

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

KINEZIOLOŠKI FAKULTET

studij za stjecanje visoke stručne spreme i stručnog naziva:
magistar kineziologije

Marko Blažević

**Poduzetnički program otvaranja
fitnes centra**

(diplomski rad)

Mentor:

Prof.dr.sc Mato Bartoluci

Zagreb, srpanj 2015.

Sažetak

Glavni cilj ovog diplomskog rada je utvrditi opravdanost otvaranja fitnes centra kroz poduzetnički program. Rad će kroz sastavnice nastojati teorijski utvrditi da li je projekt smislen, tj. da li postoji opravdanost otvaranja fitnes centra. Postoje mnogi problemi koji se javljaju prilikom osnivanja fitnes centra, no dobro proučenom okolinom može se samnjiti njihova pojavnost. Okolina će biti analizirana kroz SWOT analizu. Biti će prikazani i troškovi za otvaranje ovog fitnes centra, te njegov poslovni plan. Te bi se iz navedenih sastavnica trebala prikazati opravdanost nastajanja jednog fitnes centra.

Ključne riječi: fitnes centar, poduzetnički program, fitnes, poduzetništvo, organizacija

Summary

Main cause of this thesis is to determine validity of establish fitness centre through entrepreneurial program. Thesis will teoretically establish meaningfulness of project, i.e. is there validity to open fitness center. There are many problems that appear during establishing fitness center, but with right studied environment problems can be reduced. Environment will be analyzed with SWOT analysis. There will be shown costs of establishing fitness center, and its business plan. And through mentioned components there will be shown validity of establishing fitness centre.

Key words: fitness centre, entrepreneurial program, fitness, entrepreneurship, management

Sadržaj:

1. Uvod.....	4
2. Općenito o poduzetništvu.....	5
2.1 Što je to poduzetništvo?.....	5
2.2. Klasifikacija poduzeća prema broju zaposlenih.....	7
2.3. Okruženje razvoja poduzetništva.....	7
3. Sažetak poslovnog programa.....	13
4. Uvod.....	15
5. Tehnološko-tehnički opis modela.....	18
6. Lokacija.....	20
7. Istraživanje tržišta.....	20
8. Promotivne aktivnosti.....	21
9. Dugotrajna i kratkotrajna imovina.....	23
10. Organizacija i upravljanje.....	24
11. Troškovi poslovanja.....	25
12. Troškovi i ulaganja.....	26
13. Razdoblje povrata investicije.....	28
14. Zaključak.....	32
15. Literatura.....	33

1. Uvod

U ovom diplomskom radu će biti objašnjeno koji su bitni elementi na koje se treba obratiti posebna pozornost tijekom izrade programa za otvaranje fitnes centra.

Bit će navedeni potrebni kapital, prvi izdatci za pokretanje posla, potrebno osoblje za rad i održavanje fitnes centra, okruženje centra, političko, socijalno, financijsko, i svi drugi bitni činitelji koji utječu na rad.

Program će također prikazati i potrebne elemente sadržaja jednog fitnes centra koji služe kao promocija i ističu jedan centar na tržištu. To su prostor, okolina, sprave, stručni kadar, te svi činitelji koji utječu na odluku dolaska jednog novog klijenta u fitnes centar kako bi on tamo uložio svoje vrijeme i novac, a zauzvrat dobio uslugu koja će zadovoljiti sve njegove potrebe koje je on stvorio u svojoj ideji gdje i kako želi provesti svoje slobodno vrijeme, a u svrhu rasterećenja, opuštanja i obnove energije koja mu je potrebna za svakodnevni životni ritam.

Bit će također navedeni i marketinški alati kojima se planiraju privući konzumenti usluga fitnes centra kako bi se privukao što veći broj klijenata koji će stvoriti i uživati u ugodnoj atmosferi jednog fitnes centra.

Prezentirat će se misija, vizija i ostale potrebite ideje i pogledi u budućnost kako bi se što bolje pripremili za rad i rizike koje nosi otvaranje jednog fitnes centra.

Navest će se i elementi troškova, prihoda, rashoda, amortizacije i povratka uloženog kapitala u otvaranje i opremanje, te će biti izraženi fiksni i varijabilni troškovi koji dodatno utječu na efikasnost i isplativost centra.

Takav centar će biti isplativ jedino ako će zadovoljiti sve potrebne elemente koji će biti opisani u daljnjem tekstu, jer novi klijenti će se odlučiti na dolazak samo ako će se osjećati ugodno, ako će im biti zanimljivi i novi, inovativni programi i usluge koje će centar nuditi, u želji za održavanjem tjelesne sprema, a također i ugodnog osjećanja u svome tijelu. Korisnicima je bitno pružiti i okruženje koje će stvoriti pozitivnu sliku i pozitivnu želju za radom i provođenjem vremena, a to se može ostvariti jedino ugodnim ozračjem, kvalitetnim kadrom i primamljivim i novim pristupom vježbanju, također i inovativnim idejama koje su popularne na svjetskoj razini.

2. Općenito o poduzetništvu

2.1. Što je to poduzetništvo?

U teoriji poduzetništvo se najčešće definira kao: „ukupnost poduzetnikovih inovacijskih, organizacijskih, usmjeravajućih, upravljačkih i nadzornih sposobnosti. Potrebno je naglasiti da je ovo samo jedna od mogućih definicija, budući da je poduzetništvo gotovo nemoguće odrediti. Zašto? Zato što je poduzetništvo izazov, tj. više od želje za uspjehom, više od inovativnosti, više od znanja i upornog rada, više od novog proizvoda, više od tržišta, više od novog potrošača...“ (Škrtić, Mikić, 2011:1).

Prema Mikić i Škrtić (2011:2) može se zaključiti da je poduzetništvo specifično obilježje pojedinca ili institucije, tj. ponašanje ili način ponašanja, a ne isključivo pitanje ličnosti.

Pojam poduzetništva je neodvojiv od pojma poduzeća (Baletić, 1990:28). Djelatnost poduzeća podrazumijeva korištenje povoljnih prilika i profita. (Bartoluci, Škorić, 2009:150)

Slika 1. Prikaz kako postati konkurentan u svijetu fitnesa



Izvor: Međunarodna konferencija o poduzetništvu 2012. S mreže skinuto u listopadu 2014. s:
<http://www.ices.hr/vijesti-i-dogadaji/medunarodna-konferencija-o-poduzetnistvu-2012>

Prikaz ukazuje da bi na tržištu bili konkurentni moramo biti inovativni i imati dobro poduzetništvo. Drugim riječima potrebno je stalno uvoditi nove programe i sprave za vježbanje kako bi korisnicima uvijek mogli ponuditi nešto novo i zabavno.

Prema Bernik i suradnicima (2007.) poduzetništvo se počelo razvijati između 12. i 15. st., a prepoznavalo se u trgovini, kreditnim i mjenjačkim poslovima, brodarstvu, otkrivanju, ali i osvajanju novih područja.

Prvo spominjanje „poduzetnika“ datira iz 1755. godine gdje u djelu „Opća rasprava o prirodi trgovine“ irski plemić Cantillon opisuje kao poduzetnika zemljišnog zakupnika, trgovca koji preprodaje robu, te sukнару koji kupuje platno da bi ga u manufakturi obradio i prodao po višoj cijeni. (Cingula i suradnici, 2001:14)

Između 16. i 18. stoljeća ruski ekonomist i povjesničar Joseph Kulicher kao poduzetnike navodi sve obrtnike, odnosno sve proizvođače kućne radinosti, te one djelatnike i trgovce koji su se pojavljivali na sajmovima sa sve više tuđih proizvoda koje su prodavali, a sve manje svojih. (Cingula i suradnici, 2001:16)

Prema Cinguli i suradnicima (2001.) Joseph Alois Schumpeter je poduzetnika 20. st. opisao kao osobu koja pridonosi svojim stvaralačkim talentom razvoju poduzetništva, a ne nužno samo svojim kapitalom.

Poduzetništvo samo po sebi ne može preokrenuti napredak društva u pozitivno, već za njegov razvitak trebaju biti ispunjene stanovite pretpostavke, a zatim će iz takvih djelovanja poteći blagostanje.

Među najvažnije pretpostavke za pravilan razvitak slobodnog poduzetništva se mogu ubrojiti ove (Cingula i sur., 2001:38):

- Pravna država treba pružiti svim građanima jednake uvjete za bavljenje slobodnim poduzetništvom.
- Slobodno tržište koje je uključeno u svjetske trgovinske tijekove prema načelima uobičajenim u zemljama koje su najveći trgovinski partneri.
- Javnost rada i demokratski politički odnosi u kojima pojedinci imaju političke, vjerske, gospodarske i sve ostale civilizacijske slobode.
- Poštovanje ljudskih prava uključujući i sva prava radničkog povezivanja radi zaštite od poslodavaca i državnih ustanova.

Tvrtka je ime pod kojim trgovačko društvo posluje i pod kojim sudjeluje u pravnom prometu. („Narodne novine“ broj 113/93, čl. 11)

2.2. Klasifikacija poduzeća prema broju zaposlenih

Za provođenje svojih ideja u djelo, poduzetnici najčešće otvaraju poduzeća, koja se u gospodarskoj teoriji uobičajeno dijele na mala, srednja i velika poduzeća. Više je mjerila prema kojima se određuje veličina poduzeća, kao što su broj zaposlenih, godišnji promet i godišnja dobit. U daljnjem tekstu će biti objašnjena klasifikacija poduzeća prema broju zaposlenih, te objašnjeno malo poduzeće, jer će u tu skupinu spadati „5 star fitness centar“.

Klasifikacija tradicionalnog poduzetništva je navedena radi spoznaje o veličini poduzeća na tržištu i ukazivanja na mogućnosti i potencijal poduzeća u tržišnoj utrci. Tradicionalno poduzetništvo se dijeli na:

a) mikro subjekte – to su pravne i fizičke osobe koje prosječno u godini imaju manje od 10 zaposlenih.

b) male subjekte – to su pravne i fizičke osobe koje prosječno u godini imaju manje od 50 zaposlenih, i u poslovanju su neovisni.

c) srednje subjekte – to su pravne i fizičke osobe koje zapošljavaju prosječno u godini manje od 250 djelatnika, i u poslovanju su neovisni.

Prema Cinguli i suradnicima (2001.) malo poduzeće u godini dana ima manje od 10 zaposlenih, područje poslovanja je uglavnom lokalno, radnici i vlasnik/ci žive u neposrednoj blizini poduzeća.

U malim je poduzećima vlasnik poduzeća nositelj funkcije upravljanja i pokretač svih poslovnih aktivnosti, pri čemu se da zaključiti da je ujedno i mali poduzetnik, jer je osoba koja osniva i svojim stvaralačkim talentom vodi poduzeće.

2.3. Okruženje poduzeća

Okruženje poduzeća se sastoji od političkog, ekonomskog, kulturnog, tehnološkog i pravnog koje tvori klimu za razvoj nekog poduzeća, pa tako i fitnes centra. Uz dobro

poznavanje okoline tj. okruženja, može se doći do kvalitetnih stvaralačkih zamisli koji će olakšati nastajanje i održavanje poduzeća, a u ovom slučaju fitness centra u tržišnoj utrci.

Političko okruženje

Političko okruženje je bitno jer je to direktan odnos poduzetnika i poduzeća s državom, a na državnoj razini se može promovirati tržišno poslovanje općih dobara, odnosno promoviranje domaćih poduzeća i proizvoda, kao što to radi npr. „Konzum“ u svojoj poruci „Kupujmo hrvatsko“.

Političko okruženje se dijeli na (Škrtić, Mikić 2011:39):

a) Kolektivism – pristaje sustavu u kojem se veće značenje daje zajedničkim ciljevima, za razliku od pojedinačnih i individualnih ciljeva. Društvo se u kolektivismu nalazi ispred pojedinaca i pojedincima su prava ograničena terminom „za dobrobit društva“ ili „za zajedničko dobro“.

U užem smislu kolektivism, teorija i praksa organizacije društvenog života koja pojedince i skupine ljudi povezuje i udružuje u različite zajednice (Škrtić, Mikić, 2011:39)

elemente kolektivism obilježava:

- podruštvljenje vlasništva
- podruštvljenje upravljanja
- državni intervencionizam
- razvoj socijalizma i masovnog društva
- djelovanje ekonomije blagostanja i države blagostanja
- širenje potrošačkog društva

Razvoj kolektivism prate i mnoge negativne posljedice kao što su monopolizacija, birokratizacija, širenje različitih povlastica, stvaranje politokracije itd.

b) Individualizam – individualizam je suprotnost kolektivismu u političkom smislu, jer individualizam se očituje kroz filozofiju da je pojedinac iznad društva, te da treba imati slobodu u političkim i ekonomskim djelovanjima (Škrtić, Mikić, 2011:41). Individualizam je građen od dva osnovna smjera, jedan je da se zasniva na važnosti jamstva osobne slobode i

samoizražavanja, a drugi se zasniva na tezi da je za dobrobit društva najbolje pustiti ljude da se sami bave ekonomijom, a ne da im netko kao što je država diktira što je za njih i društvo najbolje.

c) Socijalizam – socijalistički tragovi započinju od najpoznatijeg kritičara kapitalističkog načina proizvodnje, Karla Marxa. On je zagovarao državno vlasništvo nad poduzećima, jer država kao vlasnik može osigurati sredstva za proizvodnju i radnicima pravedne plaće za njihov rad.

Slika 2. Prikaz osnovnog trougla socijalizma



Izvor : Centar za društvenu analizu, Aleksandar Korolija 2014., skinuto s mreže u listopadu 2014. s: <http://drustvenaanaliza.blogspot.com/2014/04/socijalizam-cilj-putevi-i-kompas.html>

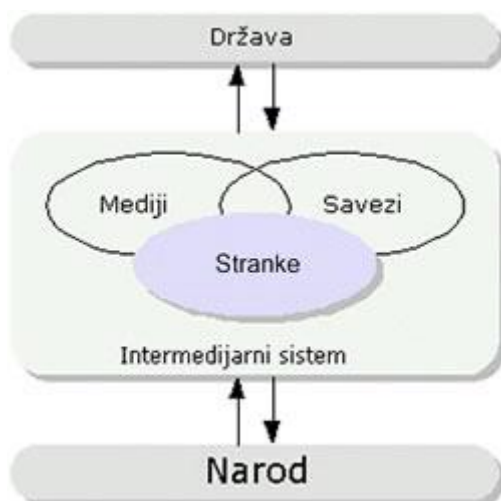
d) Demokracija i totalitarizam – demokracija i totalitarizam se nalaze na potpuno suprotnim krajevima politike.

Demokracija se očituje u političkom sustavu u kojemu su vladu izabrali građani, koja se ostvaruje direktno ili putem zastupnika.

Totalitarizam je forma vlade u kojemu jedna osoba ili politička stranka ima kontrolu nad svim sferama ljudskog života, a protivničke političke stranke su zabranjena.

Demokracija i individualizam, te totalitarizam i kolektivizam se međusobno isprepliću i upotpunjuju.

Slika 3. Međuodnos države i naroda preko intermedijarnog sistema



Izvor: Obrazovanje za demokraciju, Udruga mladeži roma hrvatske, 2013.: 22

Dok se demokracija zasniva na tome da građani moraju direktno biti uključeni u odlučivanje, u totalitarizmu je upravo suprotno.

Ekonomsko okruženje

Ekonomsko okruženje se najčešće odnosi na makro ekonomske veličine kao što su gospodarski rast, bruto domaći proizvod, inflacija, nezaposlenost, visina javnog duga, tečaj itd. (Škrtić, Mikić, 2011:43)

U ekonomskoj teoriji danas razlikujemo četiri tipa ekonomskih sustava (Škrtić, Mikić, 2011:43): tržišnu ekonomiju, plansku ekonomiju, mješovitu ekonomiju i ekonomiju kojom upravlja država.

a) Tržišna ekonomija – tržišna ekonomija označuje ekonomski sustav u kojemu se interakcijom ponude i potražnje određuje količina u kojoj će se dobra i usluge proizvoditi i cijena po kojoj će se prodavati. Ako je potražnja veća od ponude, cijene će rasti signalizirajući proizvođačima da proizvode više. Ako je ponuda veća od potražnje, cijene će padati signalizirajući proizvođačima da proizvode manje. (Škrtić, Mikić, 2011:43)

b) Planska ekonomija – u planskoj ekonomiji sva dobra i usluge, količine u kojima ih se proizvodi, kao i cijene po kojima će ih se prodavati, planira država i njene agencije. U uvjetima planske ekonomije država: posjeduje i/ili kontrolira ključne ekonomske resurse, utvrđuje prioritet navedenih resursa, postavlja planove proizvodnje za poduzeća koja su u većinskom vlasništvu ili pod kontrolom države, alocira resurse u svrhu postizanja navedenih planova i traži i koordinira proizvodnju kako bi osigurala konzistentnost između potražnje za inputima i outputima.

c) Mješovita ekonomija – mješovita ekonomija sadrži sektore privatnog i državnog vlasništva, odnosno sadrži karakteristike tržišne i planske ekonomije.

U mješovitoj ekonomiji vlada nastoji preuzeti u državno vlasništvo problematična poduzeća iz privatnog sektora koja bi mogla postati problem za društvo.

d) Ekonomija pod utjecajem države – u takvim ekonomskim sustavima država ima golemu ulogu u usmjeravanju investicijskih aktivnosti privatnog poduzetništva kroz industrijsku politiku i reguliranje poslovne aktivnosti u skladu s nacionalnim ciljevima.

Navedeni ekonomski sustavi mogu biti od velikog značaja ukoliko smo upoznati s ekonomskim sustavom koji vlada na području gdje planiramo otvoriti svoje poduzeće, u sportu i fitnessu u Hrvatskoj vlada tržišna ekonomija koja djeluje na temelju ponude i potražnje, te je od velikog značaja pri otvaranju fitness centra.

Kulturno okruženje

Kultura se definira kao sustav vrijednosti i normi koje su prisutne među ljudima i zajedno čine stil života na određenom prostoru. (Škrtić, Mikić, 2011:47)

Pod pojmom vrijednosti podrazumijevaju se apstraktne ideje o tome što grupa vjeruje da je dobro, pravedno i poželjno, dok se pod normama podrazumijevaju socijalna pravila i vodiči koji propisuju prikladno ponašanje u određenim situacijama. (Škrtić, Mikić, 2011:47)

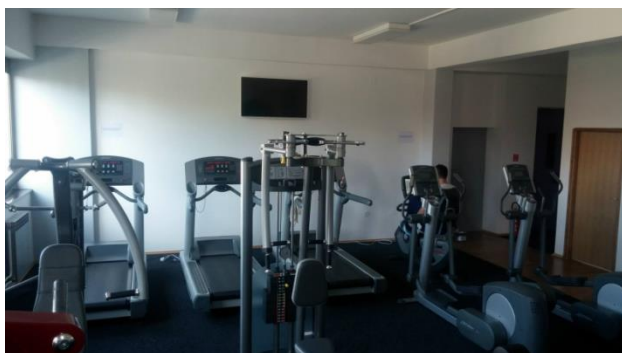
Kulturno okruženje daje uvid u vrijednosti i norme koje su prisutne među populacijom, iz čega se da uvidjeti spremnost i motiviranost ljudi za sportske aktivnosti, te odlaske u fitness centre. Naredno se očituje na nekom području iz broja sportskih klubova, te fitness centara, te ako je provedeno istraživanje i samog broja aktivnih profesionalnih sportaša i rekreativaca.

Tehnološko okruženje

Promjene u tehnologiji vode k uvođenju novih proizvoda, promjenama u metodama organizacije proizvodnje i pružanja usluga, promjene u kvaliteti pružanja usluga, novim načinima distribucije proizvoda. (Škrtić, Mikić, 2011:49)

U dosadašnjim spoznajama da se zaključiti da ljudi uvijek vole nešto novo, te popularno. A sprave koje su u skladu s tehnološkim napretkom su uvijek popularne i zanimljive, te ih treba imati u fitness centru, jer time se vrši promocija, a također i privlačenje novih korisnika centra.

Slika 4. Naslici su vidljivi tehnološki napredne sprave koje se nalaze u „5 star fitness centru“



Pravno okruženje

Pravni sustav je skup pravila ili zakona koji uređuju ponašanje i procese u državi. Državno-pravni sustav ima golemu važnost u međunarodnom poslovanju. Zakoni reguliraju poslovnu praksu, definiraju način transakcije poslovanja, ali i obveze ponašanja onih koji su uključeni u posao. Vlada je ta koja postavlja pravne zakone i pravila ponašanja, to je preslika ideologije vladajućih. (Škrtić, Mikić, 2011:51)

3. Sažetak poslovnog programa

Sastavnice poslovnog programa (modificirano prema Bartoluci,Škorić, 2009:160) :

1. Uvod
2. Tehnološko-tehnički opis modela
3. Lokacija

4. Istraživanje tržišta
5. Promotivne aktivnosti
6. Dugotrajna i kratkotrajna imovina
7. Organizacija i upravljanje
8. Troškovi i ulaganja
9. Razdoblje povrata investicije

Poslovni plan je pisani dokument koji sadrži detaljno razrađenu analizu o ulaganju u posao, o budućim rezultatima poslovanja te o varijantnim rješenjima za moguće rizične situacije koje donosi budućnost.

Izrada poslovnog plana ne treba biti strogo šablonska, to nije „porezna prijava“ koju morate ispuniti na točno određeni način već se možete kretati u određenim, prepoznatljivim okvirima. Dakle poslovni plan se izrađuje kako bi se predvidjela buduća događanja i način prilagodbe poslovanja uvjetima u okruženju te da se smanji stupanj rizika, vremena i sredstava. Što smo bolje predvidjeli buduće događaje i predvidjeli rješenja budućih problema, to su nam šanse za postizanje zacrtanih ciljeva veće.

Poslovni plan je važan dokument i izrađuje ga voditelj projekta najčešće na zahtjev ulagača, kako bi što preciznije odredio tijek poslovanja (planirane prihode, rashode, planove za razvoj). Uvijek je dobro detaljno razraditi poslovni plan, a nekada ga je potrebno imati zbog ulagača ili partnera. Autor ovog diplomskog svakako ga preporučuje svakome tko ozbiljno ulazi u neku investiciju ili poduzetnički projekt. Za dobar poslovni plan potrebno se prilagoditi uvjetima zbog kojih se poslovni plan piše, a svakako je najbolji individualni pristup. Poželjno je istaknuti svoje komparativne prednosti, ali također, pažljivo procijeniti nedostatke te priložiti dokumente za koje se smatra da će pomoći u boljem razumijevanju i vjerodostojnosti poslovne ideje.

Prilikom izrade sažetka poslovnog programa potrebno je navesti barem slijedeće:

- naziv i opis ideje, pri čemu se ispisiuje naziv poduzeća, te se opisuje ideja po kojoj će se poduzeće usmjeravati i opravdavati svoje nastajanje;
- ukupna ulaganja koja se sastoje od početnih ulaganja u sprave, oglašavanje, te uređenja prostornih površina;

- investicijsko ulaganje koje govori o novčanoj mogućnosti za ostvarivanje takvog projekta;
- motiv za pokretanje posla koji opisuje potrebitost takvog poduzeća na određenom prostoru;
- te kvalifikacijama koje će stručni kadar imati te će biti omogućeno otvaranje poduzeća

Svi navedeni elementi će se objasniti na primjeru osnivanja fitnes centra.

Naziv i opis ideje: Briga o zdravlju je postala imperativ današnjice postavljen suvremenom čovjeku, a pretpostavlja cjelogodišnju tjelesnu aktivnost, osiguravanje dovoljne količine sna i pravilne prehrane, upravo na ovim temeljima nastala je ideja za otvaranjem fitnes centra na području grada Varaždina, dok je analizom okruženja uviđeno da postoji mogućnost realizacije ideje. Centar će se nalaziti u iznajmljenom prostoru zgrade koji sačinjava 500 kvadratnih metara, te će se tamo moći provoditi različiti programi individualnih i grupnih treninga koji će biti popraćeni izvrsnim praktičnim i teorijskim znanjem trenera, kao i izvrsnim i modernim spravama koje će teretana sadržavati, a isto tako i mogućnostima grupnih treninga koji će biti interesantni, zanimljivi i dostupni populaciji na području grada Varaždina. Zbog ciljanja na izražavanje kvalitete koju će pružati fitnes centar, ime će biti u skladu s navedenim i centar će se zvati: „5 star fitness centar“.

Ukupna ulaganja potrebna za početak rada: Ukupno ulaganje za početak rada fitnes centra, odnosno opremanje spravama i uređivanje prostorija, sanitarnog čvora, svlačionica, plaće kadra koji će biti zaposlen, te marketinških oglašavanja i ostalih pratećih troškova će iznositi 750 000 kuna što će biti dostatno za pokriće otvaranja fitnes centra.

Investicija: Investicija se sastoji od ulaganja privatnog novca koji će iznositi 250 000 kn, te novca koji tvori veći dio kreditom banke koji će iznositi 500 000 kn, a koji je dobiven na temelju predstavljanja projekta i odobravanjem kredita.

Motiv za pokretanje posla: U posljednjih nekoliko godina sve je veća potražnja za centrima koji nude kvalitetne sadržaje sportskog karaktera. Pored vrhunskih sportaša, javlja se i velik broj rekreativaca koji su u potrazi za mjestom gdje bi kvalitetno vježbali. Bilo da žele imati lijepo, skladno i oblikovano tijelo ili samo tragaju za zdravim načinom života, većinom se odlučuju za treniranje u fitnes centrima. To stvara velike mogućnosti za zapošljavanje inovativnih kineziologa koji prate trendove i uviđaju velike mogućnosti u pokretanju fitnes

centra koji će biti privlačan populaciji i ostvarivati njihove želje za boljim izgledom ili čisto zadovoljavanje potreba za kretanjem i vježbanjem.

Kvalifikacije: Direktor i voditelj teretane će biti Dario Božić diplomirani kineziolog koji ima uspjehe u profesionalnom body buildingu s osvojenim zlatom na juniorskom svjetskom prvenstvu, te dugoročnim radom u fitness centrima tijekom školovanja u Zagrebu gdje je stekao veliko iskustvo. Osim praktičnog znanja koje je stekao baveći se body buildingom, stekao je i veliko dodatno teorijsko i praktično znanje na Kineziološkom fakultetu u Zagrebu, kao što je znanje o pravilnom vježbanju, prehrani, opterećenju i odmoru potrebnom za treninge, ali i u srednjoj ekonomskoj školi u Čakovcu i to potrebno znanje za usklađivanje financijskog održavanja i izračuna troškova i prihoda fitness centra.

Nakon što je predstavljen sažetak poslovnog programa, odnosno dobiven je uvid u naziv fitness centra, ulaganja, investicije, motiv pokretanja posla i kvalifikacija, nastaviti će se u sljedećem poglavlju detaljnije i dublje objašnjavati o opisu ideje, odnosno nadopunjavanju saznanja o poduzeću tj. fitness centru koji se otvara.

4. Uvod

Stvaranje poduzeća

Posljednjih godina raste zainteresiranost za aktivno bavljenje sportom koje se očituje kroz posjećenost fitness centrima i različite rekreacijske aktivnosti kojima smo svjedoci svakog dana. Osim toga, Hrvatska se svojim sportskim rezultatima smjestila među najbolje europske zemlje u više područja. Konkretno, ponajprije mislim na nogomet, rukomet, košarku, vaterpolo, skijanje, hrvanje, boks, ali riječ je i o drugim, manje medijski eksponiranim sportovima čime se dobiva veliki poticaj za rad rekreativaca. Time su stvoreni uvjeti za sve veću zainteresiranost populacije za rekreativnim vježbanjem, amaterskim treninzima i profesionalnim treninzima u fitness centrima. „5 star fitness centar“ je smješten na pristupačnoj lokaciji s parkiralištem, uz donji kat koji sadrži sprave za vježbanje, a na katu je igraonica za djecu koja se iznajmljuje dok se ne prikupi novac za sprave i pomagala za grupne treninge. Ugodni ambijent i sprave za vježbanje koje su moderne i privlačne, te ljubaznost i stručnost osoblja koje radi u fitness centru trebao bi biti dodatni poticaj za vježbanje. Kompletan prostor bit će klimatiziran, opremljen ventilacijom i sustavom ozvučenja, fitness centar će biti opremljen vrhunskim spravama posljednje generacije, svlačionicama s tuš kabinama i wc-ima.

Vizija

„5 star fitness centar“ će biti najbolji ponuđač kvalitetnih usluga za profesionalne sportaše, amatere i rekreativce, s najkvalitetnijim stručno osposobljenim osobljem za provođenje vježbanja, te provedbu raznovrsnih programa vježbanja.

Misija

„5 star fitness centar“ pratit će reakcije svojih klijenata, te prema tome prilagođavati svoje usluge i programe, te će se također pratiti popularni programi rada i usluge koje se nude u najboljim centrima u svijetu i prilagođavati se trenutnoj tržišnoj ponudi prema vlastitim mogućnostima i uvjetima kako bi privukao što veći broj klijenata, a samim time i podigao kvalitetu usluge vježbanja u Varaždinu.

Strategija

Strategija fitnes centra će se očitovati u ponudi i kvaliteti usluga, te kvaliteti osoblja koje će pružati usluge, kao i kvalitetnom i opuštajućem okruženju koje će biti primamljivo ljudima za vježbanje. Centar će također pružati najnovije i inovativne oblike vježbanja koje će biti zanimljivo, primamljivo i interesantno konzumentima ovog fitnes centra.

Ciljevi

Polazeći od vizije i misije, ciljevi „5 star fitness centra“ trebaju biti realni, jasni i ostvarivi, a neki od ciljeva su:

1. Pružanje kvalitetne i suvremene ponude
2. Primamljive cijene
3. Primamljivi ambijent u kojemu je vježbanje opuštanje od svakodnevnog stresa i psihičkog napora
4. Osigurati dugoročnu profitabilnost fitnes centra
5. Stvoriti preduvjete za stalna poboljšanja, inovacije i mogućnost napretka
6. Privući nove pružatelje usluga (prodaja proteina, promoviranje sprava, različitih energetskih napitaka i sl.) koji će u određenom postotku plaćati distribuciju svojih proizvoda u fitnes centru

SWOT analiza

Swot analizom će se prikazati koje su snage i prilike te slabosti i prijetnje fitness centra koji se planira otvoriti u gradu Varaždinu, te će se time i dobiti određen uvid u opravdanost ovakvog projekta, odnosno otvaranja „5 star fitness centra“.

Slika 5. SWOT analiza



Izvor: Kognosko kontroling 2014. Skinuto s mreže u listopadu 2014. s:

http://www.kognosko.hr/?Nova/Alati_i_metode_kontrolinga

SWOT analiza

Strengths (jakosti) – jakosti centra su suvremene sprave, pozitivno okruženje, kvalitetni kadar zaposlenika, neke nove usluge na tržištu.

Weaknesses (slabosti) – novi fitness centar na tržištu, nema nikakvu reputaciju, nije brendirani centar.

Opportunities (prilike) – prilike centra se tvore u tome da okolina sastoji od oko 45000 građana, grad sadrži oko 30 sportskih klubova, mnogobrojne privatne tvrtke koje osiguravaju redovite plaće građana i financijsku stabilnost.

Threats (prijetnje) – prijetnje za centar se sastoje u tome da već postoje 3 fitness centra, no s manjim prostorom nego što ga posjeduje „5 star fitness centar“. Ovi centri imaju već stalne korisnike, i postoje duže vremena.

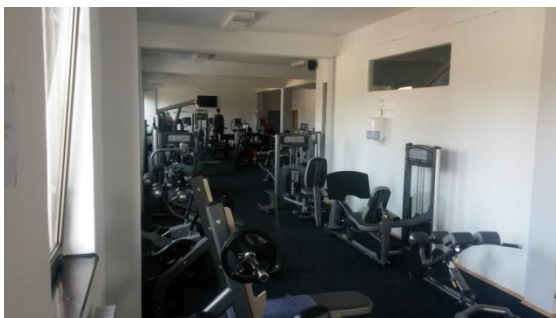
5. Tehnološko-tehnički opis modela

Opis usluga koje centar nudi

„5 star fitness centar“ je centar koji će pružati usluge iz područja sporta i rekreacije vrhunskim sportašima u sezoni priprema i rekreativcima tijekom cijele godine. Naš sportski objekt predviđen je za pripreme sportaša oba spola jer posjedujemo odvojene svlačionice s tuš kabinama i wc-ima. „5 star fitness centar“ u svojoj ponudi nudi usluge:

- Teretana za body building
- Grupni programi poput aerobika, pilatesa, zumbе i *Insanity* programa za vježbanje
- Olimpijsko dizanje utega i teškoatletski trening
- *Powerlifting* i *crossfit* programe
- Profesionalne treninge (bazične i specifične pripreme za sportaše)
- Razvoj koordinacije
- Suradnju s profesionalnim sportskim klubovima
- Uvid u zdravstveno stanje svih klijenata

Slike 6. Sprave za ruke i rameni pojas iz „5 star fitness centra“



Slike 7. i 8. Pokazuju moderne sprave za razvoj trbušnog zida i nogu u „5 star fitness centru“



Slika 9. Fotografija iz „5 star fitnes centra“, prostorija za opuštanje i druženje



Razvoj usluga

Program „5 star fitness centra“ ima mogućnost razvoja usluga sukladno s potrebama korisnika i tržišnim inovacijama jer se prostire na 500 kvadratnih metara, od čega je 100 kvadrata opremljeno različitim spravama za vježbanje koje su suvremene i profesionalne, te se može dodatno opremiti s novim spravama. Centar sadrži i prostor za grupno vježbanje od 200 kvadratnih metara gdje će se provoditi grupni treninzi različitih struktura kretanja i aktivacije različitih mišićnih skupina, te s različitim utjecajem na morfološki napredak klijenata. Također će se prema interesu klijenata moći dodati noviji i inovativni grupni

treninzi koji će korisnicima biti zanimljiviji i ciljano pogađati razvoj u onim karakteristikama koje oni žele.

6. Lokacija

Opis lokacije

U analizi lokacije postoje makrolokacijski i mikrolokacijski aspekti. „5 star fitness centar“ se nalazi u blizini centra grada Varaždina koji financira rad 30 sportskih klubova te ima oko 45 000 žitelja prema okvirnim informacijama s tog područja. (Wikipedija, 2014)

Varaždin kao grad prostorno osigurava mnogo mjesta za zaposlenje zbog svog geografskog položaja koji omogućava bavljenje mnogim poslovima iz svih gospodarskih grana, čime se osiguravaju plaće i financijska stabilnost za 45000 stanovnika Varaždina. Varaždin također omogućava suradnju s okolnim zemljama, jer su granice unutar 100 kilometara.

Varaždin je središte Varaždinske županije čime je i žarište svih zbivanja u okolici od kulturnih, gospodarskih, sportskih i socijalnih. Time osigurava i stabilnost populacije i otvaraju velike mogućnosti za rad fitness centara.

Varaždin je, također, studentski grad čime se osigurava i dodatna populacija od nekoliko tisuća studenata tijekom jesenskih, zimskih i proljetnih mjeseci studiranja na Visokim i Višim školama za osposobljavanje u određenim zanimanjima.

Sve navedene posebnosti omogućuju otvaranje i rad fitness centra koji će stvarati profit i svojom inovativnošću, velikim prostorom i organiziranošću osiguravati zadovoljavanje potreba za vježbanjem žitelja grada Varaždina.

7. Istraživanje tržišta

Analiza potražnje

Obujam tržišta i tržišni potencijal: Grad Varaždin s užom okolicom stvara potencijalno tržište od oko 80 000 žitelja koji čine poveću populaciju. Grad Varaždin je također jedan od najrazvijenijih Hrvatskih gradova, treći je po BDP-u u Hrvatskoj, ima dugu tradiciju, te uspješne sportske klubove i pojedince. (Wikipedija, 2014)

„5 star fitness centar“ je centar koji će omogućavati zadovoljavanje potreba za vježbanjem rekreativcima, ali isto tako će omogućavati treniranje i osobni napredak amaterskim i profesionalnim sportašima na području grada Varaždina, pa i Varaždinske županije. Prema nekoj procijeni za održivost fitnes centra broj klijenata u prvoj godini bi bio oko 220 članova, te bi rastao u sljedećih 5 godina na 300 članova.

Analiza ponude

Ponuda na području grada Varaždina je velika i raznovrsna, sastoji se od mnogobrojnih klubova iz različitih sportskih grana i sportova, no i članovi sportskih klubova nerijetko treniraju u fitnes centrima koji omogućavaju odrađivanje vježbanja i u zimskim danima, te nadopunu specifičnih karakteristika koje se ne mogu uvijek razvijati u vanjskim uvjetima ili bez upotrebe vanjskog opterećenja. No, rijetko koji fitnes centar može u potpunosti zadovoljiti većinu potreba kao što to čini „5 star fitness centar“ na površini od 500 kvadratnih metara.

Veličina tržišta i trendovi

Veličina tržišta nije u potpunosti poznata. Ne zna se točan broj rekreativaca koji se bavi tjelovježbenim aktivnostima, a rekreativci bi sačinjavali veći broj stalnih članova. No, činjenica da u samom gradu Varaždinu postoji i djeluje oko 30 klubova, navodi na zaključak da se ljudi u povećem broju rekreativno i profesionalno bave sportom i sudjeluju u sportskim djelatnostima.

Hrvatska je pokazala da, ako u gospodarskoj sferi zaostaje za vodećim zemljama, u sportskoj to nikako nije slučaj. Bez problema se godinama svrstava u sam vrh različitih sportskih disciplina i sudjeluje na velikom broju europskih i svjetskih natjecanja, pri čemu Varaždin nikako ne zaostaje, ima dugu i uspješnu sportsku tradiciju, što je jedan od preduvjeta za otvaranje fitnes centra.

8. Promotivne aktivnosti

Dobar marketing i promocija su od ključne važnosti za novo otvoreni fitnes centar. Promocija centra je u prvim danima koje centar proživljava vrlo važna, što iz razloga da se stvori osnovica stalnih konzumenata usluga koje se pružaju, a jednako tako iz razloga da se stvori financijska stabilnost za fitnes centar. Činjenica da je to novi fitnes centar povećat će zainteresiranost i primamljivost ljudima koji su u potrazi za nekom promjenom u životu. Ta

promjena može biti dolazak u centar i počeci vježbanja i oblikovanja tijela u željenom smjeru. Iz tog razloga, a da bi se privukli novi korisnici i oni koji već koriste usluge u drugim fitness centrima, potreban je dobar plan marketinga, koji će osigurati dovoljan broj novih članova kako bi se pokrili početni troškovi za prvi mjesec.

Promotivne aktivnosti za učlanjenje novih članova:

- Na dan otvorenja će biti besplatan dan korištenja fitness centra
- Prvih 100 članova će imati promotivne cijene mjesečne članarine
- Besplatni savjeti stručnjaka u vezi prehrane, treninga i sl.
- Web stranica, facebook profil i sl.
- Oglas u lokalnom tisku
- Promotivni letci

Slika 10. Promotivni letak „5 star fitness centra“



9. Dugotrajna i kratkotrajna imovina

Prostor i oprema

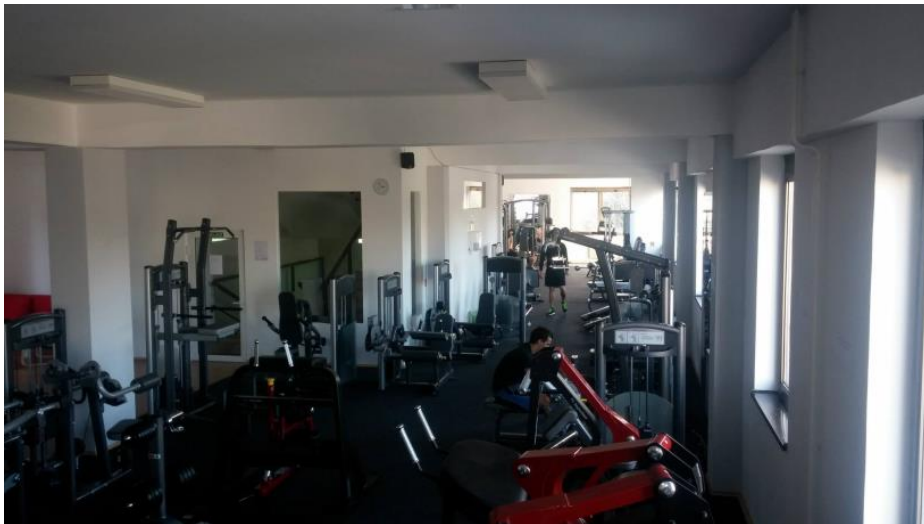
Uređeni prostor sa sanitarnim čvorom, svlačionicama, i urednom podlogom i zidovima, fitness centar će se nalaziti u unajmljenom prostoru, a iznajmljivat će se po dogovorenoj cijeni od 11 000 kuna mjesečno.

Potrebna nam je dugotrajna imovina (osnovna sredstva) koju čine:

- orbitreci

- sobni bicikli
- trake za trčanje
- sprave za veslanje
- steperi
- bench i ostale klupe
- utezi i šipke
- bučice
- elastične gume i bandovi
- aerobik, pilates oprema
- podloge za vježbanje
- ostali rekviziti

Slika 11. Sprave u „5 star fitness centru“



Slika 12. Suвременa tehnologija traka za trčanje, orbitreka i sprava za veslanje u fitness centru

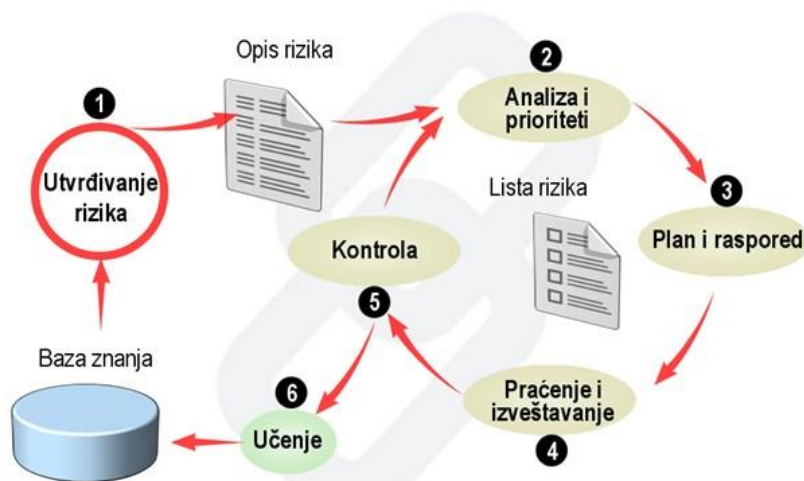


Održavanje opreme

Održavanje opreme se svodi na popravke ili zamjenu dotrajalih sprava, popravke će vršiti tvrtka koja je ovlaštena za popravke sprava, a zamjena će se vršiti prema potrebi, odnosno u slučaju dotrajalosti ili nezanimljivosti određene sprave, bit će zamijenjena novom spravom koja ili osigurava istu djelatnost sprave ili neka inovativna sprava koja će biti interesantna ljudima.

10. Organizacija i upravljanje

Slika 13. Utvrđivanje rizika prilikom organizacije i upravljanja



Izvor: e-learning skinuto s mrže u listopadu 2014. s: http://www.link-elearning.com/lekcija-Op%C5%A1ti-principi-dizajniranja,-dizajn-aktivnog-direktorijuma_3455

Organizacijska struktura se zasniva na vlasniku koji je i voditelj, te glavni trener u fitness centru. Centar će zapošljavati knjigovodstveni servis, spremačicu i dodatnog trenera, i studenta kineziologije apsolutanta koji će raditi preko studentskog ugovora do završetka fakulteta.

Vlasniku je funkcija da provodi svakodnevne kontrole poslovanja centra te odrađuje jednu smjenu u fitness centru, drugu smjenu će odrađivati dodatni trener.

Spremačica će dolaziti čistiti fitness centar tri puta tjedno i to utorkom, četvrtkom i subotom.

Knjigovodstveni servis je potreban radi legalnog i svrsishodnog financijskog funkcioniranja fitness centra.

Vlasnik bi također trebao planirati, organizirati, kontrolirati i voditi poslove vezane uz pružanje usluga (osiguravati njihovu kvalitetu), pratiti financijsko poslovanje, istraživati nove tržišne šanse i mogućnosti proširenja, pratiti ponude konkurencije itd.

11. Troškovi poslovanja

Podjela i razvrstavanje troškova obično polazi od porijekla troškova, pa se često nazivaju prirodnim ili osnovnim vrstama troškova i obično se dijele na sljedeće (Škrtić, Mikić 2011:98):

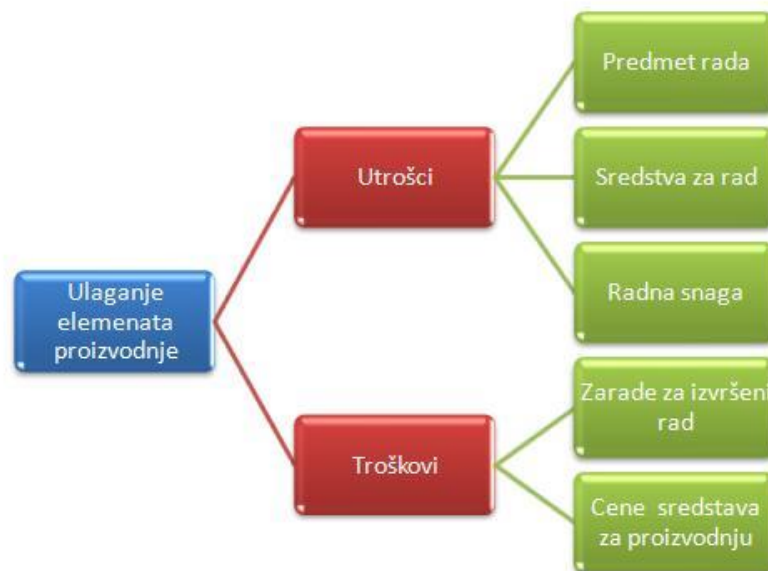
- a) Troškovi materijala – obuhvaćaju troškove sirovina, materijala, energije, rezervnih dijelova, sitnog inventara i ambalaže
- b) Troškovi usluga – obuhvaćaju troškove prijevoznih usluga, troškove usluga na izradi proizvoda i održavanju imovine, troškove sajmova, zakupnine, troškove reklame i propagande, dnevnice za službena putovanja, putne troškove, članarine, takse i drugo, bankovne usluge i troškove raznih drugih usluga
- c) Troškovi radne snage – obuhvaćaju neto plaće zaposlenih, te poreze na plaće i iz plaća zaposlenih
- d) Amortizacija – obuhvaća amortizaciju materijalne i amortizaciju nematerijalne imovine
- e) Troškovi financiranja – obuhvaćaju kamate, tečajne razlike i ostale troškove financiranja

Pri radu svakog poduzeća, bitno je znati koje sve troškove sadrži i mora imati jedno poduzeće, da bi ono moglo legalno poslovati na tržištu rada. U nastavku su vrste troškova na koje se

treba obratiti pažnja, kako bi se pravilno i profitabilno osnovalo i „postavilo na noge“ poduzeće koje planiramo otvoriti.

12. Troškovi i ulaganja

Slika 14. Utrošci i troškovi poduzeća



Izvor: Nastava preduzetništva, Ulaganje elemenata proizvodnje veljača 2013. Skinuto s mreže u listopadu 2014. s: <https://nastavapreduzetnistva.wordpress.com/2012/02/20/>

Prostor i oprema

Kao što je već navedeno prostor će se iznajmljivati po cijeni od 11 000 kn mjesečno, što je godišnje 132 000 kuna. Prostor obuhvaća 500 metara kvadratnih. Pri cijeni prostora nije navedena cijena režija, ali procijenjene režije će u prosjeku iznositi 4 000 kn. Sva potrebna oprema koja će se koristiti u fitness centru se nabavlja po cijeni od 500 000 kn, i kada na to dodamo PDV, cijena opreme iznosi 750 000 kn.

Materijalni troškovi – plaće

Za kvalitetno funkcioniranje „5 star fitness“ centra potrebni su 3 trenera, čistačica, knjigovodstveni servis. Od čega se plaća knjigovodstveni servis, čistačica na pola radnog vremena, jedan trener je na punom radnom vremenu, jedan trener je voditelj, i jedan je na studentskom ugovoru (vidi tablicu 1).

Motivacija zaposlenika trebala bi se zasnivati na stvaranju brenda, ugledu i prepoznavanju, a manje na direktnom povećanju plaća.

Svako oštećenje sprava ili prostora treba biti prijavljeno vlasniku i knjigovođi i ubraja se u dodatni trošak.

Centar je u mogućnosti ostvariti prihode iz različitih izvora, i to primjera kroz:

- edukacija korisnika
- prihode od posredničke prodaje
- povećanje prihoda povećanjem cijena.

Financijski elementi poslovnog programa

Investicija u dugotrajnu imovinu

Stalna sredstva obuhvaćaju materijalu i nematerijalnu imovinu s vijekom trajanja duljim od jedne godine, a tu spadaju zemljište, građevni objekti, oprema, osnivačka ulaganja (izrada projekta, građevinske dozvole..) i ostala sredstva. Budući da se prostor iznajmljuje on ne spada u dugotrajnu imovinu, ali oprema spada pod dugotrajnu imovinu koja je kvalitetna i skupa, ulaganje u dugotrajnu imovinu iznosi 750 000 kn.

Investicije u obrtna sredstva

Za prosječno stanje pojedine stavke obrtnih sredstava obično se godišnji promet dotične stavke dijeli koeficijentom obrtaja. Koeficijent obrtaja je podatak o tome koliko se puta poslovni ciklus ponovi od njegova početka do kraja godine.

Tablica 1. Prikaz troškova materijala, usluga, kadra, zakupnine i režija u mjesec dana

Redni broj	Opis	Godišnji promet	Broj nabava u godini	Prosječna sredstva
1.	Trošak materijala	Nema predviđenih troškova materijala u prvih 5 godina		
2.	Vanjske usluge	24 000kn	12	2 000kn
3.	Izdaci osoblja (3 osobe)	144 000kn	12	12 000kn
4.	Zakupnina	132 000kn	12	11 000kn
5.	Režije	48 000kn	12	4 000kn
	Ukupno			29 000kn

Uz pretpostavku da će se sve usluge naplaćivati normalno u obrtnim sredstvima (jednom mjesečno) bilo bi u prosjeku vezano 29 000 kuna obrtnih sredstava.

13. Razdoblje povrata investicije

Amortizacija je trošak za određenu tvrtku, ali taj novac ne odlazi s računa te tvrtke (nikome se ne plaća). Amortizacija se računa prema Pravilniku o amortizaciji NN 54/1, a računa se samo za dugotrajnu imovinu – osnovna sredstva.

Tablica 2. Amortizacija uložениh sredstava kroz 5 godina

Godina	% Otpisa	Godišnji iznos amortizacije	Ukupna amortizacija	Sadašnja vrijednost
0.				750 000
1.	20	150 000	150 000	600 000
2.	20	150 000	300 000	450 000
3.	20	150 000	450 000	300 000
4.	20	150 000	600 000	150 000
5.	20	150 000	750 000	0

Fiksni i varijabilni troškovi

Fiksni i varijabilni troškovi će biti informativno objašnjeni jer su prijeko potrebni i značajni za rad jednog poduzeća.

Varijabilni troškovi su svi oni troškovi koji se pojavljuju povremeno i koji su vezani direktno uz pružanje usluga. Ako nema proizvodnje ili prodaje usluga, nema ni varijabilnih troškova. Najčešći varijabilni troškovi su troškovi materijala, prijevoza robe, usluga, plaće povremenih djelatnika koji su angažirani samo za posebne usluge (u našem slučaju korištenje usluga medicinskog osoblja)...(Bartoluci, 2003:112)

Fiksni troškovi su oni troškovi koji su stalni, ne mijenjaju se i ne ovise o proizvodnji ili pružanju usluga. Najčešći fiksni troškovi su plaće stalnih djelatnika, režije, komunalije itd. (Bartoluci, 2003:110)

Važno je znati koji nam se troškovi mijenjaju s povećanjem proizvodnje, a koji ostaju isti kako bismo kasnije mogli što bolje njima upravljati. Njihova promjenjivost u odnosu na

produkciju je posebno važna onda kada želimo smanjiti udio ukupnih troškova po svakom našem proizvodu/usluzi. U slučaju rada fitnes centra varijabilni troškovi se mijenjaju prilikom rada u zimskim danima kada je potrebno grijanje, te je kraći dan, odnosno dnevno svjetlo, pa samim time se troši više energije za rasvjetu. No, isto tako se smanjuju troškovi tijekom ljetnih mjeseci.

Tablica 3. Cjenik usluga u fitnes centru

Redni broj	Opis usluge	Jedinična cijena
1.	Članstvo	250 kn
2.	Individualni treninzi	100 kn
3.	Individualni treninzi za vrhunske sportaše	150 kn
4.	Stručni savjeti	0 kn
5.	Mjesečni grupni trening pilates	250 kn
6.	Mjesečni grupni trening dril	250 kn

Predviđeno je 220 članova godišnje, gdje se po cijeni od 250 kn dolazi do ukupnog prihoda u godini dana od 660 000 kn. Ostale usluge koje pruža fitnes centar u izračunu ne ulaze u obzir zbog svoje nepredvidljivosti korištenja.

Slika 21. Grupni trening u „5 star fitness centru“



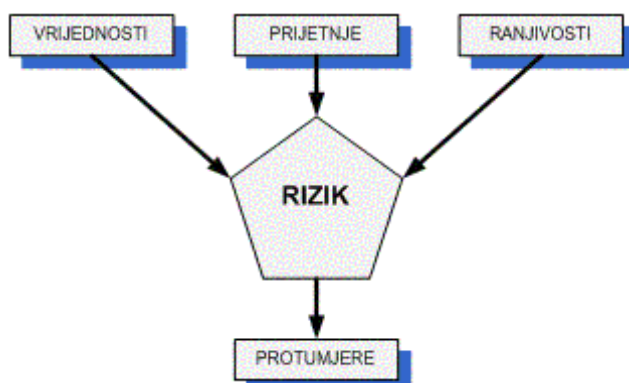
Tablica 4. Račun dobiti i gubitka

OPIS	1. godina
Ukupni prihodi	660 000 kuna
Ukupni rashodi	310 000 kuna
Troškovi plaća	144 000 kuna
Cijena prostora	132 000 kuna
Trošak materijala	0
Vanjske usluge	24 000 kuna
Ostali troškovi	10 000 kuna
Amortizacija	150 000 kuna
Profit	200 000 kuna

Izračunom ukupnih prihoda i rashoda u poslovanju bez uključenih mogućih rizika i kvarova u sportskom centru došli smo do zaključka da ćemo nakon prve godine poslovanja biti „u plusu“ 200 000 kuna što ovaj plan čini isplativim ako pretpostavimo da ćemo, u najmanju ruku, nastaviti raditi s jednakim brojem korisnika i bilježiti jednako dobre rezultate. Budući da je uloženo 750 000 kn, ako ne budemo bilježili nikakav (dodatan) rast prihoda i on bude stagnirao, investicija će nam se isplatiti za točno pet godina.

Mogući rizici i profitabilnost programa

Slika 22. Utjecaj i protumjere rizika



Izvor: Upravljanje sigurnosnim rizicima, Marinjo Z., 2006. skinuto s mreže u listopadu 2014.

s: http://os2.zemris.fer.hr/ISMS/rizik/2006_zorcec/marinjo_diplomski.html

Najveće poteškoće leže u tome da fitness centar ne počne raditi prema planiranom, te se time počnu stvarati dodatni gubitci i troškovi. Poteškoće se također nalaze u tome da se sprave počnu kvariti pa nam još dodatne troškove stvore popravci ili zamjena sprava. Problem bi mogao stvoriti premali broj korisnika, iz financijskih razloga ili čak i iz razloga da im se ne sviđa način rada i usluge centra.

Sport i vježbanje su postale neizostavne stvari u životu običnih ljudi, te se sve više ljudi odlučuje na kontinuirano vježbanje iz razloga raznih stresova, opterećenja na poslu, te općenito raznovrsne tegobe koje more obične ljude, a način da ih se oslobode je fizičko vježbanje i rasterećenje psihe tijekom vježbanja.

14. Zaključak

U prethodnom tekstu koji govori o poduzetničkom programu otvaranja fitnes centra, daje se zaključiti da postoji velika isplativost otvaranja jednog takvog fitnes centra koji će ljudima pružiti bijeg od sadašnjih problema, koji su veliki, jer je Hrvatska trenutno u kriznom razdoblju, no Varaždin pruža svojim položajem velike mogućnosti i pogodnosti za razvoj i konkurentnost svih grana gdje se može stvarati profit, ne samo u sportu.

Čovjekova želja da se fizičkim naporom opusti i rastereti uvelike se može provesti stalnim i kontinuiranim vježbanjem, pogotovo s time da je za jedan trening potrebno svega sat vremena, a čini mnogo u životu sada već i preopterećenog čovjeka.

Prethodnom analizom svih pojavnosti koje okružuju otvaranje jednog fitnes centra došao sam do zaključka da se isplati ući u ovaj poduzetnički projekt. Doduše ulaganja su prilično velika, pa je za to potreban dobar kapital koji će pokriti sve početne toškove koji će se naći na račun otvaranja i rada centra prvih 6 mjeseci. Kao ne manje važno javlja se činjenica kako je pojavljivanje na tržištu po prvi puta jedna od najznačajnijih stvari ovog fitnes centra. Kako će se razvijati centar uvelike ovisi o tome hoće li centar započeti radom u pozitivnoj atmosferi ili će započeti u negativnoj i s velikim poteškoćama. No izračunom ukupnih troškova u godini dana i predviđenog povrata novca koji dolazi samo od članarina, dobije se profit od 200 000 kn kojim se opravdava poduzetnički projekt otvaranja ovog fitnes centra. Te još k tome dolazi i zarada od usluga koje pruža fitnes centar, no nije ih moguće matematički sa sigurnošću predvidjeti, no i to će dati dodatni razlog opravdanosti otvaranja ovog fitnes centra.

15. Literatura

1. Bartoluci, M. (2003.). Ekonomika i menadžment sporta. Zagreb: Informator
2. Bartoluci, M. i Škorić, S., (2009). Menadžment u sportu. Zagreb : Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Odjel za izobrazbu trenera Društvenog veleučilišta u Zagrebu.
3. Škrtić, M. (2005.). Osnove poduzetništva i menadžmenta. Karlovac : Tiskara „pačarić i Radočaj“
4. Škrtić, M. i Mikić, M. (2011.). Poduzetništvo. Zagreb: Printera grupa d.o.o
5. Cingula, M.; Grabovac, D. i Miletić, M.(2001.). Poduzetništvo udžbenik za 1. i 2. razred ekonomske škole. Zagreb: Školska knjiga d.d.
6. Bernik i suradnici (2007.). Poduzetništvo udžbenik za 1. razred ekonomske škole. Zagreb: Školska knjiga d.d.
7. Poslovni forum,2014 skinuto s mreže listopad 2014. s:
<http://www.poslovniforum.hr/novo/poslovni-plan-primjer/>
8. Grad Varaždin,Wikipedija, 2014. Skinuto s mreže u listopadu 2014. s:
<http://hr.wikipedia.org/wiki/Vara%C5%BEdin>
9. Međunarodna konferencija o poduzetništvu 2012. S mreže skinuto u listopadu 2014. s:
<http://www.ices.hr/vijesti-i-dogadaji/medunarodna-konferencija-o-poduzetnistvu-2012>
10. Aleksandar Korolija 2014.Centar za društvenu analizu,skinuto s mreže u listopadu 2014. s: <http://drustvenaanaliza.blogspot.com/2014/04/socijalizam-cilj-putevi-i-kompas.html>
11. Obrazovanje za demokraciju, Udruga mladeži roma hrvatske, 2013.
12. Kognosko kontroling 2014. Skinuto s mreže u listopadu 2014. s:
http://www.kognosko.hr/?Nova/Alati_i_metode_kontrolinga
13. e-learning skinuto s mreže u listopadu 2014. s: http://www.link-elearning.com/lekcija-Op%C5%A1ti-principi-dizajniranja,-dizajn-aktivnog-direktorijuma_3455
14. Nastava preduzetništva EFOS,Ulaganje elemenata proizvodnje veljača 2013. Skinuto s mreže u listopadu 2014. s: <https://nastavapreduzetnistva.wordpress.com/2012/02/20/>
15. Marinjo Z., 2006. ;Upravljanje sigurnosnim rizicima, skinuto s mreže u listopadu 2014. s: http://os2.zemris.fer.hr/ISMS/rizik/2006_zorcec/marinjo_diplomski.html