

Analiza isplativosti ulaganja u tematski hostel na području Splita kao turističke destinacije

Pastuović, Josip

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:338869>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-06**

Repository / Repozitorij:

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



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**Analiza isplativosti ulaganja u tematski hostel na
području Splita kao turističke destinacije**

**Mentor:
Izv.prof.dr.sc. Marko Hell**

**Student:
Josip Pastuović; 4196023**

Split, travanj 2020.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	4
1.1. Definicija problema.....	4
1.2. Cilj rada.....	4
1.3. Metode rada.....	4
1.4. Struktura rada.....	5
2. ANALIZA TRŽIŠTA.....	6
2.1. Analiza ključnih trendova na tržištu.....	6
2.2. Definiranje i analiza ciljnih tržišnih segmenata.....	7
2.3. Analiza ponude.....	8
2.4. Analiza potražnje.....	12
2.5. Konkurencija.....	13
2.6. Plan razvoja, Lokacija.....	14
3. MARKETING PLAN.....	16
3.1 Proizvod (opis hostela).....	16
3.2 Cijena.....	17
3.3 Plan promocije i distribucije.....	19
3.4. Procjena rizika poslovanja.....	20
4. TEHNIČKO TEHNOLOŠKA ANALIZA POSLOVANJA.....	21
4.1. Opis strukture ulaganja u osnovna i obrtna sredstva.....	21
4.2. Struktura i broj postojećih zaposlenika.....	22
4.3. Struktura, broj i dinamika novozaposlenih.....	23
5. FINANCIJSKI ELEMENTI POSLOVNOG PODUHVATA.....	28
5.1. Formiranje ukupnog prihoda.....	28
5.2. Izvori financiranja i obveze.....	29
5.3. Troškovi poslovanja i proračun amortizacije.....	32
5.4. Račun dobiti i gubitka.....	34
5.5. Pokazatelji uspješnosti projekta.....	34
6. ZAKLJUČAK.....	37
7. LITERATURA.....	38

8. SAŽETAK.....	39
9. SUMMARY.....	39

1. UVOD

1.1. Definicija problema

U Europi i svijetu stvorio se trend otvaranja tematskih hostela i taj je trend još uvijek u usponu. S obzirom da samim time raste i potražnja za istima, bitno je orijentirati i dostatnu ponudu. Hrvatska je zemlja koja je u posljednjih 10 godina ponovno izgradila svoj "turistički imidž" i infrastrukturu glede receptivnih kapaciteta i atraktivnih sadržaja, a taj je rast još uvijek pozitivan stoga je poželjno isprobati i kreirati svaki trend koji se trenutno događa na svjetskom tržištu kako bi se proširila ponuda za razne skupine gostiju. U Hrvatskoj zasad postoje 3 tematska hostela dok ih u Splitu nema pa je zbog toga i tema ovog rada upravo ispitivanje i analiza ovog trenda na području Splita.

1.2. Cilj rada

Iz ovog rada može se izvući više ciljeva s obzirom na ukupni sadržaj i razradu teme, ali primarni cilj je dokazati isplativost ulaganja u tematski hostel na temelju činjenica prateći trendove, motive dolazaka, dobnu strukturu gostiju i razvoj ovakvog oblika poslovanja u turizmu.

1.3. Metode rada

Rad se bazira na prikupljanju podataka pretežito iz sekundarnih izvora poput web stranica i portala, izuzev informacija o cijenama koje su dobivene ispitivanjem tržišta. Autor rada osobno je prikupljao informacije o troškovima izgradnje od lokalnih građevinskih tvrtki, troškovima nabave i plaća radnika od ugostiteljskih objekata i slično, sa svrhom da uspije prikazati srednju vrijednost troška izgradnje i poslovanja. Samim time naglasak je da ovo nije rad koji realno prikazuje sve ukupne troškove i prihode jednog hostela jer postoji mnogo odstupanja pri određivanju veličine objekta, kapaciteta i količine poslovanja kod raznih poduzetnika sa raznim mogućnostima. Pri izračunima ulaganja i poslovanja hostela korištena je uređena Excell tablica Erste banke pod nazivom '**Korak po korak**' koja služi kao pomoć poduzetnicima da poslože sve troškove i prihode sa svrhom pregleda isplativosti ulaganja i tijeka poslovanja. Također, bitan naglasak je da rad prikazuje općenitu sliku turizma u Splitu u normalnim uvjetima, odnosno u okviru rada nije uračunata trenutna situacija sa pandemijom jer je i sam rad rađen prije početka krize.

1.4. Struktura rada

U uvodnom dijelu definiran je problem istraživanja te su objašnjeni ciljevi rada i metoda prikupljanja informacija. Nadalje, u drugom poglavlju razrađena je analiza tržišta na temelju trendova i tržišnih segmenata pa tako i cjelokupna analiza ponude i potražnje glede tržišta Hrvatske te Splita i okolice. Analiza konkurencije i plan razvoja hostela su također detaljno razrađeni u drugom poglavlju.

U trećem poglavlju objašnjen je ukupan marketing plan što ubraja opis proizvoda, odnosno hostela i onoga što hostel nudi zajedno sa cijenama, promocijom, distribucijom i procjenom rizika poslovanja.

Opis strukture ulaganja u poslovanje te struktura zaposlenika hostela objašnjeni su u četvrtom poglavlju rada, a u petom poglavlju detaljno je razrađen cilj ovog rada. To je ključan dio rada u kojem su formirani ukupni prihodi hostela, izvori financiranja i rate kredita, troškovi poslovanja i obračun amortizacije te za sami kraj račun dobiti i gubitka zajedno sa pokazateljima uspješnosti projekta.

2. ANALIZA TRŽIŠTA

2.1. Analiza ključnih trendova na tržištu

- Trend Split turistička destinacija za mlade

Grad Split je posljednjih nekoliko godina stekao naziv popularnog turističkog odredišta u kojemu se gosti zadržavaju više dana. Zamjetan je porast mladih turista, popularno nazivanih Backpack "turisti" jer putuju s malo prtljage odnosno samo s onim što im stane u ruksak na leđima. Podaci TOMAS istraživanja ljeta 2018. pokazuju da od ukupnog broja gostiju koji posjećuju Hrvatsku 19% spada na goste dobne skupine mlađih od 30 godina.

- Trend povećanja broja privatnih soba s vlastitim kupaonicama i smanjenje broja ležajeva u hostelskim sobama

Trendovi u smještaju su takvi da se noviji hosteli sve češće okreću povećanju broja privatnih soba s vlastitim kupaonicama, dok se broj ležajeva u spavaonicama uglavnom ograničava na maksimalno četiri do šest osoba, za razliku od osam i više koliko je nekada bilo uobičajeno.*¹ Time, naravno, raste i cijena takvog smještaja, ali zauzvrat se dobiva dobra usluga, nerijetko i znatno bolja od usluge mnogih stranih hotela s tri zvjezdice.

- Trend povećanja hostelskog smještaja u RH

Broj hostela u Hrvatskoj s ovom je turističkom sezonom narastao na njih 294, a u hostelskom smještaju Hrvatska trenutno nudi 15.239 osnovnih ležaja, pokazuju podaci iz e-Visitora. Prema podacima Hrvatskog ferijalnog i hostelskog saveza, još je lani službeni broj hostela bio 211, što znači da se njihov broj do ove godine povećao za 39 posto iako je statistika noćenja i dalje dosta niska. Hostelski gosti prema podacima iz e-Visitora čine samo 1,1 posto ukupno ostvarenih noćenja, što je neznatna brojka u odnosu na 24,5 posto, koliko otpada na turistička noćenja u hotelima. Prosječna zauzetost malo je niža - u hotelima ona iznosi 29,2 posto, dok se u hostelima brojka kreće oko 18 posto, ali je ipak viša nego u privatnom smještaju u kojem je lani prosječna godišnja zauzetost iznosila 16,4 posto. Na razini Hrvatske, hostelski gost prosječno se zadržava manje od dva dana, ali je prilično zahtjevan, što hostelima postavlja prilično visoke standarde u smislu osoblja.

¹ <https://www.jutarnji.hr/biznis/tvrtke/biznis-koji-se-siri-hostela-je-sve-vise-ali-zasad-ostvaruju-samo-11-posto-nocenja/4675229/>

- Trend tematskih hostela

Broj hostela na globalnom tržištu raste, a toga su svjesni poduzetnici odnosno vlasnici hotela kao i oni koji su u procesu otvaranja hostela. Iz tog razloga vlasnici postojećih hostela i hostela u nastajanju ulažu napore u svrhu diferenciranja od konkurencije i privlačenja određene skupine korisnika. Tematsko uređivanje hostela prepoznato je kao faktor koji privlači korisnike odnosno ciljne skupine za pojedine objekte te se stoga određeni broj vlasnika hostela odlučuje na renoviranje objekta u njihovom vlasništvu kako bi privukli određenu skupinu korisnika, a poduzetnici koji tek započinju s poslovanjem razmišljaju o uređenju svojih objekata u cilju privlačenja ciljne grupe potencijalnih kupaca. Tematski ugostiteljski objekti svojim posebnim i nesvakidašnjim dizajnom kao i pričom, privlače goste željne zabave i avanture kojima se pruža mogućnost uživanja u sobama nadahnutima glazbom, poviješću, filmom, poznatim ličnostima, motivima destinacije u kojoj se objekt nalazi, fantastikom, arheologijom, arhitekturom i mnogim drugim motivima. Tematski hosteli popularni su kod skupine turista do navršениh 30 godina života pa se tako primjerice skupina turista koji sviraju ili slušaju rock glazbu odlučuje za noćenje u hostelu uređenom na temu rock glazbe pored lepeze ponude drugih klasično ili tematski uređenih hostela.

Ovaj poduzetnički poduhvat u skladu je s održivim poduzetništvom u turizmu, a održivi koncept detaljnije je opisan u poglavlju "PROIZVOD" ovog poslovnog plana. Poduhvat doprinosi rastu turističke ponude u što Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije godinama ulaže velike napore. U današnje i nadolazeće vrijeme bitno je orijentirati poslovanje hostela u skladu s planom regionalnog razvoja turizma i poslovati održivo jer je takvo poslovanje poželjno prilikom apliciranja na natječaje odnosno traženja vanjskih izvora financiranja. Ovakvim poduzetničkim poduhvatom dolazi do (samo)zapošljavanja radne snage iz turističke destinacije u kojoj će se ugostiteljski objekt nalaziti (grad Split).

2.2. Definiranje i analiza ciljnih tržišnih segmenata

Ciljni tržišni segment su osobe do 30 godina starosti, dakle pretežito studenti i drugi mlađi naraštaji koji imaju tendenciju zabavnom i aktivnom turizmu. Podaci TOMAS istraživanja ljeta 2017. pokazuju da od ukupnog broja gostiju koji posjećuju Hrvatsku 19% spada na goste dobne skupine mlađih od 30 godina. Cilj je kvalitetnom i inovativnom ponudom smještaja te dodatnih usluga u hostelu privući još gostiju ove demografske skupine. Još jedan od razloga odabira ovog ciljnog segmenta jest motiv dolaska u destinaciju. TOMAS istraživanje ljeta 2017. Također

ukazuje na podatak da su motivi ovog tržišnog segmenta; *nova iskustva i doživljaji* na drugom mjestu rang ljestvice motiva dolaska, točnije 39,2 % turista do 30 godina dolaze u destinaciju iz tog razloga uz *zabavu* kao motiv koji je na petom mjestu točnije 35,3 % turista do 30 godina dolaze u destinaciju zbog zabave. Pasivni odmor i opuštanje predvodi ljestvicu motiva dolaska odnosno 54.9 % turista tržišnog segmenta do 30 godina izjasnilo se za ovaj motiv kao primarni motiv dolaska u destinaciju. Dolazak opisanog ciljnog tržišnog segmenta u destinaciju je u porastu.

2.3. Analiza ponude

Analiza stanja – turistička destinacija Split (ponuda i potražnja)

Turistička ponuda obuhvaća tri osnovne skupine elemenata: atraktivne, komunikacijske i receptivne. Atraktivni elementi predstavljaju stupanj privlačnosti turističke destinacije, turističku valorizaciju te resurse o kojima ovisi stupanj kvalitete destinacije kao turističkog prostora, a oni se dijele u dvije glavne skupine;

- Prirodni resursi: klimatski, reljefni, hidrografski,
- Društveni resursi: kulturno-povijesni, etnosocijalni, manifestacijski

Komunikativni elementi podrazumijevaju sve prometne uvijete za pristup turističkoj destinaciji. Receptivni elementi su oni nastali posebno zbog turista, a njihova funkcija je osiguravanje uvjeta boravka za turiste.

Atraktivni elementi turističke destinacije Split ;

- Prirodni resursi

Split je smješten na Jadranskoj obali u Srednjoj Dalmaciji na Marjanskom poluotoku. Reljefna posebnost grada je okruženost morem s tri strane i okolnim planinama, Mosorom na sjeveroistoku, Kozjakom na sjeverozapadu te brdom Marjan koji je ujedno i jedan od simbola grada. Blizina otoka Brača, Hvara, Šolte i Čiova pridonose reljefnoj atraktivnosti grada. Jadransko more čini splitsku obalu s obližnjim otocima jedinstveni slikoviti krajolik.

Grad Split nalazi se umjerenom temperaturnom pojasu u kojem prevladava mediteranska klima koju karakteriziraju umjerenom toplom, suha i sunčana ljeta te kratke, kišovite i blage zime. Prosječne temperature na razini godine kreću se oko 17 °C, prosječne ljetne temperature kreću se između 25 °C i 35 °C, a zimske prosječne temperature variraju od 5 °C do 15 °C s rijetkim spuštanjem ispod 0 °C. Brojka od 2700 sunčanih sati godišnje omogućava uživanje u zimskim mjesecima i aktivnostima u gradu Splitu za vrijeme trajanja istih. Neke od aktivnosti koje su u

zimskoj ponudi grada su razgledavanje centra grada odnosno Dioklecijanove palače, muzeja i galerija, uživanje na Božićnom sajmu na Rivi i sportske aktivnosti na Marjanu, Parku prirode koji turistima nudi mogućnosti rekreacije što je posebno privlačno velikom broju turista zbog svjetskog trenda zdravog življenja i sportski aktivnog života. Ovi klimatski uvjeti bitno doprinose atraktivnosti Splita kao turističke destinacije jer privlače veliki broj turista kojima odgovara upravo ovaj tip klime. Turistička sezona grada Splita bazira se na ljetnim mjesecima, a s obzirom na ugodne proljetne i jesenske temperature ovaj tip klime pridonosi ranijem početku kao i produljenju turističke sezone. S druge strane umjerene zimske temperature u destinaciju privlače turiste koji žive u hladnijim klimatskim područjima i otvaraju mogućnost za razvoj zimske sezone za skupinu turista kojima odgovara umjerena zima na mediteranskim destinacijama u koje spada i grad Split.

Splitska obala nalazi se u srednjem djelu Jadranskog mora. Razvedenost hrvatske obale (treća zemlja u svijetu po razvedenosti), brojnost i raspored otoka te relativna plitkost mora (prosječna dubina 173 m) omogućava kretanje toplih morskih struja što čini Jadransko more relativno toplim morem - temperatura mu ne pada ispod 11 Celzijevih stupnjeva, a u ljetnim mjesecima se te temperature kreću između 22 °C i 27 °C . Jadransko more uz hrvatsku obalu ističe se izrazitom prozirnošću i intenzivnom bojom što je za turiste (strane i domaće) uvijek privlačna karakteristika jednako kao i čistoća mora.

Na području Klisa, ne tako daleko od Splita izvire rijeka Jadro čije snažno vrelo koristi vodovod Splita te se tako pitkom vodom visoke kvalitete opskrbljuje oko 300 tisuća stanovnika grada Splita kao i turista koji ga posjećuju. Imati pitku čistu vodu u kućanstvima i ugostiteljskim objektima u današnjem svijetu i vremenu svakako jest privilegija. S tim se slažu i turisti koji posjećuju Split, nerijetko šokirani i uvijek ugodno iznenađeni informacijom da mogu konzumirati vodu iz slavina, izvrstan su podsjetnik lokalnom stanovništvu na blagodat koju uživa zahvaljujući rijeci Jadro, ali i u isto vrijeme i napomena o potrebi i važnosti očuvanja Jadra. Zaključno svi prirodni resursi pridonose atraktivnosti Splita kao turističke destinacije, a samim tim mogu pogodovati potencijalnom hostelu, odnosno ciljnom segmentu istoga; u slobodno vrijeme gosti mogu uživati u prirodnim te povijesnim ljepotama grada i otocima čak i van glavne sezone uz ugodne klimatske uvjete. Također zahvaljujući izvoru Jadro kojim se grad Split opskrbljuje čistom pitkom vodom gosti mogu koristiti vodu iz slavine, a to je blagodat koju ne mogu uživati u konkurentskim hostelima u svijetu.

- Društveni resursi

Grad Split bogat je kulturno-povijesnim znamenitostima koje datiraju još iz doba antike. Povijesni kompleks Splita i Dioklecijanova palača pod zaštitom su UNESCO-a čime Split čini značajnom kulturnom turističkom destinacijom na Mediteranu. Prema registru kulturnih dobara RH na području Splita postoji 145 zaštićenih kulturnih dobara, od toga 143 materijalna dobra i 2 nematerijalna dobra. Preventivnih zaštićenih kulturnih dobara je ukupno 15. Na listi kulturnih dobara od nacionalnog značaja kao kulturno-povijesna cjelina izdvojena je srednjovjekovna palača i grad Split. U kulturno-povijesne i umjetničke resurse ubrajaju se muzeji i galerije kojih je ukupno 16, te brojni kulturni i kulturno-povijesni spomenici nastali u gradu kroz povijest pa sve do danas.

Split ima dugogodišnju kulturu, a time i etnosocijalne resurse. U njih se mogu ubrojiti: stari splitski ples, stara splitska nošnja, popularno klapsko pjevanje, tradicijski instrumenti (Farkaš tambura – prateći instrument mandolini prije utjecaja talijanske vlasti), Splitski festival (datira od 1960. godine). TZ Split 2016. godine realizirala je program u kojem plesači i svirači KUD-a "Jedinstvo" za vrijeme ljetnih mjeseci izvode isključivo i samo stare splitske plesove i skladbe za iste u cilju očuvanja i promidžbe istih kao jedne od etnosocijalnih atrakcija grada.

Manifestacijske resurse grada Splita čine festivali, manifestacije i sajmovi. Značajni festivali od kojih je nekoliko svjetskih razmjera su: Mediteran film festival, Ultra Europe festival, Splitsko ljeto, Festival komorne glazbe, Split film festival, Cro patria. Manifestacije u gradu Splitu su: Noć muzeja, Advent u Splitu, Spli'ski krnjeval, Dani kršćanske kulture, Fešta sv. Križa, Sudamija, Spli'ski litni koluri, Svitsko prvenstvo u piciginu, Dani Radunice, Dani Dioklecijana, Ribarska fešta, Blagdan Gospe od Prizidnice i Mrdujska regata, a također nekolicina koncerata nacionalnih i svjetskih izvođača održavaju se svake godine u Splitu. Najznačajniji sajmovi u gradu su; GAST, Croatia Boat Show, SASO te nekolicina manjih sajмова.

Lepeza društvenih resursa turističke destinacije grada Splita daje na atraktivnosti turističke ponude i svakako pridonosi atraktivnosti, a također pridonosi povećanju pretraživanja grada Splita kao turističke destinacije (Dioklecijanova palača, Croatia Boat Show, Split kao filmska lokacija za globalno popularni serijal Game of Thrones...).

- Komunikativni elementi turističke destinacije Split

U ovu skupinu elemenata turističke ponude ubrajaju se ne samo razne vrste prijevoznih sredstava nego i sva prometna infrastruktura koja služi boljem povezivanju destinacije sa potencijalnim tržištima. Upravo o razvijenosti infrastrukture uvelike ovisi i stupanj atraktivnosti pojedinoga područja odnosno zemlje. Dakle, pod prometnom infrastrukturom razmatra se cestovna, pomorska, željeznička i infrastruktura zračnog prometa kao i problematika javnog gradskog prijevoza i prometa u mirovanju. Za ciljni segment korisnika hostela važni oblici prometa su Autocesta Zagreb – Split – Dubrovnik, gradska luka Split, Međunarodna zračna luka Split. Glede lokalne infrastrukture za ciljni segment hostela važna je gradska linija 12 (poduzeće Promet d.o.o.) te taxi službe grada Splita i poduzeće UBER i ostala privatna prijevozna poduzeća.

Udaljenost grada Splita i najbližeg mu priključka na autocestu (priključak Bisko) iznosi 29,39 km odnosno 15 minuta vožnje cestom.

Gradska luka Split nalazi se u centru grada, ona je glavna turistička luka za Dalmatinska odredišta za otoke i duž obale, a održava i svakodnevne trajektne linije s Italijom. Glavna je putnička luka u RH. Najvažnija brodarska tvrtka je Jadrolinija koja tokom cijele godine povezuje Split s otocima i obližnjim gradovima Trogicom i Dubrovnikom.

Međunarodna zračna luka Split nalazi se na predjelu Resnik zapadno od Kaštel Štafilica i udaljena je 25 km od ulaza u grad.

- Receptivni elementi turističke destinacije Split

Receptivne elemente su oni nastali posebno zbog turista, a njihova funkcija je osiguravanje uvjeta boravka za turiste.

U dokumentu Analiza stanja i Strateške smjernice i marketinški plan destinacije Split 2017.-2022. Navodi se da je jedan od osnovnih i ključnih elemenata turističke ponude su smještajni i ugostiteljski kapaciteti u destinaciji. Oni su se u periodu od 2010. do 2016. na području grada Splita povećali 2,68 puta. Time je značajno povećan indeks turističke funkcionalnosti destinacije koji pokazuje broj raspoloživih kreveta na 100 stanovnika. Taj indeks u 2015. Iznosio je 15,2, u 2016. godini 13,11. U samoj povijesnoj jezgri grada u 2014. godini indeks je iznosio 94,35 čime je zabilježen rapidan rast u odnosu na 2012.kad je indeks iznosio 60,85. Grad broji 52 hotela i 40 hostela. TZ SPLIT

Prema podacima TZGS u gradu Splitu posluje oko 136 objekata za prehranu, točnije 87 restorana, 10 pizzeria, 5 enoteka i barova sira te 34 konobe.

Osim objekata koji pružaju usluge pripreme i usluživanja hrane, u gradu djeluje veliki broj barova i kafića, kao i rastući broj objekata za noćni provod kao što su noćni klubovi, barovi, lounge barovi i diskoteke, kojih prema zadnjim podacima TZGS, u gradu ima 20-ak.

2.4. Analiza potražnje

Da bi se analiziralo stanje turističke potražnje u gradu Splitu valja utvrditi; ključne trendove na tržištu s aspekta potražnje, strukturu i kretanje broja posjetitelja (u ovom radu bazirano na posljednjih 10 godina), motive dolaska u destinaciju.

- Ključni trendovi na tržištu s aspekta potražnje

Fokus mlađih generacija je na istraživanju, interakciji i emocionalnom iskustvu. Valja spomenuti trend putovanja u tzv. festival destinacije. Split je jedan od destinacija u kojima se organizira Ultra Europe festival koji je uvelike pridonio promociji Splita kao destinacije za mlade. Trend Split turistička destinacija za mlade - zamjetan je porast mladih turista, popularno nazivanih Backpack "turisti" jer putuju s malo prtljage odnosno samo s onim što im stane u ruksak na leđima. Podaci TOMAS istraživanja ljeta 2017. pokazuju da od ukupnog broja gostiju koji posjećuju Hrvatsku 19% spada na goste dobne skupine mlađih od 30 godina. Također ostali trendovi su trend povećanja broja privatnih soba s vlastitim kupaonicama i smanjenje broja ležajeva u hostelskim sobama, trend povećanja hostelskog smještaja u RH, trend tematskih hostela i trend održivih ugostiteljskih objekata.

- Struktura i kretanje broja posjetitelja

Analiza statistike turističkog prometa pokazuje kontinuirani rast turističke potražnje na razini destinacije te brži rast noćenja od dolaska. Time se prosječna duljina boravka turista u gradu Splitu povećala te je sa 1,88 dana u 2004. narasla na 3,04 u 2016. S druge strane ključno obilježje potražnje je sezonalnost. Analiza podataka za period 2012-2016 pokazuju rast dolaska i noćenja tijekom cijele godine, ali je razvidno kako je on u središnjim, sezonskim mjesecima viši nego u vansezonskim.

Najvažnije inozemno tržište predstavljaju gosti iz Velike Britanije, Italije, Irske, a slijede i gosti iz Njemačke, SAD-a, Francuske, Poljske te Australije. U navedenom periodu u ključnih 10 tržišta ušla je Švedska, a ispala Poljska. Također je bitno spomenuti najbrže rastuća tržišta, sa indeksom dolazaka/noćenja preko 200%, a to su Katar, Tunis, Kuvajt i Indonezija.

- Motivi dolaska u destinaciju

Podaci iz dokumenta Analiza stanja i Strateške smjernice i marketinški plan destinacije Split 2017.-2022. iz istraživanja provedenog 2016.godine (profesionalni anketari anketirali su turiste u središtu grada Splita iz raznih dijelova svijeta te po starosnoj strukturi i razini obrazovanja) daju uvid u motive dolaska turista u destinaciju. Najveći udio ispitanika anketiranih u sezoni izjasnilo se da je njihov motiv dolaska u destinaciju aktivni odmor (20,4%), a slijedi ga motiv kultura i povijest (17,8 %) te priroda odnosno more i krajolik (16,3%),. Ostali motivi dolaska u destinaciju redom su; pasivni odmor(15,1%), gastronomija (9,3%), noćni život (7,2%), rodbina(6,6%), posao (3,6), zdravlje (3,3%).

2.5. Konkurencija

Konkurencija definitivno postoji u ovom segmentu ugostiteljskog poslovanja. Za konkurente definirani su svi objekti za smještaj kategorizirani kao hostel. Na globalnoj razini konkurencija hostelima ovog plana su svi hosteli tematski uređeni s temom rock glazbe, rock kulture ili rock naslijeđa, a oni su redom: Rock hostel Miami (SAD), Rock hostel and Brewery (Buenos Aires), Clare's Rock hostel (Irska), Let's Rok Hostel (Matera, Italija), Rock and Bowl Hostel (Bristol, UK), Rock in Hostel (Ouro Preto, Brazil), Rock a Town hostel (Guatape, Coombia), Rock! and Hostel (Belo Horizonte, Brazil), Vang Vieng Rock Backpackers Hostel (Vang Vieng, Laos) i The Rose Hous Hostel (San Andres Island, Colombia). Istraživanjem konkurencije na globalnoj razini s infrastrukturnog aspekta, aspekta uređenja, cijena usluga te kvalitete usluge na temelju recenzija gostiju i ocjena struke dolazi se do zaključka da determinirani konkurenti nisu izravna prijetnja potencijalnom hostelima za kojeg se planira kvaliteta ponude ugostiteljskih usluga smještaja koju prati niz dodatnih usluga. Nadalje, u začetku ovog poslovnog zahvata u gradu Splitu posluje mnogo hostela sa dužom tradicijom, brendom i već poznatim poslovnim partnerima. Na široj i užoj lokalnoj razini determinirana su dva konkurenta: Rock Hostel Zadar (Zadar, RH) koji, unatoč nižoj kvaliteti uređenja samog objekta održava poprilično visoku ocjenu na raznim web platformama, a tome je tako najviše zbog idealne lokacije u širem centru

grada. Drugi konkurent je hostel 'Goli i Bosi'. Autor rada prepoznaje hostel 'Goli i Bosi' kao glavnog konkurenta koji već dugo godina posluje u ovoj branši te su za svoje poslovanje primili i brojne nagrade od strane raznih svjetskih medija i struke, a mogu se pohvaliti i titulom drugog najboljeg hostela na svijetu. Još jedan hostel rock tematike u Hrvatskoj se ističe, a nalazi se u Puli, Rock Hostel Pula. Njihovo tematsko uređenje je na višoj razini od prethodno navedenog u Zadru te broje mnoge pozitivne recenzije gostiju na osnovu uređenja, iskustva i idealne lokacije u samom centru nadomak kulturnog amfiteatra, no s obzirom na geografski položaj u odnosu na Split, ne treba ga se smatrati direktnom konkurencijom. Također je bitno naglasiti i još neke hostele u Splitu koji su prema booking platformama (Booking.com, AirBnB) ocijenjeni kao najbolji; Gravititas hostel, Ćiri Biri Bela hostel, Hostel Dvor, En Route hostel, Oassis hostel, Old Town Split hostel, Dioklecijan Deluxe. Izuzev njihovih interijera, opreme i razine usluge, dobre ocijene većinom su rezultat lokacije, odnosno nalaze se u samom centru grada. Autor rada svjestan je konkurencije i njene prednosti glede lokacije objekata na tržištu, no ne determinira konkurenciju kao izravnu prijetnju zbog izbora vlastite lokacije za objekt, održivog načina poslovanja i kreirane ponude. Hostel bi se nalazio u kvartu Meje podno brda Marjan; lokacija je jedna od boljih jer obuhvaća jednostavan pristup lijepim okolnim plažama (Obojena, Kašjuni i ostale), u poledini je Park šuma 'Marjan' gdje gosti rado odlaze u šetnje i vožnje biciklom, do centra grada potrebno je 15 min pješke, a postoji i gradski autobus koji redovno vozi do centra i preko cijelog brda Marjan. Lokacija može biti definirana gotovo idealnom zbog neposredne blizine centru grada, a s druge strane nalazi se u predjelu grada poznatom po mirnom ozračju. U planu je zamišljeno da hostel uz razne druge usluge (bar, masaža, doručak) pruža i uslugu korištenja vanjskog bazena. U Splitu postoji samo jedan hostel koji se služi bazenom, a to je hostel Jadran koji dijeli ime i sa plivačkim klubom. S obzirom da se u tom bazenu odvijaju i svakodnevni treninzi, posjećenost bazena od strane gostiju hostela je ograničena.

2.6. Plan razvoja, Lokacija

Vrlo je važno biti svjestan problematike otvaranja novog hostela u destinaciji koja ih već ima poprilično dovoljno (grad Split), stoga je za očekivati manji priljev dolazećih gostiju u prve dvije godine te se na to treba odmah pripremiti. Najviše pažnje pridonosi se oslanjanju na promotivne sadržaje putem raznih elektronskih medija, što lokalnih tako i međunarodnih i globalnih. Druga bitna opcija oglašavanja i plasiranja na tržište su plaćeni oglasi na booking platformama i društvenim mrežama (Facebook, Instagram, YouTube) iz razloga što sve više

mladih uglavnom prati takav trend pretraživanja objekata za odmor gdje drugi ljudi komentiraju i ocjenjuju svoj boravak u nekom objektu te samim time povećaju (ili umanjuju) potražnju za istima. U branši ugostiteljstva, što uključuje i poslovanje hostela vrlo je važno osigurati dobar odnos sa ostalim sudionicima poslovanja u ugostiteljstvu od postojećih hotelijera, restoratera i naravno dobavljača hrane i pića. Tako odluka na dugoročno partnerstvo sa lokalnim dobavljačem osigurava popuste na količinu što uvelike olakšava kontrolu rashoda. Sa svim navedenim očekuje se pozitivan rezultat i rast rezervacija za smještaj u narednih pet godina poslovanja, naravno sa tendencijom pružanja jednake kvalitete boravka svakom gostu te ostavljanja pozitivnih utisaka u cilju boljih recenzija i ocjena.

Lokacija objekta je već navedena u prethodnom poglavlju, ali ovdje će biti opisana kroz nekoliko detaljnijih informacija. Dakle, objekt se gradi u Splitu u poznatom kvartu Meje na lokaciji Šetalište Ivana Meštrovića, 21000 Split. Na toj lokaciji i nalazi se zemljište (400m²). Uprava i sjedište objekta se također nalazi na toj adresi što mnogo olakšava poslovanje objekta. Lokacija objekta se smatra vrlo povoljnom zbog blizine triju velikih atrakcija Splita kao destinacije a to su; naše more i plaže (u blizini plaže Obojena i Kašjuni), Park - šuma 'Marjan' kao omiljeno prirodno boravište lokalnog stanovništva pa tako i turista te najvažnija Dioklecijanova palača i stara jezgra grada, ujedno i simbol Splita. Lokacija je povezana i javnom gradskom infrastrukturom što olakšava prijevoz putnika do željenih okolnih mjesta. Uz sve prednosti ove lokacije, postoji i negativna strana, a to je ugrožavanje javnog reda i mira ukoliko će se odvijati zabave za mlade unutar objekta. Objekt je većinom okružen privatnim kućama što može predstavljati problem za takav oblik poslovanja no teži se ka ostvarivanju privilegirane licence za takve aktivnosti od strane grada, naravno do razumnih noćnih sati u skladu s propisima o javnom redu i miru.

3. MARKETING PLAN

3.1 Proizvod

Temeljna djelatnost ovog hostela je pružanje usluga smještaja. Usluga se bazira na principu noćenja, odnosno gost plaća punu cijenu hostelske sobe za jednu noć uz što se ubrajaju i dodatne usluge koje ulaze u cijenu.

Smještajni kapaciteti uređeni su u skladu prema standardu za kategorizaciju odnosno *Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljskih objekata za smještaj*, a točnije prema *Prilogu III. Uvjeti za vrste prenoćište, učenički ili studentski dom ili akademis, odmaralište za djecu, hostel, lovački dom , planinarski dom.*

Pri ulasku u ostakljeno predvorje hostela pruža se pogled na dvorište predviđen je bazen i vanjski bar s barskim stolicama te ležaljke i mali stolovi uz bazen. Korištenje vanjskog bazena i bara biti će omogućeno i za korisnike koji ne ostvaruju noćenje, uz nadoplatu. U sklopu objekta predviđen je prostor za parking s 5 parkirnih mjesta.

Recepcijski pult izvana je obložen rock pločama i trzalicama, od opreme ima dva laptopa i dva printer/scener/kopirni aparat, dvije stolice, pos uređaj te sitni uredski materijal. Iza recepcije predviđena je prostorija sa sanitarnim čvorom za osoblje.

U planu hostela predviđeno je 12 soba odnosno 1 spavaonica s 6 kreveta, 2 sobe po 3 kreveta, 9 soba po 2 (5 dvokrevetnih standard i 4 dvokrevetne premium). Svaka od soba imat će zasebnu kupaonicu, noćne ormariće, ormar za odjeću, utičnice kraj svakog kreveta i TV. Prostorija za opuštanje podijeljena je u tri dijela; jedan dio opremljen je s masažnim ležajevima, drugi dio je predviđen za saunu kapaciteta za 6 osoba, a treći dio sadrži 3 tuš kabine i ormariće. Predviđena je prostorija za druženje koja će se nalaziti u prizemlju hostela, a od opreme imat će; dvije sofe, dvije fotelje, 4 tableta, policu s knjigama, ovješene gitare i slike s rock motivima, stol za stolni nogomet, pikado aparat. U sklopu objekta predviđen je prostor za doručak i bar opremljen sa 9 stolova – uz svaki 4 stolice, barski dio sastoji se od šanka i 10 barskih stolica. Ovaj prostor biti će tematski uređen na temu rock glazbe pa je stoga planirano postaviti jukebox i gramofon te gramofonske ploče rock glazbenika. U pozadini bara nalazi se mala kuhinja za pripremu doručka (3x2m) i prostor za osoblje s toaletom. Kuhinja sadrži dva hladnjaka, radnu ploču, ormar s kuhinjskim posuđem, ormar za namjernice i ploču sa 6 plamenika.

Naglasak u specifičnosti hostela ovog rada u odnosu na ponudu konkurencije ogleda se u uslugama masaže, saune, bazena s vanjskim barom, prostorijom za druženje, prostora za doručak i unutarnji barom te parkingom. Konkurencija zbog lokacije nema mogućnost pružanja usluge parkinga, a od determiniranih konkurenata nitko nema bazen vlastiti bazen samo za goste (hostel Jadran ima bazen koji nije predviđen samo za goste hostela već i za treninge plivačkih klubova). Glavna posebnost hostela ogleda se i u tematskom uređenju interijera i eksterijera objekta; svaka od soba biti će uređena tako da će predstavljati neke od bendova velikana svjetske rock scene i umjesto brojevnih oznaka sobe će imati nazive po imenima glazbenih velikana. U turističkoj sezoni (ljetni mjeseci) glavni izvor prihoda su ostvarena noćenja u hostelu, a broj noćenja znatno opada u ostatku godine. Iz tog razloga ostatak godine planirano je orijentirati se na lokalno stanovništvo kao goste u djelu objekta za prehranu i piće i to posluživanjem doručka, kava i napitaka u prvom djelu dana te organiziranjem karaoka večeri, rođendanskih proslava, tematskih party, teambuilding party i kvizova u drugom djelu dana.

3.2 Cijena

Prilikom definiranja cijene usluge noćenja u hostelu zbog nedostatka podataka vezanih za troškove, možemo kreirati prvu verziju cijena istovjetne usluge konkurentskog pružatelja – hostel Goli i Bosi. Prilikom definiranja cijene, uzet ćemo u obzir cijene s web stranice konkurenta te cijenama s posredničke on-line agencije Booking.com kako bi imala okvirnu sliku cijena noćenja uključujući posredničku proviziju.

Za primjer prve verzije cijene uzima se dvokrevetna soba. Cijena direktne rezervacije noćenja u dvokrevetnoj standard sobi u hostelu u periodu ljetnih mjeseci iznositi će do 110 €, a u ostatku godine okvirno 78 €. Cijena rezervacije putem posredničkih kanala za noćenje u dvokrevetnoj sobi u hostelu u periodu ljetnih mjeseci iznositi će 147 €, a u ostatku godine okvirno 114 €. Cijene će oscilirati s obzirom na stanje na tržištu odnosno postoji mogućnost smanjenja ili povećanja cijene obzirom na cijene konkurenta i potražnju

U tablici je prikazan plan cijena po periodima za direktne rezervacije:

Tablica 1: cijene smještaja po periodima

Kategorija sobe	15.10 - 31.01.	01.02. - 14.04.	15.04. - 31.05. / 01.09. - 14.10.	01.06. - 30.06.	01.07. - 31.08.
šesterokrevetna soba*	1.118,00	1.358,00	1.880,00	2.190,00	2.690,00
trokrevetna soba**	689,00	824,00	1.099,00	1.300,00	2.478,00
dvokrevetna standard soba***	460,00	515,00	618,00	793,00	925,00
dvokrevetna premium soba****	649,00	695,00	798,00	981,00	1.115,00
* spavaonica sa 6 ležajeva, kupaonica s dvije tuš kabine					
** soba s 3 ležaja, kupaonica s tuš kabinom, pogled na vrt i bazen					
*** soba s 2 odvojena ležaja, kupaonica s tuš kabinom, pogled na more					
**** soba s 1 'King size' ležajem, kupaonica s masažnom kadom i tuš kabinom, premium pogled na more					
napomena - u cijenu uključeni doručak i piće dobrodošlice					

Izvor: prikaz autora

Cijena noćenja uključuje: usluga čišćenja sobe, doručak, Wi-Fi priključak, usluga čuvanja predanih stvari gosta, buđenje gosta, klima uređaj, korištenje prostorije za zabavu, korištenje bazena, PDV. Dodatne usluge koje nisu uključene u cijenu noćenja su; unutarnji i vanjski bar hostela, mini bar u sobama, masaže, parking mjesto, organiziranje izleta preko partnerskih agencija, usluge transfera partnerskih tvrtki za prijevoz putnika, proširen doručak. Cijena ne uključuje boravišnu pristojbu. Ne planira se uvođenje 'room service' usluge jer je karakteristična za hotele i traži dodatnog zaposlenika.

Tablica 2: Cijene glavnog konkurenta

GOLI & BOSI					
SOBE & CIJENE	AKTIVNOSTI		REZERVIRAJ	ENG	HRV
KATEGORIJA SOBE	15.10. - 31.01.	01.02. - 14.04.	15.04. - 31.05. 01.09. - 14.10.	01.06. - 30.06.	01.07. - 31.08.
Dvokrevetna small soba*	316	436	526	630	736
Dvokrevetna small soba za 1 pax*	248	315	413	526	660
Dvokrevetna premium soba*	376	506	676	900	1050
Dvokrevetna premium soba za 1 pax*	300	413	563	840	975
Trokrevetna premium soba*	489	624	879	1050	1200
Četverokrevetna premium soba*	612	732	1080	1200	1352
Noćenje u višekrevetnoj sobi**	120	150	195	210	240

Izvor: Goli&Bosi: <http://www.golibosi.com/en/rooms-and-rates/>

² <http://www.golibosi.com/en/rooms-and-rates/>

3.3 Plan promocije i distribucije

Kod poslovanja u turizmu glede otvaranja ugostiteljskog objekta kao što je hostel, ozbiljno se mora pristupiti važnosti promocije, a posebice činjenica da se ulazi na tržište s uigranom konkurencijom. Zbog toga je, za početak vrlo dobro iskoristiti aktualni trend i sklopiti partnerstvo s domaćim poduzećem za digitalni marketing Bratzi Media.³

Kao još neki od kanala za oglašavanje i promociju moguće se poslužiti reklamnim materijalima putem tiskanih medija, osobnih letaka, preko komercijalnih internatskih stranica, društvenih mreža te preporuke partnera. Plan unaprjeđenja publiciteta i prodaje putem nagradnih igara preko društvenih mreža može se izvesti na način da gosti objavljuju osobne slike iz hostela sa odgovarajućom oznakom te će slike sa najviše prikupljenih oznaka 'sviđa mi se' ili podijeljenih objava osvojiti nagradu. Usluge noćenja gostima će se nuditi putem portala i platformi namijenjene rezervaciji smještaja putem web-a (Booking.com, AirBnB, Expedia.com). Također iste moraju biti dostupne i na osobnoj web stranici hostela. Hostel želi biti u koraku s trendom stoga se odlučuje i na prodaju putem Instagrama, inače društvene mreže, a u zadnje vrijeme s novim alatom za kupnju i prodaju za poslovne profile na mreži.

³ Bratzi Media je agencija za digitalni marketing osnovana za pružanje mrežnih marketinških rješenja za tvrtke iz turističke industrije.

3.4. Procjena rizika poslovanja

Osim voditelja i/ili vlasnika hostela, dio poslovanja biti će raspodijeljen na ostatak zaposlenika hostela; tri recepcionara, tri sobarice, pet konobara/barmena, kuhar i pomoćni kuhar, jedan domar, dva zaštitara, jedan maser.

Mogući rizici poslovanja su; promjena strukture turista i motiva putovanja, mogućnost kopiranja poslovanja, jačanje konkurencije.

Tablica 3: SWOT analiza

<p>SNAGE (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> - novi, tematski uređen objekt - geografska pozicija - kvalitetna usluga - dobar odnos s partnerima - mlado i educirano osoblje - dobro razrađena strategija poslovanja - spremnost preuzimanja poduzetničkog rizika - održivo poslovanje - dodatne usluge koje konkurenti nemaju i nemaju mogućnost implementacije nekih (kao npr. bazen) - sobe s vlastitim kupaonicama - najveći broj soba s dva ležaja - entuzijazam osnivača i volja za radom 	<p>SLABOSTI (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> - prvi poduzetnički poduhvat osnivača (neiskustvo) - visoki troškovi u početku poslovanja - nedovoljna sredstva za ulaganje u marketinške aktivnosti u inozemstvu
<p>PRILIKE (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> - nedostatak hostela u turističkoj destinaciji - potražnja za hostelima u turističkoj destinaciji - trend tematskih hostela - trend održivog poslovanja - trend dolaska ciljne skupine (gosti do 30 god.) u turističku destinaciju (grad Split) - trend kupaonica u sklopu hostelskih soba - natječaji i financiranja pojedinih institucija - poticaji i olakšice za gradnju bazena - poticaji i olakšice za postavljanje solarnih panela - poticaji i olakšice za mlade poduzetnike 	<p>PRIJETNJE (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> - promjena strukture turista i motiva putovanja uzrokovani političkim i ekonomskim nestabilnostima - mogućnost kopiranja poslovanja - jačanje konkurencije - naglašena sezonalnost - mijenjanje preferencija turista - dugotrajna birokracija

Izvor: prikaz autora

4. TEHNIČKO TEHNOLOŠKA ANALIZA POSLOVANJA

4.1. Opis strukture ulaganja (tehnička, tehnološka) u osnovna i obrtna sredstva

U ovom poglavlju detaljno će biti opisana ulaganja u sredstva potrebna za otvaranje hostela u širem smislu riječi. Stoga autor rada proučava problematiku tih ulaganja te za primjer uzima pretpostavke koje se javljaju ulagačima pri ulaganju u projekte ovakvog tipa uzimajući u obzir realne cijene troškova radova, opreme objekta i materijala za rad. Neke od varijabli koje su uzete u obzir pri cjelokupnoj kalkulaciji možda neće susresti neke investitore koji se odluče na sličan projekt, ali zbog temeljitijeg izračuna ulaganja i rezultata poslovanja biti će navedene u ostatku rada.

Imovina hostela može se promatrati kroz osnovna i obrtna sredstva. U strukturi ulaganja u osnovna i obrtna sredstva vidljiv je udio od 63,71% osnovnih sredstava u ukupnoj imovini. Obrtna sredstva čine 36,29% ukupne imovine.

Pojašnjenje ulaganja u osnovna sredstva: otkup građevinskog zemljišta na Mejama od na kojem je planirana gradnja hostela iznosi ukupno 1.200.000,00 kn (uključen trošak odvjetnika koji sastavlja kupoprodajni ugovor). U dogovoru s građevinskim poduzećem dolazi se do ukupnog iznosa od 1.500.000,00 kn (400,00 € po kvadratu uključene pločice, kade, tuš kabine, umivaonici, laminat, parket, odnosno princip "ključ u ruke"). Opremanje hostela i fino vanjsko uređenje iznosi 122.580,00 kn. Ostali inventar i oprema, u što spadaju namještaj, oprema za recepciju, bar, održavanje i čišćenje, bazenska oprema, urede i slično iznosi 250.000,00 kn.

U obrtna sredstva ubrojene su; plaće radnika, trošak eksternog računovodstva, trošak digitalnog marketinga, birokratski troškovi, sitni uredski inventar, sirovine za kuhinju i barove, novac na žiro računu te novac u blagajni. Slikovitije je prikazano u tablicama ispod.

Recepcionar mora imati završenu srednju stručnu spremu, vješto baratati engleskim jezikom, a poželjno je i poznavanje nekog drugog stranog jezika, iskustvo nije nužno ali je poželjno jer se većina posla uči konkretno na radnom mjestu, mora pravilno pratiti popunjenost kapaciteta hostela i proračun blagajne za vrijeme svoje smjene, mora biti komunikativna osoba te detaljno upoznati goste sa sadržajem hostela, a također je odgovoran i za sve predate stvari gostiju za vrijeme svoje smjene.

Sobarica mora imati srednju stručnu spremu, glavna odgovornost je kvalitetno čišćenje i održavanje soba hostela pa tako i urednost ostalih prostorija (hodnici, soba za druženje, atrij hostela), znanje engleskog jezika je poželjno kao i iskustvo.

Konobari i barmeni moraju imati srednju stručnu spremu, jako je bitno iskustvo i poznavanje engleskog jezika, odgovorni su za inventar šanka i proračun blagajne, moraju imati izvršen sanitarnu pregled. Kuhar mora imati završenu srednju stručnu spremu sa minimalno 3 godine iskustva na radnom mjestu, dobro poznavanje pripreme hladnih i toplih jela, pridržavanje kriterija HACCAP sustava te odrađen sanitarni pregled. Pomoćni kuhar mora imati samo 3 godine završene srednje stručne spreme te također sanitarni pregled. Domar mora imati položen majstorski ispit za održavanje i opravke raznih stvari te je poželjno iskustvo u radu.

Zaštitar mora imati položen tečaj za zaštitara (trošak tečaja nije na račun poduzeća), poželjno je iskustvo i poznavanje engleskog jezika. Maser mora imati minimalno srednju stručnu spremu, a poželjna je i viša te iskustvo na tom radnom mjestu, izvršen sanitarni pregled te je poželjno poznavanje engleskog jezika.

4.3. Struktura, broj i dinamika novozaposlenih

Troškovi zaposlenih prikazani su po jednom radnom mjestu i ukupno za sve radnike po radnom mjestu. Pri izračunu prosječnih troškova zaposlenih korišten je kalkulator⁴ za izračun bruto i neto plaća. U nastavku slijedi prikaz troškova zaposlenika.

⁴ <https://www.isplate.info/kalkulator-place-2020.aspx>

Tablica 7: trošak plaće voditelja

Izračun plaće za 2020. godinu		
Ukupan trošak:		13.177,05
Doprinosi NA ukupno:		1.866,28
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	11.310,77	16.5% 1.866,28
Bruto:		11.310,77
Doprinosi IZ ukupno:		2.262,15
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	11.310,77	15% 1.696,62
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	11.310,77	5% 565,54
Dohodak:		9.048,62
Osobni odbitak:		4.000,00
Porez i prirez ukupno:		1.393,42
Ukupno porez:	5.048,62	1.211,67
Porez (24%):	5.048,62	24% 1.211,67
Porez (36%):	0,00	36% 0,00
Prirez (15%):	1.211,67	15% 181,75
Neto:		7.655,20

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

Tablica 8: trošak plaće recepcionera

Izračun plaće za 2020. godinu		
Ukupan trošak:		9.154,26
Doprinosi NA ukupno:		1.296,53
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	7.857,73	16.5% 1.296,53
Bruto:		7.857,73
Doprinosi IZ ukupno:		1.571,55
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	7.857,73	15% 1.178,66
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	7.857,73	5% 392,89
Dohodak:		6.286,18
Osobni odbitak:		4.000,00
Porez i prirez ukupno:		630,99
Ukupno porez:	2.286,18	548,68
Porez (24%):	2.286,18	24% 548,68
Porez (36%):	0,00	36% 0,00
Prirez (15%):	548,68	15% 82,30
Neto:		5.655,20

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

Tablica 9: trošak plaće recepcioner student **Tablica 10: trošak plaće sobarice**

Izračun plaće za 2020. godinu		
Ukupan trošak:		6.941,72
Doprinosi NA ukupno:		983,16
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	5.958,56	16.5% 983,16
Bruto:		5.958,56
Doprinosi IZ ukupno:		1.191,71
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	5.958,56	15% 893,78
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	5.958,56	5% 297,93
Dohodak:		4.766,85
Osobni odbitak:		4.000,00
Porez i prirez ukupno:		211,65
Ukupno porez:	766,85	184,04
Porez (24%):	766,85	24% 184,04
Porez (36%):	0,00	36% 0,00
Prirez (15%):	184,04	15% 27,61
Neto:		4.555,20

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

Izračun plaće za 2020. godinu		
Ukupan trošak:		7.706,06
Doprinosi NA ukupno:		1.091,42
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	6.614,64	16.5% 1.091,42
Bruto:		6.614,64
Doprinosi IZ ukupno:		1.322,93
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	6.614,64	15% 992,20
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	6.614,64	5% 330,73
Dohodak:		5.291,71
Osobni odbitak:		4.000,00
Porez i prirez ukupno:		310,01
Ukupno porez:	1.291,71	310,01
Porez (24%):	1.291,71	24% 310,01
Porez (36%):	0,00	36% 0,00
Prirez (0%):	310,01	0% 0,00
Neto:		4.981,70

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

Tablica 11: trošak plaće konobara

Izračun plaće za 2020. godinu

Ukupan trošak:		7.947,42
Doprinosi NA ukupno:		1.125,60
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	6.821,82	16.5%
		1.125,60
Bruto:		6.821,82
Doprinosi IZ ukupno:		1.364,36
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	6.821,82	15%
		1.023,27
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	6.821,82	5%
		341,09
Dohodak:		5.457,46
Osobni odbitak:		4.000,00
Porez i prirez ukupno:		349,79
Ukupno porez:	1.457,46	349,79
Porez (24%):	1.457,46	24%
		349,79
Porez (36%):	0,00	36%
		0,00
Prirez (0%):	349,79	0%
		0,00
Neto:		5.107,67

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

Tablica 12: trošak plaće kuhara

Izračun plaće za 2020. godinu

Ukupan trošak:		7.947,42
Doprinosi NA ukupno:		1.125,60
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	6.821,82	16.5%
		1.125,60
Bruto:		6.821,82
Doprinosi IZ ukupno:		1.364,36
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	6.821,82	15%
		1.023,27
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	6.821,82	5%
		341,09
Dohodak:		5.457,46
Osobni odbitak:		4.000,00
Porez i prirez ukupno:		349,79
Ukupno porez:	1.457,46	349,79
Porez (24%):	1.457,46	24%
		349,79
Porez (36%):	0,00	36%
		0,00
Prirez (0%):	349,79	0%
		0,00
Neto:		5.107,67

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

Tablica 13: trošak plaće pomoćni kuhar

Izračun plaće za 2020. godinu

Ukupan trošak:		5.096,88
Doprinosi NA ukupno:		721,88
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	4.375,00	16.5%
		721,88
Bruto:		4.375,00
Doprinosi IZ ukupno:		875,00
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	4.375,00	15%
		656,25
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	4.375,00	5%
		218,75
Dohodak:		3.500,00
Osobni odbitak:		4.000,00
Porez i prirez ukupno:		0,00
Ukupno porez:	0,00	0,00
Porez (24%):	0,00	24%
		0,00
Porez (36%):	0,00	36%
		0,00
Prirez (0%):	0,00	0%
		0,00
Neto:		3.500,00

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

Tablica 14: trošak plaće maser

Izračun plaće za 2020. godinu

Ukupan trošak:		7.947,42
Doprinosi NA ukupno:		1.125,60
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	6.821,82	16.5%
		1.125,60
Bruto:		6.821,82
Doprinosi IZ ukupno:		1.364,36
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	6.821,82	15%
		1.023,27
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	6.821,82	5%
		341,09
Dohodak:		5.457,46
Osobni odbitak:		4.000,00
Porez i prirez ukupno:		349,79
Ukupno porez:	1.457,46	349,79
Porez (24%):	1.457,46	24%
		349,79
Porez (36%):	0,00	36%
		0,00
Prirez (0%):	349,79	0%
		0,00
Neto:		5.107,67

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

Tablica 15: trošak plaće domar

Izračun plaće za 2020. godinu

Ukupan trošak:	6.137,16
Doprinosi NA ukupno:	869,21
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	5.267,95 16.5% 869,21
Bruto:	5.267,95
Doprinosi IZ ukupno:	1.053,59
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	5.267,95 15% 790,19
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	5.267,95 5% 263,40
Dohodak:	4.214,36
Osobni odbitak:	4.000,00
Porez i priraz ukupno:	51,45
Ukupno porez:	214,36 51,45
Porez (24%):	214,36 24% 51,45
Porez (36%):	0,00 36% 0,00
Priraz (0%):	51,45 0% 0,00
Neto:	4.162,91

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

Tablica 16: trošak plaće zaštitar

Izračun plaće za 2020. godinu

Ukupan trošak:	6.137,16
Doprinosi NA ukupno:	869,21
Zdravstveno osiguranje (16.5%):	5.267,95 16.5% 869,21
Bruto:	5.267,95
Doprinosi IZ ukupno:	1.053,59
Doprinos za mirovinsko 1. stup (15%):	5.267,95 15% 790,19
Doprinos za mirovinsko 2. stup (5%):	5.267,95 5% 263,40
Dohodak:	4.214,36
Osobni odbitak:	4.000,00
Porez i priraz ukupno:	51,45
Ukupno porez:	214,36 51,45
Porez (24%):	214,36 24% 51,45
Porez (36%):	0,00 36% 0,00
Priraz (0%):	51,45 0% 0,00
Neto:	4.162,91

Izvor: isplate.info – kalkulator plaće 2020.

U priloženim Excel tablicama prikazani je broj planiranih zaposlenika u narednim godinama poslovanja te je izračunati njihov trošak. Za izračune korištene su tablice Erste poduzetničkog startera Erste banke. U 5.koraku prikazana su radna mjesta s brojem zaposlenih po radnim mjestima po godinama, a grupirana na bazi istih neto plaća.⁵

Tablica 17: broj zaposlenih po godinama

5. korak - Broj zaposlenih					
Naziv radnog mjesta	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
Voditelj hostela	2	2	2	2	2
Repcioner	2	2	2	2	2
Repcioner student	1	1	1	1	1
Sobarica	2	2	2	2	2
Konobar/barmen, kuhar, maser	7	7	7	7	7
Pomoćni kuhar	1	1	1	1	1
Domar, zaštitar	3	3	3	3	3
Ukupno	18	18	18	18	18

Izvor: Erste banka – korak po korak

U 6. koraku prikazana je angažiranost zaposlenih po mjesecima u godini. Voditelji hostela (osnivači, suvlasnici) rade svih 12 mjeseci u godini. Zbog generalnog godišnjeg odmora u mjesecu siječnju (razlog: renoviranje posjednih dijelova hostela, inventura...) repcioneri, sobarice, kuhar, pomoćni kuhar, konobari/barmeni i maser rade 11 mjeseci u godini. Domar i

⁵ Napomena: radna mjesta u 5.koraku grupirana su na bazi istih plaća. Razlog: nemogućnost dodavanja dodatnih ćelija odnosno ograničena mogućnost uređivanja Excel dokumenta preuzetog s <https://www.erstebank.hr>.

dva zaštitara rade 10 mjeseci u godini (siječanj-generalni godišnji, veljača – ne rade zbog minimalnog obujma posla). Recepcioner student radi 6 mjeseci u godini odnosno u periodu najvećeg obujma u hostelu. Ovisno o obujmu posla na recepciji raditi će po dogovoru odnosno nekada pune smijene (kada na recepciji ima puno posla i zamjena stalnim recepcionerima za slobodne dane), a nekada na pola smjene (za vrijeme ispitnih rokova).

Tablica 18: angažman zaposlenika

6. korak - Angažiranje zaposlenih (broj mjeseci u godini)					
Naziv radnog mjesta	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
Voditelj hostela	12	12	12	12	12
Recepcioner	11	11	11	11	11
Recepcioner student	6	6	6	6	6
Sobarica	11	11	11	11	11
Konobar/barmen, kuhar, maser	11	11	11	11	11
Pomoćni kuhar	11	11	11	11	11
Domar, zaštitar	10	10	10	10	10
Ukupno planirani mjeseci rada zaposlenih	192	192	192	192	192

Izvor: Erste banka – korak po korak

U 7 koraku vidljiv je prosječni mjesečni trošak bruto II plaće je sveukupni trošak plaće (uključena sva davanja prema državi).

Tablica 19: prosječni mjesečni trošak bruto plaće

7. korak - Prosječni mjesečni trošak bruto II plaće					
Naziv radnog mjesta	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
Voditelj hostela	11.311	11.311	11.311	11.311	11.311
Recepcioner	7.858	7.858	7.858	7.858	7.858
Recepcioner student	5.959	5.959	5.959	5.959	5.959
Sobarica	6.615	6.615	6.615	6.615	6.615
Konobar/barmen, kuhar, maser	6.822	6.822	6.822	6.822	6.822
Pomoćni kuhar	4.375	4.375	4.375	4.375	4.375
Domar, zaštitar	5.268	5.268	5.268	5.268	5.268
Prosječni mjesečni trošak bruto II plaće	7.068	7.068	7.068	7.068	7.068

Izvor: Erste banka – korak po korak

Korak 8 prikazuje ukupne troškove za svako radno mjesto za prvih pet godina poslovanja i ukupno za sva radna mjesta po godini za prvih pet godina poslovanja hostela.

Tablica 20: troškovi zaposlenih

8. korak - Troškovi zaposlenih					
Naziv radnog mjesta	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
Voditelj hostela	271.458	271.458	271.464	271.464	271.464
Recepcioner	172.870	172.870	172.870	172.870	172.870
Recepcioner student	35.751	35.751	35.751	35.751	35.751
Sobarica	145.522	145.522	145.522	145.522	145.522
Konobar/barmen, kuhar, maser	525.280	525.280	525.280	525.280	525.280
Pomoćni kuhar	48.125	48.125	48.125	48.125	48.125
Domar, zaštitar	158.039	158.039	158.039	158.039	158.039
Ukupno	1.357.046	1.357.046	1.357.051	1.357.051	1.357.051

Izvor: Erste banka – korak po korak

5. FINANCIJSKI ELEMENTI POSLOVNOG PODUHVATA

5.1. Formiranje ukupnog prihoda

U trećem koraku dolazi do realizacije ukupnih prihoda na temelju prethodno donesenih planova i pokazujući očekivani iznos i strukturu poslovnog prihoda organizacije za promatrani period. Poslovni prihodi nastaju u redovnom poslovanju poduzeća, što znači da se ostvaruju prodajom proizvoda i usluga na tržištu. Poslovne aktivnosti jesu glavne aktivnosti poduzeća koje stvaraju prihod. U prvoj godini poslovanja je vidljivo da se najviše prihoda ostvaruje u razdoblju od svibnja do listopada.

Tablica 21: formiranje prihoda u prvoj godini poslovanja

Naziv proizvoda, usluge, robe	Prva godina												Ukupno
	Siječanj	Veljača	Ožujak	Travanj	Svibanj	Lipanj	Srpanj	Kolovoz	Rujan	Listopad	Studeni	Prosinac	
Noćenje-trokrevetna soba	0	0	11.536	29.664	52.752	67.600	153.636	138.768	30.772	0	0	0	484.728
Noćenje-dvokrevetna standard soba	0	0	13.390	30.900	49.440	99.125	143.375	120.250	60.564	39.552	8.280	8.280	573.156
Noćenje-dvokrevetna premium soba	0	0	16.680	51.430	67.830	86.328	138.260	124.880	65.436	19.152	11.682	11.682	593.360
Usluga pool party	0	0	0	0	2.280	2.280	2.280	2.280	2.280	0	0	0	11.400
Usluga transfera	0	0	3.000	6.300	10.200	20.700	21.600	20.400	19.500	10.200	0	0	111.900
Usluga masaže	0	810	1.080	2.970	3.960	4.620	7.000	5.600	4.620	3.960	720	1.620	36.960
Usluga saune	0	195	390	720	1.440	2.280	3.900	3.120	1.560	1.560	260	390	15.815
Usluga sauna+piling+masaža	0	720	960	1.800	4.200	7.000	9.360	7.280	6.000	7.000	1.800	2.400	48.520
Usluga parking (24 h)	0	0	1.200	1.500	1.440	1.760	2.400	2.080	1.600	900	0	0	12.880
Usl.org.zabava/per person (do 40 osoba)	0	2.160	2.160	2.160	540	0	0	0	0	2.160	2.160	2.160	13.500
Teambuilding paket/per person(do 40 o	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.240	4.320	2.160	9.720
Usluga posluživanja pića i napitaka*	0	94.560	94.560	94.560	202.320	248.160	322.080	321.600	251.900	86.160	86.160	61.920	1.863.980
Ukupno:	0	98.445	149.030	246.448	437.762	601.173	887.281	821.578	470.552	173.884	115.382	90.612	4.092.147

Izvor: Erste banka – korak po korak

Nadalje u koraku 4. prikazana je projekcija rasta poslovnog prihoda; očekuje rast u drugoj godini poslovanja za 1%, u trećoj i četvrtoj za 2% i u petoj godini za 3% više nego u prvoj godini. Planirani poslovni prihodi čine prihodi od prodaje proizvoda i pružanje usluga. Hostel ostvaruje poslovni prihod iz više izvora: prodajom usluge noćenja, uslugama posluživanja hrane i pića, wellness uslugama, zabavnim večernjim programima te organizacijom rođendanskih zabava, teambuildinga i ostalih privatnih zabava. Dodatni izvor poslovnih prihoda ostvaruje se iz posredničkih usluga obrta za prijevoz putnika i pružanjem usluga pića i napitaka van turističke sezone poslovanja ugostiteljskog objekta za smještaj. Hostel očekuje rast prihoda u 3. i 4. godini za 2% temeljem rasta potražnje. Razlozi očekivanog rasta potražnje leže u posebnom pristupu pružanja usluga s naglaskom na kvalitetu usluge, educirano i ljubazno osoblje i pružanju ne samo usluga noćenja, prehrane i pića već pružanju turističkog doživljaja klijentima objekta, a time i prednost u odnosu na konkurenciju. Također rast potražnje očekuje se na temelju uspješne provedbe u promocije i ostalih marketing aktivnosti. Očekuje se da će u narednim godinama poslovanja kvalitetu usluge hostela prepoznati više potencijalnih gostiju za turističku destinaciju Splita te da će recenzije na booking platformama i društvenim mrežama doprinijeti pozitivnoj reputaciji samog hostela kod stranih gostiju, a restoranski dio kod domaćih gostiju. U 5. godini poslovanja hostel planira povećati cijene proizvoda i usluga koje nudi na tržištu na osnovu rasta potraživane količine proizvoda i usluga koje nudi u slučaju da dođe do porasta potražnje.

Tablica 22: projekcija prihoda po godinama

4. korak - Projekcija prihoda po godinama*					
	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
Stopa rasta prihoda u odnosu na prethodnu godinu	-	1%	2%	2%	3%
Iznos povećanja prihoda u odnosu na prethodnu godinu	-	40.921	82.661	84.315	129.001
Ukupni prihod	4.092.147	4.133.068	4.215.730	4.300.044	4.429.046

Izvor: Erste banka – korak po korak

5.2. Izvori financiranja i obveze

Dva su izvora financiranja: vlastita sredstva i kredit u banci. Iznos vlastitih sredstava iz kojih se financira poduzeće je 180.000,00 kn. Vlastita sredstva raspodijeliti će se za pokrivanje troškova temeljnog kapitala, nabavu sirovina i materijala, uredske opreme, trošak eksternog

računovodstva. Potreban iznos kreditnih sredstava iznosi 4.673.806,00 kn. Navedeni iznos planirano je raspodijeliti na trošak izgradnje i opremanja hostela, plaće radnika, trošak digitalnog marketinga i ostalih sitnih troškova prikazanih u strukturi ulaganja u stalna i obrtna sredstva (korak 12.) .

Tablica 23: udio izvora financiranja i obveza

12. korak - Izvori financiranja		
Izvor	Iznos	Udio (%)
Vlastita sredstva	180.000	3,71
Sredstva ostalih ulagača	0	0,00
Imovina	0	0,00
Bespovratna sredstva	0	0,00
Kredit	4.673.806	96,29
Ukupno	4.853.806	100,00

Izvor: Erste banka – korak po korak

Za kreditora je odabrana HBOR⁶ zbog uvjeti koji odgovaraju hostelu, a uvjeti obuhvaćaju: iznos kredita, rok korištenja i otplata, rok otplate (2 do 6 godina), poticajna kamatna stopa od 5% godišnje, naknada za obradu zahtjeva (0,5% jednokratno na iznos odobrenog kredita), oblici osiguravanja otplate, poslovna banka poduzeća uključena je suradnju po programu kreditiranja odabranog programa. Smatra se da je odobrenje kredita utemeljeno na sposobnosti hostela da otplaćuje isti što je predstavljeno projekcijama prihoda, naravno uz pridržavanje uvjeta o planu otplate kredita i izvještavanju banke o poslovnim aktivnostima sukladno dogovoru između banke i hostela. U ovom dijelu razgraničena su vlastita sredstva koja poduzetnik unosi u investiciju, od kreditnih sredstava koja je zatražio putem odabrane poslovne banke i Programa kreditiranja. Navedeni su uvjeti kreditiranja (kamatna stopa, rok otplate, traženi iznos, anuitete). Navodi se za pokriće čijih troškova je potreban kredit (oprema soba, recepcije, kuhinje i bara, oprema uredska, plaća i ostalo).

⁶ <https://www.hbor.hr/obrotna-sredstva/>

Tablica 24: podaci o upotrebi kreditnih sredstava

14. korak - Podaci o upotrebi kreditnih sredstava		
Opis	Iznos	Udio(%)
Otkup zemljišta	1.200.000,00	25,68
Gradnja i opremanje objekta	1.500.000,00	32,09
Uređenje objekta-fino unutarnje		0,00
Uređenje objekta-fino vanjsko	122.580,00	2,62
Plaće radnika	1.357.046,00	29,04
Trošak digitalnog marketinga	40.000,00	0,86
Trošak eksternog računovodstva	10.000,00	0,21
Sitni urdski inventar	2.180,00	0,05
Sirovine za kuhinju i barove	170.000,00	3,64
ostali inventar i oprema	250.000,00	5,35
Birokratski troškovi	22.000,00	0,47
		0,00
		0,00
		0,00
		0,00
		0,00
		0,00
		0,00
		0,00
Ukupno	4.673.806,00	100,00

Izvor: Erste banka – korak po korak

Tablica 25: kredit

15. korak - Kredit		0
Odobreni iznos kredita EUR		631.595
TEČAJ		7,400000
Odobreni iznos kredita HRK		4.673.806
Godišnja kamata %		5,00
Broj rata (rok otplate u mjesecima)		60
Mjesečna glavnica		77.897

Izvor: Erste banka – korak po korak

Tablica 26: rekapitulacija otplate

17. korak - Rekapitulacija otplate kredita po godinama			
Godina	Glavnica	Kamate	Rate
Godina 1	934.761	215.114	1.149.875
Godina 2	934.761	167.727	1.102.488
Godina 3	934.761	120.718	1.055.480
Godina 4	934.761	72.952	1.007.714
Godina 5	934.761	25.565	960.326
Ukupno	4.673.806	602.077	5.275.883

Izvor: Erste banka – korak po korak

5.3. Troškovi poslovanja i proračun amortizacije

Troškovi vezani za troškove sirovina i materijala razvrstani su po mjesecima u koraku 18. Troškovi energenata, materijala za čišćenje i uredskog materijala uračunati su u tablici kao materijalni troškovi dok su ostali troškovi vezani za usluge eksternih faktora (računovodstvene i pravne usluge, usluge promidžbe, usluge telefonije, komunalne usluge, trošak liječničkih pregleda radnika).

Tablica 27: projekcija troškova poslovanja u prvoj godini

18. korak - Projekcija troškova poslovanja bez troškova zaposlenih i troškova amortizacije za prvu godinu													
Vrsta troška	Siječanj	Veljača	Ožujak	Travanj	Svibanj	Lipanj	Srpanj	Kolovoz	Rujan	Listopad	Studeni	Prosinac	Ukupno
A) Materijalni troškovi	25.700	27.000	27.200	28.800	38.400	47.000	54.200	51.700	38.200	29.600	28.300	29.500	425.600
Troškovi sirovina i materijala	25.500	25.500	25.500	25.500	25.500	25.500	25.500	25.500	25.500	25.500	25.500	25.500	306.000
Troškovi energenata (struja, grijanje)	200	1.000	1.000	2.300	11.000	18.000	24.000	22.000	10.000	2.800	2.000	3.200	97.500
Troškovi rezervnih dijelova													0
Troškovi ambalaže za pakiranje													0
Materijal za čišćenje	0	300	300	500	1.000	2.200	2.900	2.700	1.900	900	500	500	13.700
Uredski materijal	0	200	400	500	900	1.300	1.800	1.500	800	400	300	300	8.400
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B) Usluge	6.167	16.867	25.167	25.167	25.167	31.167	35.367	31.167	31.167	25.167	21.167	21.167	294.904
Proizvodne usluge (kooperacija)													0
Usluge održavanja													0
Intelektualne (računovodstvene, pravne)	2.834	2.834	2.834	2.834	2.834	2.834	2.834	2.834	2.834	2.834	2.834	2.834	34.008
Zakupnine najamnine													0
Usluge reklame, promidžbe i sajmova	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	39.996
Prijevozne usluge													0
Usluge telefonije	0	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	27.500
Usluge istraživanja tržišta													0
Komunalne usluge (odvoz smeća, voda)	0	4.000	16.500	16.500	16.500	22.500	22.500	22.500	22.500	16.500	12.500	12.500	185.000
Troškovi liječničkih pregleda radnika	0	4.200	0	0	0	0	4.200	0	0	0	0	0	8.400
Naziv troška													0
Naziv troška													0
Naziv troška													0
Naziv troška													0
C) Ostali rashodi													0
Ukupno (A+B+C)	31.867	43.867	52.367	53.967	63.567	78.167	89.567	82.867	69.367	54.767	49.467	50.667	720.504

Izvor: Erste banka – korak po korak

Tablica 28: projekcija troškova poslovanja po godinama

19. korak - Projekcija troškova poslovanja bez troškova zaposlenih i troškova amortizacije po godinama					
Vrsta troška	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
A) Materijalni troškovi	426.600	429.635	437.788	446.099	458.819
Troškovi sirovina i materijala	306.000	309.060	315.241	321.546	331.192
Troškovi energenata (struja, grijanje)	97.500	98.475	100.445	102.453	105.527
Troškovi rezervnih dijelova	0	0	0	0	0
Troškovi ambalaže za pakiranje	0	0	0	0	0
Materijal za čišćenje	13.700	13.700	13.700	13.700	13.700
Uredski materijal	8.400	8.400	8.400	8.400	8.400
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
B) Usluge	294.904	294.904	294.904	294.904	294.904
Proizvodne usluge (kooperacija)	0	0	0	0	0
Usluge održavanja	0	0	0	0	0
Intelektualne (računovodstvene, pravne.)	34.008	34.008	34.008	34.008	34.008
Zakupnine najamnine	0	0	0	0	0
Usluge reklame, promidžbe i sajмова	39.996	39.996	39.996	39.996	39.996
Prijevozne usluge	0	0	0	0	0
Usluge telefonije	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500
Usluge istraživanja tržišta	0	0	0	0	0
Komunalne usluge (odvoz smeća, voda.)	185.000	185.000	185.000	185.000	185.000
Troškovi liječničkih pregleda radnika	8.400	8.400	8.400	8.400	8.400
Naziv troška	0	0	0	0	0
Naziv troška	0	0	0	0	0
Naziv troška	0	0	0	0	0
Naziv troška	0	0	0	0	0
C) Ostali rashodi	0	0	0	0	0
Ukupno (A+B+C)	720.604	724.639	732.690	741.003	763.723

Izvor: Erste banka – korak po korak

Tablica 29: projekcija ukupnih rashoda

20. korak - Projekcija ukupnih rashoda					
Rashodi	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
Materijalni troškovi	426.600	429.635	437.788	446.099	458.819
Vanjske usluge	294.904	294.904	294.904	294.904	294.904
Amortizacija	0	0	0	0	0
Troškovi zaposlenih	1.357.048	1.357.048	1.357.051	1.357.051	1.357.051
Ostali rashodi	0	0	0	0	0
Financijski rashodi (kamate)	215.114	167.727	120.718	72.952	25.565
Ukupno	2.292.664	2.249.312	2.210.459	2.171.007	2.136.340

Izvor: Erste banka – korak po korak

Tablica 30: Obračun amortizacije

10. korak - Obračun amortizacije										
Naziv osnovnog sredstva	Nabavna ili sadašnja vrijednost	Vijek trajanja*	Godišnji iznos amortizacije	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5	Otpis	Ostatak vrijednosti
Otkup zemljišta	1.200.000								0	1.200.000
Gradnja i opremanje objekta	1.500.000								0	1.500.000
	0				0	0	0	0	0	0
Uređenje objekta-fino vanjsko	122.580								0	122.580
ostali inventar i oprema	250.000								0	250.000
temeljni kapital	20.000								0	20.000
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
	0				0	0	0	0	0	0
Ukupno	3.092.580	***	0	0	0	0	0	0	0	3.092.580

Izvor: Erste banka – korak po korak

5.4. Račun dobiti i gubitka

U skladu s procijenjenim prihodima i očekivanim ulaganjima te troškovima za vrijeme trajanja projekta definiran je očekivan račun dobiti i gubitka u prvih pet godina poslovanja. U prvoj godini vidljiva je najniža očekivana dobit zbog najniže prodaje. Također prva godina zahtjeva najviša ulaganja. Prema računu dobiti i gubitka poslovanje poduzeća može se ocijeniti uspješnim. Čista dobit raste iz godine u godinu jer su primici veći od izdataka.

Tablica 31: račun dobiti i gubitka

21. korak - Izračun poreza na dobit					
Opis	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
22. korak - Račun dobiti i gubitka					
	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
Ukupno prihodi poslovanja	4.092.147	4.133.068	4.215.730	4.300.044	4.429.046
Materijalni troškovi	425.600	429.635	437.786	446.099	458.819
Usluge	294.904	294.904	294.904	294.904	294.904
Ostali rashodi	0	0	0	0	0
Troškovi zaposlenih	1.357.046	1.357.046	1.357.051	1.357.051	1.357.051
Poslovni rashodi	2.077.550	2.081.585	2.089.741	2.098.055	2.110.775
Operativna dobit prije amortizacije (EBITDA)	2.014.597	2.051.484	2.125.989	2.201.990	2.318.271
Amortizacija	0	0	0	0	0
Operativna dobit (EBIT)	2.014.597	2.051.484	2.125.989	2.201.990	2.318.271
Financijski rashodi (kamate)	215.114	167.727	120.718	72.952	25.565
Dobit prije oporezivanja	1.799.483	1.883.757	2.005.271	2.129.037	2.292.706
Porez na dobit	215.938	226.051	240.632	255.484	275.125
Dobit nakon oporezivanja	1.583.545	1.657.706	1.764.638	1.873.553	2.017.581

Izvor: Erste banka – korak po korak

5.5. Pokazatelji uspješnosti projekta

Svaka djelatnost ima svoje zakonitosti, pravila, poslovne uzance i svoje specifičnosti. No neovisno o tome kojoj gospodarskoj grani pripada, svako poduzeće ima za cilj usmjeriti svoje poslovanje tako da njime ostvari što povoljniji poslovni rezultat odnosno dobit. Da bi poduzeće ostvarilo dobit mora poslovati u skladu s načelima ekonomske znanosti, a ta ista načela istovremeno su i mjerilo uspjeha poslovanja.

Hostel može utjecati na poslovni rezultat ostvarenom količinom, kvalitetom i strukturom usluga, pravilnim korištenjem svih elemenata te traganjem za optimalnim rješenjima na tržištima nabave i tržištima prodaje tj. tržištima na kojima nudi svoje usluge. Na rezultat

poslovanja hostela izravan utjecaj imaju uvjeti nabavljanja, uvjeti prodaje i financiranja, promjene cijena inputa i promjene cijena outputa i drugi elementi. Ovisno o načinu na koji hostel obavlja poslovanje, odnos između inputa (količina rada, količina utroška predmeta rada i vrijednost utroška sredstava za rad, troškovi) i outputa odnosno ostvarenih ekonomskih rezultata (količina učinka ili ekonomski prihod) konstantno se mijenja. Kroz ovako promjenjiv odnos manifestira se pitanje problematike ekonomičnog poslovanja. Ekonomičnost poslovanja predstavlja jedno od temeljnih načela ekonomije poslovanja. Uz ovo temeljno načelo valja istaknuti i druga dva bitna načela poslovanja koja obuhvaća temeljna ekonomska podjela, a ona su načelo rentabilnosti i načelo proizvodnosti rada.

U tablici 33 prikazani su osnovni pokazatelji uspješnosti poslovanja. Za bolje razumijevanje istih slijedi kratki opis svakog pojedinog pokazatelja.

Ekonomičnost je mjerilo uspješnosti poslovanja koje izražava odnos između ostvarenih učinaka i količine uloženi resursa potrebnih za njegovo ostvarenje. Uspješno poslovanje znači kada navedeni pokazatelji nisu manji od 1.

Produktivnost rada je jedan od temeljnih pokazatelja uspješnosti poslovanja, a iskazuje se kroz ostvareni prihod po zaposlenom. Ovaj pokazatelj definiramo kao napor članova tvrtke da ostvari što veći promet, vrijednost prodaje proizvoda i pruženih usluga uz što manje angažiranog živog rada.

Dobit po zaposlenom predstavlja sinergiju prva dva pokazatelja (ekonomičnost i produktivnost).

Rentabilnost je ekonomsko mjerilo uspješnosti poslovanja koje predstavlja unosnost uloženog kapitala u nekom razdoblju, a iskazuje se kroz odnos poslovnog rezultata, odnosno profita i uloženog kapitala. Ako su prihodi veći od rashoda, ostvarena je dobit, odnosno poslovanje je bilo rentabilno.

Tablica 32: pokazatelji uspješnosti poslovanja

24. korak - Pokazatelji uspješnosti poslovanja							Referentna vrijednost
Pokazatelj	Izračun	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5	
Ekonomičnost	Ukupni prihodi/Ukupni rashodi	1,52445	1,61783	1,73468	1,86647	2,02898	Veća od 1
Produktivnost	Ostvareni prihod / broj zaposlenih (kn)	227.342	229.615	234.207	238.891	246.058	Što veća
Dobit po zaposlenom	Dobit nakon poreza/ broj zaposlenih (kn)	68.826	77.165	87.290	97.592	109.812	Veća od 0
Rentabilnost ukupnih ulaganja	Dobit nakon poreza/ ukupno ulaganje	0,0927	0,1039	0,1176	0,1315	0,1479	Veća od 0

Izvor: Erste banka – korak po korak

Dinamički pokazatelj učinkovitosti poslovanja projekta je izračun praga rentabilnosti (točka pokrića). Analiza točke pokrića proučava odnos između troškova, prihoda i količine pri čemu se utvrđuje kako troškovi i prihodi reagiraju na promjenu poslovne aktivnosti.

Budući da točka pokrića determinira razinu aktivnosti, odnosno količinu outputa kod koje se ostvaruje samo pokriće svih troškova, a dobit je jednaka nuli, točka pokrića utvrđuju se na način da se u odnos stave fiksni troškovi s razlikom prihoda i varijabilnih troškova.

Ako je točka pokrića veća od 100, projekt nije prihvatljiv jer se poslovanjem ne ostvaruju dostatni prihodi koji će pokriti ukupne troškove poslovanja.

Izračunata vrijednost pokazatelja (točka pokrića u %) u prvoj godini iznosi 62% što znači da u poslovanju možemo smanjiti količinsku realizaciju za 38% uz ostvarene planirane cijene ili uz realizaciju planiranih količina usluga nižim cijenama za 38%, a da dobitak projekta bude na nuli ($100\% - 62\% = 38\%$).

Tablica 33: Točka pokrića

25. korak - Točka pokrića					
Opis	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
Ukupni prihod	4.092.147	4.133.068	4.215.730	4.300.044	4.429.046
Varijabilni trošak	403.500	407.535	415.686	423.999	436.719
Fiksni trošak	1.889.164	1.841.777	1.794.773	1.747.008	1.699.620
Točka pokrića (%)	51	49	47	45	43

Izvor: Erste banka – korak po korak

Tablica 34 pokazuje ponašanje dobiti nakon oporezivanja, a ovisno o intenzitetu pada ili rasta rashoda u postotcima navedenima u tablici.

Tablica 34: Analiza osjetljivosti ulaganja

26. korak - Analiza osjetljivost					
Događaj	Godina 1	Godina 2	Godina 3	Godina 4	Godina 5
Očekivana dobit prije poreza	1.799.483	1.883.757	2.005.271	2.129.037	2.292.706
Pad prihoda 5%	1.604.619	1.686.944	1.804.522	1.924.273	2.081.799
Rast rashoda za 5%	1.684.850	1.771.291	1.894.748	2.020.487	2.185.889
Rast rashoda i pad prihoda za 5%	1.489.986	1.574.479	1.693.999	1.815.723	1.974.982
Pad prihoda 10%	1.427.470	1.508.023	1.622.022	1.738.124	1.890.065
Rast rashoda za 10%	1.570.217	1.658.826	1.784.225	1.911.937	2.079.072
Rast rashoda i pad prihoda za 10%	1.198.204	1.283.092	1.400.977	1.521.024	1.676.431
Pad prihoda 15%	1.265.725	1.344.661	1.455.393	1.568.162	1.715.004
Rast rashoda za 15%	1.455.584	1.546.360	1.673.702	1.803.386	1.972.255
Rast rashoda i pad prihoda za 15%	921.825	1.007.264	1.123.824	1.242.511	1.394.553

Izvor: Erste banka – korak po korak

6. ZAKLJUČAK

Analizom ponude i potražnje autor rada je došao do zaključka da na tržištu nedostaje kvalitetna hostelska usluga, a da postoji potražnja za istom. S obzirom na opću potražnju za hostelima, a naročito tematskim hostelima, autor rada približio je postupak analize i ulaganja u tematski hotel. kroz ovaj rad dolazimo do zaključka da je pogodno ulagati u ovakav tip smještajnog objekta. Lokacija objekta: Meje, Split. Također je bitan oblik održivog poslovanja. Temeljni proizvod hostela je pružanje usluga smještaja, a dodatne usluge su usluga parkinga, masaža, saune, bazen. U sklopu hostela predviđen je restoran koji bi u vrijeme ljetnih mjeseci bio orijentiran na goste hostela točnije od svibnja do listopada, a ostalim mjesecima na domaće stanovništvo kao rock bar u kojem bi se organizirali kvizovi, rock večeri i tematske zabave. Za glavnog konkurenta na lokalnoj razini determiniran je hostel Goli i Bosi, no ne smatra se izravnom prijetnjom poslovanju hostela. Dva su izvora financiranja projekta: vlastita sredstva i kredit u banci. Iznos vlastitih sredstava iz kojih se financira poduzeće je 180.000,00 kn. Vlastita sredstva raspodijeliti će se za pokrivanje troškova temeljnog kapitala, nabavu sirovina i materijala, uredske opreme, trošak eksternog računovodstva. Potreban iznos kreditnih sredstava iznosi 4.673.806,00 kn. Odabrani kreditor: HBOR. Navedeni iznos planirano je raspodijeliti na trošak izgradnje i opremanja hostela, plaće radnika, trošak digitalnog marketinga i ostalih sitnih troškova prikazanih u strukturi ulaganja u stalna i obrtna sredstva. U prvoj godini poslovanja najviše prihoda se ostvaruje u razdoblju od svibnja do listopada. Iz računa dobiti i gubitka jasno se vidi uspješnost poslovanja poduzeća. Čista dobit raste iz godine u godinu jer su primici veći od izdataka. Zaključno, prema svemu navedenom i analiziranom kroz ovaj rad, dolazi se do zaključka kako se isplati se ulagati u tematski hostel na razini Splita i okolice kao turističke destinacije.

7. LITERATURA

Znanstveni rad:

1. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu – Turistička zajednica grada Splita: Strateški marketinški plan destinacije Split 2017. – 2022.

Izvor s interneta:

1. Turistička zajednica grada Splita: (Internet), raspoloživo na: https://www.google.com/search?q=tz+grada+splita&rlz=1C1GCEA_enHR842HR842&oq=tz+grada+split&aqs=chrome.0.013j69i57j0l4.7125j0j7&sourceid=chrome&ie=U TF-8
2. Hrvatska turistička zajednica: Tomas istraživanja – ljeta 2018, (Internet), raspoloživo na: <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/programi-trzisnih-istrazivanja/tomas-istrazivanja>
3. Jutarnji list: BIZNIS KOJI SE ŠIRI Hostela je sve više, ali zasad ostvaruju samo 1,1 posto noćenja, (Internet), raspoloživo na: <https://www.jutarnji.hr/globus/biznis/biznis-koji-se-siri-hostela-je-sve-vise-ali-zasad-ostvaruju-samo-11-posto-nocenja-4675229>
4. E-Visitor: (Internet), raspoloživo na: <https://www.evisitor.hr/info/hr-HR/>
5. Hrvatski ferijalni i hostelski savez: (Internet), raspoloživo na: <https://www.hicroatia.com/>
6. Wikipedia: Split, (Internet), raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Split>
7. Wikipedia: Jadransko more, (Internet), raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Jadransko_more
8. Rock hostel Pula, (Internet), raspoloživo na: <https://www.pularockhostel.com/>
9. Hostel Goli&Bosi: Sobe i cijene, (Internet), raspoloživo na: <http://www.gollybossy.com/hr/rooms-and-rates/>
10. Narodne novine: Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljskih objekata za smještaj, (Internet), raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1410.html
11. Bratzi media, (Internet), raspoloživo na: <https://www.linkedin.com/company/bratzimedia/>
12. Erste banka: Korak po korak, (Internet), raspoloživo na: <https://www.erstebank.hr/hr/erste-novine/korak-po-korak-do-vlastitog-biznisa>

8. SAŽETAK

Glavni problem i cilj istraživanja ovog rada je dokazati isplati li se ili ne ulagati u tematski hostel na području Splita gledajući na to kao uvođenje novog trenda turističke ponude, ali i prilagođavanje potražnji svjetskog tržišta. Trend se pokazao veoma učinkovitim među mlađom populacijom turista svugdje u svijetu pa tako i svih onih segmenata gostiju koji isključivo putuju i dolaze u takve objekte zbog zajedničkog interesa ili su npr. veliki zaljubljenici u određenu temu koju taj hostel nudi. Analizom Hrvatske kao turističke destinacije i pregledavanjem statistike TOMAS istraživanja, u ovom radu determinirano je da hrvatske goste većinskim udjelom čine mlađi turisti željni zabave stoga i dokazuje da sigurno postoji interes pri stvaranju ponude tematskog hostela. Usporedbom cijena glavnih konkurenata na području Splita i šire, dolazi se do okvirno formiranih cijena noćenja koje bi hostel nudio u skladu sa kvalitetom ponude. Detaljnom razradom troškova izgradnje, opremanja, plaća radnika, obračunom amortizacije, otplate kredita kroz 5 godina dobiveni su ukupni troškovi hostela koje, kad ih se stavi u obračun zajedno sa spomenutim cijenama kroz razdoblje od godinu dana (prihodi), dolazi se do pozitivnog rezultata računa dobiti i gubitka te ostalih pokazatelja uspješnosti projekta. U ovom radu dokazano je da bi ovakav tip hostela imao pozitivan trend rasta poslovanja kroz godine, u normalnim uvjetima turističke sezone.

Ključne riječi: tematski hostel, TOMAS istraživanje, cijena, troškovi, račun dobiti i gubitka

9. SUMMARY

The main problem and goal of the research of this paper is to prove whether it is worthwhile or not to invest in a themed hostel in the area of Split, observing it as the introduction of a new trend of tourist offer, but also as adjusting to the world market demand. The trend has proven to be very effective among the younger population of tourists everywhere in the world and all those segments of guests who exclusively travel and come to such facilities for mutual interest or are, for example, big fans of a particular topic that this hostel offers. By analyzing Croatia as a tourist destination and reviewing the statistics of the TOMAS survey, this paper determines that the majority of Croatian guests are younger tourists who want to have fun, therefore it proves that there is certainly interest in creating a themed hostel. By comparing the prices of the main competitors in the area of Split and beyond, we come to approximately formed prices of overnight stays that the hostel would offer in accordance with the quality of the offer. Detailed elaboration of construction costs, equipment, workers' salaries, calculation of

depreciation, loan repayment over 5 years resulted in the hostels' total costs which, when put in the calculation together with the mentioned prices for a period of one year (income), shows a positive rate of the profit and loss account and other indicators of project success. In this paper, it has been proven that this type of hostel would have a positive business growth trend over the years, under normal conditions of the tourist season.

Key words: themed hostel, TOMAS survey, price, costs, profit and loss account

