dovoljan broj polica i kuka za odlaganje stvari i odjeće.

Hosteli prema Pravilniku nisu dužni pružati usluge prehrane, pića, napitaka i slastica. Sukladno tome, nisu dužni imati prostore blagovaone i kuhinje, no mnogi svojim gostima nude mogućnost korištenja istih. Osobit značaj u hostelima imaju zajedničke, dnevne prostorije koje su zapravo mjesta druženja i socijalizacije, što su bitne komponente hostelskog smještaja. Uz navedene obavezne uvjete, svakako je dobro uložiti u opremanje zajedničke prostorije u kojoj će se gosti ugodno osjećati i rado boraviti uz zajedničke aktivnosti i programe.

3.1.3. Povijest hostelinga u Varaždinu

U Varaždinu trenutno posluju dva hostela.

Prvi hostel u gradu Varaždinu otvoren je u Studentskom domu Varaždin. S obzirom na to da su u studentskom domu tijekom akademske godine studenti, hostel posluje u skladu s time, odnosno od 01. srpnja do 30. rujna i ima različit broj raspoloživih kreveta:

- od 01.07.-10.07. i od 16.09.-30.09. raspolaže s 56 kreveta u 27 soba (3 jednokrevetne, 19 dvokrevetnih i 5 trokrevetnih),
- od 11.07.-14.07. i od 01.09.-15.09. raspolaže sa 151 krevetom u 73 sobe (6 jednokrevetnih, 56 dvokrevetnih i 11 trokrevetnih),
- od 15.07.-31.08. raspolaže s 261 krevetom u 141 soba (38 jednokrevetnih, 86 dvokrevetnih i 17 trokrevetnih).

Tijekom cijele godine na raspolaganju su 4 jednokrevetne i 7 dvokrevetnih soba.³⁶

2016. godine je otvoren drugi hostel, Kairos. Na raspolaganju ima 4 etaže s po 4 sobe, a na svakoj etaži po 2 kupaonice, 2 sanitarna čvora, čajnu kuhinju s boravkom. Postoji i velika zajednička kuhinja s boravkom. Sobe su također jednokrevetne, dvokrevetne i trokrevetne.³⁷

³⁶ Web stranice hostela Studentski dom Varaždin, dostupno na adresi <http://www.hostel.hr/>, rubrika „Hostel“

³⁷ Web stranice Hostela Kairos, dostupno na adresi <http://hostel-kairos.hr/>, rubrika „O nama“

4. PROJEKTNI PLAN

4.1. Sažetak ulaganja

1. Investitor	Varasd Inn, j.d.o.o.
2. Naziv pothvata	Osnivanje i upravljanje hostelom
3. Cilj	Renovacija obiteljske kuće i njezina prenamjena u mali hostel
4. Karakteristike prodajnog tržišta	Nezadovoljene tržište, povećana potražnja za jeftinijim i pristupačnijim hostelskim smještajem, ali ne na uštrb kvalitete i dostupnih sadržaja te aktivnosti za mlade turiste.
5. Tehnološko-tehničke osobine pothvata	Osnivanje i upravljanje hostelom, ponuda cjenovno pristupačnog smještaja za mlade turiste.
6. Lokacija	Zagrebačka 267, Varaždin
7. Broj zaposlenih	0
8. Ukupna ulaganja	112.00,00
8.1. Ukupna ulaganja u stalna sredstva	111.795,00
8.2. Ukupna ulaganja u obrtna sredstva	0
9. Izvori financiranja	
9.1. Vlastita sredstva	0
9.2. Kredit	112.000,00

4.2. Polazište

4.2.1. Nastanak poduzetničke ideje

Ideja o otvaranju i vođenju hostela investitorici je došla nakon što je naslijedila obiteljsku kuću. Sama kuća je bila građena i uređena za najam po sobama, a zatim preuređena za život četveročlane obitelji. Investitorica nema namjeru preuređivati ju za svoje stanovanje, jer je ipak malo prevelika za njezine potrebe. Iako preuređivana, u kući je svakako vidljiva njezina prvotna funkcija za iznajmljivanje – ima dva ulaza, prizemlje i kat identičnog rasporeda i veličine prostorija. Sobe su prostrane, a prizemlje nekako više uređeno za dnevni boravak.

Iako već dugo prisutna, ideja nikako nije dolazila do svoje realizacije, ali su s vremenom olakšavajuće okolnosti počele prevladavati strah od pokretanja vlastitog posla kod investitorice:

- ✓ naslijedila je veću obiteljsku kuću
- ✓ iako kuća nije u samom centru grada, dobra je prometna povezanost, a dostupan je i cjenovno pristupačan gradski prijevoz
- ✓ manji troškovi preuređenja u hostel, zbog prvotne namjene kuće za najam po sobama
- ✓ ekonomska znanja i vještine potrebne za poduzimanje poduzetničkog pothvata
- ✓ stalan posao u struci
- ✓ mogućnost otplate kredita od postojećih prihoda

S obzirom na činjenicu da nitko od članova uže obitelji nije ekonomske struke, investitorica se osobno odlučila na nastavak obrazovanja i pohađanje diplomskog studija Poslovne ekonomije. Prvotna namjera i sam odabir studija nije bio vezan uz otvaranje hostela, već kao podrška članu obitelji koji je odlučio poduzeti vlastiti poduzetnički pothvat. To je za investitoricu bio prvi susret sa izradom poslovnog plana i zapravo poticaj za daljnje istraživanje i usavršavanje te samostalno pokretanje svog posla. Iz istog razloga, investitorica se odlučila i za dodatno osposobljavanje u području knjigovodstva, no s obzirom da ima stalni posao koji namjerava i zadržati, ipak bi za knjigovodstvene poslove koristila usluge računovodstvenog servisa.

U gradu Varaždinu već postoje dva hostela, ali jedan u studentskom domu i zapravo je djelatna samo tijekom ljetnih mjeseci. Drugi hostel relativno kratko posluje i zapravo nije toliko usmjeren na mlade turiste jer većinu noćenja ostvaruje zahvaljujući radnicima na građevinskim projektima, zbog pristupačne cijene smještaja. Sam hostel nije oglašen na relevantnim internetskim stranicama za rezervaciju hostelskog smještaja, što zapravo

smanjuje njegov doseg i vidljivost za ciljanu skupinu gostiju, koja se pretežno služi internetom i oslanja na recenzije, preporuke i pozitivna iskustva drugih. Investitorica u tome vidi priliku za povećanje ponude za mlade turiste, uz raznolike sadržaje i zapravo bliskiji pristup ciljanoj skupini gostiju, što zbog manje razlike u godinama, a što zbog osobne sklonosti prema hostelskom smještaju. Uz to, zahvaljujući svom zanimanju, poslu i poznanstvima u području obrazovanja, u mogućnosti je osmisliti i provoditi razne dodatne aktivnosti, koje su zanimljive ciljanoj skupini gostiju.

Zahvaljujući studiju poslovne ekonomije i dodatnim usavršavanjima, investorica smatra da posjeduje znanja i vještine za pokretanje i uspješno vođenje malog hostela, a time bi bile zadovoljene i predispozicije prostora obiteljske kuće, uz zapravo manje zahvate, preinake i opseg radova. Prednošću svakako smatra i činjenicu da je zahvaljujući stalnim i sigurnim primanjima u mogućnosti otplatiti kredit, koji joj je potreban za realizaciju poduzetničke ideje.

4.2.2. Vizija poduzetničkog pothvata

Investitorica, u okviru j.d.o.o. Varasd Inn, ima namjeru prenamjene obiteljske kuće u hostel, s ciljem povećanja turističke ponude grada za mlade turiste. Time će grad Varaždin postati bogatiji za još jedan hostel i ukupno 14 kreveta. Sam grad Varaždin najpoznatiji je po manifestaciji Špancirfest, ali ima i tendenciju razvoja cikloturizma. Uz to, ima potencijal postati city break destinacija, zbog svoje raznolike ponude, a opet mogućnosti obilaska tijekom kraćeg turističkog posjeta.

Hostel Varasd Inn namjerava postati središnje mjesto u gradu za odsjedanje mladih turista, a to nastoji postići raznim dodatnim aktivnostima, prijateljskom atmosferom, rasporedom smještajnih jedinica kao spavaonica i velikim zajedničkim prostorom za druženje i zajedničke aktivnosti.

4.3. Lokacija

U gradu Varaždinu su sva kućanstva i svi ugostiteljski objekti dužni razvrstavati otpad. Iz tog razloga je nužno i u hostelu osigurati gostima posebne kante s uputstvima za odlaganje različitih vrsta otpada. Za staklo, tekstil i plastiku postoje posebne vreće određene boje, za što se može kupiti i držač. Ostali otpad i papir odlažu se u kante. Uz to, za biootpad je nužno nabaviti komposter. Hostel Varasd Inn namjerava posloovati u skladu s ekološkim odredbama i stoga na gostima vidljivom i dostupnom mjestu držati sve potrebno za savjesno odlaganje otpada.

Hostel Varasd Inn smješten je u Zagrebačkoj ulici. Iako sama lokacija nije u strogom centru grada, ipak je povoljna jer je povezanost gradskim prijevozom dosta dobra. Otprilike svakih sat vremena gradska linija vozi do centra. Uz to, Zagrebačka je jedna od dvije najduže ulice u gradu, tako da gostima neće biti problem pronaći lokaciju hostela. Uz hostel postoji pripadajuće dvorište, gdje je omogućen parking za najmanje tri vozila, a s vremenom se planira uređenje većeg parkirališnog prostora.

S obzirom na to da hostel nema u planu posluživanje hrane i pića, u lokacijski opis je nužno uvrstiti i blizinu objekata koji to nude. Kafići su relativno blizu, oko 10-ak minuta hoda od hostela, a najbliži supermarketi su na udaljenosti od 20-ak minuta hoda. Gradski prijevoz omogućuje direktnu povezanost s poznatim Varaždinskim placom, gdje gosti mogu nabaviti domaće voće, povrće i ostale autohtone namirnice. Relativno je blizu i najvećeg shopping centra (Lumini).

Kako je Varaždin ipak poznat kao „grad bicikala“, najljepše ga je obilaziti na dva kotača. Tako je jedna od planiranih usluga hostela mogućnost najma bicikala, uz dostupan servis u slučaju potrebe. Sama ulica je odlično uređena za promet bicikala, s biciklističkim stazama cijelom dužinom, koje vode do samog centra grada. Općenito je u gradu unazad nekoliko godina uređeno podosta biciklističkih staza, tako da su rijetka mjesta gdje ih nema. Dobra je i povezanost između Varaždina i obližnjih gradova, poput Ivanca, Ludbrega i Čakovca, gdje također postoje dosta male dionice bez uređenih biciklističkih staza.

Sve u svemu, iako nije u samom centru grada, hostel je na povoljnoj lokaciji koja je vrlo dobro prometno povezana s ostatkom grada i okolnim mjestima. Omogućava miran i opuštajući boravak, ali opet ne predaleko od središta zbivanja u centru grada.

4.4. Tehničko-tehnološki elementi ulaganja

4.4.1. Opis strukture ulaganja

Projekt obuhvaća prenamjenu kuće u hostel. Prednost same nekretnine jest to što je inicijalno građena za najam po sobama te je u skladu s tim i raspored prostorija. Sama nekretnina ima prizemlje i kat, koji su skoro identični po svom rasporedu te dva ulaza. Investicija bi uključivala renovaciju postojeće kupaonice, uređenje još jedne i dodatnog sanitarnog čvora na katu (Prilog 3: Tlocrt prizemlje i kat). Potrebno je i preurediti kuhinju da može primiti planirani broj gostiju (14), a isto tako i zajedničku prostoriju. Potrebna je nabavka i dodatnog prijenosnog računala, koje će ujedno služiti za prijavu gostiju i kao fiskalna blagajna.

Tabela 3: Struktura ulaganja

Ulaganje	Količina	Iznos u kn
NAMJEŠTAJ I OPREMA		
Koš za smeće	8	320,00
Jastuk	16	960,00
Poplun	16	2.400,00
Set posteljine	16	3.200,00
Krevet	2	3.400,00
Madrac	14	4.900,00
Krevet na kat	6	10.800,00
Set ručnika	16	2.400,00
Ormarići	4	4.400,00
ZAJEDNIČKE PROSTORIJE I KUHINJA		
Kutna garnitura	1	4.500,00
Naslonjači	2	1.500,00
Stolice	8	1.580,00
Barske stolice	3	1.470,00
Stolići	3	375,00

Stol	2	2.000,00
Renovacija kuhinje	1	10.000,00
RENOVACIJA I OPREMANJE KUPAONICA I SANITARNOG ČVORA		
Rušenje i demontaža	1	1.635,00
Instalacije	2	5.675,00
Stolarija	3	24.000,00
Keramika i završni radovi	1	4.280,00
Namještaj i uređaji	3	13.500,00
INFORMATIČKA OPREMA		
Prijenosno računalo	1	3500
TV prijamnik	1	5000
UKUPNO		111.795,00

Izvor: izradila autorica

4.4.2. Struktura i broj zaposlenika

Investitorica planira samostalno obavljati djelatnost, a u slučaju potrebe zapošljavati studente preko Student servisa i u skladu s propisanim iznosom satnice. Za rad u turističkim objektima predviđena je satnica od 20 kuna, što se dodatno uvećava za rad vikendom, praznicima i noću.

Uz pretpostavku da bi potreba za studentskim radom iznosila 80 sati mjesečno, to bi u prosjeku bio trošak od 1600 kn.

S obzirom na činjenicu da investitorica ima stalan posao i prima plaću, nije potrebno dodatno isplaćivati plaću i doprinose.

Ne isključuje se mogućnost dodatnih zapošljavanja u budućnosti, ali na početku jednostavno za njih nema potrebe.

4.5. Tržišna opravdanost

4.5.1. Tržište nabave

Prema Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji drugih vrsta smještajnih objekata iz skupine “Kampovi i druge vrste objekata za smještaj” (NN, broj 49/03), u hostelu se mogu, ali ne moraju, pružati usluge prehrane, pića, napitaka i slastica.

Hostel Varasd Inn neće imati uslugu doručka, tako da nema potrebe za narudžbom namirnica za pripremu obroka, ali će zato gostima biti dostupan samoposlužan kutak za kavu i čaj, s kuhalom za vodu i aparatom za kavu, što će za goste biti besplatno. Hostel će imati jednu zajedničku kuhinju koju će moći koristiti svi gosti i u njoj sami sebi pripremiti doručak.

Općenito se sve potrebno za obavljanje poslovanja može nabaviti na području Republike Hrvatske.

4.5.2. Tržište prodaje

U Varaždinu postoje dva hostela. Oba nude smještaj u jednokrevetnim, dvokrevetnim i trokrevetnim sobama. U hostelu koji je smješten u Studentskom domu tijekom cijele godine dostupne su 4 jednokrevetne i 7 dvokrevetnih soba, dok broj ostalih soba za najam varira ovisno o dobu godine i broju studenata. Trokrevetne sobe su dostupne od 01. srpnja do 30. rujna. Hostel Kairos nudi i mogućnost mjesečnog najma ležaja po cijeni od 900 do 1400 kn.

Tabela 4: Konkurentske cijene

NOĆENJE	HOSTEL STUDENTSKI DOM	HOSTEL KAIROS
Jednokrevetna soba	199 kn	130 kn
Dvokrevetna soba	149 kn	100 kn
Trokrevetna soba	99 kn	90 kn

Izvor: izradila autorica

Očigledno je da postojeći hosteli ne nude usluge smještaja u spavaonicama, već samo u sobama. Hostel Kairos nudi uslugu mjesečnog najma ležaja iz razloga što većinu noćenja zapravo ostvaruju radnici na građevinskim projektima.

Investitorica je već samim opredjeljenjem za hostelski smještaj na neki način definirala i tržište prodaje. To su prvenstveno mladi turisti, koji traže smještaj po nižim, pristupačnijim cijenama. No, niže cijene ne podrazumijevaju ujedno i nižu kvalitetu. Istraživanje ciljanog

tržišta pokazalo je da će mladi turisti svakako ocijeniti smještaj na svim relevantnijim internetskim stranicama za rezervacije, što se dugoročno može znatno odraziti na sam promet hostela. Mladi turisti možda biraju jeftiniji smještaj, ali zato su spremni više potrošiti za razne dodatne sadržaje i aktivnosti i revno ocjenjuju „vrijednost za novac“. Zadovoljni mladi turisti svakako su se spremni vratiti, a možemo se pouzdati da će svoje zadovoljstvo podijeliti i s online zajednicom.

Prilika za hostel Varasd Inn se pokazuje upravo na orijentiranosti na mlade turiste i dodatne sadržaje koje zapravo ciljana skupina traži prilikom svog posjeta. Planirani kapacitet hostela je jedna dvokrevetna soba i dvije spavaonice s po tri kreveta na kat, ukupno 14 kreveta.

U samu cijenu će već biti uračunata i boravišna pristojba od 7 kn.

Tabela 5: Kalkulacija cijene

USLUGA	CIJENA PO OSOBI
Noćenje – soba 2/1	110 kn
Noćenje – spavaonica 6/1	90 kn

Izvor: izradila autorica

Zanimljivo je da se niti jedan od varaždinskih hostela ne oglašava na relevantnim stranicama za rezervaciju hostela, poput Hostelworld ili Booking. Upravo su to najčešći načini na koje mladi turisti pretražuju, rezerviraju i kasnije recenziraju mjesta u kojima su odsjedali. Jednako tako, bitna komponenta putovanja im je druženje i socijalizacija, što je nekako više omogućeno prilikom smještaja u spavaonicama nego sobama. Spavaonice češće rezerviraju mladi turisti koji putuju sami, a to je ujedno i najbolji način za stjecanje novih poznanstava.

4.5.3. Procjena ostvarenja prihoda

S obzirom na statistiku broja noćenja po mjesecima u gradu Varaždinu, kolovoz prednjači po broju noćenja turista. Svakako se veći broj noćenja turista primjećuje u razdoblju od svibnja do rujna i u skladu s time kao prioritet su postavljena dva kvartala:

1. Kvartal (srpanj, kolovoz, rujan)
2. Kvartal (travanj, svibanj, lipanj)

U tim kvartalima očekivana popunjenost smještajnih kapaciteta iznosi 40% za prvi i 30% za drugi kvartal. Pretpostavka je i da će smještajni kapaciteti svakako biti popunjeni tijekom 10 dana Špancirfesta u kolovozu, što je svakako jedna od najpopularnijih varaždinskih manifestacija.

Slijede dva kvartala tijekom kojih se očekuje nešto manja popunjenost smještajnih kapaciteta:

3. Kvartal (listopad, studeni, prosinac)
4. Kvartal (siječanj, veljača, ožujak)

Nešto veći broj noćenja moguće je ostvariti i u prosincu, zbog povećanja popularnosti manifestacije Advent u Varaždinu. Očekivana popunjenost smještajnih kapaciteta iznosi 20% za treći i 10% za četvrti kvartal.

Kao najbolje vrijeme za početak rada hostela bio bi mjesec srpanj, s obzirom na početak kvartala u kojem se predviđa najveća popunjenost smještajnih kapaciteta.

Prema sljedećim pretpostavkama, slijedi izračun usluga smještaja.

Noćenje, soba, 1. kvartal:

$$2 \times 90 \text{ dana} \times 40\% \times 110 \text{ kn} = 6.480,00$$

Noćenje, spavaonica, 1. kvartal:

$$12 \times 90 \text{ dana} \times 40\% \times 90 \text{ kn} = 38.880,00$$

Noćenje, soba, 2. kvartal:

$$2 \times 90 \text{ dana} \times 30\% \times 110 \text{ kn} = 5.940,00$$

Noćenje, spavaonica, 2. kvartal:

$$12 \times 90 \text{ dana} \times 30\% \times 90 \text{ kn} = 29.160,00$$

Noćenje, soba, 3. kvartal:

$$2 \times 90 \text{ dana} \times 20\% \times 110 \text{ kn} = 3.960,00$$

Noćenje, spavaonica, 3. kvartal:

$$12 \times 90 \text{ dana} \times 20\% \times 90 \text{ kn} = 19.440,00$$

Noćenje, soba, 4. kvartal:

$$2 \times 90 \text{ dana} \times 10\% \times 110 \text{ kn} = 1.980,00$$

Noćenje, spavaonica, 4. kvartal:

$$12 \times 90 \text{ dana} \times 10\% \times 90 \text{ kn} = 9.720,00$$

Tabela 6: Procjena prihoda za 1. punu godinu

Razdoblja	Kvartal 1	Kvartal 2	Kvartal 3	Kvartal 4	UKUPNO GODIŠNJE
USLUGE					
Noćenje (soba)	6.480,00	5.940,00	3.960,00	1.980,00	18.360,00
Noćenje (spavaonica)	38.880,00	29.160,00	19.440,00	9.720,00	97.200,00
UKUPNO	45.360,00	35.100,00	23.400,00	11.700,00	115.560,00

Izvor: Izradila autorica

Prosječan godišnji prihod hostela u punoj godini rada procjenjuje se na 115.560,00 kuna. Početna godina rada ostvarila bi prihod od 68.760,00. Hostel bi započeo s radom u srpnju pa se zbraja procjena prihoda za 1. i 3. Kvartal. Za svaku sljedeću godinu pretpostavlja se porast prihoda od 2%.

Tabela 7: Procjena prihoda po godinama

Godina	0.	1.	2.	3.	4.
Procjena prihoda	68.760,00	115.560,00	117.871,20	120.228,62	122.633,00

Izvor: izradila autorica

S obzirom na postojeću ponudu smještaja, bitno je istaknuti se kvalitetom smještaja, a gosti vrlo cijene i čistoću prostora. No, još jedan važan faktor za mlade turiste je prisutnost na internetu i društvenim mrežama. Iz tog razloga je za hostel planirana izrada web stranice, koja bi uz usluge smještaja u hostelu nudila i zanimljive mogućnosti aktivnosti tijekom boravka u gradu i okolici. Varaždin i okolica pružaju raznolike mogućnosti za bicikliranje, planinarenje, boravak u prekrasnoj prirodi, a u blizini postoji i adrenalinski park. Biciklističke rute za otkrivanje su brojne pa je u planu i vođenje video bloga s raznim zanimljivostima koje mladi turisti mogu doživjeti. U hostelu će općenito vladati topla i prijateljska atmosfera, uz mogućnost organizacije različitih događanja prema željama gostiju. Jedan od razloga zašto će se u hostelu zapošljavati većinom studenti su i mogućnosti organizacije zanimljivih sadržaja za goste koji spadaju u blisku dobnu skupinu. Misija hostela je svakako postati mjesto dobre zabave, lijepih uspomena i zanimljivih iskustava mladih turista koji će ga posjetiti.

4.6. Financijski elementi poduhvata

4.6.1. Investicije u osnovna i obrtna sredstva

Iz specifikacije ulaganja (Tabela 3) vidljivo je da su ulaganja većinom u osnovna sredstva (namještaj, oprema, renovacija građevinskog objekta), a da zapravo nema investiranja u obrtna sredstva (novac na žiro-računu, za plaće, zalihe repromaterijala).

Investicija	Iznos u kn
NAMJEŠTAJ I OPREMA	32.780,00
ZAJEDNIČKE PROSTORIJE I KUHINJA	21.425,00
RENOVACIJA I OPREMANJE KUPAONICA I SANITARNOG ČVORA	49.090,00
INFORMATIČKA OPREMA	8.500,00
UKUPNO	111.795,00

4.6.2. Troškovi poslovanja

Rashode poslovanja možemo raspodijeliti na:

- materijalne troškove poslovanja
- nematerijalne troškove poslovanja
- amortizaciju
- kamate na kreditna sredstva
- ostale troškove poslovanja

Procjena troškova za 0. godinu projekta, izvršiti će se na temelju planiranih prihoda i rashoda, a kamate na kredite obuhvatiti će kamatu za korištenje kredita u vrijeme počeka. Te godine su planirani i veći troškovi za oglašavanje, kao i za izradu web stranice. Kasnije se ti troškovi planiraju smanjiti jer će biti potrebni izdaci samo za održavanje. Troškovi su manji zbog činjenice da će hostel započeti s poslovanjem u 7. mj., odnosno izračun je za 6 mjeseci, a ne cijelu godinu. U nematerijalne troškove uračunati su troškovi računovodstvenog servisa, koji u prosjeku iznose 500 kn mjesečno i uobičajeni mjesečni troškovi (sredstva za održavanje i slično).

Tabela 8: Troškovi

Godina	0.	1.	2.	3.	4.
TROŠAK	Iznos u kn				
MATERIJALNI TROŠKOVI					
Telefon	1.500,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Struja	972,00	1.944,00	1.944,00	1.944,00	1.944,00
Grijanje	3.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Voda	702,00	1.404,00	1.404,00	1.404,00	1.404,00
UKUPNO MT	6.174,00	12.348,00	12.348,00	12.348,00	12.348,00
NEMATERIJALNI TROŠKOVI					
Osiguranje	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Oglašavanje	5.000,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Izrada i održavanje web stranice	7.000,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Knjigovodstvene usluge	3.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
UKUPNO NMT	16.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
MT+NMT	22.174,00	20.348,00	20.348,00	20.348,00	20.348,00
Amortizacija	34.728,50	34.728,50	34.728,50	34.728,50	32.603,50
Kamate na kredite	2.240,04	1.983,34	1.423,33	863,33	303,34
UKUPNI TROŠKOVI	59.142,54	57.059,84	56.499,83	55.939,83	53.254,84

Izvor: izradila autorica

4.6.3. Amortizacija

Investitorica u svom vlasništvu na lokaciji Zagrebačka ulica 267, Varaždin, posjeduje imovinu u ukupnoj vrijednosti po slobodnoj procjeni u iznosu od 128.400,00 eura (izračun se temelji na prosječnoj cijeni kvadrata kuće u Varaždinskoj županiji, koji iznosi 600 eura). Preračunato u kunsku vrijednost (1 euro = 7,4 kn) iznosi 890.960,00 kuna.

Tabela 9: Podaci o nepokretnoj imovini investitora

Adresa katastarske čestice / Način uporabe katastarske čestice / Način uporabe zgrade, naziv zgrade, kućni broj zgrade

Površina/m²

ZAGREBAČKA	488
DVORIŠTE	274
KUĆA I GOSP. ZGRADA	214

Izvor: izradila autorica

U izračun amortizacije ide zapravo cijeli iznos investicije, samo što se namještaj i poslovni inventar računaju po različitoj stopi amortizacije od informatičke opreme. Za sam građevinski objekt upotrebljena je prilagođena stopa amortizacije od 2,5%, zato što se ne očekuje jednaka iskorištenost smještajnih kapaciteta tijekom cijele godine. U 4. godini projekta, iznos amortizacije se umanjuje za iznos amortizacije za informatičku opremu te iznosi 32.603,50.

Tabela 10: Proračun amortizacije

Nabavna vrijednost osnovnih sredstava	Vijek trajanja	Amortizacijska stopa	Godišnji iznos amortizacije u kn
Kuća i gosp. zgrada	40	2,5	22.274,00
Namještaj, poslovni inventar	10	10	10.329,50
Informatička oprema	4	25	2.125,00
UKUPNO			34.728,50

Izvor: izradila autorica

4.6.4. Izvori financiranja

Investitorica se za realizaciju svoje poslovne ideje odlučila na kredit Hrvatske banke za obnovu i razvitak, namijenjen ženama poduzetnicama. HBOR u pravilu kreditira do 100% predračunske vrijednosti investicije bez PDV-a, a kamatna stopa je 2% godišnje. Kredit od 112.000,00 uzeti će se na razdoblje od četiri godine, uz godinu dana počeka. Detaljni plan otplate kredita u prilogu (Prilog 4). U prvoj godini otplate počeka, plaćaju se samo kamate u iznosu od 2.240,04 kn.

Tabela 11: Kredit

Iznos kredita	112.000,00
Kamatna stopa	2%
Rok otplate u godinama (bez počeka)	4
Poček	1
Ukupan iznos kamata	6813,38
Ukupan iznos (glavnica+kamate)	118.813,38

Izvor: izradila autorica

Tabela 12: Plan otplate kredita

GODINA	OTPLATA GLAVNICE	OSTATAK DUGA	KAMATA	ANUITET
2019.	0	112.000,00	2.240,04	2.240,04
2020.	27.999,96	84.000,04	1.983,34	29.983,3
2021.	27.999,96	56.000,08	1.423,33	29.423,29
2022.	27.999,96	28.000,12	863,33	28.863,29
2023.	28.000,12	0,00	303,34	28.303,46
UKUPNO	112.000,00		6813,38	118.813,38

Izvor: izradila autorica

4.6.5. Projekcija računa dobiti i gubitka

Tabela 13: Račun dobiti i gubitka

	0. godina	1. godina	2. godina	3. godina	4. godina
PRIHODI					
Noćenje	68.760,00	115.560,00	117.871,20	120.228,62	122.633,00
UKUPNI PRIHODI	68.760,00	115.560,00	117.871,20	120.228,62	122.633,00
RASHODI					
Troškovi poslovanja	22.174,00	20.348,00	20.348,00	20.348,00	20.348,00
Amortizacija	34.728,50	34.728,50	34.728,50	34.728,50	32.603,50
Kamate	2.240,04	1.983,34	1.423,33	863,33	303,34
UKUPNI RASHODI	59.142,54	57.059,84	56.499,83	55.939,83	53.254,84
Bruto dobit	9.617,00	58.500,16	61.371,37	64.288,79	69.378,16
Porez na dobit 18%	1.731,06	10.530,03	11.046,85	11.571,98	12.488,07
Neto dobit	7.885,94	47.970,13	50.324,52	52.716,80	56.890,09

Izvor: izradila autorica

4.6.6. Statička ocjena projekta

Podaci koji se koriste u statičkoj ocjeni se najvećim dijelom nalaze u okviru *Računa dobiti i gubitka*. Proračun je napravljen na temelju podataka iz utvrđene reprezentativne godine vijeka, a u ovom slučaju to je treća godina projekta.

Za potrebe statičke ocjene projekta izveden je proračun sljedećih temeljnih pokazatelja:

Profitna marža	=	$\frac{\text{Neto dobit}}{\text{Ukupni prihod}}$	=	$\frac{52.716,80}{120.228,62}$	=	0,44
Rentabilnost ukupno uložених sredstava	=	$\frac{\text{Neto dobit}}{\text{Visina investicije}}$	=	$\frac{52.716,80}{112.000,00}$	=	0,47
Obrtaj ukupno uložених sredstava	=	$\frac{\text{Ukupni prihod}}{\text{Visina investicije}}$	=	$\frac{120.228,62}{112.000,00}$	=	1,07
Reproduksijska sposobnost	=	$\frac{\text{Neto dobit} + \text{amortizacija}}{\text{Visina investicije}}$	=	$\frac{52.716,80 + 34.728,50}{112.000,00}$	=	0,78

U svezi izvedenih koeficijenata utvrđuje se:

- Izračun neto profitne marže pokazuje da 44% prihoda od prodaje ostaje dobitka kojim poduzeće može raspolagati
- Pokazatelj rentabilnosti ukupno uložених sredstava ukazuje da jedna uložena jedinica sadašnje vrijednosti daje 0,47 jedinice novčane akumulacije izražene s iznosom neto dobiti
- Izvedeni koeficijent obrtaja ukupno uložених sredstava iznosi 1,07 puta godišnje
- Pokazatelj reproduksijske sposobnosti je zadovoljavajući jer ukazuje na to da će se iz novoostvarenih sredstava za vrijeme trajanja projekta pokriti cijela predračunska vrijednost ulaganja

4.7. Zaključna ocjena projekta

Investicijsko ulaganje u otvaranje i opremanje hostela Varasd Inn u Varaždinu, rezultat je nastojanja da se zadovolje novonastale potrebe mladih turista za povoljnim i kvalitetnim smještajem.

Investitorica planira samostalno obavljati djelatnost, a u slučaju potrebe zapošljavati studente preko Student servisa i u skladu s propisanim iznosom satnice. Planirani ostvareni prihodi su zapravo zadovoljavajući u tom slučaju, jer bi to za investitoricu bila dodatna djelatnost uz stalno zaposlenje.

Prema izračunu temeljnih pokazatelja iz Računa dobiti i gubitka, projekt je zadovoljavajući i zapravo će se iz novoostvarenih sredstava za vrijeme trajanja projekta pokriti cijela predračunska vrijednost ulaganja.

Sa svrhom nabavke osnovnih sredstava, investitorica se odlučila za kredit Hrvatske banke za obnovu i razvitak namijenjen ženama poduzetnicama. Ukupan iznos kredita je 112.000,00 kn, kamatna stopa 2%, a rok otplate četiri godine uz početak od jedne godine.

Uz uvijek nužne mjere opreza, proračuni pokazuju da je uspješan poslovni rezultat moguć, a isto tako i preuzimanje obveze za otplatu kredita.

5. ANALIZA RIZIKA UPRAVLJANJA PROJEKTOM

5.1. Pojemno određenje i definicija rizika

Prilikom donošenja odluka bitno je istražiti i predvidjeti moguće rizike te pronaći način kako njima učinkovito upravljati.

Prema Orsagu, rizik se definira kao poznavanje nekog stanja u kojem se kao posljedica neke odluke može pojaviti niz rezultata. Vjerojatnost ostvarivanja svakoga pojedinog rezultata poznata je donosiocu odluke.

Uglavnom, postoje različite definicije rizika, ali svakako je u svakoj sadržana mogućnost da određeni projekt ne uspije, odnosno da u razdoblju efektuiranja ne uspije vratiti iznos investicijskih troškova. Bez obzira na dobar projektni plan, uvijek postoji mogućnost da projekt ne opravda očekivanja investitora.

5.2. Komponente rizika projekta

Ulaganje u hostel spada u građevinske projekte i kao takvo ima niz specifičnosti, a tijekom realizacije postoji stalni rizik poslovanja s gubitkom. Kod svakog događaja potrebno je razlikovati uzroke i posljedice, a te komponente rizika mogu se kretati u rasponu od zanemarivih do znatnih. Uzroci rizičnog događaja su razlozi u okolini projekta, mogući pokretači neželjene situacije ili slučaja koji bi mogao ugroziti ciljeve projekta. Utjecaj rizika ili posljedica je potencijalni gubitak koji bi mogao nastati ako bi se dogodio rizični događaj.³⁸

Razlikujemo tri komponente rizika svakog projekta:

1. Individualna rizičnost projekta
2. Rizičnost projekta za poduzeće
3. Tržišna rizičnost projekta

Prilikom razmatranja individualne rizičnosti projekta, razmatramo rizik koji projekt ima sam za sebe, odnosno rizik projekta promatranog u izolaciji.³⁹

Izvore rizika možemo podijeliti na vanjske i unutarnje. U Hrvatskoj su od **unutarnjih izvora** najzastupljeniji tehnička dokumentacija (nedostaci i naknadne izmjene), oprema i logistika (nestašice materijala i problemi s dopremom, nedostatak radne snage, nepouzdanost strojeva), ugovori (nerealno kratki rokovi, preniska cijena, pitanje odnosa i prava učesnika), ljudski

³⁸ Vidaković, D.: Mjere za održavanje prihvatljivog rizika kod realizacije građevinskih projekata, **Zbornik radova, 20. International Conference "Maintenance 2014"**, Zagreb, 2014. str. 157-167.

³⁹ Orsag, S., Dedi, L., **Budžetiranje kapitala, Procjena investicijskih projekata**, Drugo prošireno izdanje, Masmedia, Zagreb 2011., str. 244-245.

faktor (produktivnost, zalaganje, motivacija, bolovanja, nezgode i propusti u radu) i upravljanje (nerealni ciljevi, loša kontrola i vremensko planiranje, izbor tehnologije i postavljena organizacija), a od **vanjskih izvora** prirodni (klimatski uvjeti, katastrofalni događaji), pravni (lokalni propisi, dozvole i suglasnosti, promjene zakona, imovinski odnosi) i ekonomski (ekonomska politika, cijene, takse, valutni tečaj).⁴⁰

5.3. Mjerenje individualnog rizika projekta

Za analizu individualne rizičnosti projekta možemo odabrati jednu od sljedećih tehnika:

1. Analiza osjetljivosti (senzitivna analiza)
2. Analiza scenarija (scenarijska analiza)
3. Monte Carlo simulacija
4. Analiza stabla odlučivanja⁴¹

U ovom radu fokus je na analizu osjetljivosti, odnosno senzitivnu analizu.

Analiza osjetljivosti predstavlja jednostavnu metodu za lociranje i procjenu mogućih rizika koji utječu na profitabilnost projekata. Uz kvantifikaciju rizika, potrebno je utvrditi i čimbenike na čiju je promjenu projekt najviše osjetljiv te kako podnosi promjene određenih parametara. Zapravo metoda nastoji utvrditi ima li projekt izgleda za uspjeh.⁴²

5.3.1. Analiza osjetljivosti

Analiza osjetljivosti je tehnika analize nestalnosti novčanih tokova i financijske efikasnosti investicijskog projekta koja prikazuje promjene financijske efikasnosti investicijskog projekta uzrokovane danim promjenama pojedinih ključnih varijabli formiranja te efikasnosti. Polazi od pretpostavke nestalnosti i svrha joj je pokazati što će se dogoditi s efikasnošću projekta u slučaju promjene veličine neke ključne varijable u odnosu na njezinu očekivanu veličinu.⁴³

Za slučaj projekta otvaranja hostela, usporediti će se odnos ukupnih troškova, koji su pritom podijeljeni na fiksne i varijabilne. Na temelju tog odnosa izračunava se i koliki postotak od planiranog kapaciteta je dovoljan da se postigne rentabilnost te koliki je iznos postotka minimalne cijene od planirane dovoljan za postizanje dobiti.

⁴⁰ Vidaković, D: op. cit., str. 158.

⁴¹ Orsag, S., Dedi, L.: op. cit., str. 250.

⁴² Puška, A.: Analiza osjetljivosti u funkciji investicijskog odlučivanja, **Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta**, Vol.2 No.2, Prosinac 2011., str. 80.

⁴³ Orsag, S., Dedi, L., op. cit., str. 251.

Koristeći se podacima iz Računa dobiti i gubitka, i to podacima iz reprezentativne godine (3. godina projekta), izvedena je osjetljivost projekta na promjene kod korištenja uslužnih kapaciteta. Kod tih postupaka su u pitanju odnosi između fiksnih i varijabilnih troškova pa slijedi njihovo razgraničenje:

Tabela 14: Razgraničenje troškova

1. FIKSNI TROŠKOVI	39.667,5
• AMORTIZACIJA	34.728,50
• OSTALO (40% od materijalnih troškova)	4.939,00
2. VARIJABILNI TROŠKOVI	16.272,33
UKUPNI TROŠKOVI	55.939,83

Izvor: izradila autorica

Minimalan opseg usluge i realizacije (prag rentabilnosti)

$$G_{\min} = \frac{FT}{UP - VT} \times 100 = \frac{39.667,5}{103.956,29} \times 100 = 38,16\%$$

Minimalan odnos cijena usluge

$$J_{\min} = \frac{FT + VT}{UP} \times 100 = \frac{55.939,83}{120.228,62} \times 100 = 46,53\%$$

- Prag rentabilnosti pri korištenju prodajnih kapaciteta nalazi se na 38,16%. To znači da će se prihvatljivi poslovni rezultati ostvarivati i s prometom nižim za 61,84% od programiranog, ali u tom slučaju bez dobiti (postignuta granična rentabilnost)
- Minimalan odnos cijena usluge iznosi 46,53% iz čega slijedi da je moguće smanjenje cijena za 53,47% od predviđenih, ali bez dobiti (postignut granični cjenovni prag)

6. ZAKLJUČAK

Mladi turisti postaju sve važniji segment unutar ukupnog broja turista i stoga je od velike važnosti prilagoditi turističku ponudu njihovim interesima.

Iako postoje mogućnosti za poboljšanje ponude, ukoliko promatramo zahtjeve mladih turista, Varaždin zapravo nudi većinu aktivnosti koje zanimaju ciljanu skupinu. Ponuda se poboljšava svake godine, a u prilog ide i statistika povećanog broja dolazaka i noćenja turista.

Kao osnovni tip smještaja za mlade turiste ističu se hosteli. Iako cjenovno pristupačniji, to ne znači i manjak kvalitete smještaja. U gradu je u zadnjih nekoliko godina otvoreno nekoliko novih hotela, još jedan hostel, a slijede se i trendovi uređivanja stanova za dnevni najam. No, postoji potreba za smještajem koji bi bio prilagođen mladim turistima, s raznim dodatnim sadržajima i aktivnostima prilagođenim njihovim interesima.

Nakon razrade poslovnog plana za otvaranje i upravljanje hostelom, zaključak je da bi se investicija u navedenim uvjetima isplatila. Naime, investitorica je vlasnica nekretnine koja bi bila prenamijenjena u hostel i velika je olakotna okolnost činjenica da ne mora plaćati najamninu za prostor. Dodatna olakšavajuća činjenica je da investitorica ima stalan i siguran posao, što bi joj svakako omogućilo nesmetanu otplatu kreditnih obveza, bez obzira na početnu popunjenost smještajnih kapaciteta. Predviđeni dobitci možda ne bi bili zadovoljavajući za nekoga kome bi to bila jedina djelatnost, ali investitorici je to zadovoljavajući dohodak iz dodatne djelatnosti.

U Varaždinu, 29. svibnja 2018.

Nikolina Pintarić

**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, NIKOLINA PINTARIĆ pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključiva autorica diplomskog rada pod naslovom **PROJEKTNI PLAN ZA OTVARANJE I UPRAVLJANJE HOSTELOM UZ PROCJENU ISPLATIVOSTI INVESTICIJE** te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Studentica:
NIKOLINA PINTARIĆ

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, NIKOLINA PINTARIĆ neopozivo izjavljujem da sam suglasna s javnom objavom diplomskog rada pod naslovom **PROJEKTNI PLAN ZA OTVARANJE I UPRAVLJANJE HOSTELOM UZ PROCJENU ISPLATIVOSTI INVESTICIJE** čija sam autorica.

Studentica:
NIKOLINA PINTARIĆ

(vlastoručni potpis)

POPIS LITERATURE

KNJIGE

1. Cingula, M.: **Kako izraditi poslovni plan i investicijski elaborat**, RRIIF, Zagreb, 2014.
2. Galičić, V.: **Leksikon ugostiteljstva i turizma**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, 2014.
3. Orsag, S.: **Poslovne financije**, Avantis, Zagreb 2015.
4. Orsag, S., Dedi L.: **Budžetiranje kapitala, Procjena investicijskih projekata**, Drugo prošireno izdanje, Masmedia, Zagreb 2011.
5. Slivar, I., Golja, T.: **Europsko turističko tržište i trendovi razvoja**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula 2016.
6. Skupina autora: **Poslovni plan poduzetnika** (Knjiga u elektronskom izdanju; Software za pripremu poslovnog plana), Ministarstvo gospodarstva, Masmedia, Croatia, Zagreb, 1999.

ČLANCI

7. Demeter, T., Brătucu, G.: Typologies of youth tourism, **Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V: Economic Sciences**, Vol.7 (56), No.1, 2014, str. 115-122.
8. Eusébio, C., João Carneiro, M.: How diverse is the youth tourism market? An activity-based segmentation study, **Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis**, Vol.63, No.3, 2015., str. 295-316.
9. Gregorić, M.: Ispitivanje motivacije poduzetnika za osnivanje hostela u gradu Zagrebu, **Obrazovanje za poduzetništvo**, Vol.7 Nr.1, 2017., str. 21-35.
10. Krasulja, N., Radojević, I., Janjušić, D., Vujić, N.: Multigeneracijska radna snaga – prednost ili nedostatak za suvremene organizacije, **Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta**, Vol.6, No.1, 2015., str. 59-68.
11. Puška, A.: Analiza osjetljivosti u funkciji investicijskog odlučivanja, **Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta**, Vol.2, No.2, Prosinac 2011., str. 80-86.

ČASOPISI

12. Hrvatska turistička zajednica, **Hrvatska 365 – Kako razviti uspješan turistički proizvod**, Lider media, Zagreb, 2015.

RADOVI NA KONFERENCIJI

13. Çakar, K., Seyitoğlu, F.: Youth Tourism: Understanding the Youth Travellers' Motivations, **The 7th Multidisciplinary Academic Conference**, Prag, 2016.
14. Vidaković, D: Mjere za održavanje prihvatljivog rizika kod realizacije građevinskih projekata, **Zbornik radova, 20. International Conference „Maintenance 2014“**, Zagreb, 2014. str. 157-167.

ZAKONI, PRAVILNICI, SLUŽBENA IZVJEŠĆA I PRIRUČNICI

15. Krešić, D., Miličević, K. Priručnik – **Kako osnovati i upravljati hostelom**, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb, 2010.
16. **Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj**, NN 54/2016
17. UNWTO - WYSE, **The Power of Youth Travel**, AM Reports Vol. 2, 2011.

INTERNET IZVORI

18. <https://narodne-novine.nn.hr/>, dostupno 24.01.2018.
19. <https://hrcak.srce.hr/>, dostupno 05.01.2018.
20. <http://www.mint.hr/>, dostupno 06.03.2018.
21. <https://www.hbor.hr/>, dostupno 06.03.2018.
22. <http://www.index.hr/>, dostupno 04.03.2018.
23. <https://www.hostelworld.com/>, dostupno 05.01.2018.
24. <https://hospitalityawards.international/>, dostupno 04.03.2018.
25. <http://www.hitro.hr/>, dostupno 06.03.2018.
26. <http://subspacehostel.com/>, dostupno 05.03.2018.
27. <http://hotspots.net.hr/>, dostupno 13.03.2018.
28. <http://www.tourism-varazdin.hr/>, dostupno 13.03.2018.
29. <https://possector.hr/>, dostupno 13.04.2018.
30. <http://www.mgipu.hr/>, dostupno 06.03.2018.
31. <http://www.hostel.hr/>, dostupno 17.04.2018.
32. <https://www.troskovnik.net/>, dostupno 15.03. 2017.

POPIS TABELA

TABELA 1: KARAKTERISTIKE MLADIH KAO TRŽIŠNOG SEGMENTA	6
TABELA 2: NOĆENJA PO VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA	10
TABELA 3: STRUKTURA ULAGANJA.....	26
TABELA 4: KONKURENTSKE CIJENE	28
TABELA 5: KALKULACIJA CIJENE.....	29
TABELA 6: PROCJENA PRIHODA ZA 1. PUNU GODINU.....	31
TABELA 7: PROCJENA PRIHODA PO GODINAMA	31
TABELA 8: TROŠKOVI	33
TABELA 9: PODACI O NEPOKRETNOSTI IMOVINI INVESTITORA.....	34
TABELA 10: PRORAČUN AMORTIZACIJE	34
TABELA 11: KREDIT.....	35
TABELA 12: PLAN OTPLATE KREDITA	35
TABELA 13: RAČUN DOBITI I GUBITKA.....	36
TABELA 14: RAZGRANIČENJE TROŠKOVA	41

POPIS GRAFIKONA

GRAFIKON 1: NOĆENJA TURISTA U GRADU VARAŽDINU 2012-2016.....	8
GRAFIKON 2: NOĆENJA PO MJESECIMA U GRADU VARAŽDINU 2013-2017.....	9
GRAFIKON 3: NOĆENJA U HOSTELIMA U GRADU VARAŽDINU	10
GRAFIKON 4: PREFERIRANE VRSTE SMJEŠTAJA ZA MLADE U SVIJETU.....	13

PRILOZI

Prilog 1.

Noćenja - Varaždin

Prilog 2.

Dolasci i noćenja u Varaždinu po vrsti smještajnog objekta

Prilog 3.

Tlocrt prizemlje i kat kuće namijenjene za prenamjenu u hostel

Prilog 4.

Kreditni kalkulator - HBOR



NOĆENJA - VARAŽDIN

GODINA	2008.			2009.			2010.		
MJESEC	ukupno	strani	domaći	ukupno	strani	domaći	ukupno	strani	domaći
siječanj	3.593	1.149	2.444	4.097	2.732	1.365	2.439	733	1.706
veljača	3.309	936	2.373	2.612	896	1.716	2.874	1.022	1.852
ožujak	3.445	1.266	2.179	3.277	1.222	2.055	4.618	1.348	3.270
travanj	3.799	1.109	2.690	3.055	1.453	1.602	3.784	1.469	2.315
svibanj	4.766	1.612	3.154	3.796	1.681	2.115	4.734	1.681	3.053
lipanj	3.520	1.917	1.603	3.226	1.877	1.349	4.881	2.924	1.957
srpanj	4.035	2.379	1.656	3.407	2.043	1.364	5.730	3.855	1.875
kolovoz	4.979	2.912	2.067	4.844	2.716	2.128	5.704	3.921	1.783
rujan	4.441	2.739	1.702	4.442	1.967	2.475	4.972	2.575	2.397
listopad	3.047	1.175	1.872	3.788	1.534	2.254	5.177	2.631	2.546
studen	3.585	1.491	2.094	3.306	1.291	2.015	3.020	1.410	1.610
prosinac	2.294	1.046	1.248	2.976	824	2.152	2.547	1.018	1.529
ukupno	44.813	19.731	25.082	42.826	20.236	22.590	50.480	24.587	25.893

GODINA	2011.			2012.			2013.		
MJESEC	ukupno	strani	domaći	ukupno	strani	domaći	ukupno	strani	domaći
siječanj	878	417	461	984	416	568	643	284	359
veljača	907	434	473	736	355	381	921	351	570
ožujak	913	425	488	1.501	559	942	830	446	384
travanj	1.534	905	629	1.821	1.252	569	1.522	680	842
svibanj	2.357	1.119	1.238	2.038	1.049	989	2.254	1.005	1.249
lipanj	1.791	1.289	502	1.550	985	565	1.572	1.058	514
srpanj	1.820	1.462	358	2.057	1.667	390	1.597	1.210	387
kolovoz	3.120	2.118	1.002	2.880	1.966	914	3.049	1.826	1.223
rujan	2.397	1.554	843	2.290	1.452	838	2.105	1.280	825
listopad	1.540	797	743	1.511	682	829	1.654	858	796
studen	1.235	676	559	1.151	555	596	1.553	706	847
prosinac	1.091	497	594	915	353	562	1.506	635	871
ukupno	19.583	11.693	7.890	19.434	11.291	8.143	19.206	10.339	8.867

GODINA	2014.			2015.			2016.		
MJESEC	ukupno	strani	domaći	ukupno	strani	domaći	ukupno	strani	domaći
siječanj	889	540	349	873	440	433	935	439	496
veljača	863	456	407	1.060	519	541	1.080	567	513
ožujak	1.314	671	643	1.586	849	737	1.452	782	670
travanj	1.695	848	847	2.166	1.004	1.162	2.273	1.202	1.071
svibanj	2.300	1.246	1.054	2.252	1.334	918	2.315	1.191	1.124
lipanj	1.844	1.300	544	1.805	1.222	583	2.125	1.531	594
srpanj	1.716	1.331	385	2.582	2.036	546	2.407	1.863	544
kolovoz	3.157	1.954	1.203	3.643	2.206	1.437	3.747	2.250	1.497
rujan	2.691	1.752	939	2.598	1.722	876	2.604	1.840	764
listopad	1.912	1.207	705	2.026	969	1.057	2.194	1.288	906
studen	1.372	777	595	1.728	906	822	2.193	1.137	1.056
prosinac	1.222	647	575	1.541	625	916	1.547	806	741
ukupno	20.975	12.729	8.246	23.860	13.832	10.028	24.872	14.896	9.976

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA VARAŽDINA**

Varaždin Tourist Board
42 000 Varaždin, Ivana Padovca 3, Hrvatska
www.tourism-varazdin.hr

GODINA	2017.		
MJESEC	ukupno	strani	domaći
siječanj	1.041	537	504
veljača	1.075	571	504
ožujak	1.840	978	862
travanj	2.243	1.426	817
svibanj	2.595	1.278	1.317
lipanj	2.596	1.911	605
srpanj	3.133	2.499	614
kolovoz	4.379	2.835	1.544
rujan	3.135	2.231	904
listopad	2.439	1.350	1.089
studen	1.834	1.068	766
prosinac	1.787	775	1.012
ukupno	28.097	17.459	10.538

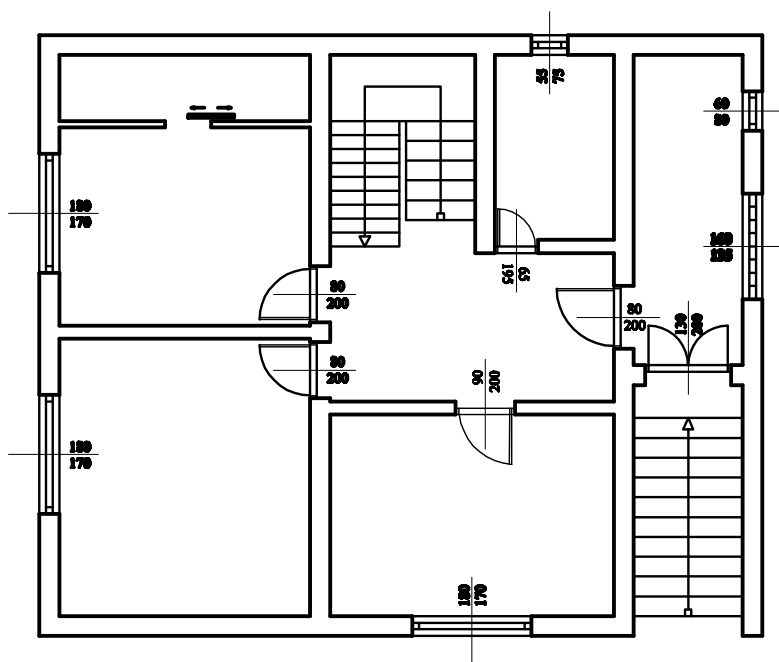
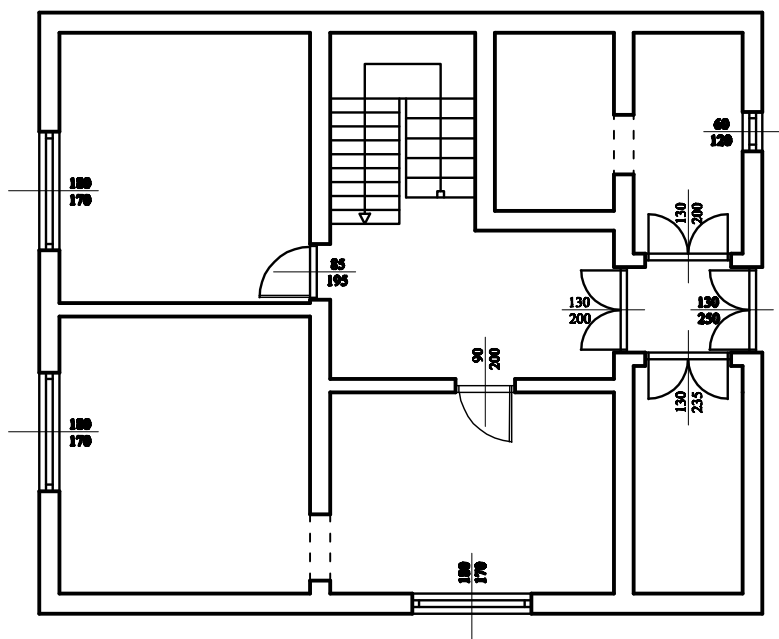
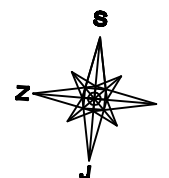
**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA VARAŽDINA**

Varaždin Tourist Board
42 000 Varaždin, Ivana Padovca 3, Hrvatska
www.tourism-varazdin.hr

Dolasci i noćenja u Varaždinu po vrsti smještajnog objekta

	2011.		2012.		2013.		2014.		2015.		2016.		2017.	
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
hoteli	12.938	23.855	13.237	24.292	13.356	24.246	14.003	27.451	15.227	28.919	18.037	34.124	19.411	34.523
pansioni	4.161	9.082	3.587	8.894	3.294	7.870	4.693	9.167	5.797	10.402	4.955	9.701	5.727	11.025
hosteli	1.609	9.047	1.606	7.781	1.344	6.776	1.312	7.949	1.920	8.791	1.183	3.454	1.184	3.862
apartmani	124	464	208	574	182	949	206	1.047	208	985	398	1.214	1.124	3.100
sobe	756	1.477	796	1.585	1.030	2.049	761	1.528	708	1.945	298	2.467	651	3.274
ukupno	19.588	43.925	19.434	43.126	19.206	41.890	20.975	47.142	23.860	51.042	24.871	50.960	28.097	55.784

TLOCRT PRIZEMLJE I KAT
MJ 1:100



KREDITNI KALKULATOR

NAČIN OTPLATE KREDITA

MJESEČNO

>

IZNOS KREDITA

112.000

KAMATNA STOPA

2 %

>

ROK OTPLATE U GODINAMA (BEZ POČEKA)

4

>

POČEK

1 GODINA

>

Iznos prve mjesečne rate (početak)
186,67 kn

Iznos prve mjesečne rate (otplata)
2.520,00 kn

Ukupan iznos kamata
6.805,34 kn

Ukupan iznos (glavnica + kamate)
118.805,34 kn

Izračun je informativne prirode i nije obvezujući za HBOR te su u druge svrhe ne može koristiti. Za vrijeme početka naplaćuje se kamata u visini ugovorene kamatne stope. Kamata se obračunava na iskorišteni iznos kredita

OTPLATNI PLAN POČEKA

RATA	GLAVNICA	KAMATA	IZNOS RATE	PREOSTALI DIO
1. GODINA OTPLATE POČEKA				-
1	0,00	186,67	186,67	112.000,00
2	0,00	186,67	186,67	112.000,00
3	0,00	186,67	186,67	112.000,00
4	0,00	186,67	186,67	112.000,00
5	0,00	186,67	186,67	112.000,00
6	0,00	186,67	186,67	112.000,00
7	0,00	186,67	186,67	112.000,00
8	0,00	186,67	186,67	112.000,00
9	0,00	186,67	186,67	112.000,00
10	0,00	186,67	186,67	112.000,00
11	0,00	186,67	186,67	112.000,00
12	0,00	186,67	186,67	112.000,00

OTPLATNI PLAN

RATA	GLAVNICA	KAMATA	IZNOS RATE	PREOSTALI DIO
1. GODINA OTPLATE				-
1	2.333,33	186,67	2.520,00	109.666,67
2	2.333,33	182,78	2.516,11	107.333,34
3	2.333,33	178,89	2.512,22	105.000,01
4	2.333,33	175,00	2.508,33	102.666,68
5	2.333,33	171,11	2.504,44	100.333,35
6	2.333,33	167,22	2.500,55	98.000,02
7	2.333,33	163,33	2.496,66	95.666,69
8	2.333,33	159,44	2.492,77	93.333,36
9	2.333,33	155,56	2.488,89	91.000,03
10	2.333,33	151,67	2.485,00	88.666,70
11	2.333,33	147,78	2.481,11	86.333,37
12	2.333,33	143,89	2.477,22	84.000,04
2. GODINA OTPLATE				-
13	2.333,33	140,00	2.473,33	81.666,71
14	2.333,33	136,11	2.469,44	79.333,38
15	2.333,33	132,22	2.465,55	77.000,05
16	2.333,33	128,33	2.461,66	74.666,72
17	2.333,33	124,44	2.457,77	72.333,39
18	2.333,33	120,56	2.453,89	70.000,06
19	2.333,33	116,67	2.450,00	67.666,73
20	2.333,33	112,78	2.446,11	65.333,40
21	2.333,33	108,89	2.442,22	63.000,07

22	2.333,33	105,00	2.438,33	60.666,74
23	2.333,33	101,11	2.434,44	58.333,41
24	2.333,33	97,22	2.430,55	56.000,08
3. GODINA OTPLATE				-
25	2.333,33	93,33	2.426,66	53.666,75
26	2.333,33	89,44	2.422,77	51.333,42
27	2.333,33	85,56	2.418,89	49.000,09
28	2.333,33	81,67	2.415,00	46.666,76
29	2.333,33	77,78	2.411,11	44.333,43
30	2.333,33	73,89	2.407,22	42.000,10
31	2.333,33	70,00	2.403,33	39.666,77
32	2.333,33	66,11	2.399,44	37.333,44
33	2.333,33	62,22	2.395,55	35.000,11
34	2.333,33	58,33	2.391,66	32.666,78
35	2.333,33	54,44	2.387,77	30.333,45
36	2.333,33	50,56	2.383,89	28.000,12
4. GODINA OTPLATE				-
37	2.333,33	46,67	2.380,00	25.666,79
38	2.333,33	42,78	2.376,11	23.333,46
39	2.333,33	38,89	2.372,22	21.000,13
40	2.333,33	35,00	2.368,33	18.666,80
41	2.333,33	31,11	2.364,44	16.333,47
42	2.333,33	27,22	2.360,55	14.000,14
43	2.333,33	23,33	2.356,66	11.666,81
44	2.333,33	19,44	2.352,77	9.333,48
45	2.333,33	15,56	2.348,89	7.000,15

46	2.333,33	11,67	2.345,00	4.666,82
47	2.333,33	7,78	2.341,11	2.333,49
48	2.333,49	3,89	2.337,38	0,00