

# Virtualni projekt "Eko-hotel Hunjka"

---

**Papa, Gabrijela**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:621456>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-06**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital repository of the Libertas International University](#)



MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE LIBERTAS  
ZAGREB



ZAVRŠNI RAD  
Virtualni projekt „Eko-hotel Hunjka“

Mentor: dr.sc. Damir Pavlović

Studentica: Gabrijela Papa

ZAGREB, rujan 2021.

# Sadržaj

1. UVOD .....	1
1.1. Uvod .....	1
1.2. Predmet i cilj istraživanja .....	1
1.3. Znanstvene metode korištene pri pisanju završnog rada .....	1
1.4. Struktura rada.....	1
2. DEFINIRANJE PROJEKTOG MENADŽEMENTA.....	3
2.1. Koncept i smisao projekta .....	3
2.2. Karakteristike.....	4
2.3. 7s model.....	5
2.4. Životni ciklus projektnog menadžmenta .....	8
2.5. Područja projektnog menadžmenta .....	11
2.6. Odlike projektnog menadžera .....	14
3. EKO-TURIZAM.....	15
3.1. Povijesni razvoj.....	15
3.2. Pojam ekoturizam.....	16
3.3. Eko turisti .....	18
3.4. Eko hoteli.....	20
4. KRITIČKA ANALIZA MEDVEDNICE U FUNKCIJI TURISTIČKE EKSPLOATACIJE .....	22
4.1. Stablo problema .....	23
4.2. Stablo rješenja.....	24
4.3. Logička matrica.....	25
4.4. SWOT analiza za razvoj eko turizma u PP Medvednice .....	29
4.5. Interna analiza.....	30
4.6. Eksterna analiza .....	31
4.7. Projektna povelja.....	33
5. VIRTUALNI PROJEKT HUNJKA ZVONIMIROV DOM.....	37
5.1. Općenito o Hunjki .....	37
5.2. Svrha projekta .....	38
5.3. Cilj projekta .....	38
5.4. Obuhvat projekta.....	38
5.5. Selekcija projekta .....	38
6. PREDVIĐANJE POSLOVANJA PRVE GODINE EKO-HOTEL HUNJKA.....	41
6.1. SWOT analiza eko-hotela Hunjka.....	41

6.2.	Cost-benefit analiza .....	42
6.3.	Dionici .....	43
6.4.	Poslovni plan eko-hotela Hunjka .....	44
6.5.	Dijagram .....	52
7.	ASPEKTI ODRŽIVOG RAZVOJA POSLOVANJA BUDUĆEG EKO-HOTELE HUNJKA....	54
7.1.	Društvo .....	55
7.2.	Ekologija.....	55
7.3.	Ekonomija.....	55
8.	ZAKLJUČAK.....	56
9.	LITERATURA .....	57

# 1. UVOD

## 1.1. Uvod

U današnje moderno doba projektni menadžment jedan je od najvažnijih koraka prilikom kreiranja nekog proizvoda ili usluge te se svakim danom kreira sve više i više različitih projekata u različitim sferama, pa tako i u turizmu. Iako je turizam u početku težio masovnosti danas više to nije tako i teži se više prema nekim specifičnim oblicima turizma. Tako se s vremenom stvorila ideja o održivom turizmu kako bi se potaknula dodatna briga o prirodi i društvu. U skladu s tim razvija se i eko turizam koji je namijenjen novom tipu turista koji želi uživati u prirodi bez da ju ugrožava, te se tako počinje razvijati i hotelska industrija, a samim time i eko hoteli. Eko hoteli žele pružiti gostima nezaboravno iskustvo i smještaju u skladu s prirodom i očuvanju prirode. Jedan od takvih mogućih hotela biti će predstavljen i u ovome radu.

## 1.2. Predmet i cilj istraživanja

Cilj ovog rada je teorijski objasniti projektni menadžment kao i sami pojam projekta, a zatim to isto primijeniti na virtualnom projektu. Dani projekt želi prikazati da postoji mogućnost razvitka kontinentalnoga turizma u Hrvatskoj u neposrednoj blizini glavnoga grada Zagreba. Također, želi se pokazati da bi ta lokacija bila odlična za buduće poslovanje eko-hotela Hunjka kao primjer dobre prakse poslovanja u Hrvatskoj.

## 1.3. Znanstvene metode korištene pri pisanju završnog rada

Kod izrade ovog rada korištene su sljedeće znanstveno istraživačke metode: metoda analize i sinteze, metoda deskripcije, te metoda indukcije i dedukcije.

## 1.4. Struktura rada

Razrada ovog završnog rada počinje u drugom poglavlju sa definiranjem projektnog menadžmenta i projekta. Pojašnjava sami koncept projekta kao i njegovu smisao te zatim navodi glavne karakteristike projektnog menadžmenta. Također se bazira na 7s metodi projektnog menadžmenta te životnom ciklusu. Rad analizira i objašnjava potrebne odlike menadžera i znanja koja su u projektnom menadžmentu potrebna.

U trećem poglavlju stavlja se naglasak na eko turizam i eko hotele kao zasebnu cjelinu gdje se definira što je eko turizam, a što eko hotel. Zatim se pojašnjava pojam eko-turista te se daje jedan povijesni aspekt eko turizma kao takvog.

U četvrtom poglavlju započinje analiza Medvednice u funkciji turističke eksploatacije. Analiza se bazira na SWOT, internoj i eksternoj analizi. Prije potrebnih analiza izrađuje se stablo problema i rješenja kako bi se točno prikazalo što sve virtualni projekt obuhvaća. Zatim slijedi analiza u logičkoj matrici i projektnoj povelji.

U petom poglavlju detaljnije se ulazi u problematiku virtualnog projekta Hunjka, te se navodi svrha, cilj, obuhvat i selekcija projekta.

U šestom poglavlju izrađeno je predviđanje poslovanja prve godine eko-hotela Hunjka koje se temelji na SWOT analizi, cost-benefit analizi, dionicima, poslovnom planu, analizi dobiti i gubitka te Ganntovom dijagramu.

U zadnjem sedmom poglavlju sagledavaju se aspekti održivog razvoja poslovanja budućeg eko-hotela Hunjka na temelju tri osnovna elementa održivog razvoja: društvo, ekologija i ekonomija.

## 2. DEFINIRANJE PROJEKTOG MENADŽEMENTA

### 2.1. Koncept i smisao projekta

Postoje mnogobrojni načini definiranja projekta u teoriji, literaturi i praksi. Projekt se smatra ciljano usmjerenim jednokratnim procesom koji ima određeni početak i završetak i koji zahtjeva organizaciju izvođenja dok se ne postigne zadani konačni cilj. Jedna od ranijih definicija ističe kako je projekt svaki pothvat sa definiranim ciljevima koji predstavljaju specifičnu uporabu vrijednost u zadovoljavanju nekih potreba i želja.

Vodeća profesionalna organizacija za projektni menadžment – Institut za projektni menadžment definira projekt kao jednokratni pokušaj poduzet s ciljem da se kreira jedinstveno rješenje, proizvod ili usluga.<sup>1</sup>

#### Obilježja projekta

Kako bi se neki pothvat smatrao projektom mora imati sljedeća obilježja:<sup>2</sup>

- Cilj – moguće je odrediti cilj koji treba postići ostvarenjem tog pothvata
- Nerepetitivnost – pothvat se ne ponavlja od vremena do vremena
- Vremenska ograničenost – mora biti izvršen do onog roka koji je unaprijed utvrđen
- Životni ciklus – mora imati utvrđen početak i kraj s brojem različitim fazama između
- Koordinirani napor – izvođenje pothvata zahtjeva suradnju više službi u poduzeću
- Resursi – ljudski i materijalni resursi koji se angažiraju u ograničenom vremenu
- Budžet – predviđeni iznos novca koji se smije utrošiti za određene aktivnosti projekta. Potrebno je i izraditi budžet toka gotovine.
- Rizik – izvođenje pothvata povezano je s izvjesnim rizikom
- Jedna točka odgovornosti – odgovornost projektnog menadžmenta

---

<sup>1</sup> Cetinski V., Perić M., Projektni menadžment, Opatija : Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2006., str. 15

<sup>2</sup> Buble M., Projektni menadžment, Minerva- Visoka poslovna škola, Dugopolje, 2010., str. 2.

## 2.2. Karakteristike

Projektni menadžment označuje primijenjeno znanje, vještine, alate i tehnike na projektним aktivnostima kako bi se dostigli ciljevi i zahtjevi postavljeni pred projekt od strane interesno utjecajnih skupina.

Srž projektnog menadžmenta obuhvaća planiranje, organiziranje, praćenje i kontrolu svih aspekata projekta te motiviranje svih uključenih ljudi za postizanje projektnih ciljeva na siguran način, unutar planiranog budžeta, vremena i drugih zadanih parametara izvedbe.<sup>3</sup>

Projektni menadžment je poseban oblik menadžmenta kojem su sve aktivnosti usmjerene na izradu projekta, a te specifičnosti se manifestiraju kao:<sup>4</sup>

- Orijentacija na zadatke – realizacija projektnih ciljeva
- Sustavna orijentacija – tretiranje projekta kao sustava
- Vremenska orijentacija – samostalno raspoređivanje pojedinih aktivnosti
- Odgovornost za troškove – određivanje troškovnih limita, ocjenjivanje i kontrola troškova
- Organizacija s ograničenim vremenom trajanja – do završetka projekta
- Dinamični karakter – briga o sukcesivnom izvođenju projekta unutar utvrđenih konačnih termina, mijenjanje strukture izvršenja, stvaranje projektnog tima i operativnih odjela unutar faznog redoslijeda obavljanja radova
- Interdisciplinarni projektни rad unutar projektne strukture kao i između te strukture i operativnih odjela
- Specifičan položaj unutar organizacije
- Dvojni karakter: utvrđene nadležnosti prema ugovornim nadležnostima i kao utvrđene nadležnosti prema operativnim odjelima
- Uslužni karakter djelatnosti koje operativni odjeli moraju obavljati za projektни menadžment

---

<sup>3</sup>Omazić, M.A, Baljkas S.,Projektни menadžment, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2005. str. 50

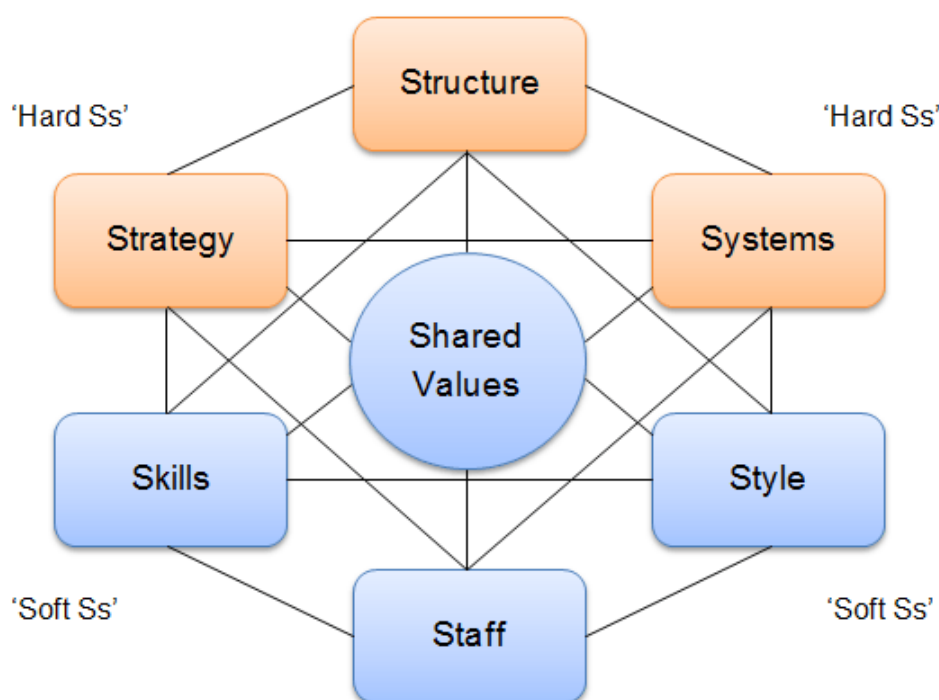
<sup>4</sup> Buble M.: Projektни menadžment, Minerva- Visoka poslovna škola, Dugopolje,2010., str.3



### 2.3. 7s model

Američko konzultantsko poduzeće McKinsey and Co. je kreiralo model 7s 1980-ih godina. Točnije model su kreirali njezini konzultanti Tom Peters, Robert Waterman i Julien Philips, uz pomoć Richarda Pascalea i Anthony G. Athosa.<sup>5</sup> Glavni cilj 7s modela je poboljšati poslovanje kompanija te analizirati organizacijsku strukturu te strateške probleme s kojima se kompanije susreće. Model se temelji na 7 elemenata koji moraju biti u balansu kako bi poslovanje bilo uspješno. Podijeljeni su u dvije skupine: tvrdi elementi i meki elementi.<sup>6</sup> Tvrdi elementi čine strategije (eng. strategy), struktura (eng. structure) te sistem (eng. systems), dok su meki elementi zaposlenici (eng. staff), vještine (eng. skills), stil/kultura (eng. style) te zajedničke vrijednosti (eng. shared values). Na slici 1. može se vidjeti točna podjela i ideja 7s modela kako su je zamislili T.Peters i R. Waterman.

Slika 1. Prikaz tvrdih i mekih elemenata 7s modela



<sup>5</sup> Strategic Management insight, McKinsey 7S model:

<https://strategicmanagementinsight.com/tools/mckinsey-7s-model-framework.html> (preuzeto:15.05.2021.)

<sup>6</sup> McKinsey 7S Model - Channon, D. F. and Caldart, A. A. (2015). McKinsey 7S model. In Wiley Encyclopedia of Management - Volume 12 Strategic Management (eds C. L. Cooper, J. McGee and T. Sammut-Bonnici)

Izvor: StrategicManagement insight McKinsey 7s Model:  
<https://strategicmanagementinsight.com/tools/mckinsey-7s-model-framework.html>.(preuzeto: 15.05.2021.)

U tablici 1. navedeni su svi elementi i njihovi opisi iz knjige Projektni menadžment, autora Omazića i Baljkasa. Projekt će se smatrati uspješnim ako svih 7 elementa bude zadovoljeno i cilj bude ostvaren.

Tablica 1. 7s model projektnog menadžmenta

Element	Opis
<b>eng. Strategy – strategija</b>	visoko postavljeni zahtjevi pred projekt i sredstva za njihovo postizanje
<b>eng. Structure – struktura</b>	organizacijska predanost provedbi projekta
<b>eng. Systems – sustavi</b>	metode dizajniranja posla, izvođenja, nadgledanja i kontrole
<b>eng. Staff – zaposlenici</b>	selekcija, pribavljanje, upravljanje i vođenje onih koji rade na projektu
<b>eng. Skills – vještine</b>	menadžerski i tehnički alati koji su dostupni projektnom menadžeru i članovima projektnog tima
<b>eng. Style – stil/kultura</b>	jedinstveni način rada i međudnosa unutar projektnog tima i organizacije kojoj pripada
<b>eng. Stakeholders – interesno-utjecajna strana</b>	individuumi i grupe koje imaju interes u projektnom procesu i njegovu rezultatu

Izvor: Omazić, M.A, Baljkas S. (2005.): „Projektni menadžment“, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, str. 50

Naravno, nikada svi elementi ne mogu biti u potpunom balansu, no tada treba unijeti promjene u poslovanju ili izradi projekta. Primjerice, ako projekt počne kasniti projektni menadžer mora dobro analizirati sve aspekte kako bi uvidio gdje je problem u izvedbi. Jedan od problema može biti premali broj zaposlenika i tada je najjednostavnije rješenje da se zaposli dodatna radna snaga. No, ako je problem u samoj strategiji poslovanja onda je važno da menadžer sjedne i još jednom evaluira svoju strategiju i možda promijeni određene zadatke, no ne i cilj.

Takav model može se koristiti kada se želi poboljšati rad kompanije i projekta. Također, koristan je i kada se želi sagledati što bi se dogodilo kada bi došlo do promjena u poslovanju. kako bi se mogli uskladiti pojedini odjeli time i procesi kojima se oni bave.

Ipak, kao najvažniji razlog korištenja ovog modela možemo navesti uvođenje nove strategije u poslovanje ili projekt. Tada ovaj model ima najveći značaj.

U tablici 2. može se vidjeti koje su to prednosti, a koji nedostaci ovakvog modela.

Tablica 2. Prednosti i nedostaci 7s modela

<b>Prednosti</b>	<b>Nedostaci</b>
Prati utjecaje u promjenama ključnih elemenata	Dugoročno poslovanje
Sinkronizirano poslovanje	Mogućnost prilagodbe na nove situacije
Dugoročno isplativ	Vanjski utjecaj

Izvor: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/mckinsey-7s-model/>

Prednost ovog modela je to što može učinkovito pratiti utjecaje promjena na ključnim elementima, a onda je tu i sinkronizirano poslovanje koje se događa kada odjeli rade zajedno na projektima. Jedna od najvažnijih prednosti 7s modela je to što se smatra dugoročno isplativim. Istovremeno, to je jedan od glavnih nedostataka ovog modela. Naime, poslovanje ali i projekt je poput živog organizma. Stalno je potrebno prilagođavanje novonastalim situacijama, koje su ponekad i vanjske, te na njih sama organizacija ili sami menadžer projekta ne može utjecati.

## 2.4. Životni ciklus projektnog menadžmenta

Životni ciklus upravljanja projektom je standardizirani proces primjenjiv na sve vrste i veličine projekata, osmišljen u skladu s metodologijom upravljanja projektom.<sup>7</sup>

Sastoji se od pet faza, a to su: inicijacija, planiranje, izvedba, nadzor i kontrola, zatvaranje projekta.

Inicijacija je faza u kojoj se generiraju, evaluiraju i odobravaju ideje za razradu te osiguravaju resursi za njeno izvođenje. Planiranjem se utvrđuju sve aktivnosti na izradi projekta te redoslijed, vrijeme i troškovi te izvedbe. Faza izvedbe je proces izvođenja svih planiranih aktivnosti kako bi se ostvarilo sve planirane isporuke. Kontrola i nadzor su procesi kojima se prati izvedba kako bi se pravovremeno uočili potencijalni problemi i kako bi se poduzele odgovarajuće mjere. I naravno zadnja faza životnog ciklusa upravljanja projektom je zatvaranje projekta. Ukoliko su sve projektne aktivnosti i zadaci izvršeni, te kada ih naručitelj projekta prihvati dolazi do službenog kraja projekta.<sup>8</sup>

Pet faza životnog ciklusa upravljanja projektom nisu karakteristične samo za projekt kao cjelinu već i za njegove pod projektne faze. Drugim riječima svaka faza životnog ciklusa sastoji se još i od faza inicijacije, planiranja, izvedbe, nadzora i kontrole te zatvaranja tog dijela projekta.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Gojšić, J., Horvatinčić, K., Jugo, G., Marjanović, N.: Upravljanje projektima, Incremedia, Zagreb, 2008., str.76

<sup>8</sup> Buble, M.: Projektni menadžment, Minerva – Visoka poslovna škola, Dugopolje, 2010., str.11

<sup>9</sup> Ibid. str.12

Tablica 3. Tri faze životnog ciklusa projekta

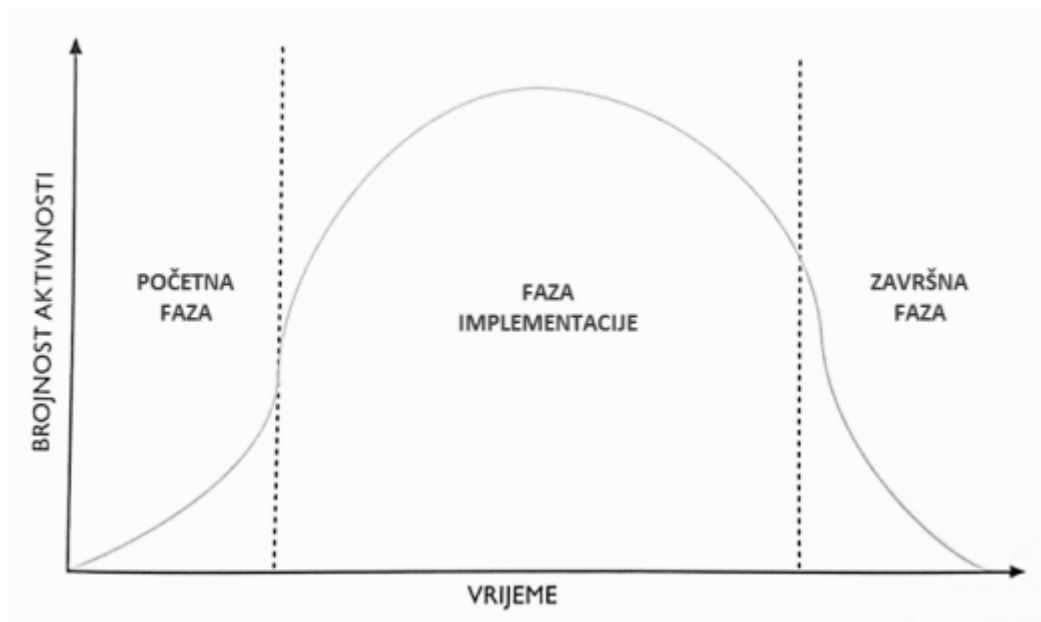
Faza	Ključni zadaci i odluke	Temeljna pitanja
<b>1. Početna faza</b>	formuliranje vizije i strategije projekta, definiranje ciljeva, modeliranje i planiranje, evaluacija financijskih troškova i koristi, te analiza ključnih resursa, budžetiranje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• što treba uraditi</li> <li>• zašto to treba učiniti</li> <li>• kako će se to ostvariti</li> <li>• tko će što uraditi i tko će sve biti uključen u projekt</li> <li>• tko će biti sponzor projekta i projektni menadžer</li> <li>• kada je početak a kada završetak projekta</li> <li>• koliko će to stajati</li> </ul>
<b>2. Faza provedbe</b>	prikupljanje tima, organizacija, kontrola, vođenje, donošenje odluka i rješavanje problema, rješavanje konflikata, ugovaranje, provedba, predaja projekta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• na koji način će se rukovoditi projektom</li> <li>• tko će obavljati kontrolu nad projektom</li> <li>• hoće li biti završen na vrijeme i u okvirima budžeta</li> </ul>
<b>3. Završna faza</b>	procjena procesa i učinkovitost projekta, evaluacija, prikupljanje i implementacija znanja u sustav, promjene za budućnost	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kakvi su rezultati ostvareni u projektu</li> <li>• kako kontinuirano poboljšavati i razvijati projektni menadžment</li> <li>• je li korisnik zadovoljan projektnim rezultatom</li> </ul>

Izvor: Meredith, J.R., Mantel, S.J.: Project Management – A Managerial Approach, 4th ed, John Wiley & Sons, New York etc., 2000., str. 30

Gore prikazana tablica 3. određuje tri faze životnog ciklusa projekta te glavne zadatke, ali i temeljna pitanja za provedbu projekta.

U početnoj fazi važno je da se točno definira vizija, utvrde glavni ciljevi te budžet projekta i način na koji će se projekt ostvariti. Nakon utvrđivanja svih navedenih elemenata prelazi se na drugu fazu, odnosno samu provedbu projekta u kojoj se okuplja tim i organizira se podjela rada. Također u ovoj fazi počinju se donositi ključne odluke za projekt, ali i rješavaju problemi i konflikti na koje se naiđe prilikom provedbe projekta. U završnoj fazi je najvažnije utvrditi učinkovitost projekta te prikupiti i analizirati sve podatke za budućnost. Važno je saznati je li korisnik zadovoljan ostvarenim projektnim rezultatom.

Slika 2. Korelacija razine aktivnosti i vremena



Izvor: Omazić, M.A, Baljkas S. (2005.): „Projektni menadžment“, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, str. 53

Slika 2. prikazuje razvoj projekta kroz vrijeme i kroz aktivnosti koje se provode, te određene faze projekta. U početnoj fazi projekt je u uzletu, u fazi implementacije ili provedbe dolazi do vrhunca projekta, dok je u završnoj fazi projekt gotov i možemo donijeti zaključke na temelju odrađenog projekta.

## 2.5. Područja projektnog menadžmenta

Kako bi se postigli ciljevi projektnog menadžmenta, projektni menadžment je podijeljen na devet područja znanja koji se trebaju usvojiti i dobro razumjeti kako bi se sama izvedba projekta mogla balansirati.

Devet područja znanja projektnog menadžmenta su:<sup>10</sup>

1. Upravljanje integracijom projekta
2. Upravljanje opsegom projekta
3. Upravljanje vremenom projekta
4. Upravljanje troškovima projekta
5. Upravljanje kvalitetom projekta
6. Upravljanje ljudskim resursima projekta
7. Upravljanje komunikacijama projekta
8. Upravljanje rizikom projekta
9. Upravljanje ugovorima/nabavom projekta

Tablica 4. prikazuje matricu u koja sadrži sve navedene stavke. One su ključne kako bi se projekt mogao realizirati. Četiri od devet navedenih područja odnose se na ostvarivost ciljeva i to su ključni elementi, dok se ostala područja smatraju sredstvima za izvršenje ciljeva te oni podupiru glavne elemente.

Tablica 4. Matrica područja znanja projektnog menadžmenta

	sredstva izvršenja ostvarivosti ciljeva projekta				
	integracija	ljudski resursi	Komunikacija	Rizik	opskrba i ugovaranje
Opseg					
Vrijeme					
Trošak					
Kvaliteta					

Izvor: Buble M.: Projektni menadžment, Minerva- Visoka poslovna škola, Dugopolje,2010., str.9

<sup>10</sup> Buble M.: Projektni menadžment, Minerva- Visoka poslovna škola, Dugopolje,2010., str.8

Slijedeći Smart Art 1. i Smart Art 2. pokazuju osnovni sadržaj navedenih devet područja znanja podijeljenog na već prije navedene elemente, te njihove procese koji se rade u svakom od područja znanja upravljanja projektom.

### Smart Art 1. Elementi ostvarenja ciljeva projekta

#### •Upravljanje opsegom projekta

- osigurava uvid u sve aktivnosti koje je potrebno poduzeti kako bi se zadovoljili projektni ciljevi, kao i sve projektne isporuke, tj. rezultati rada na projektu
- sastoji se od autorizacije (ovlaštenja), područja planiranja, područja definicije, područja upravljanja promjenama i područja verifikacije

#### 1.Upravljanje vremenom projekta

- uključuje proces koji zahtijeva osiguranje vremenske performanse projekta.
- sastoji se od definiranja aktivnosti, utvrđivanja redoslijeda aktivnosti, procjeni trajanja, izradi kalendara, razvoju rasporeda i kontroli vremena.

#### 1.Upravljanje troškovima projekta

- uključuje proces koji zahtijeva osiguranje da se projekt izvede u okviru zadanog budžeta.
- sastoji se od planiranja resursa, procjene troškova, budžeta troškova, toka gotovine i kontrole troškova.

#### 1.Upravljanje kvalitetom projekta

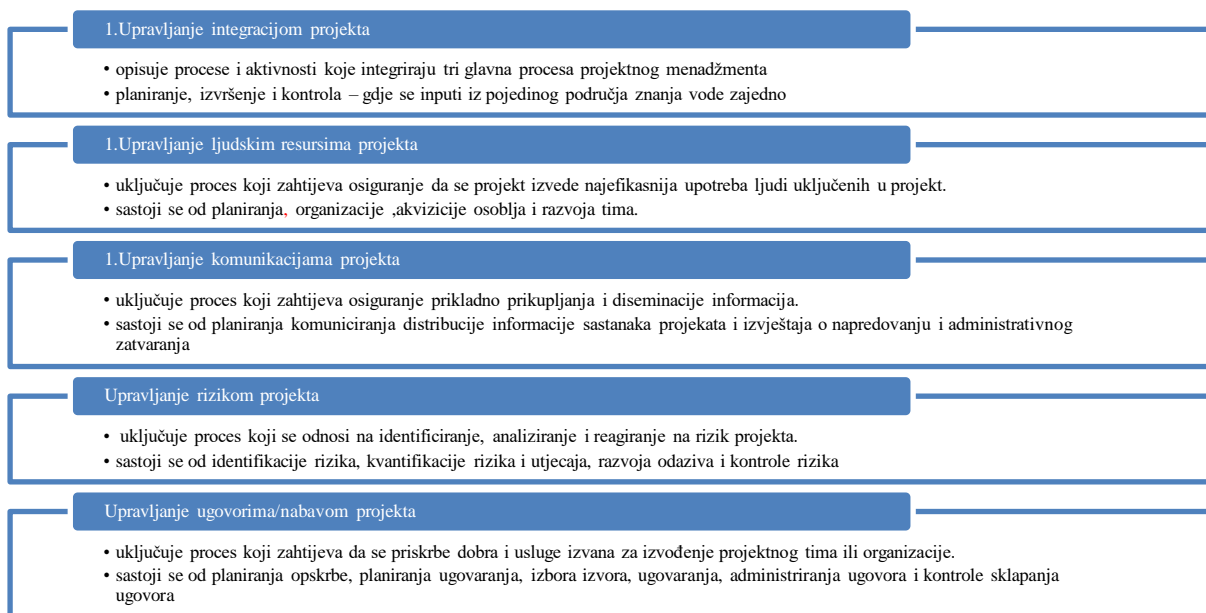
- uključuje proces koji zahtijeva osiguranje da će projekt zadovoljiti potrebe za koje se izvodi.
- sastoji se od određivanja zahtijevanih uvjeta planiranja kvalitete, osiguranje kvalitete i kontrole kvalitete

Izvor: Buble, M., Projektni menadžment, str. 9 – 10

Elementi ostvarenja ciljeva projekta temelje se na opsegu, vremenu, troškovima te kvaliteti. Važno je da projektni menadžment vodi evidenciju o svim aktivnostima koje je potrebno napraviti, o vremenu koje je potrebno izdvojiti, ali i o financijskim troškovima. Važno je da sve bude kvalitetno odrađeno jer je u protivnom moguće da će projekt zahtijevati još više financijskih ulaganja.



## Smart Art 2. Sredstva izvršenja ostvarivosti ciljeva projekta



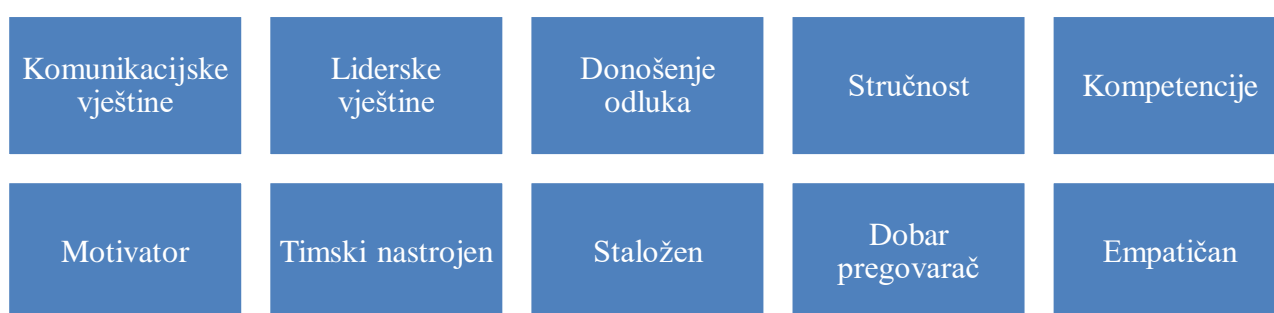
Izvor: Buble M.: Projektni menadžment, Minerva- Visoka poslovna škola, Dugopolje,2010., str.9-10

Sredstva ostvarivosti ciljeva projekta temelje se na integraciji, ljudskim resursima, komunikaciji, riziku te opskrbi i ugovaranju. Kako bi projekt bio uspješan važno je također znati na vrijeme koji proces je na redu za izvedbu, također i koja su dobra ili usluge u pojedinom procesu potrebne. Kako bi cijeli projekt bio efikasan i efektivan izrazito su važni ljudski resursi koji trebaju znati svoje zadatke unaprijed, ali i trebaju biti stručni u izvedbi. Također, kako bi bili spremni na sve probleme na putu, u projektnom menadžmentu je vrlo važno prikupljanje informacija kao i procjena rizika.

## 2.6. Odlike projektnog menadžera

Za učinkovito upravljanje projektima važno je da projektni menadžer ima određene atribute. Neki od potrebnih karakteristika su motiviranost, dobre komunikacijske vještine, snažne liderske vještine, mogućnost brzog razmišljanja i donošenja odluka, stručnost, ali i dobra sposobnost izražavanja kako bi svoje vizije mogao jednostavno podijeliti s drugima. Naravno, projektni menadžer još mora biti dobar pregovarač i ostati miran i staložen u stresnim situacijama. Također mora imati empatiju i biti timski nastrojen, ali mora pokazati svoje kompetencije kako bih mu njegov tim vjerovao.<sup>11</sup>

### Smart Art 3. Odlike projektnog menadžera



Izvor: Sistematizacija autora

Jedna od odlika dobrog menadžera je to da je dobar komunikator kako bi se mogao povezati s ljudima na svim razinama i kako bi mogao objasniti ciljeve i zadatke projekta, te odgovornost i očekivanja koje očekuje od svakog člana. Zatim je važno da ima jake liderske osobine kako bi motivirao svoj tim, no i mora biti sposoban donijeti odluke i stajati iza njih.

Projektni menadžer mora biti stručan i znati sve aspekte projekta i koje on može nositi. Ali, osim stručnosti, mora biti dobar pregovarač kako bi mogao riješiti probleme koji bi se mogli naći na putu za vrijeme projekta.

Također, staloženost i empatičnost prema svojim suradnicima vrlo je važna u procesu suočavanja sa izazovima koji dolaze sa projektom. Projektni menadžer prenosi svoja znanja i vizije svom timu, ali služi i kao primjer članovima.

---

<sup>11</sup> Nutcache: 10 atributa efektivnog projektnom menadžera: <https://www.nutcache.com/blog/10-attributes-effective-project-manager> (preuzeto: 15.05.2021.)

### 3. EKO-TURIZAM

#### 3.1. Povijesni razvoj

Podrijetlo riječi ekoturizam nije točno određeno, no prvo spominjanje veže se uz 1965. godinu i W. Hetzera koji je u svome članku "Environment, tourism, culture" postavio četiri temeljna stupa odgovornog turizma, a to su: minimiziranje utjecaja na okoliš, uvažavanje kulture domaćina, maksimiziranje koristi za lokalnu zajednicu i maksimaliziranje zadovoljstva turista.<sup>12</sup> Također, razvoj ekoturizma veže se uz sveopći pokret za očuvanje okoliša iz 70-tih i 80-tih godina prošloga stoljeća te uz evidentne loše učinke na okoliš koji je izazvao masovni turizam. Nezadovoljstvo masovnim turizmom dovodi do porasta potražnje za doživljajem netaknute prirode. Turističko tržište danas je dinamično i izrazito konkurentno. Opstanak na njemu uvjetovan je stalnim praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju tendencije kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe.<sup>13</sup> Mnoge zemlje u to vrijeme odlučuju se iskoristiti dobit od ekoturizma kako bi poboljšali uvjete života lokalne zajednice i tim novcem financiraju programe zaštite prirode. Dakle, možemo zaključiti da je ekoturizam nastao kao reakcija na negativni utjecaj masovnog turizma, potaknut porastom potražnje za atrakcijama temeljenim na prirodi i očuvanom okolišu i izravna je posljedica sveopćeg prihvaćanja načela održivosti i pokreta za očuvanje okoliša. Ekoturizmom se želi ostvariti upravljanje resursima na način da ekonomske, socijalne i estetske potrebe budu ostvarene tako da se održi kulturološki integritet, osnovni ekološki procesi, biološka raznolikost te sustavi na kojima počiva život.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Bakan R., Jaković B., Ekoturizam – autorizirana predavanja i primjeri vježbi, dostupno na <https://vsmti.hr/wp-content/uploads/2017/11/Ekoturizam-autorizirana-predavanja-i-primjeri-vjezbi.pdf> (01.05.2021.)

<sup>13</sup> Demonja D., Ružić P., Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Meridijani, Zagreb : Institut za međunarodne odnose, 2010, str. 5

<sup>14</sup> Carič H., Održivi turizam u deset koraka : planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom nasljeđu : priručnik za razvijanje i upravljanje turističkim regijama, destinacijama i proizvodima , Zagreb : Institut za turizam : Odras-Održivi razvoj zajednice, 2006., str. 1

### 3.2. Pojam ekoturizam

Živimo u doba kada je onečišćenje Zemlje u cjelini, a posebno nekih njenih prostora, postalo ne samo pitanje poduzimanja različitih normativnih metoda i postupaka, kako bi se ekološki problemi riješili i razvijala „ekonomija blagostanja“, već je stanje dovedeno do pitanja fizičkog opstanka čovjeka i planete na kojoj egzistira.<sup>15</sup> Očuvanje prirode i racionalno iskorištavanje prirodnih izvora sežu u vrijeme pojave čovjeka na Zemlji.<sup>16</sup> Još davne 1990. međunarodna zajednica za turizam definirala je ekoturizam kao odgovorno putovanje u prirodna područja uz brigu za očuvanjem okoliša i osiguravanjem boljšeg života lokalnoj zajednici. No, prvu definiciju ekoturizma dao je Caballos Lascaurin 1987. i definirao ga kao putovanje u relativno netaknutu i nezagađenu prirodu sa specifičnim ciljevima kao što su učenje, uživanje i divljenje okolišu, biljkama i životinjama kao i prošlom te postojećem kulturnom naslijeđu određenog područja.<sup>17</sup> No, kako se ekoturizam razvijao, dodavana mu je i dodatna dimenzija povezana s konceptom održivog razvoja, te su postojale još neke verzije definicija poput ekološki održivog turizam koji potiče ekološku i kulturološku svijest, razumijevanje i očuvanje okoliša ili putovanje kako bi se uživalo u raznolikosti prirode i kulture čovječanstva bez uzrokovanja štete jednome ili drugome. Zaključna definicija koju danas koristi Međunarodno društvo za ekoturizam (The International Ecotourism Society) je odredila ekoturizam kao odgovorno putovanje u prirodna područja koje uključuje zaštitu i brigu o okolišu, održivi razvoj lokalne zajednice te interpretaciju okoliša i edukaciju.<sup>18</sup> Načela ekoturizma govore da je on temeljen na prirodi, da u njemu sudjeluju ekološki osviješteni ljudi i da je upravljani po načelima održivosti. Danas se prirodi u slobodnom vremenu i turizmu pridaje veliko značenje, prije svega zbog njezine funkcije blagostanja i odmora. Priroda ima veliku vrijednost u kontekstu provođenja odmora. Sve prognoze ukazuju na to da turistička putovanja tendiraju k „zelenim“ ciljevima, a budućnost pripada onim mjestima za odmor gdje je priroda netaknuta, a krajolici čisti. Pod ekološkom svijesti podrazumijevamo spoznaju o ugroženosti prirodnih osnova za život ljudi, uzrokovanu djelovanjem ljudi samih, uz spremnost za otklanjanje opasnosti.<sup>19</sup>

---

<sup>15</sup> Bilen, M. Turizam i okoliš : (ekonomsko-geografski pristup izučavanju problematike). 2. izmijenjeno i dopunjeno izd. Zagreb : Mikrorad, 2011., str. 7

<sup>16</sup> Vidaković, P. Nacionalni parkovi i turizam. Zagreb : Zavod za zaštitu prirode SR Hrvatske : Institut za turizam, 1989., str. 21

<sup>17</sup> Bakan R., Jaković B., Ekoturizam – autorizirana predavanja i primjeri vježbi, dostupno na <https://vsmti.hr/wp-content/uploads/2017/11/Ekoturizam-autorizirana-predavanja-i-primjeri-vjezbi.pdf> (01.05.2021.)

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Muller, H. Turizam i ekologija : povezanost i područja djelovanja. Zagreb : Masmedia, 2004., str. 21

Ekoturizam sadrži pet temeljnih dimenzija koje govore o temeljnim odrednicama ekoturističkog proizvoda, a to su prirodni resursi i zaštita okoliša, edukacija, povećanje prihoda lokalne zajednice, povećanje kvalitete turističke ponude i uključenost lokalne zajednice.<sup>20</sup> Treba napomenuti da posebnu dimenziju ekoturizmu daje način korištenja prirodnih i kulturnih resursa u službi stvaranja posebnih doživljaja za turista.

### **Prirodna dimenzija**

Ekoturizam je turizam temeljen na prirodi, te su stoga neki od turističkih motiva želja za povratkom prirodi, želja za bijegom od stresa i svakodnevnog života, te promatranje prirode i divljine prije nego što za to bude kasno.<sup>21</sup> Osim promatranja i divljenja prirodi dio ekoturizma su i brojne aktivnosti poput vožnje biciklom, promatranja ptica, vožnje kajakom i raftinga.

### **Obrazovna dimenzija**

Ekoturizam također pruža mogućnost obrazovanja o okolišu i lokalnoj kulturi. Odlika ekoturističkog doživljaja je interpretacija okoliša te učenje o okolišu i kulturi kraja kojega ekoturist posjećuje. Svaki turizam temeljen na prirodi u sebi nosi neki oblik stjecanja novih znanja, no kod ekoturizma, obrazovna dimenzija, uz dobru interpretaciju okoliša, ključni je element turističkog doživljaja.<sup>22</sup> Doživljaj turista na ekoturističkom putovanju ima dvije osnovne svrhe. To su zadovoljenje potrebe za povećanjem znanja o prirodnim i kulturnim atrakcijama uz aktivnu rekreaciju na terenu i povećanje razine svijesti o potrebi očuvanja okoliša, promjena stavova i ponašanja s ciljem smanjivanja loših utjecaja na okoliš.<sup>23</sup> Činjenica je da se ekoturistu boravkom u ekoturističkoj destinaciji pruža mogućnost podizanja ekološke svijesti o čemu možda ne bi razmišljao za vrijeme uobičajenog boravka u urbanim sredinama.

---

<sup>20</sup> Bakan R., Jaković B., Ekoturizam – autorizirana predavanja i primjeri vježbi, dostupno na <https://vsmti.hr/wp-content/uploads/2017/11/Ekoturizam-autorizirana-predavanja-i-primjeri-vjezbi.pdf> (01.05.2021.)

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Ibid.

## **Dimenzija održivosti**

S vremenom se razvio i način promatranja na turizam kao zadovoljavanja potreba sadašnjih generacija bez ugrožavanja potreba generacija koje dolaze.<sup>24</sup>

## **Dimenzija personaliziranosti**

Također, ekoturizam se zbog dimenzije personaliziranosti razlikuje od masovnog turizma. Za ponudu ekoturizma karakteristični su mali i srednji pružatelji turističkih usluga s visoko personaliziranom ponudom turističkih doživljaja.<sup>25</sup>

Dodatna dimenzija govori da je ekoturistički proizvod alternativni, personalizirani turistički proizvod manjeg intenziteta, te se temelji na eko turistima.

### **3.3. Eko turisti**

Kada govorimo o turističkom doživljaju možemo razlikovati „hard” (tvrđi, čvrsti, strogi) ekoturizam i ekoturiste, te „soft” (meki, laki, konvencionalni) ekoturizam i ekoturiste, a korištenje pojedinog termina ovisi o nekoliko činjenica: koliko su turisti strogi u odnosu na ekološke principe, koliko su daleko spremni ići s obzirom na fizičke napore kako bi doživjeli ekoturističko iskustvo i koliko je intenzivan njihov interes prema pojedinoj ekoturističkoj atrakciji.<sup>26</sup> Strogi (Hard-core) ekoturisti imaju jako izražen interes za temeljni motiv putovanja i vrlo su često eksperti u pojedinim područjima, kao npr. dugogodišnji promatrači ptica, kukaca, kitova i slično. Isto tako za njih je karakteristično da su spremni iskusiti život lišen uobičajenog civilizacijskog komfora, putovati u otežanim uvjetima (ako je potrebno i na duže razdoblje), upoznavati nepoznate kulture i doživjeti neuobičajena životna iskustva. S druge strane, konvencionalni (soft) ekoturisti ne razlikuju se puno od uobičajenih turista motiviranih prirodnim atrakcijama. Razlika je ipak u tome što ekoturisti žele doživjeti prirodne atrakcije na poseban, posredniji način (uz dobru interpretaciju okoliša i edukativne sadržaje koje doživljavaju bilo posredstvom stručnih vodiča ili samostalno).<sup>27</sup> Vrlo čest slučaj je da ova vrsta turista unutar svojeg uobičajenog turističkog putovanja poduzima i jedno ili više kraćih posjeta ekoturističkim destinacijama. Detaljniji i pregledniji pregled mekih i tvrdih ekoturista donosi tablica.

---

<sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Ibid.

Tablica 5. Osnovne razlike između tvrdih i mekih ekoturista

<b>Tvrđi ekoturisti</b>	<b>Meki ekoturisti</b>
Snažna povezanost s prirodom	Slabija povezanost s prirodom
Specijalistička putovanja (istraživačka)	Rekreacijska putovanja
Duga putovanja	Kratka putovanja
Manje grupe	Veće grupe
Fizički zahtjevno	Fizički manje zahtjevno
Fizički izazov	Fizički komforno
Očekuje se vrlo malo turističkih usluga	Očekuju se turističke usluge
Naglasak na samom doživljaju putovanja	Naglasak na interpretaciji
Samostalni način putovanja	Pomoć od turoperatora i agencija

Izvor: Obradio autor prema izvoru: Bakan R., Janković B., Ekoturizam, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2015.

U tablici 4. su navedene razlike između tvrdih i mekih eko turista. Neke od najvažnijih razlika su to da tvrđi ekoturisti imaju snažnu povezanost s prirodom dok meki ekoturisti nemaju toliku povezanost s prirodom. Također tvrđi ekoturisti često idu na putovanja kako bi nešto istražili, dok je mekim ekoturistima bitna rekreacija te stvara se razlika u broju ljudi koji ide na putovanja i fizičkoj zahtjevnosti te izazovu samog terena. Također razlika je i u turističkim uslugama koje pojedini ekoturisti žele, te samom odabiru organizacije putovanja.

### 3.4. Eko hoteli

Pojavom turizma, hoteli su definirani kao objekti koji pružaju smještaj i prehranu. No, osim tih osnovnih nematerijalnih čimbenika hotela, hotel je zapravo puno više od toga. Čini ga osobe koje su tamo zaposlene i zbog kojih hotel ima određeno ozračje, te se u njemu ljudi osjećaju dobrodošlo. Osim osoblja, hotel čine i sporedne aktivnosti koje hotel nudi, te u današnje moderno vrijeme osnove nisu dovoljne. Turisti danas osim mora i sunca traže i nove aktivnosti, događaje i iskustva. Ekološka svijest gostiju danas je sve izraženija upravo zbog tehnologije i pritiska kojem su izloženi svaki dan. Zbog velike potražnje i konkurentnosti uvodi se pojam eko hotela, odnosno hotela koji teže tome da budu ekološki prijateljski prema okolišu kroz učinkovito korištenje energije, vode i materijala te pružanjem kvalitetne usluge. U želji za serviranjem domaće hrane, eko hoteli često potiču lokalnu proizvodnju i u svojim hotelima hranu pripremaju prirodnim sastojcima. Također, neki hoteli i sami imaju svoje vrtove. U opremanju hotela koriste se ekološki prihvatljivi materijali, te se nastoji stvoriti dizajn koji većinom podsjeća na prirodu. Ekološki hoteli prate potrošnju energije i nastoje uštedjeti energiju korištenjem energetski učinkovitih rashladnih uređaja i rasvjete. No, prelazak na takav način poslovanja nije jednostavan. Prelazak zahtjeva puno novčanih sredstava, ali i vremena. Također, mnogi vlasnici hotela smatraju da nemaju koristi od ekološkog načina poslovanja, te potražnja ponekad nije dovoljna. Hoteli koji spadaju u kategoriju zelenih hotela moraju se pridržavati strogih uvjeta, pravila i propisa i zelene politike. No, iako je relativno složen, prelazak može značajno pomoći očuvanju okoliša za buduće generacije. Također, kada jednom postanu eko hotel, hoteli će imati manje troškove poslovanja. Bit će niži i troškovi odlaganja otpada. Naime, u eko hotelima se provodi 3R mjera, odnosno ponovna upotreba, reduciranje i recikliranje, što će privući nove eko turiste. Osim toga, jača se i odnos s lokalnom zajednicom, te su zaposlenici sretniji zbog zdrave radne okoline, pa su samim time i njihova radna postignuća bolja. Mnogi obični hoteli koriste više električne energije, nego što im je stvarno potrebno. Time ne samo da povećavaju troškove i smanjuju efikasnost poslovanja, nego i nepotrebnom potrošnjom goriva potrebnih za proizvodnju energije, doprinose globalnom zatopljenju, nastanku kiselih kiša i ostalim problemima zagađenja okoliša.<sup>28</sup> Kako bi smanjili troškove poslovanja, ali i očuvali okoliš, eko hoteli upotrebljavaju fluorescentna svjetla, kojima štede energiju. Nadalje, korištenjem dobre izolacije smanjuju potrebu za skupim grijanjem, a promjenom postavki termostata, čine veliku razliku. Tako su neki hoteli razvili sustav potrošnje energije i popunjenosti sobe. Kada

---

<sup>28</sup> Petrić, L. : Eko hotel- u prilog strategiji održivog razvitka turizma, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, 1999., str. 40.



gost napusti sobu, gase svi aparati, osim onih nužnih poput hladnjaka. Sve više hotela potiče turiste da koriste posteljinu i ručnike više puta, kako bi uštedili vodu, deterdžent i energiju. Ugrađuju se i tuševi s malim protokom vode, što štedi vodu i energiju. Također, neki hoteli koriste kišnicu i vodu koja je već bila korištena za primjerice zalijevanje vrtova. Količine otpada koje hotel proizvede na godišnjoj razini su ogromne. Neke od mjera kako bi se to smanjilo su: korištenje re-fill ambalaže, upotreba platnenih vrećica za prljavu posteljinu umjesto plastičnih, recikliranje papira, proizvodnja komposta, ali i doniranje starog namještaja u humanitarne svrhe. Korištenjem lokalnih proizvoda smanjuju se troškovi prijevoza i potiče lokalna zajednica. Također, sve više hotela koristi solarnu energiju. Osim papirnatih dokumenata, hoteli koriste e- mail, te pomoću njega prijavljuju goste. Ovdje možemo vidjeti da eko poslovanje ima mnogih prednosti kako za turiste, tako i za same vlasnike hotela, te to nazivamo win- win situacijom. Eko turisti spremi su izdvojiti veću količinu novaca ako su zadovoljni uslugom i ako se uvjere u poštivanje eko normi hotela. Ako hotel ima eko certifikat imat će više povjerenja u njega. Priručnik za eko turizam definira certifikaciju kao postupak koji procjenjuje objekt, aktivnost, proizvod ili uslugu i daje pisano jamstvo da isti zadovoljava određene propisane standarde. Eko certifikati dodjeljuju se onim tvrtkama ili aktivnostima koje se u potpunosti provode skup eko standarda. Ekološka oznaka je nagrada koja se dodjeljuje poduzeću ili djelatnosti koji kroz posao i aktivnosti imaju bolje performanse u odnosu na druge u tom području. Temelji se na usporedbi najboljih rezultata, a ne u skladu sa osnovnim normama. Uskoro svim ekološkim certifikatima vodi se računa, iako u različitoj mjeri i različito strogo, o energetske učinkovitosti, očuvanju voda, gospodarenju otpadom, smanjenju emisije stakleničkih plinova, racionalnom korištenju prirodnih resursa, očuvanju prirodnog okoliša i edukacijskim programima za osoblje i klijente. Na globalnoj razini postoji više od 140 oznaka zelenih certifikata. Neki od najpoznatijih su Earth Check, Green Globe, Green Key i ISO 14001 za upravljanje okolišem. Koristi hotela za uvođenjem eko certifikata su mnogobrojne. Osim prethodno nabrojanih smanjenih troškova poslovanja i očuvanja okoliša, hotelima koji imaju eko certifikate poboljšava se i učvršćuje položaj u odnosu na druge hotele, te postaju više konkurentni. Ponekad odluka o rezervaciji između jednog hotela i drugog ovisi o njihovoj ekološkoj prihvatljivosti.

#### 4. KRITIČKA ANALIZA MEDVEDNICE U FUNKCIJI TURISTIČKE EKSPLOATACIJE

Predprojektna analiza bitan je segment prije procesa izrade samog projekta. Ona pruža uvid voditeljima, partnerima te potencijalnim ciljnim skupinama o relevantnim informacijama te pomaže prikazati kako će se sami projekt razvijati. Važno je identificirati probleme, odrediti ciljeve koji se žele ispuniti i pronaći prave i odgovarajuće resurse za provedu projekta.

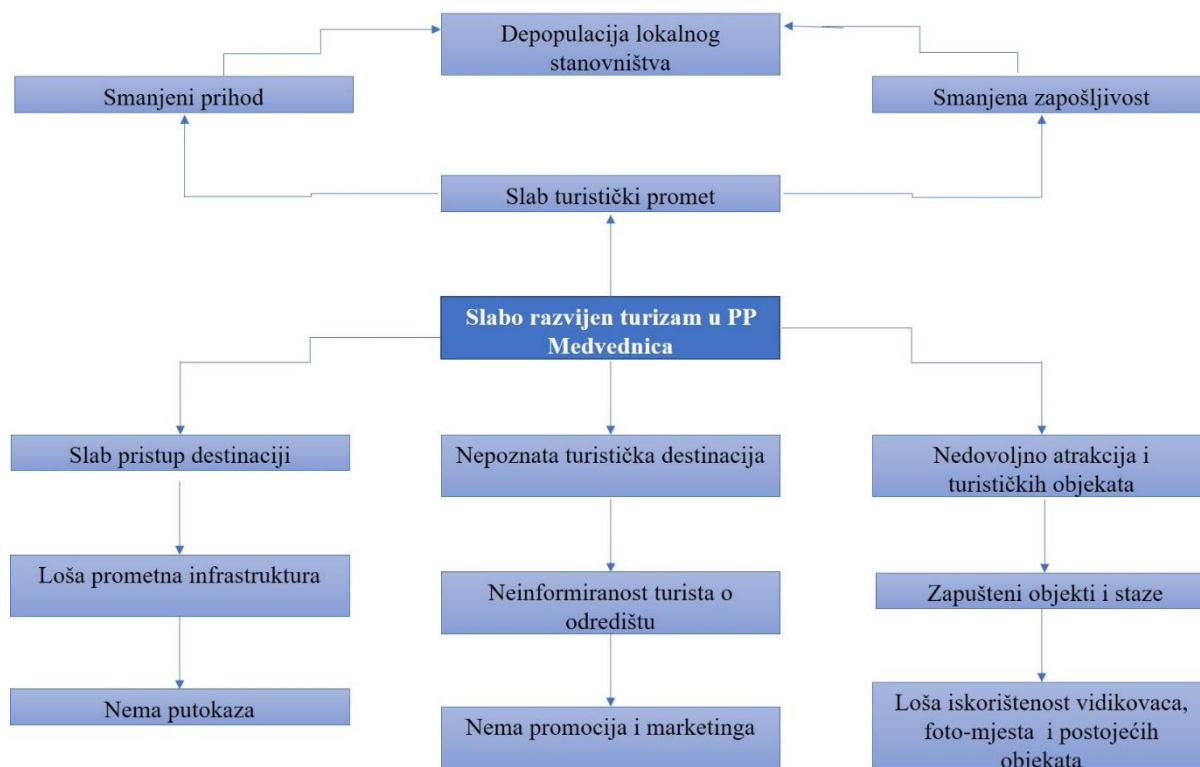
Predprojektna analiza se sastoji od SWOT analize, interne i eksterne analize.

No, prije toga je važno navesti određene probleme samoga projekta, te predložiti rješenja za iste. Sve to moramo objediniti te predložiti aktivnosti kojima bi se sami projekt trebao baviti.

#### 4.1. Stablo problema

Stablo problema prikazuje na koje se sve probleme projektni menadžment mora osvrnuti prilikom izrade projekta te njegove realizacije.

Slika 3. Prikaz stabla problema u PP Medvednici



Izvor: Sistematizacija autora

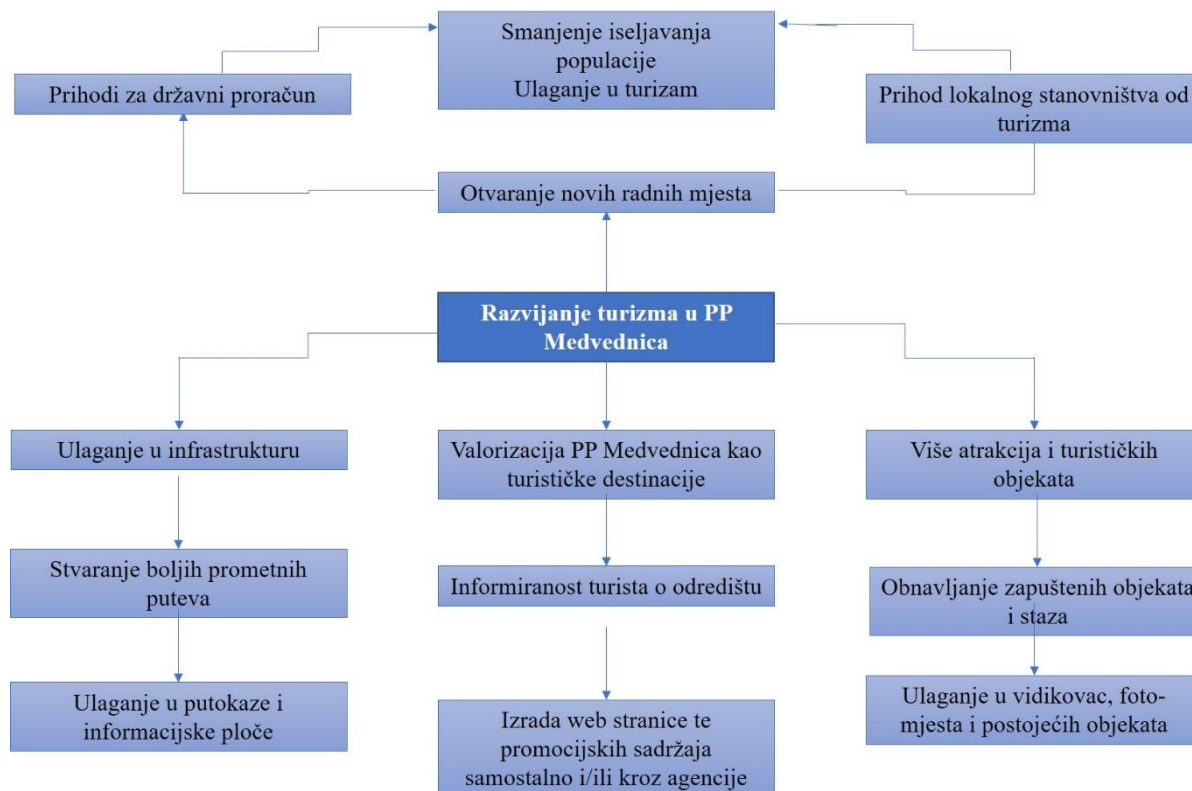
Slika 3. prikazuje stablo problema koje je kao i sam projekt podijeljen u tri segmenta prvi se odnosi na pristup destinaciji, drugi dio na samu destinaciju, a treći dio se odnosi na zapuštene objekte koji se nalaze na Medvednici od kojih je jedan i Zvonimirov dom.

Također je naznačeno kako zbog slabog turističkog prometa na području Medvednice je i smanjena zapošljivost, ali i prihodi su smanjeni. I svi ti podaci nas dovode do zaključka da dolazi do depopulacije lokalnog stanovništva što dugoročno nikako nije profitabilno za Republiku Hrvatsku.

## 4.2. Stablo rješenja

Stablo rješenja daje uvid kako bi se istaknuti problemi mogli sistematski i ciljano riješiti.

Slika 4. Prikaz stabla rješenja u PP Medvednica



Izvor: Sistematizacija autora

Slika 4. prikazuje matricu razvijanja turizma u PP Medvednica. Matrica prikazuje kako bi se u samo nekoliko godina PP Medvednica mogla razviti u pravu turističku destinaciju i time bi se mogli povećati prihodi lokalnog stanovništva, ali i države. Ulaganja u puteve i putokaze mogu puno doprinijeti Medvednici kao turističkoj destinaciji, ali osim toga je važno potaknuti informiranost o samome odredištu pomoću web stranica i ostalih promocijskih sadržaja. Jedna od glavnih atrakcija PP Medvednice mogao bi postati foto vidikovac kao i budući eko hotel na mjestu starog Zvonimirovog doma.

### 4.3. Logička matrica

Logička matrica temelji se na stablu problema te stablu rješenja. Te se bazira na općim ciljevima, svrsi, rezultatima te izvorima kao i pretpostavkama koje se donesene prilikom analiziranja podataka vezanih za projekt.

U tablici 6. prikazani su svi ciljevi, rezultati i aktivnosti koje obuhvaća ovaj projekt. Već navedena smeđa signalizacija, eko hotel te edukacijski centar koji su u sklopu ovog projekta te svi njihovi podprojekti. Također tablica sadrži objektivno provjerljive pokazatelje kao što su broj dolazaka ljudi na Medvednicu, ali i same izvore provjere, odnosno Državni zavod za statistiku i Hrvatska turistička zajednica. Osim toga za projekt je potrebno tražiti dopuštenje od strane Hrvatskih šuma, Grada Zagreba te Ministarstava energetike. Dok su neki od preduvjeta izvođenja projekta zadovoljiti sve troškove, sredstva pa i ostali uvjete za izvođenje projekta.

Tablica 6. Logička matrica projekta

<b>LOGIČKA MATRICA – HUNJKA</b>			
<b>OPĆI CILJ:</b>	<b>OBJEKTIVNO PROVJERLJIVI POKAZATELJI:</b>	<b>IZVORI PROVJERE:</b>	<b>PRETPOSTAVKE:</b>
Razvijanje turizma na Medvednici	Broj dolazaka ljudi na Medvednicu	DZS - Državni zavod za statistiku	Dobivanje dopuštenja od Hrvatskih šuma
		HTZ - Hrvatska turistička zajednica	
<b>SVRHA PROJEKTA:</b>	<b>OBJEKTIVNO</b>	<b>IZVORI PROVJERE:</b>	<b>PRETPOSTAVKE:</b>

	<b>PROVJERLJIVI POKAZATELJI:</b>		
Valorizacija i ulaganje u infrastrukturu i atrakcije Medvednice		DZS - Državni zavod za statistiku	
		HTZ - Hrvatska turistička zajednica	Zadovoljenje prometna povezanost, ulaganje napuštene objekte
<b>REZULTATI:</b>	<b>OBJEKTIVNO PROVJERLJIVI POKAZATELJI:</b>	<b>IZVORI PROVJERE:</b>	<b>PRETPOSTAVKE:</b>
1. <i>Ulaganja u smeđu signalizaciju</i>		DZS - Državni zavod za statistiku	Smeđa signalizacija poboljšat će snalaženje u šumi i doći će do porasta broja planinarenja
1.1. putokazi		HTZ - Hrvatska turistička zajednica	Eko hotel će privući ekološki osviještene goste, ali i vikend turiste koji samo žele pobjeći od užurbane svakodnevnice
1.2. virtualne mape		MUP - Ministarstvo unutarnjih poslova	Dovoljno prostora za izvođenje rekreativnih aktivnosti

2. <i>Eko hotel</i>			Licence za edukaciju će osposobiti radnike za rad u eko hotelu, ali i pružit će im dovoljno znanja da i oni sami educiraju turiste o održivom razvoju i ekologiji
2.1. obnova objekta			
2.2. uređenje objekta			
2.3. poslovanje objekta			
3. <i>Edukacijski centar</i>			
3.1. osposobljenje ljudi za edukaciju			
3.2. edukacija turista			
3.3. konferencije na temu održivog razvoja			
<b>AKTIVNOSTI:</b>	<b>SREDSTVA:</b>	<b>TROŠKOVI:</b>	<b>PREDUVJETI I PRETPOSTAVKE:</b>
1. <i>Smeđa signalizacija</i>	Uređenje staza	edukacija radnika	Povoljni vremenski uvjeti su ključan uvjet za brzi napredak na svim segmentima projekta
1.1. izrada projekta za signalizaciju	Ugradnja putokaza	oprema	Veliki broj ponuđača

1.2. raspisivanje natječaja i traženje izvođača		najam prostora	Povećani interes dionika te poslovnih partnera
1.3. nadzor radova		poslovanje	
<b>2. Eko hotel</b>	Oprema za poslovanje hotela	administracija	
2.1. izrada projekta	Ljudski resursi		
2.2. obnova hotela	Informatička oprema		
2.3. opremanje hotela			
2.4. izrada troškovnika			
2.5. poslovanje hotela			
<b>3. Edukacijski centar</b>	Educirano osoblje te dovoljno opreme za provođenje edukacije		
3.1. izrada projektnog plana			
3.2. edukacija turista i radnika			
3.3. nabava opreme (laptopi)			
			<b>PREDUVJETI:</b>
			Neki od ovih preduvjeta moraju biti zadovoljeni prije početka rada hotela, dok je druge moguće provesti za vrijeme rada hotela

Izvor:

Sistematizacija

autor



#### 4.4. SWOT analiza za razvoj eko turizma u PP Medvednice

SWOT analiza za razvoj ekoturizma u PP Medvednica, a time i samo eko-hotela Hunjka prikazuje snage i slabosti kao i prilike i prijetnje za sami projekt.

Tablica 7. SWOT analiza razvoja ekoturizma u PP Medvednica

SNAGE	SLABOSTI
1. Atraktivna prirodna i kulturna baština <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka bioraznolikost</li> <li>- Veliki broj izvora vode</li> </ul> 2. Status zaštićenog područja           3. Postojanje tri turističke atrakcije - špilja Veternica, rudnik Zrinski i Medvedgrad           4. Ulaganje u planinarske i biciklističke staze           5. Ugodna klima tijekom cijele godine	1. Neadekvatna prometna infrastruktura - javni prijevoz do Medvedgrada i Hunjke           2. Nedovoljna i neprofesionalna promocija područja           3. Izražena sezonalnost posjeta Parku           4. Vikend destinacija
PRILIKE	PRIJETNJE
1. Pozitivni trendovi vezani za gospodarske subjekte prema „zelenim“ inicijativama i ulaganjima u zaštićena područja           2. Edukacija o važnosti okoliša i dugoročna zaštita           3. Objedinjavanje događaja, sadržaja i znamenitosti na jednoj web stranici na više jezika           4. Razvoj specifičnih oblika turizma – ekoturizam, kongresni, zdravstveni (wellness), sportski i edukacijski turizam	1. Produljena ekonomska i financijska kriza u društvu           2. Vandalizam           3. Gubitak tradicije           4. Nelegalno odlaganje otpada na području Parka           5. Smanjena kvaliteta posjeta zbog sezonalnosti za turiste, pogotovo strance

Izvor: Sistematizirao autor

Snage pokazuju da je sama priroda veliki adut ovog područja i da bi ta čista priroda i visoka bioraznolikost bili glavni razlog zašto bi hotel Hunjka imao stalne goste. Naravno, negativna strana toga je što nema dovoljno promocije, a i sama sezonalnost u turizmu u Hrvatskoj ne ide u prilog projektu. No, s druge strane to bi bila sjajna prilika za ulaganje u zaštićeno područje, poboljšanje ponude u Hrvatskoj uz specifične oblike turizma i edukaciju o zaštiti

okoliša. No, postoji mogućnost da će prilikom izrade projekta doći do povećanog broj ljudi u PP što će doprinijeti mogućem onečišćenju okoliša i vandalizmu. No, to nije jedini problem, zbog pandemije COVID-19 smatramo da će doći i do ekonomske i financijske krize koja neće moći pratiti korak sa projektom.

#### 4.5. Interna analiza

Interna analiza pokazuje sve faktore na koje i samo poduzeće može utjecati te se temelji na ključnom osoblju i resursima.

Tablica 8. Interna analiza

ISKUSTVO:	Start up poslovanje
KLJUČNO OSOBLJE:	Gabrijela Papa
PRISTUP RESURSIMA:	Prirodni resursi – PP Medvednica – Hunjka Tehnologija – obnovljivi izvori energije – paneli i stakla s fotoćelijama
OPERATIVNA UČINKOVITOST:	5 godina – 60 mjeseci
OPERATIVNI KAPACITET:	Stručnjaci na području zaštite okoliša, na području obnovljivih izvora energije, na području specifičnih oblika turizma (eko i foto turizam)
FINANCIJSKI RESURSI:	EU fondovi – vanjski resursi, Ministarstvo turizma, Ministarstvo energetike, Ministarstvo obrazovanja, Ministarstvo kulture
ORGANIZACIJSKA KULTURA:	Početak – 10 članova; širenje u budućnosti
ORGANIZACIJSKI IMIDŽ:	Start up poslovanje

Izvor: Sistematizirao autor

Iz interne analize se može vidjeti da je eko hotel Hunjka u fazi start upa te da će se koristiti prirodnim resursima iz parka prirode Medvednica, kao i obnovljivim izvorima kao dio tehnoloških resursa. Financijski resursi će se crpiti iz EU fondova, potpore države i određenih ministarstava. Stručnjaci koji će raditi na projektu biti će iz područja obnovljivih

izvora, zaštite okoliša te specifičnih oblika turizma kao što su već spomenuti eko-turizam, ali i foto turizam koji bi mogao poboljšati cijelu promociju same destinacije.

#### 4.6. Eksterna analiza

Eksterna analiza obuhvaća sve one faktore koji se nalaze izvan poduzeća, ali utječu na samo poduzeće, kao što su dobavljači, partneri i ciljane skupine.

Tablica 9. Eksterna analiza

ORGANIZACIJE U ISTOM SEKTORU:	Tomislavov Dom – Sljeme, Puntijarka
CILJANE SKUPINE:	domaći i strani turisti, rekreativci i ljubitelji gastronomije, škole u sklopu terenske nastave, team building za poduzeća, ljubitelji fotografije (foto-turizam)
DOBAVLJAČI:	Domaći proizvođači od građevine, bazena, pa sve do nabave hrane i pića u budućem hotelu
PATNERI:	Povoljno partnersko okruženje HTZ, Udruga za zaštitu okoliša, Udruga za zaštitu životinja
DRUŠTVENE PROMJENE:	Razvijanje kontinentalnog turizma – specifični oblici turizma (eko i foto turizam) Očuvanje okoliša – smanjenje onečišćenja i efekta staklenika Obrazovanje ljudi o ekologiji Smanjenje nezaposlenosti Smanjenje sezonalnosti
NOVE TEHNOLOGIJE:	Tehnologija – obnovljivi izvori energije – paneli i stakla s foto ćelijama
EKONOMSKO OKRUŽENJE:	Grad Zagreb kao makrosredište

POLITIČKO OKRUŽENJE:	RH kao dio EU će stvoriti bolju sliku o kontinentalnom turizmu u Hrvatskoj i tako unaprijediti njegovo razvijanje
KULTURNO OKRUŽENJE:	Domaća (lokalna) gastronomija i tradicije specifične za područje Zagreba, ali i s druge strane Medvednice – PP Medvednica

Izvor: Sistematizacija autora

Eksterna analiza se temelji na ciljanim skupinama, a to su svi strani i domaći turisti koji su ekološki osviješteni ili žele naučiti više o tome, te ljubitelji gastronomije i fotografije. Turisti mogu biti sigurni u proizvode koje će dobiti, jer su svi od domaćih proizvođača i ekološki su prihvatljivi. Glavni cilj, a time i društvena promjena ovog projekta je očuvanje okoliša i obrazovanje ljudi o ekologiji, ali naravno ne smijemo izostaviti i smanjenje nezaposlenosti kao i razvijanje kontinentalnog turizma. Ekonomsko okruženje je Grad Zagreb kao makro središte, dok je političko okruženje cijela Republika Hrvatska koja kao članica Europske unije može stvoriti bolju sliku o samom kontinentalnom turizmu i poboljšati njegovo razvijanje. Tu se nalazi i kulturno okruženje, a to je tradicija i gastronomija koja je vezana za područje Zagreba, ali i druge strane Medvednice.

#### 4.7. Projektna povelja

Projektna povelja sadrži sve temeljne i važne podatke vezane za projekt kao što su problem, svrha te cilj projekta, zatim korist od projekta te rizik koji on predstavlja.

Tablica 10. Projektna povelja

Projektna povelja	
Ime projekta	HUNJKA
Sponzor projekta	Eu fondovi
Projekt menadžer	Gabrijela Papa
Email adresa	<a href="mailto:hunjka@gmail.com">hunjka@gmail.com</a>
Očekivani početak	01.04.2022.
Očekivani kraj	01.04.2023.
<b>Opiši problem, svrhu, ciljeve i rezultat</b>	
<b>Problem</b>	Nedovoljna iskorištenost PP Medvednica - Hunjka, neulaganje u infrastrukturu, promet i tehnologiju, neiskorištenost turističkih resursa (sezonalnost),
<b>Svrha projekta</b>	Svrha projekta je produljenje turističke sezone, poticanje razvoja foto i ekoturizma. Obrazovna funkcija - podizanje svijesti o očuvanju okoliša. Predlažemo city-break turizam kako bi se više vremena provodilo na otvorenom umjesto u shopping centrima, kako bi se smanjio stres i napravilo rasterećenje od modernih tehnologija kao i samo povezivanje ljudi
<b>Poslovni slučaj</b>	Dobivanjem dopuštenja rada djelovanja na području PP Medvednica -Hunjka i ulaganjem EU fondova smatramo da će specifični oblici turizma doći do većeg izražaja kao što su već navedeni foto i eko turizam. Također smatramo da će se ulaganjem u novu infrastrukturu kao što su hoteli i poboljšanje planinaskih puteva

	poboljšati i rad drugih gospodarskih grana u Kontinentalnoj Hrvatskoj. Osim toga, suradnja sa eko proizvođačima koja će biti zastupljena u našem poslovanju poboljšat će razvoj domaćih proizvođača. Podizanjem svijesti o očuvanju prirode usporit će se onečišćenje i efekt staklenika. Obrazovanjem ljudi o ekologiji i očuvanju okoliša stvaramo bolji svijet i svijest o problemima današnjice. Otvorenjem novih radnih mjesta za lokalne stanovnike podižemo standard i smanjujemo nezaposlenost.
<b>Cilj</b>	u dogovorenom roku dovršiti projekt, uložiti u neiskorištene resurse te povratiti početna ulaganja u roku od 7 godina
<b>Očekivani rezultat projekta</b>	razvoj foto, eko i gastroturizma, ostvarenje dobiti i razvoj kontinentalnog turizma i produljenje turističke sezone
<b>Opis opsega i rasporeda projekta</b>	
<b>projektini tim</b>	Gabrijela Papa i tim od 20 ljudi
<b>financijski resursi</b>	Eu fondovi
<b>posebne naznake</b>	Dopuštenje Grada Zagreba i dopuštenje Parkova Hrvatske
<b>Troškovi</b>	U nastavku...
<b>opis koristi od projekta i turista</b>	
<b>vlasnik procesa</b>	Gabrijela Papa
<b>glavni dioničari i sudionici</b>	Hrvatski planinarski savez, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo turizma, Udruženje obrtnika grada Zagreba, Grad Zagreb
<b>krajnji kupac/turist</b>	domaći i strani turisti, rekreativci i ljubitelji gastronomije, škole u sklopu terenske nastave, team building za poduzeća, ljubitelji fotografije

	(foto-turizam)
<b>očekivana korist</b>	Očekivane prednosti ovoga projekta su poboljšanje kontinentalnog turizma, poboljšanje zdravstvenog stanja i povećanje iskorištenosti resursa (veća posjećenost) i jačanje poslovnih partnerstva između domaćih poslodavaca
<b>opis rizika, ograničenja i pretpostavki</b>	
<b>Rizici</b>	Rizik projekta mogu biti prekoračenje zadanog budžeta i vremenskog roka, elementarne nepogode kao što su potresi i zdravstvena ograničenja poput pandemije (npr. korona virus).
<b>Ograničenja</b>	Nepovoljni vremenski uvjeti, nepredviđene okolnosti kao porozija tla i nemogućnost ispunjenja svih želja i ciljeva ljudi koji rade na projektu.
<b>Pretpostavke</b>	Pretpostavljamo da će nam 4 godine biti dovoljne za realiziranje projekta i otvaranje za buduće turiste, također smatramo da će projekt dugoročno biti jako isplativ i korišten dugi niz godina, otvorenje novih radnih mjesta.

Izvor: Sistematizacija autora

Tablica 10. prikazuje projektnu povelju koja je rađena na temelju cijelog projekta s naglaskom na eko hotel.

Rezultat i očekivanja projekta su da će se razviti turizam na Medvednici, a time će se povećati i turistički promet. No, povelja prikazuje da projekt nije namijenjen samo eko turistima, već i zaljubljenicima u fotografiju i film kao i gastronomiju.

Također plan je poduprijeti poduzetnike i OPGeovce kako bi se hrvatsko gospodarstvo razvilo i predstavilo strancima i možda na njihovim tržištima.

Rizik projekta može biti vrijeme, ali i prekoračenje budžeta za cijeli projekt. Također, neizvjesnost i tijekom COVID-19 pandemije predstavlja nešto na što ne možemo utjecati.



## 5. VIRTUALNI PROJEKT HUNJKA ZVONIMIROV DOM

### 5.1. Općenito o Hunjki

Hunjka je važan perivoj u hrptu Medvednice preko kojeg prelazi cesta iz Zagreba za Stubičke Toplice. Uz nju se nalazi nova planinarska kuća „Mala Hunjka“, izgrađena na temeljima stare Rauchove lugarnice i veliki Dom obrtnika (Zvonimirov Dom, nekadašnji hotel „Janica“). Hunjka je poznata i kao prekrasna livada s lijepim vidicima na Zagorje. Naziv Hunjka potječe od riječi humka, što označava razmeđu između nekadašnjih Kaptolskih, Rauchovih i Kulmerovih šumskih vlastelinstava.<sup>29</sup>

U prosincu 2017. godine., HPD Zanatlija (Dom obrtnika) je izvijestio da je planinarska kuća Hunjka prestala sa radom jer je istekla koncesija Udruženja obrtnika grada Zagreba. U okviru objekta se provodila ugostiteljska djelatnost, koju je provodio ugostitelj temeljem ugovora sa Udruženjem obrtnika. Za planinarske se potrebe koristila planinarska soba, o čijem se korištenju brinuo HPD Zanatlija, Zagreb. Zaključeno sa 31. prosincem 2017. godine, dosadašnji korisnici Hunjke su se trebali isprazniti i napustiti objekt te ga predati Hrvatskim šumama. Tim činom je Hunjka kao planinarski dom prestala postojati, a HPD Zanatlija, Zagreb više ne može provoditi nikakve aktivnosti u tom objektu.<sup>30</sup>

Slika 5. Zvonimirov dom



Izvor: Medvednica.info- PK Hunjka: <http://www.medvednica.info/2010/10/pk-hunjka.html>. (Preuzeto: 18.05.2021.)

<sup>29</sup> Medvednica.info – PK Hunjka: <http://www.medvednica.info/2010/10/pk-hunjka.html> (preuzeto: 18.05.2021.)

<sup>30</sup> Hrvatski planinarski savez – PK Hunjka prekinula sa radom: <https://www.hps.hr/vijesti/7150/planinarska-kuca-hunjka-prestala-s-radom/> (preuzeto: 18.05.2021.)

Slika 6. Zvonimirov dom prije zatvaranja



Izvor: <http://www.medvednica.info/2010/10/pk-hunjka.html>, (Preuzeto: 18.05.2021)

## 5.2. Svrha projekta

Do danas prostor planinarskog doma ostaje neiskorišten te propada, stoga je svrha ovoga projekta da se ponovo otvori ugostiteljski i smještajni objekt kako bi se mogao razviti eko turizam, te očuvati kultura i povijesna baština te tradicija i sami razvitak područja Hunjka.

## 5.3. Cilj projekta

Za razliku od svrhe, cilj projekta je jasan, nakon obnove i adaptacije postojećeg prostora, želi se pokrenuti turistički, ugostiteljski i edukativni centar koji će imati za cilj promovirati i educirati o ekologiji i održivom razvoju, te će pružati smještaj i usluge hrane i pića svim posjetiteljima objekta.

## 5.4. Obuhvat projekta

Projekt obuhvaća obavljanje svih zadataka koji uključuju adaptaciju i obnovu zgrade, te samo poslovanje objekta u prvoj godini na kojem će se bazirati ovaj rad.

## 5.5. Selekcija projekta

Projekt je sam po sebi kompleksan i visokobudžetan te zahtjeva puno vremena. Stoga je podijeljen u podprojekte koji se mogu razvijati u etapama prethodno navedenim u logičkoj matrici. Strategija projekta je bazirana na tri segmenta. Prvi segment je smeđa signalizacija na području Hunjke te očuvanje šume i samoga okoliša, zatim slijedi obnova i rad samog planinarskog doma kao eko hotela te treći segment je edukacijski centar u sklopu samoga hotela.

#### Smart Art 4. Prikaz podprojekata



Izvor: Sistematizirao autor

Naravno, zbog kompleksnosti samoga projekta baza ovoga rada će biti zapravo poslovanje i ponuda planinarskoga doma u prvoj godini kako bi se pokazala isplativost samoga projekta i dobit za cijelo područje Grada Zagreba, ali i Krapinsko-zagorske županije, te samog kontinentalnog turizma Hrvatske.

## Smart Art 5. Detaljan prikaz podprojekata



Izvor: Sistematizacija autora

Smart Art 5. pokazuje detaljan prikaz raspodjele podprojekata, te opseg samo projekta, točnije poslovanje objekta u prvoj godini.

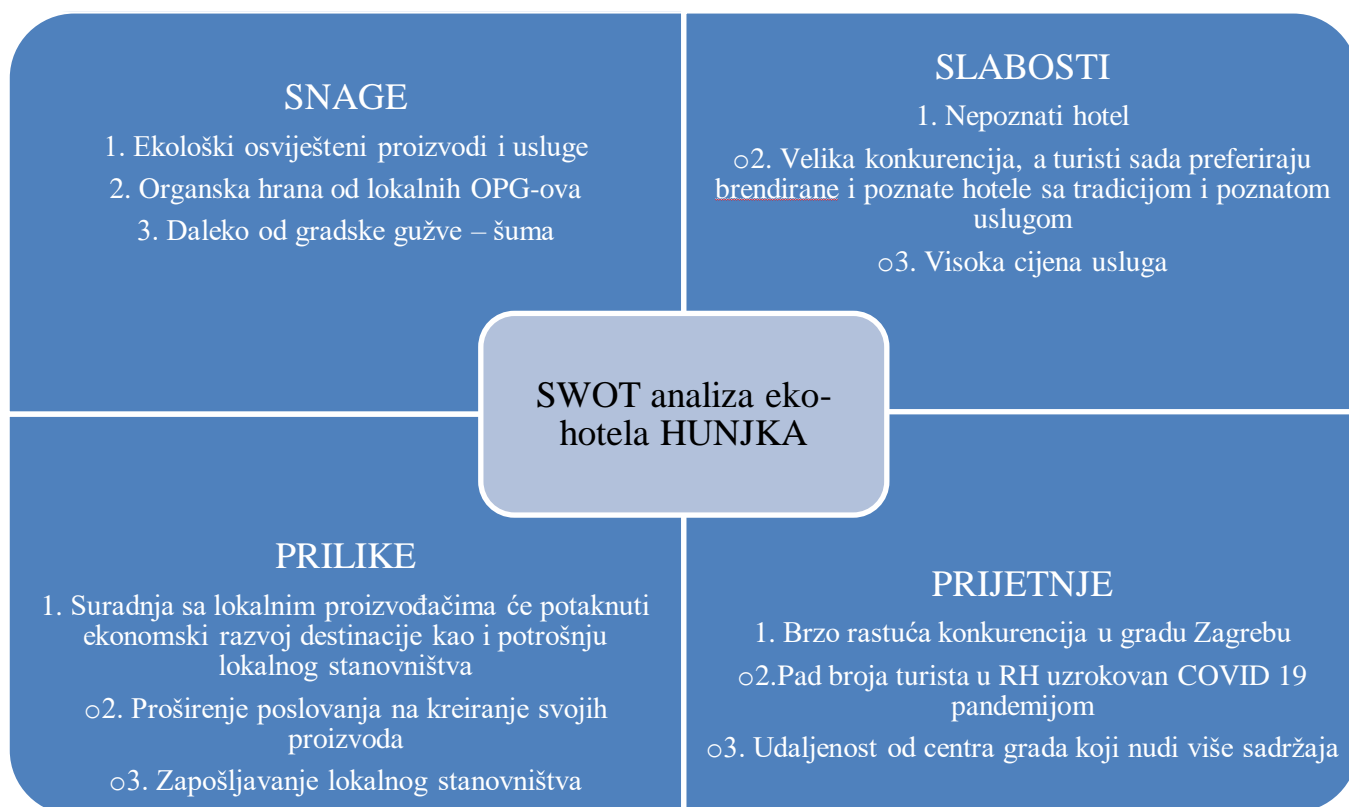
U nastavku rada bit će prikazano predviđanje poslovanja eko-hotela Hunjka za prvu godinu te poslovni i financijski plan istog. Ovim projektom / radom se želi pokazati dobar primjer za buduća poduzeća kao i unapređenje suradnje sa domaćim proizvođačima i OPG-ovima.

## 6. PREDVIĐANJE POSLOVANJA PRVE GODINE EKO-HOTEL HUNJKA

### 6.1. SWOT analiza eko-hotela Hunjka

SWOT analiza predstavlja sve snage, slabosti kao i prilike i prijetnje otvaranja eko-hotela Hunjka. Snage su to što će se u hotelu nuditi organska hrana od lokalnih OPGova, te drugi ekološki osviješteni proizvodi. Hotel se nalazi daleko od gradske gužve, pa će se ljudi moći odmoriti od užurbane svakodnevnice. S druge strane, hotel je nepoznat i novi, pa su i cijene visoke zbog početka poslovanja, ali i gosti više vjeruju već poznatim brendovima tako da se treba bolje promovirati na tržištu. Dok su prilike hotela, suradnja s lokalnim proizvođačima te ekonomski razvoj zemlje, kao i zaposlenje lokalnog stanovništva i razvijanje kontinentalnog turizma. No, za sada je jedan od većih prijetnji pandemija COVID-19 kao i brzorastuća konkurencija u samom gradu Zagrebu i cijela bogata ponuda grada.

Tablica 11. SWOT analiza eko-hotela Hunjka



Izvor: Sistematizacija autora

## 6.2. Cost-benefit analiza

Cost-benefit analiza ili analiza troškova i koristi je proces mjerenja koristi od odluka , zadataka ili akcija od kojih se oduzimaju troškovi koji su povezani sa tim istim zadacima ili akcijama. Temelji se na financijskoj analizi kao što su prihodi i troškovi te njihovoj razlici. Ako ostvarimo prihod i profit onda se poslovanje može nastaviti, no ako smo u gubitku onda se treba promijeniti taktika poslovanja.<sup>31</sup>

Tablica 12. Cost-benefit analiza

<b>TROŠKOVI</b>	<b>CIJENA</b>	<b>KORISTI</b>	<b>CIJENA</b>
Kredit	60.000 kn	Booking soba	750 kn
Licence i edukacije radnika	10.000 kn	Edukacija o ekologiji	300 kn
Software	10.000 kn	Foto radionice	200 kn
Režije	50.000 kn	Izrada homemade(ručno rađenih?? proizvoda	100 kn
Plaće	150.000 kn	Restoran	100 kn
Potrošni materijal	100.000 kn	Wellness	250 kn
Nabava hrane i pića	100.000 kn	Planinarenje s vodičem	200 kn
<b>UKUPNO</b>	<b>480.000 kn</b>	<b>UKUPNO</b>	<b>1900*30*80= 4.560.000kn</b>

Izvor: Sistematizacija autora

Iz cost-benefit analize se može vidjeti da ima puno koristi koje će kroz razdoblje od 5 godina prevladati troškove. Troškovi će biti konstantni, ali ponuda će se iz godine u godinu povećavati kao i broj turista koji će čuti za Hunjku.

---

<sup>31</sup> Investopedia – Cost-benefit analiza: <https://www.investopedia.com/terms/c/cost-benefitanalysis.asp>, (preuzeto: 19.05.2021.)

### 6.3. Dionici

Popis dionika i partnera se dijeli na unutarnje i vanjske dionike te sve partnere koji sudjeluju u izradi projekta.

#### UNUTARNJI DIONICI:

1. Vlasnici; menadžment; sponzori – Gabrijela Papa
2. Odjeli u firmi – marketing; knjigovodstvo
3. Članovi tima – sadašnji i budući radnici

#### VANJSKI DIONICI:

1. Mediji
2. Lokalna zajednica
3. Hrvatske šume
4. Vlada – Ministarstvo zaštite okoliša i energetike RH
5. Grad Zagreb
6. Hrvatska turistička zajednica - HTZ
7. EU fondovi
8. Korisnici – budući turisti
9. Dobavljači
  - 9.1. OPGovi
  - 9.2. Dobavljači materijala za realizaciju projekta
  - 9.3. Web dizajneri

Unutarnji dionici su svi koji članovi koji rade na projektu. To su menadžeri i sponzori projekta, odjeli u firmi kao što su odjeli domaćinstva, hrane i pića, te odjeli prodaje i marketinga i računovodstva, kao i budući radnici u istima.

Vanjske dionike čine mediji i lokalna zajednica, vlada, ministarstva te HTZ i dobavljači namirnica i ostalih potrepština i materijala.

## 6.4. Poslovni plan eko-hotela Hunjka

### Sažetak poslovnog plana

Ime i prezime: Gabrijela Papa

OIB: XXX

Kratak opis osnovne djelatnosti:

Dobivanjem dopuštenja rada djelovanja na području PP Medvednica -Hunjka i ulaganjem EU fondova smatramo da će specifični oblici turizma doći do većeg izražaja kao što su već navedeni foto i eko turizam. Također smatramo da ulaganje u novu infrastrukturu kao što su hoteli i poboljšanje planinarskih puteva dovodi do poboljšanja i razvitka drugih gospodarskih grana u Kontinentalnoj Hrvatskoj. Suradnja sa eko proizvođačima koja će biti zastupljena u našem poslovanju poboljšat će razvoj domaćih proizvođača. Podizanjem svijesti o očuvanju prirode usporit će se onečišćenje i efekt staklenika. Obrazovanjem ljudi o ekologiji i očuvanju okoliša stvaramo bolji svijet i svijest o problemima današnjice. Otvarenjem novih radnih mjesta za lokalne stanovnike podižemo standard i smanjujemo nezaposlenost.

Šifra i naziv djelatnosti prema NKD-u:

55.1 Hoteli - 55.2 Kampovi i druge vrste smještaja - 55.3 Restorani - 55.4 Barovi 63.3 Djelatnosti putničkih agencija i turoperatora; ostale usluge turistima - 65.1 Novčarsko posredovanje - 74.12 Računovodstveni, knjigovodstveni i revizijski poslovi - 74.40 - Promidžba (reklama i propaganda) - 74.81 Fotografske djelatnosti - 80.4 Obrazovanje odraslih i ostalo obrazovanje - 92.1 Filmska djelatnost i videodjelatnost - 92.7 Ostale rekreacijske djelatnosti

Oblik registracije: trgovačko društvo – d.o.o.

Struktura vlasništva budućeg poslovnog subjekta: jedan vlasnik

Sjedište – mjesto/grad: Grad Zagreb, Medvednica

Izvor financijskih sredstava i predmet ulaganja:

EU FONDOVI - HZZ

Poticaji za turizam i obnovljive izvore



Oprema, vozilo, software, uređenje prostora, licence, edukacija

## **1. Podaci o budućem poduzetniku i poslovnom subjektu**

Osobni podaci:

Ime i prezime: Gabrijela Papa

OIB: XXX

Mobitel: XXX

Email: [hunjka@gmail.com](mailto:hunjka@gmail.com)

Srednja škola: Hotelijersko-turistička škola – 2013-2017

Fakultet: Međunarodno Sveučilište Libertas – 2018-2021 – u tijeku

Stečeno zvanje: bacc.oec. u području ekonomije i turizma

Usavršavanje i hobiji: Škola filma i fotografije

Radno iskustvo: ljeta 2018 – Terme Tuhelj – konobar u restoranu

## **2. Predmet poslovanja**

Podaci o budućem poslovnom subjektu:

Osnovna djelatnost subjekta: hotel – pružanje usluga smještaja te hrane i pića i usluge rekreacije i edukacije

Oblik: trgovačko društvo – d.o.o.

Nastanak poslovne ideje:

Ideja o otvaranju eko hotela Hunjka proizlazi iz ljubavi prema prirodi i želje bijega od stvarnosti u oazu mira. Do ideje je došlo promatranjem svjetskih trendova i sve veće svjesnosti stanovništva o važnosti očuvanja prirode. Ideja je namijenjena Gradu Zagrebu i kontinentalnoj Hrvatskoj kako bi i manje razvijen turizam i potencijali dobili priliku pokazati svoje ljepote. Želi se postići vodeći položaj u hotelijerstvu kontinentalne Hrvatske i podići

hotelijerstvo, ali i svijest o očuvanju prirode na novu razinu pružajući zanimljive, zabavne i edukativne sadržaje.

Predmet poslovanja:

Ulaganjem u projekt će se poboljšati obrazovanje po pitanju zaštite okoliša te očuvanje flore i faune. Stvaranje novih planinarskih puteva kako bi se napravio lakši pristup ka određenim punktovima kao što su Puntjarka i Lagvić. No prije svega cilj ovog projekta je stvoriti eko-oazu uz makro-središte Zagreb. Hotel će moći ugostiti 100 ljudi i uz edukacije o ekologiji i održivom razvoju pružat će usluge rekreacije te wellnessa i poticati na zdravlje i bijeg od stresne svakodnevnice.

Zbog kompleksnosti samoga projekta i poslovanja smatra se da će biti potrebno u prvoj godini zaposliti 20 do 30 ljudi, pa će se time i potaknuti smanjenje nezaposlenosti.

Svi zaposlenici će proći edukaciju o održivom razvoju i ekologiji kako bi i oni mogli u potpunosti doprinijeti ovom hotelu.

### **3. Struktura ulaganja**

Potrebna financijska sredstva za:

Software - Službeno vozilo - Licence i edukacije - Zakup prostora

Potreban prostor i dozvole:

Kako će prostor biti u zakupu s mogućnošću kupnje nakon x godina i kako se sami prostor nalazi u zaštićenom području, Parka prirode Medvednica potrebne su specijalne dozvole od strane Grada Zagreba, Ministarstva okoliša i energetike, Ministarstva turizma te Hrvatskih šuma.

Potrebna je dozvola za renovaciju, dozvola za ulaganje u obnovljive izvore te licence za edukaciju gostiju kao i ulaganje u sam Park prirode Medvednica kao npr. smeđa signalizacija, te ulaganje u planinarske putove.

#### **4. Procjena tržišta i konkurencije**

Tržište prodaje:

Hotel će se primarno baviti pružanjem usluga smještaja te hrane i pića, no važnost će se stavljati i na edukaciji turista o ekologiji. Također suradnja s OPGovima koji prodaju ekološke prehrambene proizvode, te ekološke higijenske potrepštine kao i posteljinu. Osim toga hotel će nuditi i rekreacijske usluge kao što su planinarske ture, te nadalje wellness i filmske i fotografske usluge.

Cilj je pružati usluge team buildinga poslovnim klijentima te terenskih nastava vrtićima i školama i svim ostalim zaljubljenicima u prirodu.

Promocija:

Promocija će se vršiti na društvenim mrežama kao što su Facebook i Instagram, stvaranjem video sadržaja za Youtube, snimanjem reklama za televiziju, brošurama, letcima i naravno poslovnim sajmovima vezanim za turizam i ekologiju. No, prvenstveno će se hotel promovirati na vlastitoj web stranici gdje će biti sve potrebne informacije o hotelu i svim dodatnim sadržajima.

Tržište nabave

Sve namirnice i potrepštine će biti dostavljene od strane domaćih OPGova te lokalnih poduzeća. Cilj hotela je pružati što više proizvoda proizvedenih u Hrvatskoj kako bi potpomagao hrvatske poduzetnike.

Konkurencija

Glavna konkurencija je Tomislavov dom koji kao već izgrađeni brend ima dugu tradiciju i povjerenje gostiju. No, smatra se da iako je to prednost Tomislavovog doma, eko-hotel Hunjka će se moći brzo predstaviti svojoj ciljanoj skupini i budućim gostima, a zbog nove obnovljene infrastrukture će postati glavna opcija za buduće goste.

## 5. Procjena prihoda

Tablica 13. Procjena prihoda u prvoj godini poslovanja

Naziv proizvoda/usluge	Određeni kapacitet – 40 soba – 80 ljudi – 70% kapaciteta		Broj očekivanih prodaja u jednom mjesecu (pomnoži stupac 1 i 2 *60%) $56*18=1008$ $28*12=336$		Očekivani mjesečni prihod od prodaje (pomnožiti stupac 2 i 3)	Očekivani godišnji prihod od prodaje (pomnožiti stupac 4 s 12)
	Cijena	pojednog proizvoda/usluge	1	2		
Usluga smještaja	56	600	1008		604.800 kn	7.257.600 kn
Puni pansion	56	150	1008		252.000 kn	3.024.000 kn
Ručak u restoranu (izletnici)	X	X	X		0	0 kn
Edukacija o ekologiji	28	225	336		75.600 kn	907.200 kn
Planinarska tura	28	225	336		75.600 kn	907.200 kn
Radionica filma i fotografije	28	225	336		75.600 kn	907.200 kn
Usluge wellnessa i spa	56	300	1008		302.400 kn	3.628.800 kn
<b>UKUPNO</b>	56/28	1725	-		1.386.000 kn	16.632.000 kn

Izvor:

Izradio

autor

Tablica 13. prikazuje procjenu prihoda za prvu godinu poslovanja eko-hotela Hunjka, te je bazirana na 70% cjelogodišnjeg popunjena hotela tj. 56 gostiju koji će koristiti usluge smještaja, punog pansiona te spa i wellnessa. Dok je izračun prihoda za ostale usluge baziran na samo 28 gostiju to jest 50% od 56 gostiju. Očekivani mjesečni prihod od prodaje je 1.386.000 kuna, dok je na temelju toga je očekivani godišnji prihod 16.632.000 kuna.

## 6. Procjena troškova poslovanja

Tablica 14. Troškovi rada

Trošak rada	Mjesečni iznos	Godišnji iznos
<b>Bruto plaća za zaposlenike</b>	7500*40=300.000 kn	3.600.000 kn
<b>Ukupno</b>	7500*40=300.000 kn	3.600.000 kn

Izvor: Izradio autor

Tablica 15. Ostali troškovi

Ostali troškovi	Iznos mjesečni (kn)	Iznos godišnji (kn)
<b>Zakup prostora</b>	200.000 kn	2.400.000 kn
<b>Potrošni materijal</b>	150.000 kn	1.800.000 kn
<b>Nabava hrane i pića</b>	250.000 kn	3.000.000 kn
<b>Režije</b>	50.000 kn	600.000 kn
<b>Kredit</b>	50.000 kn	600.000 kn
<b>Prodaja i marketing</b>	50.000 kn	600.000 kn
<b>Računovodstvo</b>	10.000 kn	120.000 kn
<b>UKUPNO</b>	760.000 kn	9.120.000 kn

Izvor: Izradio autor

Tablice 14. i 15. prikazuju analizu troškova plaća i ostalih troškova kao što su zakup prostora, potrošni materijal te nabava hrane i pića kao i troškove administracije i marketinga te režije i kredita. Troškovi su procijenjeni na 9 120 000 kuna.

## 7. Očekivana dobit/dohodak

Tablica 16. Procjena dobiti/dohotka

<b>1.</b>	<b>Godišnji prihodi od prodaje</b>	<b>16.632.000 kn</b>
<b>2.</b>	Ukupni godišnji troškovi	12.720.000 kn
<b>3.</b>	Očekivana dobit prije oporezivanja	3.912.000 kn
<b>4.</b>	Porez na dobit	782.400 kn
<b>5.</b>	Očekivana neto dobit	3.129.600 kn

Izvor: Sistematizacija autora

Tablica 16. prikazuje procjenu dobiti ili gubitka, te se bazira na podacima iz prethodnih tablica. Nakon poreza očekivana neto dobit u prvoj godini poslovanja iznosi 3.129.600 kuna.







## 7. ASPEKTI ODRŽIVOG RAZVOJA POSLOVANJA BUDUĆEG EKO-HOTELA HUNJKA

Stupovi održivog razvoja se temelje na gospodarstvu, društvu te okolišu. Sve je veća težnja da se poboljša kvaliteta života društva na Zemlji, kao i sama planeta Zemlja, a to se može postići tako da se sudionici na gospodarskom tržištu okrenu održivom načinu poslovanja.

Slika 9. u nastavku pokazuje tri elementa održivog razvoja koje smo već i spomenuli, ali i međusobne veze koje na kraju čine održivi razvoj. Primjerice ako imamo balans između društva i okoliša onda je to ponašanje prihvatljivo za svijet, ako imamo balans između gospodarstva i društva ,to je onda i pravedno za ljude, te ako gledamo gospodarstvo i okoliš onda to znači da gospodarstvo i tvrtke koje posluju to mogu izvesti.

Slika 9. Tri elementa održivog razvoja



Izvor: Odras: Održivi razvoj - <https://www.odraz.hr/nase-teme/odrzivi-razvoj/> , (preuzeto: 22.05.2021.)

### 7.1. Društvo

Projekt Hunjka će uvelike pomoći u razvijanju novih radnih mjesta i povećanju potrošnje lokalnog stanovništva. Također stvaranjem zelene oaze u blizini glavnoga grada stvorit će se bolja slika o Zagrebu u Europskoj Uniji, ali i svijetu. Više ljudi će percipirati Zagreb, ali i Medvednicu kao ekološki prihvatljivu destinaciju te će se više odlučivati za putovanja u kontinentalnu Hrvatsku. Sami stanovnici Zagreba imat će vikend lokaciju gdje će moći pobjeći iz grada na par dana i time poboljšati svoj život i biti produktivniji u svakodnevnim obavezama.

### 7.2. Ekologija

Park prirode Medvednica, a time i sam eko-hotel Hunjka doprinijeti će očuvanju okoliša i očuvanju šume, vegetacije, ali i životinja koje obitavaju tamo. Važno je stvoriti prohodne puteve kako se šuma i cijelo područje ne bi zapustilo, ali pri tome se ne smije narušavati staništa i mir životinja. Također, potrebno je voditi računa o razvoju mogućih bolesti biljaka i drveća kako bi se to moglo što prije zaustaviti i spasiti što više zaštićenog područja. No, tako se treba brinuti i o životinjama kako možda neki zalutali grabežljivac ne bi počeo ugrožavati živote već naseljenih životinja.

### 7.3. Ekonomija

Sami eko-hotel Hunjka će doprinijeti turizmu, a samim time i gospodarstvu Republike Hrvatske. Stvaranje novog poslovnog objekta koje će privlačiti brojne domaće, ali i strane turiste će dovesti do povećanja potrošnje i izmjene valuta. Također od poslovanja samoga hotela profit će imati lokalni OPGovi, ali i ostali domaći proizvođači. Time se ne razvija samo turizam i eko-hotel kao takav, već se razvijaju i ostale grane gospodarstva. Stvara se više posla, time dolazi i do zapošljavanja nove radne snage, koja će moći trošiti taj zarađeni novac u svakodnevnom životu i time će se novac vraćati u sustav preko PDVa i ostalih državnih nameta.

## 8. ZAKLJUČAK

Investiranjem u eko turizam kao i same eko hotele utječe se i na sami okoliš, ali i lokalnu zajednicu te i samo gospodarstvo u Republici Hrvatskoj. Svijet se danas jako brzo mijenja, baš kao i trendovi kojih danas ima pregršt, no nešto za čime ljudi i danas teže je bijeg od stvarnosti i bijeg od užurbane svakodnevnice. Iako ljudi većinu svojeg vremena danas provode na mobitelima i kompjuterima ili laptopima nekad im je jednostavno potreban odmor od toga i tada bi im savršeno odgovarala neka izolirana destinacija u blizini grada gdje bi se mogli povući na par sati ili par dana.

Cilj ovoga rada je bio pokazati kako se razradom projekta i primjenom alata projektnog menadžmenta kao što su SWOT i cost-benefit analiza, ali i interna i eksterna analiza kao i financijska analiza može napraviti projekt koji bi mogao doprinijeti razvoju kontinentalnoga turizma u Republici Hrvatskoj.

Također projekt pomoću stabla problema i rješenja ukazuje na probleme koje bi se trebala obratiti pažnja i neki koraci kojim bi se ti isti problemi u kratkom vremenu mogli riješiti.

Virtualni projekt eko-hotel Hunjka želi pokazati kako bi zapravo i hrvatsko gospodarstvo, lokalna zajednica, ali i sama priroda PP Medvednice profitirala s jednim ovakvim projektom, umjesto da Zvonimirov dom godinama nepotrebno propada i zapravo čini štetu samom području Hunjka nudi se rješenje i poboljšanje turizma, samim time i gospodarstva u Hrvatskoj.

## 9. LITERATURA

### POPIS KNJIGA

1. Bilen, M. Turizam i okoliš : (ekonomsko-geografski pristup izučavanju problematike). 2. izmijenjeno i dopunjeno izd..Zagreb : Mikrorad, 2011.
2. Buble M., Projektni menadžment, Minerva- Visoka poslovna škola, Dugopolje,2010.
3. Carič H., Održivi turizam u deset koraka : planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom nasljeđu : priručnik za razvijanje i upravljanje turističkim regijama, destinacijama i proizvodima , Zagreb : Institut za turizam : Odras-Održivi razvoj zajednice, 2006.
4. Cetinski V.,Perić M., Projektni menadžment, Opatija : Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2006.
5. Demonja D.,Ružić P., Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Meridijani, Zagreb : Institut za međunarodne odnose, 2010.
7. Gojšić, J.,Horvatinčić, K., Jugo, G., Marjanović, N.: Upravljanje projektima, Incremedia, Zagreb, 2008.
8. McKinsey 7S Model - Channon, D. F. and Caldart, A. A. (2015). McKinsey 7S model. In Wiley Encyclopedia of Management - Volume 12 Strategic Management (eds C. L. Cooper, J. McGee and T. Sammut-Bonnici)
9. Muller, H. Turizam i ekologija : povezanost i područja djelovanja. Zagreb : Masmedia, 2004.
10. Omazić, M.A, Baljkas S.,Projektni menadžment, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2005.
11. Petrić, L. : Eko hotel- u prilog strategiji održivog razvitka turizma, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, 1999.
13. Vidaković, P. Nacionalni parkovi i turizam. Zagreb : Zavod za zaštitu prirode SR Hrvatske : Institut za turizam, 1989.

## POPIS INTERNETSKIH IZVORA

1. Bakan R., Jaković B., Ekoturizam – autorizirana predavanja i primjeri vježbi, dostupno na <https://vsmti.hr/wp-content/uploads/2017/11/Ekoturizam-autorizirana-predavanja-i-primjeri-vjezbi.pdf> (01.05.2020.)
2. Hrvatski planinarski savez – PK Hunjka prekinula sa radom: <https://www.hps.hr/vijesti/7150/planinarska-kuca-hunjka-prestala-s-radom/> (preuzeto: 18.05.2021.)
3. Investopedia – Cost-benefit analiza: <https://www.investopedia.com/terms/c/cost-benefitanalysis.asp>, (preuzeto: 19.05.2021.)
4. Medvednica.info – PK Hunjka: <http://www.medvednica.info/2010/10/pk-hunjka.html> (preuzeto: 18.05.2021.)
5. Nutcache: 10 atributa efektivnog projektnog menadžera: <https://www.nutcache.com/blog/10-attributes-effective-project-manager> (preuzeto: 15.05.2021.)
6. Strategic Management insight, McKinsey 7S model: <https://strategicmanagementinsight.com/tools/mckinsey-7s-model-framework.html> (preuzeto: 15.05.2021.)

## POPIS SMART ARTA

1. Smart Art 1. Elementi ostvarenja ciljeva projekta
2. Smart Art 2. Sredstva izvršenja ostvarivosti ciljeva projekta
3. Smart Art 3. Odlike projektnog menadžera
4. Smart Art 4. Prikaz podprojekata
5. Smart Art 5. Detaljan prikaz podprojekata

## POPIS TABLICA

1. Tablica 1. 7s model projektnog menadžmenta
2. Tablica 2. Prednosti i nedostaci 7s modela
3. Tablica 3. Tri faze životnog ciklusa projekta
4. Tablica 4. Matrica područja znanja projektnog menadžmenta
5. Tablica 5. Osnovne razlike između tvrdih i mekih ekoturista
6. Tablica 6. Logička matrica projekta
7. Tablica 7. SWOT analiza razvoja ekoturizma u PP Medvednica
8. Tablica 8. Interna analiza
9. Tablica 9. Eksterna analiza
10. Tablica 10. Projektna povelja
11. Tablica 11. SWOT analiza eko-hotela Hunjka
12. Tablica 12. Cost-benefit analiza
13. Tablica 13. Procjena prihoda u prvoj godini poslovanja
14. Tablica 14. Troškovi rada
15. Tablica 15. Ostali troškovi
16. Tablica 16. Procjena dobiti/dohotka

## POPIS SLIKA

1. Slika 1. Prikaz tvrdih i mekih elemenata 7s modela
2. Slika 2. Koleracija razine aktivnosti i vremena
3. Slika 3. Prikaz stabla problema u PP Medvednici
4. Slika 4. Prikaz stabla rješenja u PP Medvednica
5. Slika 5. Zvonimirov dom
6. Slika 6. Zvonimirov dom prije zatvaranja
7. Slika 7. Ganttov dijagram eko-hotel Hunjka
8. Slika 8. Prikaz Ganttovog dijagrama za prvu godinu poslovanja eko-hotela Hunjka
9. Slika 9. Tri elementa održivog razvoja