



Uvijek dostatna količina domaćih i stranih prigoda za klađenje. Za sve navedene proizvode, robu ili usluge predočite temeljne oblikovne odrednice – obilježja dizajna: 1. Za svaku transakciju dajemo tiket sa našim logotipom. 2. Svaki račun sadržava tečaj po kojem je obračunat, postotak i iznos provizije. Vrijeme i tko je izdao račun. E. Predočite ste funkcionalna, kvalitativna i oblikovna obilježja vaših proizvoda, roba ili usluga, pa sada navedite splet njihovih ostalih obilježja koja će potrošači prigodom kupnje osobito preferirati: 1. Poslovni prostor je takav da ima ugodnu mikroklimu. 2. Kladionica se nalazi na samoj ulici. 3. Moguće je plaćanje svim valutama i karticama. 4. Jako puno bi se pazilo na istošću prostora. 5. Zaposlenik bi imao našu uniformu (majica i kapa sa našim znakom). F. Predočite planirani splet svih poslije-prodajnih usluga kupcima i potrošačima za gore navedene proizvode, robu ili usluge: 1. Dijeljenje brošura i reklamnih materijala. 2. Parkiranje uz lokaciju. 3. Ljubazno i komunikativno osoblje. 4. Brojne mogućnosti plaćanja. 5. Jako puno bi se pazilo na istošću. 9.3. poduzetničke preferencije. A. Barem u našem est točaka predočite temeljne odrednice dosadašnjeg radnog životopis (radno iskustvo): npr. 1. Poštivanje radnog vremena. 2. Uljudnost sa strankama. 3. Korektnost prema državi (plaćanje poreza, prireza...). 4. Praćenje propagandnog materijala. 5. Poznavanje psihologije kupca. 6. Poznavanje tržišta. 7. Poštivanje radnog vremena. 8. Uljudnost sa strankama. 9. Korektnost prema državi (plaćanje poreza, prireza...). 10. Praćenje propagandnih materijala. 11. Poznavanje psihologije kupca. 12. Poznavanje tržišta. B. Predočite tri vaše dobre – jake poduzetničke osobine: npr. 1. Brzina donošenja poslovnih odluka. 2. Spremnost prihvaćanja pozitivnih rizika. 3. Optimizam i vjera u sebe. 4. Spreman sam realizirati svoju poduzetničku ideju. 5. Spreman sam se izložiti svim rizicima i neizvjesnostima glede konačnog dobitka ili gubitka. 6. Spreman sam na svim meni nepoznatim područjima zaposliti stručne i profesionalne osobe. 7. Organiziranost. 8. Odgovornost. 9. Temeljitost. C. Predočite tri vaše slabe – loše poduzetničke osobine: npr. 1. Neki poslovni partneri me neozbiljno shvaćaju jer sam premlad. 2. Spol. 3. Zbog previše obveza koje sam si nametnula ponekad gubim koncentraciju i strpljenje. 4. Lijenost. 5. Neodlučnost. 6. Strah. 7. Znanje samo jednog stranog jezika. 8. Trenutno završena srednja škola – student ekonomije. 9. Premalo informatičkog znanja. 10. Nespremnost odricanja od privatnog života. 11. Tvrdoglavost (neelastičnost). 12. Povremena jutarnja kašnjenja. D. Opišite što kanite poduzeti da biste prevladali vaše loše poduzetničke osobine (ako ih imate)? Npr. 1. Reducirati obveze (bitne od nebitnih). 2. Dobrim poslovanjem korektno se razbijati predrasude i utjecaj na biznis to što sam žena i moje godine. 3. Pod hitno krenuti privatno ili na tečaj talijanskog s obzirom da je veliki dio mog prodajnog asortimana porijeklom iz Italije. 4. Što prije završiti studij ekonomije, ne samo zbog stručne spreme nego zbog mnogih ostalih stvari koje će mi pomoći u realiziranju poduzetničke ideje. 5. Planiram se upisati u informatičku školu na zvanje "računalni operater" koje se upisuje u radnu knjižicu. 6. Samim upisivanjem ovog studija već sam se dovoljno odrekla. 7. Upisala sam tečaj joge ili idem na misu svaku nedjelju i primjećujem kako bolje ću se osjećati oko sebe. E. Redom veličina (odnosno, značenja) predočite popis ciljeva koje kanite postići – dosegnuti poduzetničkom djelatnošću koja je predmetom elaboracije u ovome projektu – bilježnici? 1. Osigurati punu zaposlenost obitelji i zaposliti kvalitetne djelatnike. 2. Ostvariti dobit. 3. Proiriti biznis. 4. Nastaviti obiteljsku tradiciju. 5. Kao nositelji i realizatori svoje poduzetničke ideje cilj mi je prije svega okupiti mali tim stručnih i profesionalnih osoba. 6. Ponuditi kupcima Zagreba i okolice salon koji bi svaki već grad poželio. 7. Svojim kupcima omogućiti kupnju nevjerojatno ugodnom i sigurno najpovoljnijom. 8. Sa vrhunskom promidžbom raznih akcija i pogodnosti zauzeti u našem kraju 50% Zagrebačkog tržišta. 9. Dvesti tvrtku na jako, jako zavidnu razinu. 10. Ostvariti dobar prihod. 11. Baviti se poduzetničtvom, učiti posao. 12. Stvoriti neшто prepoznatljivo. 13. Osigurati egzistenciju. 14. Iskoristiti resurse koje posjedujem. 15. Ispitati vlastite kvalitete. 16. Učiniti nešto korisno za zajednicu, svoju obitelj i mene. 17. Poboljšati turističku ponudu. 18. Zadovoljiti potrebu. 19. Nastaviti obiteljsku tradiciju. 20. Ostvariti dobar prihod. 21. Baviti se poduzetničtvom, učiti posao. 22. Stvoriti nešto prepoznatljivo. 23. Osigurati egzistenciju. 24. Iskoristiti resurse koje posjedujem. 25. Ispitati vlastite kvalitete. 26. Učiniti nešto korisno za zajednicu, svoju obitelj i mene. 27. Poboljšati turističku ponudu. 28. Zadovoljiti potrebu. F. Kratko opišite vašu obitelj (podrijetlo, tradicija, mjesto boravka, obiteljsko imovno stanje, mogućnosti nasljeđivanja, zanimanje oca i majke, braće i sestara te ostale bliže rodbine, zanimanje supruge ili supruga i vaše djece, ekonomski status uze obitelji glede visine i izvora prihoda i druge zanimljive informacije): Npr. Obitelj je tradicionalno... podrijetlo; Majka je; Bavi se; Otac je; Ekonomski status solidan, srednje visok; Sama napišite iz kakve si obitelji i čime se oni bave, ali sve u kontekstu sa projektom; G. Predočite popis vaših ili pak obiteljskih nekretnina – stvari (stambeni, poslovni i ini prostori, poljodjelsko i ino zemljište, oprema i strojevi te ine vrijedne stvari) kojima potencijalnim (su)financijerima možete jamčiti uredan povrat financijskih zajmova i/ili robnih kredita (navedite njihovu lokaciju, veličinu, orijentacijsku ili procijenjenu vrijednost i dr.): Izmisli ako nemaš? To ti je ključ svega. Nikoga ne zanima jeli ti to stvarno imaš. Samo napišite naravno da opet ima nekakve veze sa radom. H. Na temelju svih prethodnih opisa i navoda iz ovog dijela, predočite najmanje što stvari koje držite osobito dobrim, odnosno najvršnjim poduzetničkim referencijama: Napišite sama, izmisli, budi originalna. To ti je najvažnije na ispitu. Što originalnija to bolja ocjena. 1. Sa svojih 22 godine imam 4 godine radnog staža, 2. Student sam veleučilišta u Splitu, smjer malo poduzetništvo koji će najvjerojatnije završiti idućih godina, što otkriva moje nevjerojatne ambicije i želju za uspjehom. 3. Imam 4 godine radnog staža u; 4. Ostale karakteristike koje posjedujem uključuju točnost, pedantnost i sklonost timskom radu. 5. Dosadašnje održanje na tržištu. 6. Stvorene zalihe. 7. Poštenje. 8. Radne navike. 9. Poduzetnički mentalitet. 10. Bavljenje turizmom kao strateškom granom hrvatske. 11. Ljubav prema turizmu, moru i prirodi. 12. Organiziranost. 13. Temeljitost. 14. Radne navike. 15. Umijeće upravljanja. 16. Umijeće pregovaranja. 17. Ljubaznost. 18. Tvrdoglavost. 19. Odlučnost. 20. Samo svjesnost. 21. Odgovornost. 22. Praktičnost. 23. Otvorenost. 24. Organiziranost. 25. Temeljitost. 26. Radne navike. 10. Tržišni podaci projekta. A. Potrošačka potreba. 1. Je li to primarna, sekundarna ili tercijarna potreba? Tercijarna. A. 2. Kada je povijesno

nastala i kako se razvijala potreba? Potreba postoji i prisutna je od kada postoji sport. A.3. Kolika je vjerojatnost (izvjesnost događanja) potrebe? Suvremeni svijet se ne može zamisliti bez kladionica. Potreba za klađenjem definitivno nije u izvjesnosti, ona je svakodnevna. Mi tu vidimo svoju &scaron;ansu u brzom i sigurnom klađenju. A.4. Kolika je jasnoća (transparentnost, vidljivost) potrebe? Vidljivost potrebe je vrlo velika. Ona je vidljiva i jasna svakodnevno. A.5. Kolika je pre&scaron;nost (hitnost zadovoljavanja) potrebe? Pre&scaron;nost potrebe je zapravo dosta velika, jer hrvati su poznati po svojoj ljubavi prema igrama na sreću. A.6. Kolika je intenzivnost (jakost, silina) potrebe? Intenzivnost je dosta velika, koliko to veće može biti za tercijarnu potrebu. A.7. Kolika je frekventnost (u&scaron;estalost ponavljanja) potrebe? Stalna. A.9. &Scaron;to pokreće osjećaj potrebe kod potencijalnih potro&scaron;a&scaron;? Želja za zabavom i «lakom» zaradom. A.10. Na koji se način trenuta&scaron;(ne)zadovoljava dot&scaron;ena potreba? U drugim kladionicama. Na crnom trži&scaron;tu. A.11. Uz koje bi se pretpostavke (koli&scaron;ina, vrsno&scaron;a, obilježja, vrijeme, prostor, cijene i sl.)

1. Prostor primjeren ovoj djelatnosti.
2. Kratko vrijeme klađenja.
3. Ne pojavljivanje lažnih omjera.

B. Ciljana trži&scaron;ta i potencijalni potro&scaron;a&scaron; &ndash; kupci. B.1. Zemljopisno i redom zna&scaron;enja identificirajte va&scaron;a ciljna trži&scaron;ta: 1. Doma&scaron;a populacija. B.2. Redom zna&scaron;enja predo&scaron;ite popis i temeljne odrednice strukture (spol, dob, zanimanje, visina dohotka, mjesto stanovanja i ine zemljopisne, demografske, ekonomske i biheoristi&scaron;ke odrednice) potencijalnih potro&scaron;a&scaron; va&scaron;ih proizvoda, robe ili usluga: Svi&scaron;tveni&scaron;tvenih statusa: Studenti&scaron; Poslovni ljudi&scaron; Mjesto stanovanja: Zagreb&scaron; Doma&scaron; i strani turisti&scaron; Redom zna&scaron;enja predo&scaron;ite popis i odrednice strukture potencijalnih kupaca va&scaron;ih proizvoda, robe ili usluga: Plate&scaron;no sposobni&scaron; Ljudi koji imaju naviku klađenja &scaron; Srednjeg i vi&scaron;eg dru&scaron;tvenog statusa&scaron; Lokalna populacija Zagreba&scaron;ke &scaron;upanije&scaron; Strani turisti&scaron; Doma&scaron; turisti&scaron; Poduzetnici. B.4. Redom zna&scaron;enja predo&scaron;ite &scaron; i (vrsno&scaron;, funkcionalnost, dizajn, cijene, dostupnost, jamstva, servise i sl.) Potro&scaron;a&scaron; preferirani prigodom kupnje va&scaron;ih proizvoda, robe ili usluga: 1. Raznovrsnost usluga (veliki izbor i koli&scaron;inu oklada) 2. Jamstvo ispravnosti svih oklada 3. Blizina (komunikacija) &ndash; parkirali&scaron;te, tramvaj, bus 4. Originalnost ponude 5. Mogu&scaron;nost telefonske, izravne rezervacije i narud&scaron;be oklada 6. Lokacija u centru 7. Ljubazno i komunikativno osoblje. B.5. U kojemu &scaron; stupnju i u kojim dijelovima va&scaron;i proizvodi, roba ili usluge biti sukladni istra&scaron;enim odrednicama potra&scaron;nje i kupovnim preferencijama predo&scaron;enih skupina potro&scaron;a&scaron;? Na&scaron;e usluge bit &scaron; na najvi&scaron;em stupnju i u apsolutno svim dijelovima sukladne istra&scaron;enim odrednicama potra&scaron;nje i kupovnim preferencijama na&scaron;ih korisnika. B.6. Taksativno navedite trži&scaron;ne prednosti ili pogodnosti (glede potro&scaron;a&scaron;kih preferencija) va&scaron;ih proizvoda, robe ili usluga (ili na&scaron;ina njihova tr&scaron;enja) koje vi dr&scaron;ite svojom poduzetni&scaron;kom &scaron;ansom (sa stajali&scaron;ta svih relevantnih odrednica potra&scaron;nje)? 1. Prodajni asortiman salona bit &scaron; irok i dubok tj. Bit &scaron; zastupljene sve poznatije i utjecajnije oklade u dovoljnim koli&scaron;inama. 2. Velika pa&scaron;nja &scaron; se posvetiti marketingu i sl&scaron;nim marketin&scaron;kim sposobnostima nakon prodaje proizvoda zbog svih ostalih poslije-prodajnih usluga. 3. Cijene uskla&scaron;ene sa standardom korisnika i konkurencijom 4. Kvaliteta opreme (broja&scaron; novca, aparat za provjeru ispravnosti nov&scaron;anica&hellip;); 5. Vrhunska ure&scaron;enost kladionice, 6. Lokacija i lako&scaron;a pristupa. 7. Kvaliteta ponude 8. Ljubazno i v&scaron; obu&scaron;eno osoblje. C. Konkurencija na ciljanom trži&scaron;tima. C.1. Redom veli&scaron;ina, odnosno zna&scaron;enja navedite popis svih va&scaron;ih izravnih doma&scaron;ih i/ili stranih konkurenata na ciljanome trži&scaron;tu (s podacima o veli&scaron;ini, nazivu tvrtke, adresi, vlasni&scaron;tvi i sl.): Stanleybet Prva sportska kladionica Sport tip Kladionice &scaron;deri&scaron; Ostale kladionice. C.2. Predo&scaron;ite nekoliko mogu&scaron;ih akcija izravnih konkurenata na ciljanome trži&scaron;tu koje bi oni, vjerojatno, mogli poduzeti. 1. Nelojalna konkurencija 2. Jeftiniji kapital u realizaciji ideje 3. Poreme&scaron;aj na trži&scaron;tu &ndash; terorizam. C.3. Predo&scaron;ite nekoliko mogu&scaron;ih akcija koje vi kanite poduzeti u svrhu su&scaron;eljavanja s konkurentima na ciljanom trži&scaron;tima: 1. Uvo&scaron;enje novih ponuda 2. Stvaranje doma&scaron;e atmosfere i prijateljtava 3. Strategija osobne propagande se&scaron;ini primjerenom s obzirom da je istra&scaron;ivanjem trži&scaron;ta uo&scaron;eno da za ovu vrstu posla nije potrebno intenzivno reklamiranje u medijima. C.4. Sa stajali&scaron;ta trži&scaron;ne pozicije (na va&scaron;emu ciljanome trži&scaron;tu), va&scaron;a &scaron;e tvrtka, dr&scaron;ite, biti trži&scaron;ni: 1. Tamponer (tvrtka koja pre&scaron;ivljava ume&scaron;u&scaron;e se u slobodne trži&scaron;ne prostore ili segmente, s trži&scaron;nim udjelom od oko 10%). Tablica 2. Projekcija (ocjena) konkurencijskih prednosti. Opaske uz tablicu D. Ponuda, potra&scaron;nja i trži&scaron;ni udjel. Tablica 3: projekcija trži&scaron;nog udjela. E. Cijene proizvoda, robe i usluga. Tablica 4. Pitanja u svezi projekcije cijena. Zabrana metoda-e: Cijene na temelju tro&scaron;kova uve&scaron;anih za dobit, Cijena na temelju cijena konkurenata. 1. &scaron;elim ponuditi cijenu koja je trži&scaron;no mogu&scaron;a na ciljanom trži&scaron;tu. 2. Cijena ne smije nikako biti ve&scaron;a od konkurenata. 3. Mora biti pribli&scaron;na konkurencijskoj jer mo&scaron;e izostatiti potra&scaron;nja. 4. Da njezina visina zadovoljava sve tro&scaron;kove i &scaron;eljeni profit. F. Prodaja i prihodi od prodaje. A. Nabavna trži&scaron;ta. Tablica 6: pitanja u svezi nabavnih trži&scaron;ta. 1. Tehni&scaron;ki &ndash; tehnolo&scaron;ki opis projekta. Tablica 7. Temeljna tehni&scaron;ko-tehnolo&scaron;ka pitanja. A. Lokacija projekta. Tablica 8: pitanja u svezi lokacije projekta. A.1. Potanko opi&scaron;ite makrolokaciju va&scaron;eg projekta, a u kontekstu odgovora na pitanja iz tablice 8: Opredijelio sam se za makrolokaciju projekta na podru&scaron;ju grada Zagreba jer je tu koncentriran i najve&scaron;i broj potencijalnih kupaca i dugogodi&scaron;nja turisti&scaron;ka tradicija. A.2. Predo&scaron;ite to&scaron;e&scaron;an opis mikrolokacije va&scaron;eg projekta, a u kontekstu odgovora na pitanja iz tablice 8: Konkretnu mikrolokaciju kladionice odredio sam na temelju ponude dobivene pretragom malih oglasa. Prostor se nalazi na po&scaron;etku vla&scaron;ke ulice, na broju 15. I sve to po vrlo povoljnoj cijeni. Prostor je veli&scaron;ine 20m2 i infrastrukturno opremljen (ima priklju&scaron;ak na elektri&scaron;nu, vodovodnu, kanalizacijsku i telefonsku mre&scaron;u. Prostor je odabran jer je i zbog postojanja velikog broja potencijalnih korisnika. B. Tehnologija i kapacitet projekta. Tablica 9: pitanja u svezi tehnologije i projekcije kapaciteta. B.1. Odabrano tehnolo&scaron;ko rje&scaron;enje va&scaron;eg projekta: Ovaj projekt zahtijeva radno-intenzivno rje&scaron;enje, a specijaliziranu opremu za kladionicu i rad sa novcem nabavit &scaron;emo novu i od doma&scaron;ih trgovaca. Kako je skoro sva oprema trajnog karaktera i ne zahtijeva servisiranje nabavit &scaron;emo je kod trgovca koji nudi najbr&scaron;i rok isporuke, ni&scaron;u cijenu te dostavu i monta&scaron;u u kladionicu. Odabrao sam suvremeno tehnolo&scaron;ko rje&scaron;enje jer &scaron;elim &scaron;to kvalitetnije, br&scaron;e, jeftinije i jednostavnije prodati svoje proizvode i usluge kupcima i mu&scaron;terijama i omogu&scaron;iti &scaron;to sigurniji, br&scaron;i i jednostavniji rad svojim zaposlenicima. B.2. Stupanj specijaliziranosti &ndash; univerzalnosti odabrane opreme: Objekt koji mislimo iznajmiti ne zahtijeva nikakvo posebno odr&scaron;avanje do&scaron;e&scaron;enja, kontroliranja instalacija, popravka sitnijih o&scaron;te&scaron;enja i jednom godi&scaron;nje

obnavljanje fasada i unutrašnjih zidova. Kombinirat æu univerzalnu i specijaliziranu opremu. U samoj kladionici æemo koristiti jedan dio usko specijalizirane opreme. Oprema koja je izrađena i planirana samo za rad sa novcem (npr. Brojaè novca). Ostala oprema je uobièajena oprema (npr. PC-kasa).

B.3. Stupanj radne &ndash; kapitalne intenzivnosti odabrane opreme: Sva æe oprema biti radno-intenzivna. Polazeæi od rezultata trži&scaron;nih istraivanja, kapacitet kladionice bi trebalo projektirati na razini 50% vi&scaron;oj od moguænosti projektiranja plasmana u prvoj godini eksploatacije projekta. To znaèi da se tijekom prvih pet godina eksploatacije, uz pretpostavku redovitog tekuaeg održavanja prostora i opreme, ne predviđaju nova ulaganja u stalna sredstva.

B.4. Tehnièke procese proizvodnje, trženja ili usluivanja: Za upravljanje i koordinaciju posla zadužen je menadžer tvrtke. Svi tehnièki procesi usluivanja su određeni i stalno se unapređuju. Svaku sezonu uvodi se neka novina u izgled i sadržaj kladionice.

B.5. Radne procese proizvodnje, trženja ili usluivanja: Kladionica radi od 8 do 20 sati. Za normalno funkcioniranje radnih procesa usluivanja potreban je 1 radnik u smjeni. Radno vrijeme je podijeljeno u dvije smjene. Potrebe za zapo&scaron;ljavanjem dodatnog broja zaposlenika neæe biti osim nužnih zamjena zbog eventualnih fluktuacija.

B.6. Moguænosti poveæanja kapaciteta va&scaron;eg projekta: Kladionicu ne namjeravamo pro&scaron;irivati prije kraja prvog petogodi&scaron;njeg poslovnog ciklusa. Do kraja 5 godine namjeravamo svladati sve djeje bolesti ovog posla i ostvariti projektirane prihode. Krajem 5 godine postajemo ponovno kreditno sposobni i tada namjeravamo ambicioznije krenuti u pro&scaron;irivanje poslovanja. Planirani kapacitet nije potrebno poveæavati kako zbog velièine ciljnog trži&scaron;ta tako i zbog moguænosti dolaska konkurencije na isto trži&scaron;te.

A. Stalna sredstva projekta

C.1. Sada predoèite toène nazive &ndash; deklarirana imena svih stalnih sredstava nužnih za redovito funkcioniranje va&scaron;eg projekta: Uredska oprema PC-kasa Brojaè novca Aparat za provjeru ispravnosti novca 2 telefona i faks uređaj Ostala oprema Aparat za ga&scaron;enje požara Sustav klimatizacije u kladionici Video nadzor i alarmni sustav Poslovni inventar Namje&scaron;taj kladionice (stol i stolice) Blindirano staklo Nematerijalna imovina Ostali nematerijalni tro&scaron;kovi Tablica 12 projekcija ulaganja u stalna sredstva Materijalni inputi projekta Tablica 13 pitanja u svezi potrebnih materijalnih inputa

D.1. Predoèite toène nazive &ndash; deklarirana imena materijalnih inputa nužnih za redovito funkcioniranje va&scaron;eg projekta: Na godi&scaron;njoj razini Elektrièna energija Komunalije Sitan inventar Za 1 mjesec Prvi unos novaca F. Za&scaron;titne mjere Tablica 18 popis mjera i kvantifikacija ulaganja u za&scaron;titu okoli&scaron;a i Ovaj projekt ne ugrožava okoli&scaron;ni na koji naèin Tablica 19 popis mjera i kvantifikacija ulaganja u za&scaron;titu pri radu Prostor æe imati ugrađenu klimatizacijsku opremu &scaron;to æe omoguèiti ugodne radne uvijete radnicima i ugodan boravak potro&scaron;aèima. Nabaviti æemo aparat za za&scaron;titu od požara. Ugraditi æemo video i alarmni sustav kao i blindirano staklo (iskazano je u stalnim sredstvima) kako bi osujetili eventualne napade pljaèka&scaron;a.

12. Menadžment projekta Tablica 21 pitanja u svezi menadžmenta projekta

12.1. Predoèite pravno-organizacijski oblik va&scaron;e buduæe tvrtke: Dru&scaron;tvo s ogranièenom odgovorno&scaron;æu (d.o.o.)

12.2. Navedite stožerne pretpostavke i razloge za takvu odluku: 1. Najjednostavniji porezni oblik 2. Relativno brza i jednostavna aktivizacija tvrtke Tablica 22 projekcija potrebnih menadžera, radnika i inih zaposlenika te mjeseènih tro&scaron;kova rada

12.3. Kratko predoèite prava i obveze vlasnika tvrtke: Vlasnik zastupa dru&scaron;tvo i vodi poslove dru&scaron;tva te odgovara samostalno za sve obveze dru&scaron;tva do visine iznosa svog uloga. Vlasnik tvrtke je ujedno i glavni menadžer odnosno direktor tvrtke. On ima apsolutno sva prava i odgovornosti tvrtke.

12.4. Kratko predoèite ovlasti i zadaæe menadžerske ekipe: Menadžer (u ovom sluèaju vlasnik) dužan je obavljati raèunovodstveno-financijske poslove te nabavljati potrebiti inpute za redovito poslovanje. On upravlja, koordinira i kontrolira rad kladionice. Sve aktivnosti u vezi marketinga obavlja također menadžer. Godi&scaron;nji iznos ukupnih plaæa je 12000 EUR.

12.5. Kratko predoèite prava i zadaæe ostalih zaposlenika: Od zaposlenog se oèekuje da odgovorno, samostalno i kvalitetno obavlja poslovne zadaæe. Druga i najvašnija stvar koju oèekujemo od zaposlenog je to da ne potkrada i namjerno ne nanosi &scaron;tetu tvrtki. Zapo&scaron;ljavamo 1 radnika u smjeni sve ukupno 2. Radna godina je projicirana na 360 radnih dana, 12 satni radni dan i 25 dnevni godi&scaron;nji odmor. Nova zaposlenja ne oèekujemo u prvih pet godina redovnog poslovanja.

13. Marketing projekta Tablica 23 pitanja u svezi marketinga projekta

1. Iskljuèivu distribuciju (rabit æete samo jednog ekskluzivnog posrednika ili objekt za pojedina ciljna trži&scaron;ta ili ciljne segmente)

13.1. Kratko komentirajte va&scaron;u odluku te potanko objasnite izabrani sustav prodaje i distribucije va&scaron;ih proizvoda, robe ili usluga: Za nas je pitanje distribucije jako jednostavno. Koristiti æemo iskljuèivu distribuciju kroz na&scaron;u kladionicu. Nismo predvidjeli, niti u ovoj djelatnosti ne postoji (koliko mi znamo) drugaèiji naèin distribucije.

Tablica 24: pitanja u svezi promidžbe &ndash; promocije

13.2. Predoèite puni naziv &ndash; ime va&scaron;e tvrtke: "Tiper" d.o.o.