

Ocjena investicijskog projekta

Rebronja, Sabina

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:652631>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij

Sabina Rebronja

**Ocjena investicijskog projekta: adaptacija obiteljske kuće u
apartmane s ciljem inoviranja turističke ponude grada Osijeka**

**Evaluation of the investment project: adaptation of a family house
into apartments with the aim of innovating the tourist offer of the
city of Osijek**

Diplomski rad

Opatija, 2024

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij
Menadžment u hotelijerstvu

**Ocjena investicijskog projekta: adaptacija obiteljske kuće u
apartmane s ciljem inoviranja turističke ponude grada Osijeka**

**Evaluation of the investment project: adaptation of a family house
into apartments with the aim of innovating the tourist offer of the
city of Osijek**

Diplomski rad

Kolegij:	Menadžment projekata u hotelijerstvu	Student:	Sabina Rebronja
Mentor:	dr. sc. Marko Perić	Matični broj:	3917PO23

Opatija, rujan 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Sabina Rebronja

(ime i prezime studenta)

3917PO23

(matični broj studenta)

Ocjena investicijskog projekta adaptacija obiteljske kuće u apartmane s ciljem inoviranja turističke ponude grada Osijeka

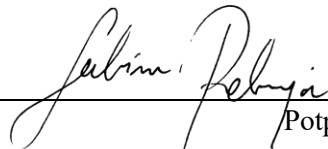
(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, _____ 05.09.2024 _____



Potpis studenta

Sažetak

Istraživanjem dostupne literature vezane za turističku ponudu grada Osijeka izrađen je ovaj diplomski rad. Kroz prvi dio diplomskog rada prikazani su dolasci, noćenja i smještajni kapaciteti grada Osijeka i okolice. Prikazana je bogata eno-gastronomska ponuda, mnoštvo atrakcija i manifestacija koje se održavaju kroz cijelu godinu. Istraženi su investicijski projekti u turizmu bazirani na privatne iznajmljivače. U drugom dijelu rada upoznajemo se sa samim projektom, vizijom, misijom te sa analizom interne i eksterne okoline korištenjem SWOT analize. Glavni ciljevi ovog projekta su kontinuirani razvoj apartmana i njihove ponude i kvalitete usluga, promidžba grada Osijeka kao i promidžba Slavonije i Baranje kao poželjne destinacije, stvaranje konekcija i poslovnih partnera te promicanje ekološke održivosti. U ovom dijelu je predstavljen investicijski projekt adaptacije obiteljske kuće u apartmanski kompleks i njegova isplativost. To je analizirano i prikazano kroz tri scenarija poslovanja – dnevni najam sa stvarnim vrijednostima, dnevni najam u idealnom stanju te kombinacija dnevnog i mjesečnog najma. Prijedlog projekta bi, na temelju dobivenih rezultata ocjene investicije, u sva tri slučaja bio prihvaćen.

Ključne riječi: apartmanski kompleks; privatni iznajmljivači; Osijek; investicija; projekt

Abstract

This graduation thesis was created by researching the available literature related to the tourist offer of the city of Osijek. Through the first part of the thesis, the arrivals, overnight stays and accommodation capacities of the city of Osijek and its surroundings are presented. Many attractions and events that are held throughout the year, including the rich wine and gastronomic offer are presented as well. Investment projects in tourism based on private renters were investigated. In the second part of the thesis, we get to know the project itself, the vision, the mission, and the analysis of the internal and external environment using SWOT analysis. The main goals of this project are the continuous development of apartments and their offer and quality of services, the promotion of the city of Osijek, as well as the promotion of Slavonia and Baranja, as desirable destinations. The creation of connections and business partners, and the promotion of ecological sustainability are also one of the main goals. This part presents the investment project of adapting a family house into an apartment complex and its profitability. This was analyzed and presented through three business scenarios - daily rent with real values, daily rent in ideal condition and a combination of daily and monthly rent. Based on the given results, all three scenarios would be accepted.

Keywords: apartment complex; private landlords; Osijek; investment; project

Sadržaj

UVOD	1
1. TURISTIČKA PONUDA GRADA OSIJEKA	2
1.1. DOLASCI, NOĆENJA I SMJEŠTAJNI KAPACITETI.....	4
1.2. ENO-GASTRONOMSKA PONUDA.....	10
1.3. ATRAKCIJE.....	11
1.4. MANIFESTACIJE	13
1.5. BUDUĆI PLANOVI U RAZVOJU TURISTIČKE PONUDE GRADA	15
2. APARTMANSKI SMJEŠTAJ U HRVATSKOJ	16
3. PROJEKT	18
3.1. KARAKTERISTIKE APARTMANSKOG KOMPLEKSA	21
3.2. VIZIJA, MISIJA I CILJEVI PODUZEĆA	28
3.3. MARKETING I PRODAJA	30
4. ANALIZA INTERNE I EKSTERNE OKOLINE	33
4.1. KONKURENCIJA – DNEVNI NAJAM	36
4.2. KONKURENCIJA – MJESEČNI NAJAM.....	38
5. ISPLATIVOST PROJEKTA	42
5.1. OCJENA INVESTICIJE – STVARNE VRIJEDNOSTI	43
5.2. OCJENA INVESTICIJE – IDEALNO/OPTIMALNO STANJE.....	47
5.3. OCJENA INVESTICIJE – KOMBINACIJA DNEVNI I MJESEČNI NAJAM.....	50
5.4. OCJENA INVESTICIJE – USPOREDBA REZULTATA ISTRAŽIVANJA	53
ZAKLJUČAK	56
LITERATURA	58
POPIS ILUSTRACIJA	64
PRILOZI	65

Uvod

Osijek se nalazi u istočnom dijelu Hrvatske, i čini središte Slavonije i Baranje. Nalazi se na idealnoj lokaciji, poput neke luke jedno tranzitno mjesto – udaljeno samo par sati, a i manje od mnogobrojnih lijepih gradova i atrakcija. Grad je savršen za ljude koji su u prolazu do svoje krajnje destinacije, ali čak i za bijeg od svakodnevnice i uživanju u hedonističkom načinu života.

U zadnjih godinu dana povećala se turistička potražnja za istočnom Hrvatskom. Grad Osijek, kao i cijela regija istočna Hrvatska postaju sve popularnije destinacije među turistima, domaćim kao i stranim. Nudeći vrlo bogatu turističku ponudu od kulturnih znamenitosti, mnogobrojnih manifestacija do enogastronomske ponude.

Grad nema puno hotela, ali ima dosta privatnih iznajmljivača kojih iz godine u godinu ima sve više. U svim objektima se nudi gotovo ista usluga, samo nekolicina se uspjela diferencirati od ostatka što ih čine zanimljivijim i atraktivnijim potencijalnim gostima.

Predmet i svrha ovoga rada je predstaviti investicijski projekt adaptacije obiteljske kuće u apartmanski kompleks i njegovu isplativost. Probleme s kojima bi se sam projekt kao i vlasnik mogli suočiti i način na koji ih mogu riješiti. Analizira se turistička ponuda grada Osijeka i njegove okolice kao i podaci vezani za dolaske, noćenja, kapacitete i uspješnost samog projekta.

Korištene metode pri izradi ovog rada su metoda indukcije i dedukcije, metoda analize, statistička metoda, metoda uzorka i eksperimentalan metoda. One su omogućile donošenje zaključka kao i preglednost, objektivnost i prikaz analiziranih podataka.

Struktura rada je podijeljena u pet poglavlja. Prvo poglavlje predstavlja turističku ponudu grada Osijeka. Drugo poglavlje govori o investicijskim projektima u turizmu baziran na privatne iznajmljivače. Treće i četvrto poglavlje bavi se upoznavanjem sa samim projektom, vizijom, misijom te sa analizom interne i eksterne okoline. Posljednje odnosno peto poglavlje, predstavlja tri scenarija poslovanja – dnevni najam sa stvarnim vrijednostima, dnevni najam u idealnom stanju te kombinacija dnevnog i mjesečnog najma.

1. Turistička ponuda grada Osijeka

Turistička ponuda grada Osijeka je vrlo raznolika, za svakoga nešto nudi. Regija se sve više okreće specifičnim oblicima turizma, a ne masovnom turizmu što omogućava održivost turizma na području. Specifični oblici turizam se mogu podijeliti na:

- zdravstveni turizam;
- sportski i rekreacijski turizam;
- ruralni ili rustikalni (seoski) turizam;
- kulturni turizam s najrazličitijim sadržajima i oblicima.¹

Zdravstveni turizam se ističe kao ključni segment u globalnom turizmu, jer ne samo da omogućuje fizičko iscjeljenje, već i poboljšava mentalno i duhovno blagostanje posjetitelja. Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO), zdravstveni turizam uključuje stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja i fizikalne medicine kako bi se unaprijedilo cjelokupno zdravlje turista i poboljšala kvaliteta njihova života.²

U Hrvatskoj, zdravstveni turizam ima značajnu ulogu, posebno u kontinentalnim područjima poput Slavonije i Baranje. Na primjer, Bizovačke toplice, koje su otvorene 1995. godine, su važan centar za zdravstveni turizam u Slavoniji. Modernizacija ovog lječilišta 2016. godine omogućila je uvođenje novih tretmana, uključujući hidroterapiju, kineziterapiju i radnu terapiju.³ Uz to, kupalište Aquapolis unutar Toplica privlači velik broj posjetitelja iz cijele regije, a planira se i proširenje smještajnih kapaciteta kako bi se zadovoljila rastuća potražnja. Ovaj oblik turizma ne samo da doprinosi zdravlju posjetitelja, već i produžuje turističku sezonu, čime pozitivno utječe na lokalnu ekonomiju i potrošnju u ugostiteljstvu.⁴

Sportski i rekreacijski turizam jedan je od najdinamičnijih oblika turizma, koji se razvija kroz različite segmente kao što su natjecateljski sportski turizam, zimski sportsko-rekreacijski turizam i ljetni sportsko-rekreacijski turizam.

¹ Alfier, D. Turizam – izbor radova. Zagreb: Institut za turizam. 1994.

² World Tourism Organization. Globalni izvještaj o zdravstvenom turizmu. 2019.

³ Lječilište Bizovačke toplice – ljeciliste-bizovacke.hr

⁴ Geić, Siniša, Jelena Geić, i Antonija Čmrlec. *Zdravstveni turizam i njegova uloga u razvoju lokalnih zajednica*. Turizam i zdravlje (2010), str. 319-320.

Prema Geiću, sportski turizam uključuje putovanja motivirana sudjelovanjem u sportskim događanjima ili aktivnostima, kao i praćenjem takvih događaja.⁵

U Osijeku, primjer kontinentalnog ljetnog sportskog turizma je projekt "Pogled u plavo", koji je uključivao probno ronjenje i izložbu podvodnih fotografija, čime se promovirala ljepota hrvatskog podmorja i ronjenje kao sport. U Slavoniji i Baranji, sportski i rekreacijski turizam polako dobiva na značaju, premda je još uvijek u razvoju. Regija nudi nekoliko sportskih i rekreacijskih aktivnosti, uključujući biciklizam i planinarenje, a budući razvoj može se usmjeriti na jačanje infrastrukture i organizaciju sportskih manifestacija kako bi se povećala privlačnost za turiste.

Osječko-baranjska županija, smještena u plodnoj Panonskoj nizini, predstavlja važno središte ruralnog turizma u Hrvatskoj. Ovo područje, obilježeno ravničarskim krajolikom, bogatim šumama i vodenim tokovima, nudi jedinstvenu kombinaciju prirodnih ljepota i kulturne baštine. Prostorni plan županije naglašava važnost razvoja turizma kroz valorizaciju prirodnih resursa, poput Kopačkog rita i drugih zaštićenih područja, te termalnih izvora koji služe kao ključne točke turističke ponude. Ruralni turizam u Slavoniji i Baranji temelji se na ekološkoj proizvodnji hrane, očuvanju tradicijske graditeljske baštine te povezivanju turizma s lokalnom poljoprivredom. Gradovi poput Osijeka, Đakova i Našica, uz brojne općine, predstavljaju nositelje turizma u regiji, nudeći bogatu ponudu kulturnih i zabavnih manifestacija koje privlače posjetitelje iz cijele Hrvatske i inozemstva. Osječko-baranjska županija, sa svojim brojnim prirodnim resursima i kulturnim znamenitostima, postaje sve atraktivnija destinacija za ljubitelje ruralnog turizma.

Grad Osijek i Osječko-baranjska županija predstavljaju značajan kulturno-turistički potencijal unutar kontinentalnog dijela Hrvatske. Kulturnu baštinu mnogih gradova u istočnoj Hrvatskoj čine brojni neoklasicistički i secesijski spomenici rame uz rame s modernom arhitekturom.⁶ Grad Osijek zaista ima veoma vrijednu materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu. U gradu su zastupljene razne kulturne aktivnosti kao što su muzeji, izložbe, razne manifestacije, koncerti i slično i iz godine u godinu sve se više baština stavlja u funkciju turizma.⁷

⁵ Geić, S. "Sportski i rekreacijski turizam." In Turizam i zdravlje. 2011. str 271.

⁶ Živković, P.: Turistička privlačnost Osječko-baranjske županije, Gradska tiskara Osijek, Osijek 2008., str. 31.

⁷ Maronic, Maja & Glavaš, Jerko & Mavrin, Igor. Potentials of Osijek as a Centre of Cultural Tourism. Interdisciplinary Management Research. 5. 2009. 711-720.

Unatoč vidljivom napretku u usporedbi s prethodnim godinama, Osijek i Osječko-baranjska županija još uvijek zaostaju za obalnim dijelovima Hrvatske u razvoju kulturnog turizma. Prema Strategiji razvoja kulturnog turizma Ministarstva turizma Republike Hrvatske, Hrvatska posjeduje bogatu kulturnu baštinu koja se može prezentirati kao zanimljive turističke priče. Da bi se ostvario puni potencijal, potrebno je ulaganje u infrastrukturu, obnovu kulturnih dobara, te razvoj novih turističkih proizvoda i aktivnosti. Koordinacija između različitih dionika i interesnih skupina, kao i unapređenje promocije i marketinških aktivnosti, ključni su za uspjeh.

Turističke zajednice grada Osijeka i Osječko-baranjske županije igraju važnu ulogu u ovom procesu. Modernizacija vizualne prezentacije manifestacija, kao što su Ribarski dani u Kopačevu, i poboljšanje promocije regije mogu značajno doprinijeti privlačenju turista. Suradnja s privatnim sektorom i ostalim dionicima, kao i razvoj paket aranžmana koji obuhvaćaju eno-gastronomiju, prirodu i kulturu, mogu povećati atraktivnost destinacije.

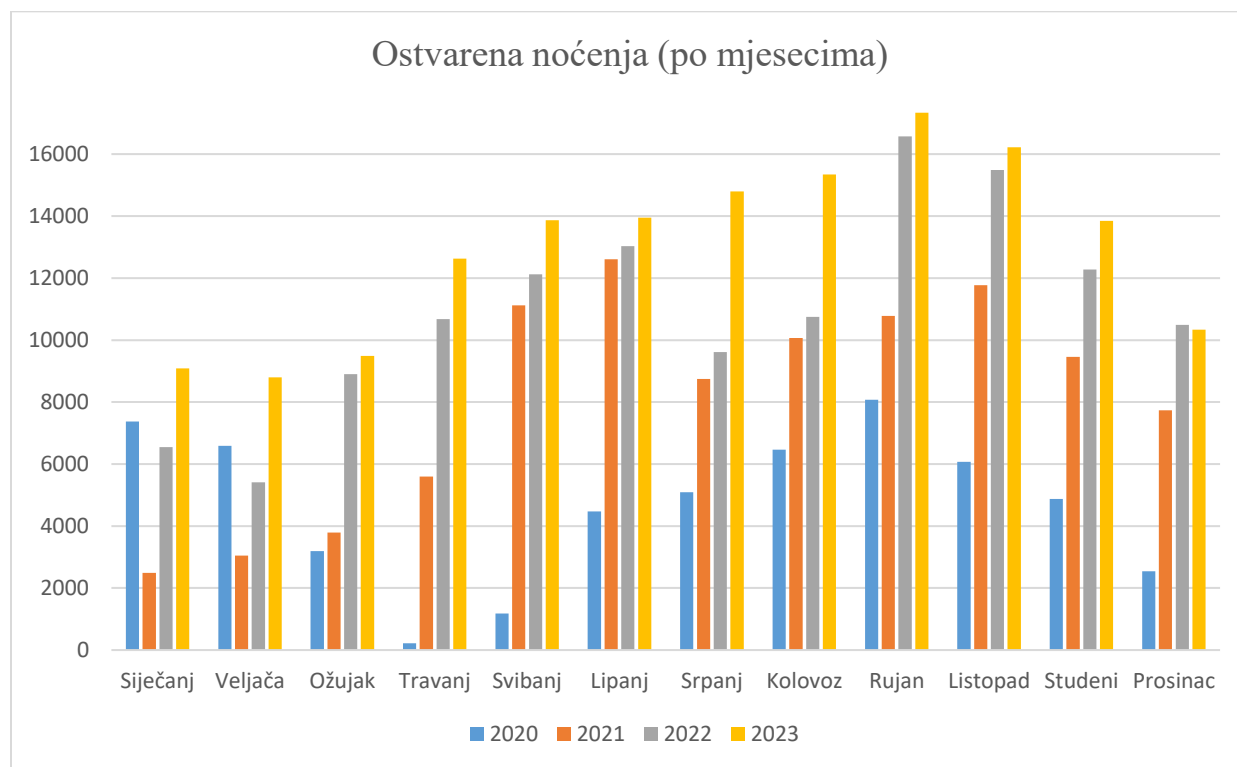
1.1. Dolasci, noćenja i smještajni kapaciteti

Grad Osijek u posljednjih nekoliko godina privlači sve veći broj turista. U protekloj, 2023. godini, Osijek to jest Osječko-baranjska županija ostvarila je 272.339 noćenja i time nadmašila 2022. godinu i to za 13%. Osim što se povećao broj dolazaka i noćenja povećao se i kapacitet smještajnih kapaciteta. Isto tako, povećao se i broj dolazaka stranih turista u ljetnim mjesecima.

U usporedbi sa baznom 2020. godini u gradu Osijeku, prema podacima preuzetih sa DZS⁸, ostvareno je sveukupno 56.134 noćenja i 26.871 dolazaka, broj noćenja i dolazaka se povećao za 177% odnosno 183% u 2023. godini.

⁸ DZS – Državni zavod za statistiku (dzs.gov.hr)

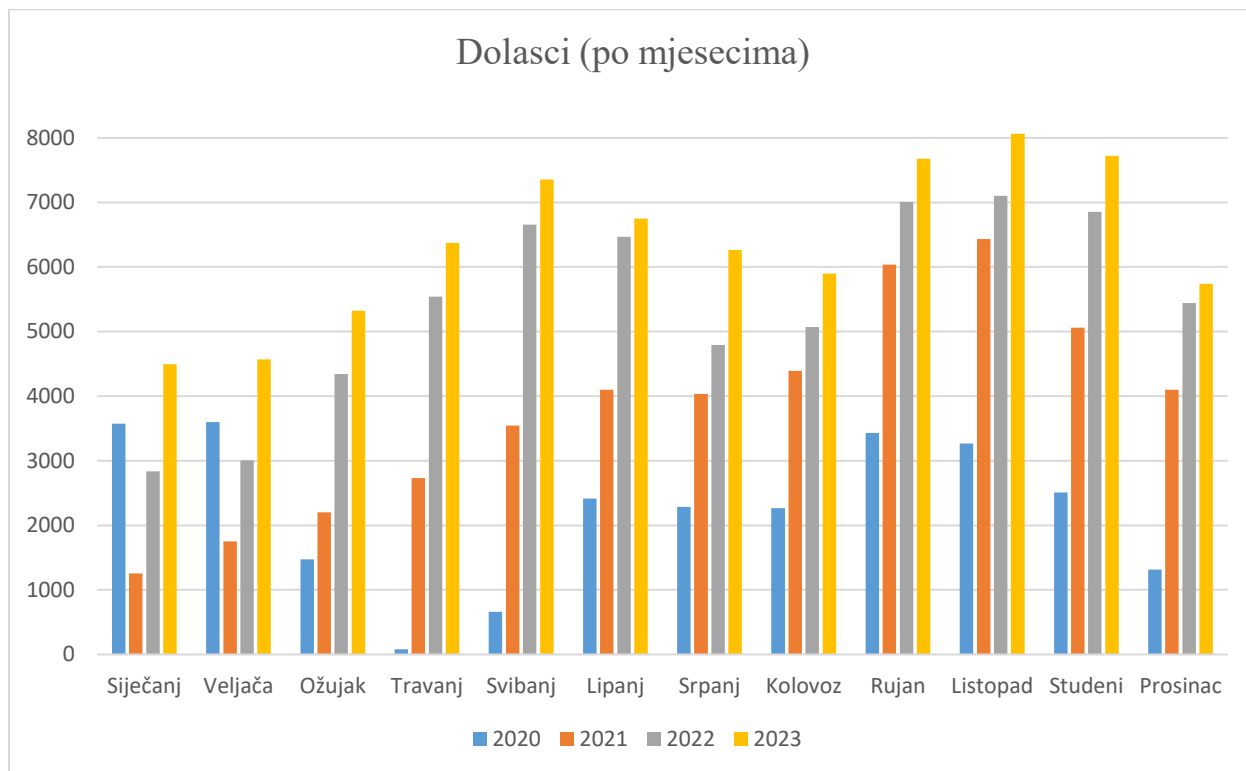
Graf 1. Ostvarena noćenja (po mjesecima) u gradu Osijeku



Izvor: obrada autora; DZS (dzs.gov.hr)

U grafu broj 1. prikazana su ostvarena noćenja po mjesecima u gradu Osijeku u periodu od 2020. do 2023. godine. Može se vidjeti kako se kroz godine kao i kroz mjesece lagano povećava broj noćenja u gradu. Najviše noćenja ostvareno je u rujnu 2023. godine gdje zabilježeno 17.330 noćenja.

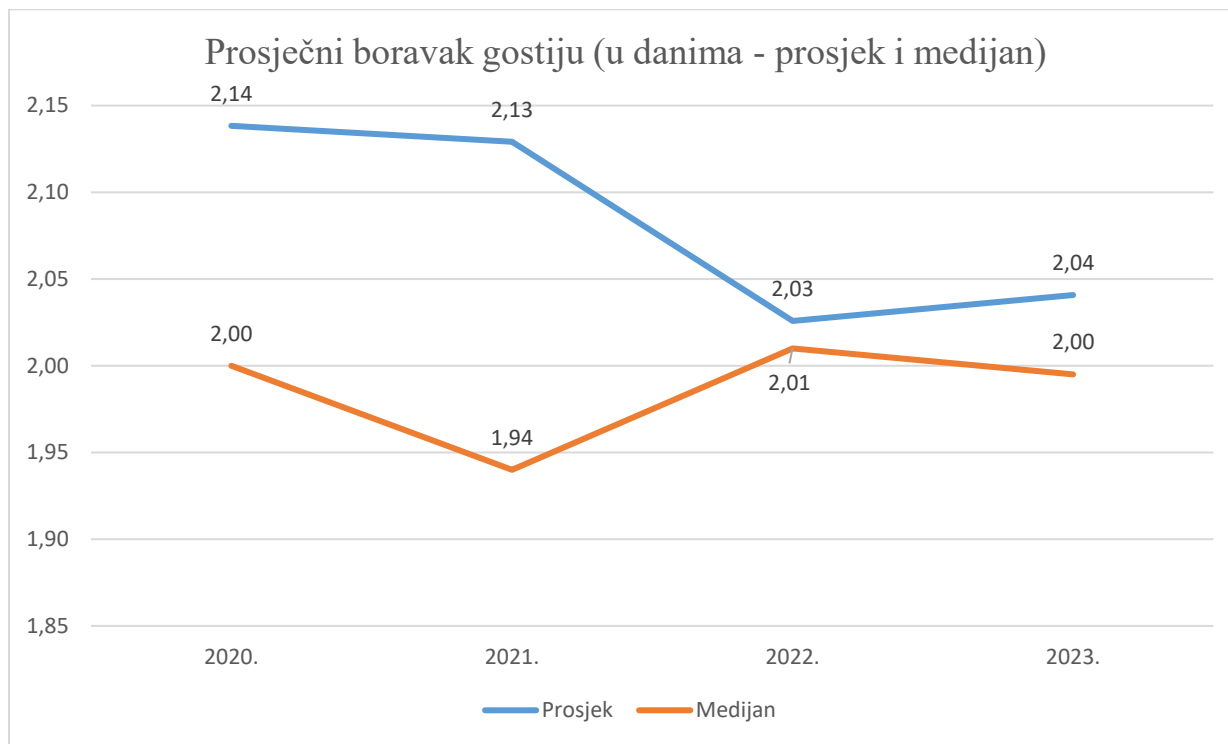
Graf 2. Dolasci (po mjesecima) u gradu Osijeku



Izvor: obrada autora; DZS (dzs.gov.hr)

U grafu broj 2. prikazani su dolasci u grad Osijek po mjesecima u periodu od 2020. do 2023. godine. Tu je, također, zabilježen veći broj dolazaka kroz godine. Najviše dolazaka bilo je ostvareno listopadu 2023. godine sa 8.065 dolazaka.

Graf 3. Prosječni boravak gostiju (u danima - prosjek i medijan) po godinama

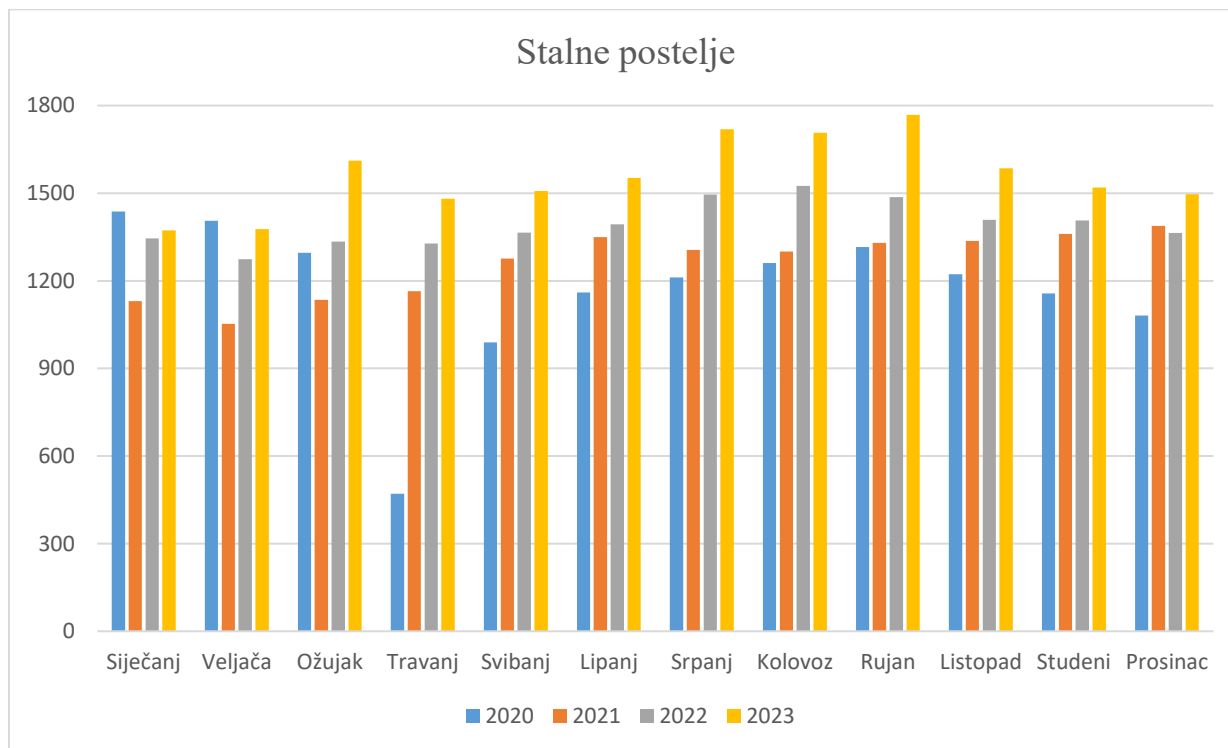


Izvor: obrada autora; DZS (dzs.gov.hr)

Tablica broj 3. predstavlja prosječan boravak gostiju (u danima). Rezultat je prikazan po godinama u prosjeku i medijanu. Formula koja je korištena pri izračunu uzeta je iz knjige „Hotelske operacije“ prof. dr. sc. Vlade Galičića kao i iz knjige „Hotelski menadžment“ od Zdenka Cerovića te je ona vidljiva u Jednadžba 1. U prosjeku i medijanu gosti su otprilike boravili 2 dana u gradu Osijeku. U prosjeku 2020. godine gosti su boravili 2,14 dana, dok je taj broj u 2023. godini pao na 2,04 dana.

$$\text{Prosječni boravak gostiju u danima} = \frac{\text{Ukupan broj noćenja}}{\text{Ukupan broj dolazaka}} \quad (1.)$$

Graf 4. Stalne postelje u gradu Osijeku

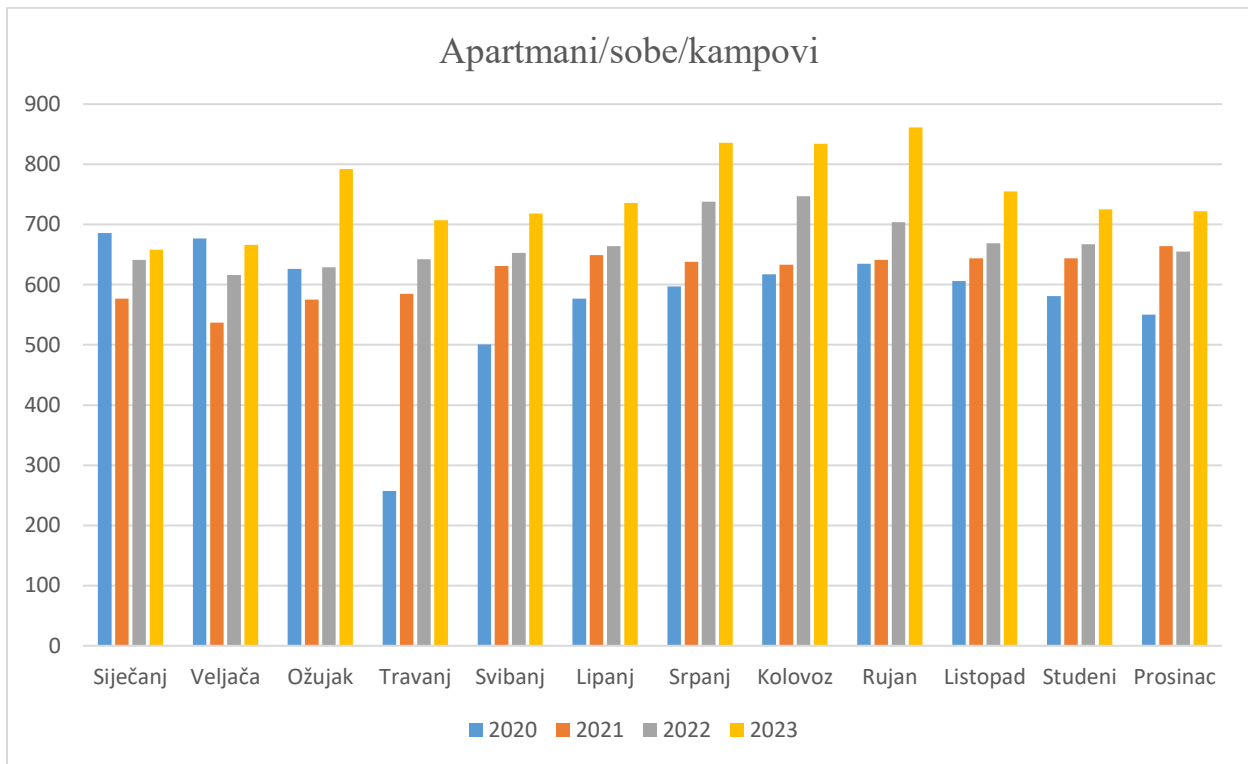


Izvor: obrada autora; DZS (dzs.gov.hr)

U grafu broj 4. prikazan je broj stalnih postelja u periodu od 2020. do 2023. godine. Najveći zabilježeni broj stalnih postelja bio je u rujnu 2023. godine. Grad Osijek broji 8 hotela, najstariji hotel je Hotel Central, dok je najpoznatiji Hotel Osijek. U gradu se planira 2025. godine otvoriti novi hotel koji će biti automatiziran. Automatizirani hoteli su oni hoteli u kojima nema klasične recepcije niti standardnih hotelskih “ljudskih” usluga. Hotel će imat 49 soba i apartmana te će moći primiti stotinjak gostiju.⁹

⁹ Poslovni dnevnik – poslovni.hr

Graf 5. Apartmani/sobe/kampovi u gradu Osijeku



Izvor: obrada autora; DZS (dzs.gov.hr)

U grafu broj 5. vidljiv je broj apartmana, soba i kampova u Osijeku u periodu od 2020. do 2023. godine. Kao što se kroz godine povećava broj stalnih postelja također se i broj apartmana, soba i kampova povećava. Svake godine ima sve više privatnih iznajmljivača koji nude svoje apartmane na dnevni najam ili kombiniraju dnevni i mjesečni najam. Najveći zabilježeni broj apartmana, kao i stalnih postelja, je bio u rujnu 2023. godine.

1.2. Eno-gastronomska ponuda

Kada se priča o eno-gastronomskoj ponudi grada Osijeka, mora se spomenuti cijela regija Slavonije i Baranje. One su poznate po svojoj bogatoj tradiciji izrade vina kao i gastronomiji. Tradicionalna slavonska kuhinja nastala je kao spoj otomanskih i Austro-ugarskih korijena.

Najpoznatija autohtona jela su čobanac, fiš paprikaš, šaran na rašljama, čvarci, kulen i kulenova seka i slanina. Čobanac je autohtono jušno jelo koje se priprema u kotliću. Smatra se jelom sa slavonskih pašnjaka kojim su se prehranjivali čobani, odnosno pastiri odakle i dolazi naziv čobanac.¹⁰ Fiš paprikaš je specijalitet slavonske i baranjske kuhinje, to je riblja juha koja ima korijene povezane sa Mađarskom. Pravi se od barem dvije vrste ribe i služi se uz domaće, široke rezance.¹¹ Postoje fišijade i natjecanja u pravljenju fiša po Baranji. Šaran u rašljama specijalitet je slavonsko-baranjske kuhinje i po mnogima najveća gastronomska poslastica ovog područja.¹² Kulen i kulenova seka se proizvode od mljevenog mesa i masnoće svinje, dok čvarci se prave nakon svinjokolje od preostale trbušne masti.

Uz samu gastronomsku ponudu koja se nudi na području regije, vrlo bitna je isto tako restoranska ponuda. Restorani koji su poznati da nude autohtona jela i vina su: restoran „Čingi Lingi čarda“, Baranjska kuća, restoran „Crna svinja“ i Restoran „Didin konak“.

Restoran „Čingi Lingi čarda“ smješten je u Bilju. U ponudi imaju slavonske mesne specijalitete, jela s roštilja i raznovrsna vegetarijanska jela. Baranjska kuća je smještena u etno selu Karanac. On je etno-obiteljski restoran. Ono što čini njegovu ponudu posebno je to što nudi hranu napravljenu po starim i zaboravljenim receptima. Restoran „Crna svinja“ se nalazi u Čepinu i naziv je dobio po autohtonoj vrsti svinja. Posebnost ovog restorana je što nudi plodove iz vlastitog uzgoja i proizvodnje. Restoran „Didin konak“ smješten je u neposrednoj blizini PP Kopački Rit u Kopačevu. Specijalitet restorana je fiš parikaš.

¹⁰Mikulec, Petra. "Tradicionalna ponuda enogastronomije u turističkoj ponudi Slavonije." Završni rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2023.; str. 14-15

¹¹ Ordinalija.hr – ordinalija.vecernji.hr

¹² Coolinarika – coolinarika.com

Enološka ponuda Slavonije i Baranje su jako bogata, najpoznatija vina su graševina, frankovaka, traminac, zweigelt, cabernet sauvignon i merlot. Tamo se nalaze mnoge vinarije, gdje jedne od poznatijih su Iločki podrumi, Belje, Kutjevo, Zmajevac, Kneževi vinogradi i Erdut. Osim obilazaka vinarija i kušaonica nude se razne vinske ceste. Vinske ceste se vežu uz neke manifestacije poput Baranja Wine & Walk turu i Vinatlona.

Iločki podrumi su smješteni u Iloku i njihova priča kreće u 18. st. Najpoznatije vino Iločkih podruma je Traminac. Kneževi vinogradi i Vina Belje čija povijest započinje sa Eugenom Savojskim. Vina Belje opremljena su najmodernijim tehnologijama u proizvodnji vina. Erdutski vinogradi su smješteni na obroncima planine Dalj u Erdutu. Njihova povijest, kao i od Iločkih podruma, kreće u 18. st. i njihovo najpoznatije vino je Graševina koja je i sam simbol Erduta.

1.3. Atrakcije

Grad Osijek nudi mnoge kulturne atrakcije poput Tvrđe, trga Ante Starčevića, crkvu tj. konkatedralu Svetog Petra i Pavla i Europska Avenija.

Tvrđa je povijesna četvrt smještena u srcu Osijeka. Izgrađen je u 18. stoljeću kao vojna utvrda za vrijeme Austro-Ugarske, a danas je popularna turistička atrakcija. Tvrđu krasi dobro očuvana barokna arhitektura i dom je mnogih muzeja, galerija, kafića i restorana. Susjedstvo je okruženo jarkom i utvrđenim zidinama koje mu daju prepoznatljiv karakter. Neke od najpoznatijih atrakcija su Muzej Slavonije, Arheološki muzej, Trg Svetog Trojstva te same zidine tvrđave.

Trg Ante Starčevića je javni trg koji se nalazi u središtu Osijeka, trg je okružen povijesnim zgradama, uključujući Gradsku vijećnicu i Županijsku palaču. Crkva svetog Petra i Pavla je crkva u baroknom stilu, sagrađena je u 18. stoljeću i krasi zapanjujuće freske i umjetnička djela.

Europska avenija je široki bulevar poznat po svom arhitektonskom stilu secesije. Viktor Axmann bio je arhitekt koji je najviše pridonio početnoj modernizaciji Osijeka i glavni je predstavnik secesije u Osijeku. Zanimljiva činjenica o Viktoru Axmannu je da kada je gradio kino Urania u svom projektu, nacrtao masonski hram.

U samoj zgradi kina još uvijek postoje tajni prolazi i prostorije u kojima su se okupljali masoni. Mnogi predmeti koji su bili pronađeni u tajnim sobama, jedno su vrijeme bili izloženi u Muzeju Slavonije.

Druge atrakcije koje turisti vole posjetiti su grad Đakovo i katedralu Svetog Petra; najstariji naseljeni grad u Europi – Vinkovci i njegov muzej u kojem se nalazi Orionov kalendar; grad Vukovar i njegovu povijest povezanu sa Domovinskim ratom; te Slavonski Brod u kojem turisti mogu posjetiti Tvrđu te kuću Ivane Brlić-Mažuranić. Također, ne smije se zaboraviti spomenuti parkovi prirode Kopački Rit i Papuk koji daju mogućnost upoznavanja raznolike flore i faune ove regije kao i priliku za uživanje u prirodnim ljepotama.

Isto tako, istočna Hrvatska ima mnogobrojne dvorce. Dvorac Pejačević je povijesni dvorac koji se nalazi Našicama. Sagrađen je početkom 19. stoljeća i smatra se jednim od najljepših dvoraca u Hrvatskoj. Dvorac ima prepoznatljiv neo-gotički arhitektonski stil, s visokim tornjem i velikim središnjim dvorištem. Dvorac je više od jednog stoljeća bio u vlasništvu plemićke obitelji Pejačević, a služio je kao rezidencija. Dvorac je danas otvoren za posjetitelje i u njemu se nalazi muzej s izložbama o povijesti dvorca, obitelji Pejačević i regije.

Lovačka kuća Eugena Savojskog je povijesna građevina smještena u Bilju. Izgradio ga je u 17. stoljeću poznati vojni zapovjednik, princ Eugen Savojski, koji ga je koristio kao svoje osobno utočište za lov. Dvorac je prepoznatljivog baroknog arhitektonskog stila. Danas je dom otvoren za posjetitelje kao muzej i kulturni centar, koji prikazuje prinčevu vojnu karijeru i strast prema lovu, kao i bogatu povijest i arhitekturu doma.

Dvorac Tikveš je sagrađen u 18. stoljeću od strane plemićka obitelj Pejačević, a odlikuje se mješavinom baroknih i renesansnih arhitektonskih stilova. Dvorac je okružen prekrasnim parkom s nekoliko ribnjaka. Danas je dvorac otvoren za javnost kao muzej i kulturno središte koje prikazuje povijest i umjetnost regije. Zanimljiva činjenica je da je predsjednik Josip Broz Tito volio posjećivati ovaj dvorac.

Dvorac Eltz sagrađen je u 18. stoljeću u barokno-rokoko stilu i generacijama je dom obitelji Eltz. Dvorac ima prekrasan park s nekoliko jezera i okružen je jarkom. Danas je dvorac popularna turistička atrakcija u regiji i smatra se važnom kulturno-povijesnom znamenitošću Hrvatske.

1.4. Manifestacije

U gradu Osijeku kao i u njegovoj okolini se održavaju brojne manifestacije kroz cijelu godinu.¹³ Manifestacije su česti razlog zbog kojega turisti dolaze posjetiti regiju. One najčešće kombiniraju tradiciju i gastronomiju što turistima daje mogućnosti vidjeti najbolje iz oba svijeta. No, također one se znaju bazirati na drugim stvarima poput sporta (streljaštvo, tenis, ekstremni sportovi, gimnastika, itd.), glazba, kultura, ili tematizirani sajmovi (proljetni/obrtnički, strukovni, lova i ribolova, i sl.).

Najpoznatije manifestacije u Osijeku su: Advent u Osijeku, *Pannonian Challenge*, WineOS – Sajam vina i delicija, Dani prvog hrvatskog piva i Osječko ljeto kulture. Dok su još u regiji poznate Vinkovačke jeseni, Đakovački vezovi i Državna ergela lipicanaca Đakovo

Advent u Osijeku pretvara grad u zimsku čaroliju, posebno osvjetljavajući kulturno-povijesne dragulje i lokacije. Grad Osijek je dvostruki dobitnik titule „Najljepšeg Adventa u Hrvatskoj“.¹⁴ Advent nudi razne glazbene programe kao i kazališne predstave, raznolika eno-gastronomska ponuda, božićni tramvaj za najmlađe kao i otvoreno klizalište Sokol.

Pannonian Challenge je nastao kao ideja nekolicine entuzijasta, sredinom 90-ih, te je ubrzo probudila nadu brojnih ljubitelja ekstremnih sportova. Festival koji je imao skromni početak, a sada je *Pannonian Challenge* jedan od najvećih osječkih brendova. Prekretnica ovog festivala je bila 2013. godine kada se preselio na veći prostor na lijevoj obali Drave u blizini popularne plaže Copacabana. Osim što je natjecateljski dio festivala počeo rasti uz njega je također počeo i rasti glazbeni dio.¹⁵

WineOS je eno-gastronomski sajam odnosno festival vina, delicija i ugodnog življenja koji se prezentira domaćoj i stranoj publici. Cilj stvaranja ovog festivala kako bi se pokazalo da su Slavonija i Baranja nisu samo mjesta gdje se dođe kako bi se željelo što više pojesti i popiti već da istok Hrvatske prati, a i ponekad postavlja trendove.¹⁶

¹³ Prilog 1.

¹⁴ Turistička zajednica grada Osijeka – tzosijek.hr

¹⁵ *Pannonian Challenge* – pannonian.hr

¹⁶ WineOS – wineos.biz

Dani prvog hrvatskog piva obilježavaju dugu tradiciju pivarstva u Osijeku. 2024. godine se obilježava 360 godina postojana Osječke pivovare. Ovogodišnji slogan festivala je „Beerate najbolje Dane uz najbolje pivo. Osječko - 360 godina bez aditiva, bez kompromisa“¹⁷

Osječko ljeto kulture je kulturna manifestacija koja se održava od 2000. godine. Održava se od kraja lipnja do početka rujna. Manifestacija nudi raznolike programe koji uobičajeno sadrže brojne književne, glazbene, dramske, filmske i plesne priredbe.

Vinkovačke jeseni datiraju iz 1960.-ih godina. Predstavlja slavlje kulturno-povijesne baštine grada, kao i izlog tradicionalne i moderne umjetnosti i glazbe. Manifestacija se održava nekoliko tjedana i obično počinje krajem rujna i završava sredinom listopada. Jeseni su samo čuvarica i slikarica izvornoga načina života, one pokazuju slike prošlosti i sadašnjosti, upućuju na neistražene pravce i mogućnosti u budućnosti.¹⁸

Đakovački vezovi su jedna od najstarijih i najpopularnijih smotri folklor. Datira iz 1967. godine. Održava se posljednjeg tjedna lipnja ili prvog tjedna srpnja i traje četiri dana. Glavni događaj Đakovačkih vezova je povorka narodnih nošnji i plesova, koja se održava zadnjeg dana festivala. Ona je čuvar izvornosti regije, ali i ostalih krajeva Hrvatske i inozemstva koja uči mlade, i podsjeća stare na važnost očuvanja običaja¹⁹.

Državna ergela lipicanca Đakovo prikazuje regijsku konjičku tradiciju i ljepotu lipicanaca. Tradicija datira iz davne 1967. godine. Ovaj događaj sadrži niz demonstracija jahanja, glazbene i plesne izvedbe te izložbe tradicionalnih zanata kao i raznoliku tradicionalnu gastronomsku ponudu.

¹⁷ Entrio – entrio.hr

¹⁸ Vinkovačke jeseni – vinkovackejesenih.hr

¹⁹ Đakovački vezovi – djakovacki-vezovi.hr

1.5. Budući planovi u razvoju turističke ponude grada

Prema *Prijedlogu godišnjeg programa rada TZ grada Osijeka s financijskim planom za 2024. godinu* jedan od ključnih dugoročnih ciljeva za razvoj turizma u Osijeku je izrada Strateškog i operativnog plana razvoja turizma, koji će se integrirati u postojeće strateške dokumente regije. Cilj je unaprijediti vidljivost i prepoznatljivost destinacije na domaćem i stranom tržištu, kao i osmišljavanje novih turističkih proizvoda koji će doprinijeti cjelogodišnjoj turističkoj ponudi.

Manifestacije poput Osječkog ljeta kulture, Sajma antikviteta te događaji poput Osijek Gourmet i Osječka vinska priča bit će ključne za privlačenje gostiju i jačanje lokalne enogastronomske ponude.

Također, predviđa se modernizacija promotivnih materijala, uključujući mobilne aplikacije, digitalne karte i povećanje prisutnosti na društvenim mrežama. Grad će jačati enogastronomsku ponudu kroz promociju lokalnih proizvoda, poput jela od divljači i vina osječkih vinara, te promovirati turizam očuvanja kulturne baštine koristeći EU programe financiranja.

Osim toga, značajna sredstva bit će usmjerena na razvoj i modernizaciju turističke infrastrukture, poput postavljanja turističkih info-tabli i ulaganja u digitalne platforme koje omogućuju bolju interakciju s turistima. Time će se stvoriti osnovne pretpostavke za povećanje broja noćenja i dolazaka domaćih i stranih posjetitelja, čime se Osijek namjerava pozicionirati kao turistički centar regije.²⁰

²⁰ TZGO - Prijedlogu godišnjeg programa rada TZ grada Osijeka

2. Apartmanski smještaj u Hrvatskoj

Ukupan broj dolazaka domaćih i stranih ljudi u razdoblju siječanj-srpanj 2024. godine iznosio je 11,93 mil. (indeks 103,1), a istovremeno je zabilježeno 57,66 mil. sveukupnih noćenja (indeks 101,1) u Republici Hrvatskoj. Gledajući rezultate po županijama/ regijama Istra je ostvarila najveći udjel u ukupnom nacionalnom turističkom prometu mjerenom noćenjima (28,29%), na drugom je mjestu Splitsko-dalmatinska županija (18,73%), dok su Kontinentalna Hrvatska (2,57%) i Grad Zagreb pri samom dnu (2,51%). Većina noćenja zabilježena je u komercijalnim smještajnim objektima. Najviše je ostvario obiteljski smještaj s 41% prometa, dok je hotelski smještaj ostvario 28%, a kamping segment 22% prometa.²¹

Sve više stranih državljana posjeduje nekretnine u Hrvatskoj, a u 2021. godini prodaja nekretnina njemačkim državljanima porasla je čak za 70 posto. Mnogi kupuju za vlastite potrebe, no sve je više osoba koje na taj način ulažu novac, jer je iznajmljivanje nekretnina postalo unosan posao. Turizam nakon pandemije Corona virusa ponovo je procvjetao, najamnine apartmana i kuća rastu, a porezi su i za strance relativno povoljni.²²

Ljudi se za odabir smještaja za odmor sve više okreću obiteljskom smještaju poput apartmana, jer im apartmani nude veću prostranost i slobodu u odnosu na hotelski smještaj, a to je posebno bitno kod obitelji s djecom. Sve više iznajmljivača obiteljskog smještaja dozvoljava boravak kućnim ljubimcima, dok je manji postotak hotelskog smještaja „pet friendly“. Prednost apartmana i kuća za odmor je u tome što ukoliko se odluči otputovati sa širom obitelji ili prijateljima imat će se više prostora za druženje u zajedničkim aktivnostima, ali i u vlastitom prostoru ako je potrebno onih 5 minuta u danu za sebe. U hotelskim smještajima vjerojatno neće biti soba tog kapaciteta da sve osobe stanu, što znači da će se morati rezervirati više soba, čime i troškovi rastu.

U Hrvatskoj u današnje vrijeme apartmani i kuće za odmor posjeduju mnogo sadržaja koje većina nemaju u svojim domovima privatno poput unutarnjih/vanjskih bazena, ležaljki u vrtu, vanjskog roštilja, trampolina za djecu, kamina i hidromasažnih kadi.²³

²¹ HTZ – Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa

²² Morski.hr – *Nijemci masovno kupuju nekretnine na Jadranu i onda ih iznajmljuju*

²³ privatnismještaj.hr – *Zašto odabrati obiteljski smještaj?*

Broj objekata u obiteljskom smještaju u zadnjih pet godina znatno je porastao u kontinentalnom dijelu Hrvatske, točnije u Varaždinskoj, Međimurskoj, Koprivničko-križevačkoj, Virovitičko-podravskoj i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. U tim je županijama u razdoblju od 2018. do kraja 2023. rastao i broj noćenja. Podaci iz pet turističkih zajednica pokazuju da su stanovnici kontinentalne Hrvatske odlučili svoje nekretnine staviti na rentijersko tržište kako bi ostvarili dodatne prihode.

U posljednjih pet godina u Međimurskoj županiji obiteljski smještajni kapaciteti porasli su za 51%. Građani su prepoznali priliku te su uz relativno manja ulaganja aktivirali neiskorišten nekretnine. U kontinentalnoj Hrvatskoj je potrebno unaprijediti poslovno okruženje tj. dati ljudima da rade, da budu poduzetnici, jer se time smanjuje i proces iseljavanja stanovništva.²⁴

Glavni razlog za velegradnju apartmana u primorju je visoka profitabilnost zbog velike potražnje za smještajem tijekom turističke sezone. Lokalni stanovnici često kritiziraju prekomjernu gradnju apartmana, navodeći kako je to dovelo do gubitka autentičnosti i karaktera njihovih gradova. Turizam je sezonska djelatnost, a izvan sezone mnogi apartmani ostaju prazni, što doprinosi osjećaju napuštenosti i smanjuje kvalitetu života. Osim toga, mnogi stanovnici su prisiljeni prodati svoje domove zbog porasta cijena nekretnina, što dovodi do depopulacije određenih dijelova grada. Institucije su svjesne problema, ali često nedovoljno brzo reagiraju. Neke lokalne vlasti razmatraju uvođenje strožih regulacija za izgradnju novih apartmana, kako bi se spriječilo daljnje narušavanje urbane infrastrukture i očuvala kvaliteta života lokalnog stanovništva.

Iako je gradnja apartmana u hrvatskom primorju privukla značajne investicije i doprinijela ekonomskom rastu, potrebno je kritički preispitati dugoročne učinke ove prakse. Prekomjerna izgradnja apartmana može dovesti do negativnih posljedica po lokalne zajednice, okoliš i cjelokupni turistički sektor. S druge strane, kontinentalna Hrvatska pruža priliku za održiviji razvoj turizma, koji bi mogao biti ravnoteža rastućim izazovima na obali. Za budućnost hrvatskog turizma ključno je pronaći balans između ekonomskih interesa i očuvanja kvalitete života, kulture i okoliša.

²⁴ Poslovni dnevnik – *Jak rast smještajnih kapaciteta u 5 županija*

3. Projekt

Ideja samog projekta, adaptacije kuće u apartmane, došla je još 2018. godine. Želja je bila stvoriti nešto novo i inovativno na području grada u kojem se odraslo. Staviti Osijek na mapu svijeta kao poželjnu turističku destinaciju za odmor i razbijanje svakodnevnice, spajajući tradiciju sa modernošću. Sada je to projekt jednog strojara i jedne ekonomistice. Ono što ovaj projekt čine jedinstvenim je to što će se pružati dio usluga koje se inače nude u luksuznim hotelima sa pet zvjezdica, s čime bi ponuda grada povećala, a nama se omogućuje povećanje ciljanog tržišta.

Kuća se nalazi u gradskoj četvrti Retfala, oko 2,5 km od centra grada i u neposrednoj blizini novoizgrađenog stadiona NK Osijeka, Opus Arene. Obiteljska kuća svrstava se pod staru gradnju, temelji su postavljeni 1989. godine, a prava izgradnja započela je 1995. godine. Zamišljena je za život jedne veće ili manje obitelji gdje bi svatko imao svoj kat i s time svoju privatnost. Kuća se sastoji od suterena, prizemlja, prvog kata te potkrovlja. Svaki kat je opskrbljen sa vodom i strujom, i s time se daje mogućnost da se kuća podijeli na katove koji bi bili pretvoreni u apartmane – svaki sa svojom kupaonicom i kuhinjom. Također, kuća ima dvije lođe, jednu u prizemlju i jednu na prvom katu, haustor, parking za pet automobila i veliko dvorište. Površina samog stambenog prostora je 255 m², dok dvorište i okućnica čini 170 m².

Apartmani bi bili 100% privatno obiteljsko vlasništvo te bi bili otvoreni kao obrt. Obrt je samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti na tržištu, koje se mogu obavljati kao proizvodnja, promet ili usluge.²⁵ Dani rada apartmana su 365 dana, u slučaju radova bi se na određeni broj dana apartmanski kompleks zatvorio. Broj zaposlenih bio bi do dvije osobe (ovisno o načinu izvedbe rada; više u poglavlju 5. Isplativost projekta). Opis posla zaposlenih osoba je dočekivanje gostiju, prijava i odjava gostiju, briga o gostima za vrijeme njihovog boravka te spremanje apartmana. U prijevodu, neovisno o broju zaposlenih osoba, oni će u isto vrijeme biti i recepcionari, i concierge-i sobari. Isto tako bit će obrazovani za turističkog vodiča te im je potrebna vozačka dozvola B kategorije.

²⁵ Hrvatska obrtnička komora – hok.hr

Zbog visokog stupnja završenosti same kuće (visoki roh bau²⁶), potrebna je minimalna adaptacija. Adaptacija zahtjeva postavljane podnih obloga i unutarnje stolarije, soboslikarski radovi, te opremanje apartmana namještajem. Svi apartmani bi bili moderno opremljeni. Kako bi se olakšao proces izrade troškovnika radova, te vizualizacija prostora koristio se računalni program *Autodesk Architecture*.

Imena apartmana vežu se uz samu povijest grada Osijeka te će ih ukupno biti pet. Apartman smješten u suterenu zvao bi se *Apartman Unterstadt* prema romanu Ivane Šojat-Kuči te bi njegova površina bila 49 m². U prizemlju apartmani bi se zvali *Studio apartman Esseg* po njemačkoj riječi za Osijek i *Apartman Dumruk* po turskoj riječi za tridesetinu. Njihova površina bi bila 36 m² i 20 m². Na prvom katu bio bi *Apartman Mursa*, površine 75 m², po rimskom nazivu za grad. I na kraju u potkrovlju *Apartman Bastion*, također površine 75 m², po mnogim bastionima koji su se gradili tijekom povijesti grada. Dva apartmana, *Unterstad* i *Esseg*, zamišljeni su da imaju dvije stalne postelje i jednu pomoćnu, što u prijevodu znači da su zamišljeni da u njima borave dvije do tri osobe. Također *Studio apartman Esseg* imao bi svoju privatnu lođu sa pogledom u dvorište. Apartman *Dumruk* je manji apartman koji je zamišljen za dvije osobe tj. u njemu su dvije stalne postelje. *Apartman Mursa* ima mogućnost za šest stalnih postelja i jednu pomoćnu, sveukupno za maksimum od 7 osoba. Također, jedna od soba bi imala svoju privatnu lođu sa pogledom na dvorište. *Apartman Bastion* je zamišljen za tri osobe. Apartmani bi bili kategorizirani sa četiri zvjezdice.

²⁶ Roh bau – tradicionalna vrsta gradnje kuće, odnosno stupanj završenosti radova na određenom objektu

Prostor haustora planiran je za stvaranje male igraonice koju će gosti moći koristiti za zabavu i druženje. Igraonicu će sačinjavati stol za biljar, pikado, stolni nogomet i prostor za sjedenje, te će se tamo također nalaziti mali sudoper i hladnjak kako bi gosti mogli što više uživati u prostoru.

Trenutno, na prostoru dvorišta, bit će postavljena sjenica sa roštiljem gdje će se također gosti moći družiti i provoditi svoje slobodno vrijeme. U kasnijim planovima vezano za dvorište je izgradnja bazena i postavljanje jacuzzija kako bi se dodala vrijednost za novac gostima.

Kao što se već spomenulo, iz razloga što je svrha ovoga projekta inovirati ponudu grada Osijeka, gostima će svakodnevno na usluzi biti *concierge* koji će biti obrazovan za turističkog vodiča. S time se ponuda apartmana razlikuje od svih ostalih ponuda smještaja u gradu Osijek, kako u apartmanima tako i u hotelima. *Concierge* osim što bi radio turističke izlete po Slavoniji i Baranji, približavajući tradiciju i tradicionalne okuse gostima, stajao bi im na usluzi kao i privatni vozač to jest on bi im nudio i transfere. Transferi bi bili tu u slučaju ako je gostima potreban prijevoz do njihove željene lokacije, vođeni izleti, prijevoz do autobusnog ili željezničkog kolodvora ili zračne luke itd. Još jedna ponuda što stvara razliku ponude u usporedbi sa drugim apartmanima, je ponuda gostima pri rezervaciji smještaja mogućnost rezervacije i mini bar koji bi se dodatno naplaćivao. Mini bar bi bio popunjen po uzoru na hotele – dva gazirana soka, mineralna voda, obična voda i negazirani sok. Uz mini bar, dodatna ponuda gostima bio bi najam bicikala, električnih bicikala te električnih romobila.

U budućem periodu plan je postavljanje fotonaponskih ćelija i solarnih kolektora za vodu kako bi se uštedjela potrošnja energije te kako bi se pridržavali pravila održivosti i razvoja. Uz to, plan je, stvaranje dodatnih usluga i otvaranje dodatnih smještajnih jedinica i drugih ugostiteljskih objekata.

3.1. Karakteristike apartmanskog kompleksa

Svi apartmani u apartmanskom kompleksu imati će, kao što je već spomenuto, vlastitu kuhinju u sklopu dnevnog boravka i kupaonicu sa svom popratnom opremom. U nastavku je izdvojeno najbitnije:

- Općenito:
 - Besplatna parkirališna mjesta;
 - Žični i bežični internet u svim prostorima;
 - Usluga na hrvatskom i engleskom jeziku;
 - Veliko dvorište omeđeno zidom radi privatnosti;
 - Video nadzor, sigurnosni sustav;
 - Telefon u slučaju potrebe za informacijama i pomoći;
 - Kartica za ulazak u kompleks;

- Kuhinja i blagovaonica:
 - Kompletan kuhinjski pribor;
 - Hladnjak i zamrzivač;
 - Perilica posuđa;
 - Pećnica;
 - Ploča za kuhanje;
 - Kuhalo za vodu;
 - Stol;

- Dnevni boravak:
 - TV (usluge streaminga);
 - Kauč na rasklapanje;
 - Klima uređaj;

- Spavaća soba:
 - Bračni kreveti sa posteljinom;
 - Elementi za pohranu odjeće;
 - Utičnice i rasvjeta pored kreveta;
 - Noćni ormarić;
 - Radni stol;
 - TV (usluge streaminga);
 - Klima uređaj;

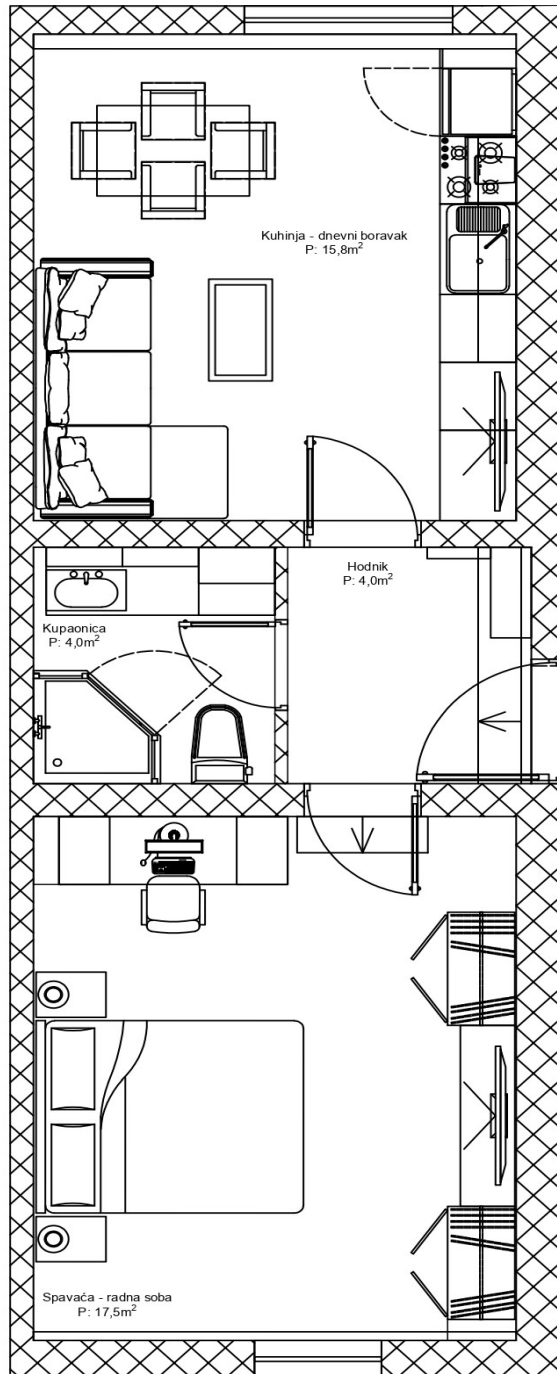
- Kupaonica:
 - Kompletni kupaonski i kozmetički pribor;
 - Plitka tuš kabina;
 - Umivaonik i toaletni ormar;
 - Sušilo za kosu;
 - Sušilo za rublje;
 - Perilica i sušilica rublja;

- Dvorište / wellness:
 - Sjenica sa roštiljem;
 - Bazen;
 - Hidromasažna kada/jacuzzi;

- Udaljenost:
 - 250 m – trgovina, pekara, kafić, javni gradski prijevoz, brza prehrana;
 - 1 km – hipodrom, nogometni stadion;
 - 2 km – glavni trg, trgovački centar, kino;
 - 3 km – autobusni kolodvor;
 - 4 km – osječka Tvrđa;
 - 16 km – Park prirode Kopački rit;
 - 20 km – Zračna luka.

- Apartman Unterstadt
 - o Etaža 1 – suterren,
 - o Površina: 49 m².

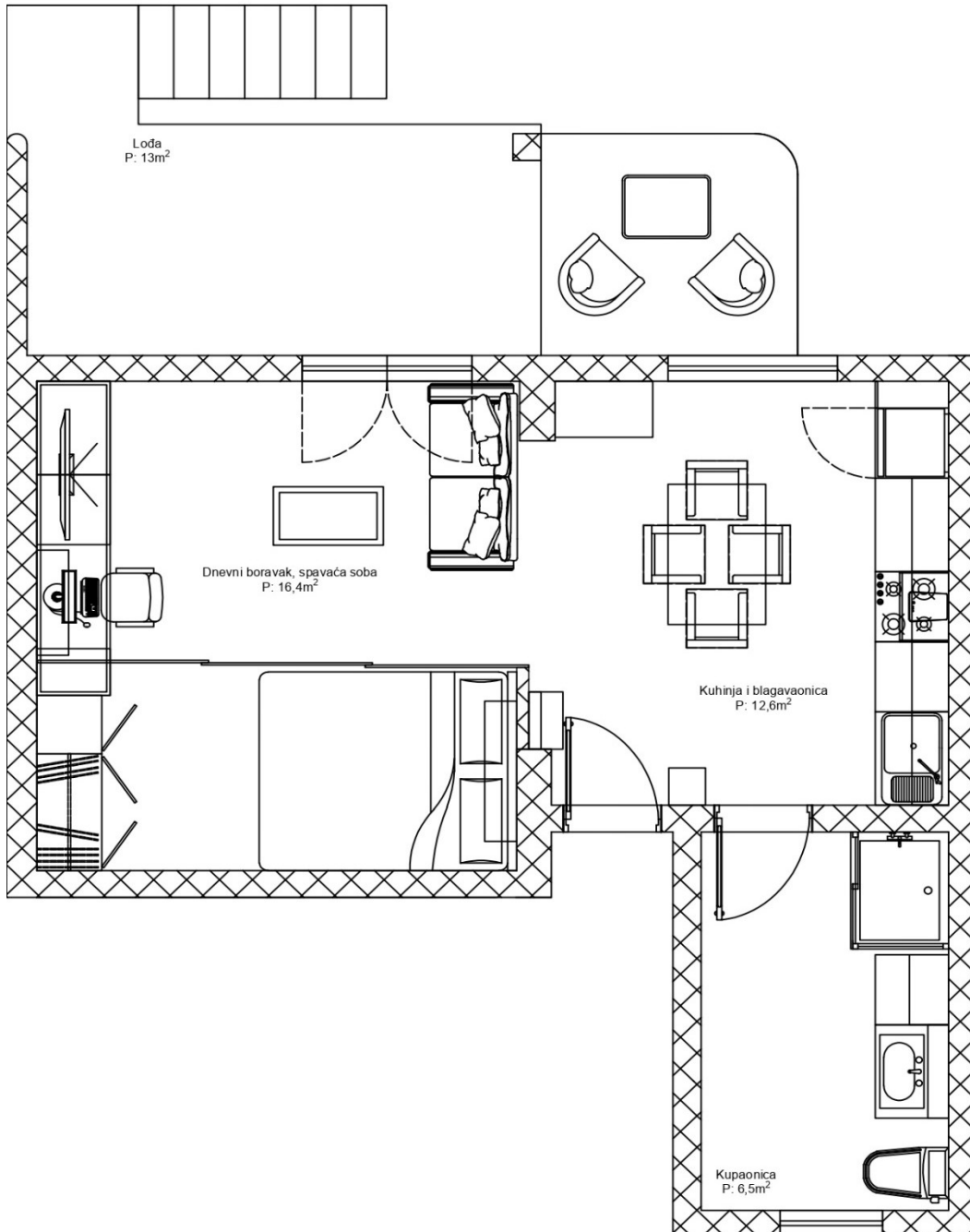
Slika 1. Tlocrt Apartmana Unterstadt



Izvor: obrada autora

- Studio apartman Esseg
 - o Etaža 2 – prizemlje,
 - o Površina: 36 m² + 13 m² (lođa).

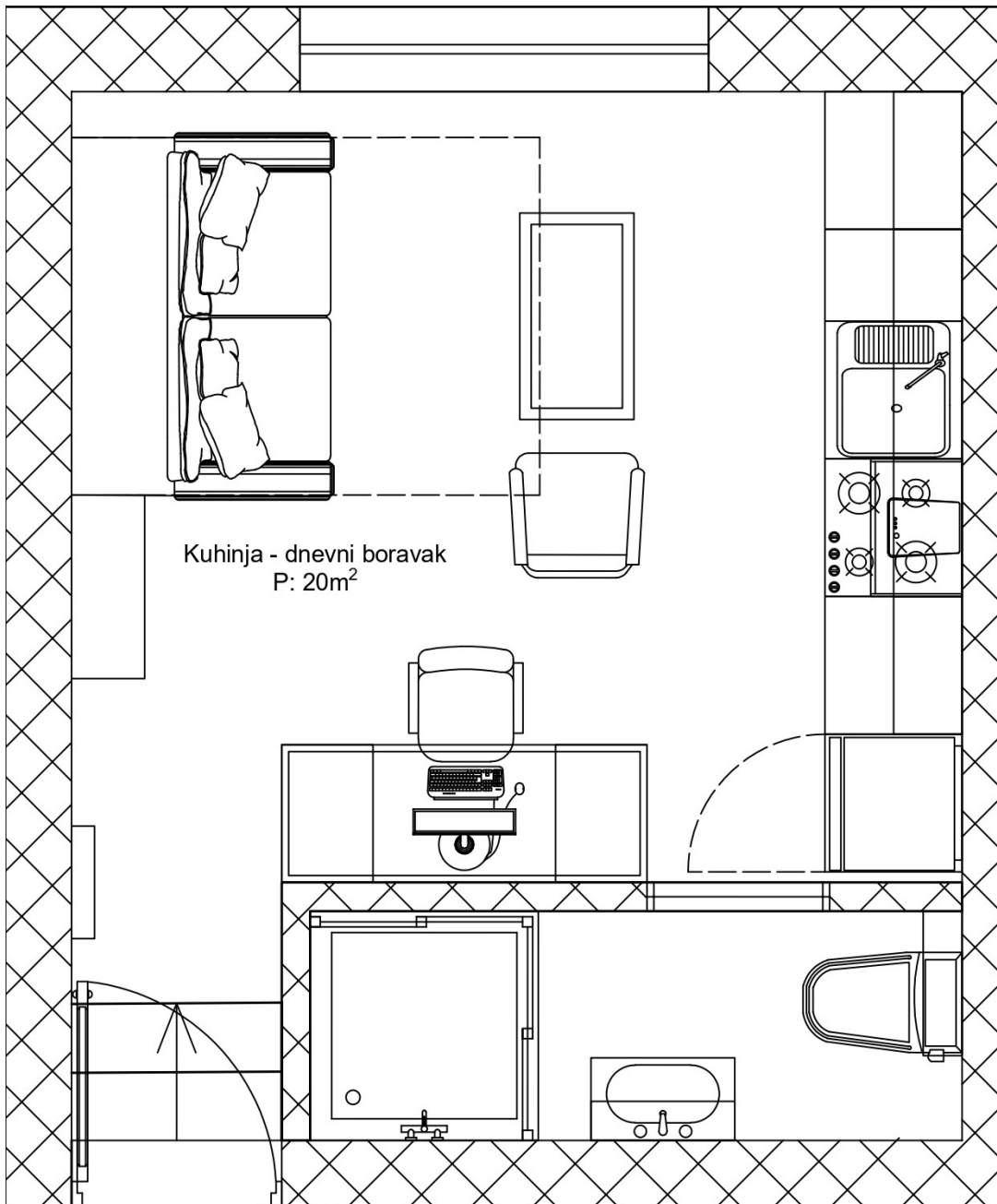
Slika 2. Tlocrt Studio apartmana Esseg



Izvor: obrada autora

- Apartman Đumruk
 - o Etaža 2 – prizemlje,
 - o Površina 20 m².

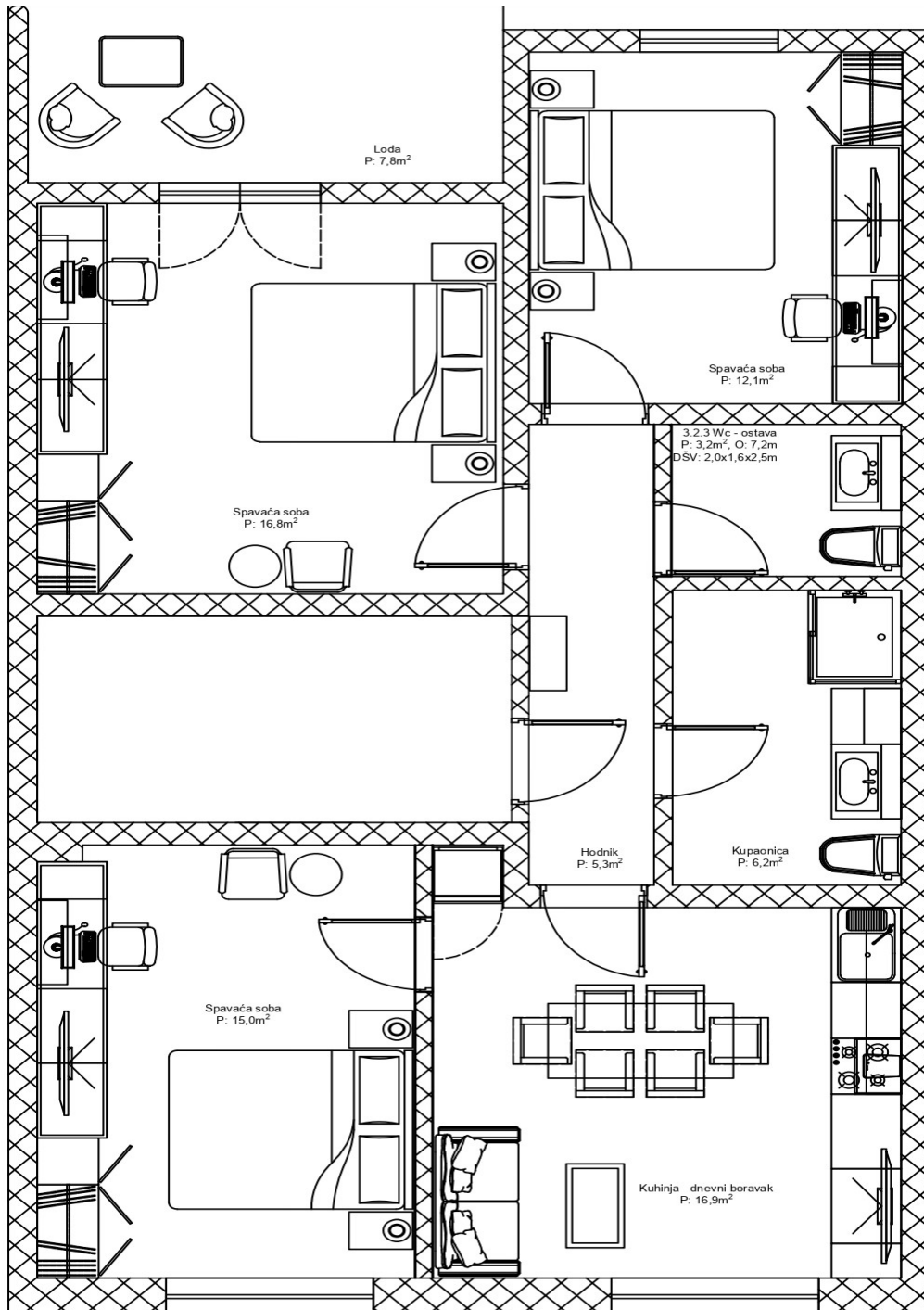
Slika 3. Tlocrt Apartmana Đumruk



Izvor: obrada autora

- Apartman Mursa
 - o Etaža 3 – 1. kat,
 - o Površina 75 m² + 8 m² (lođa).

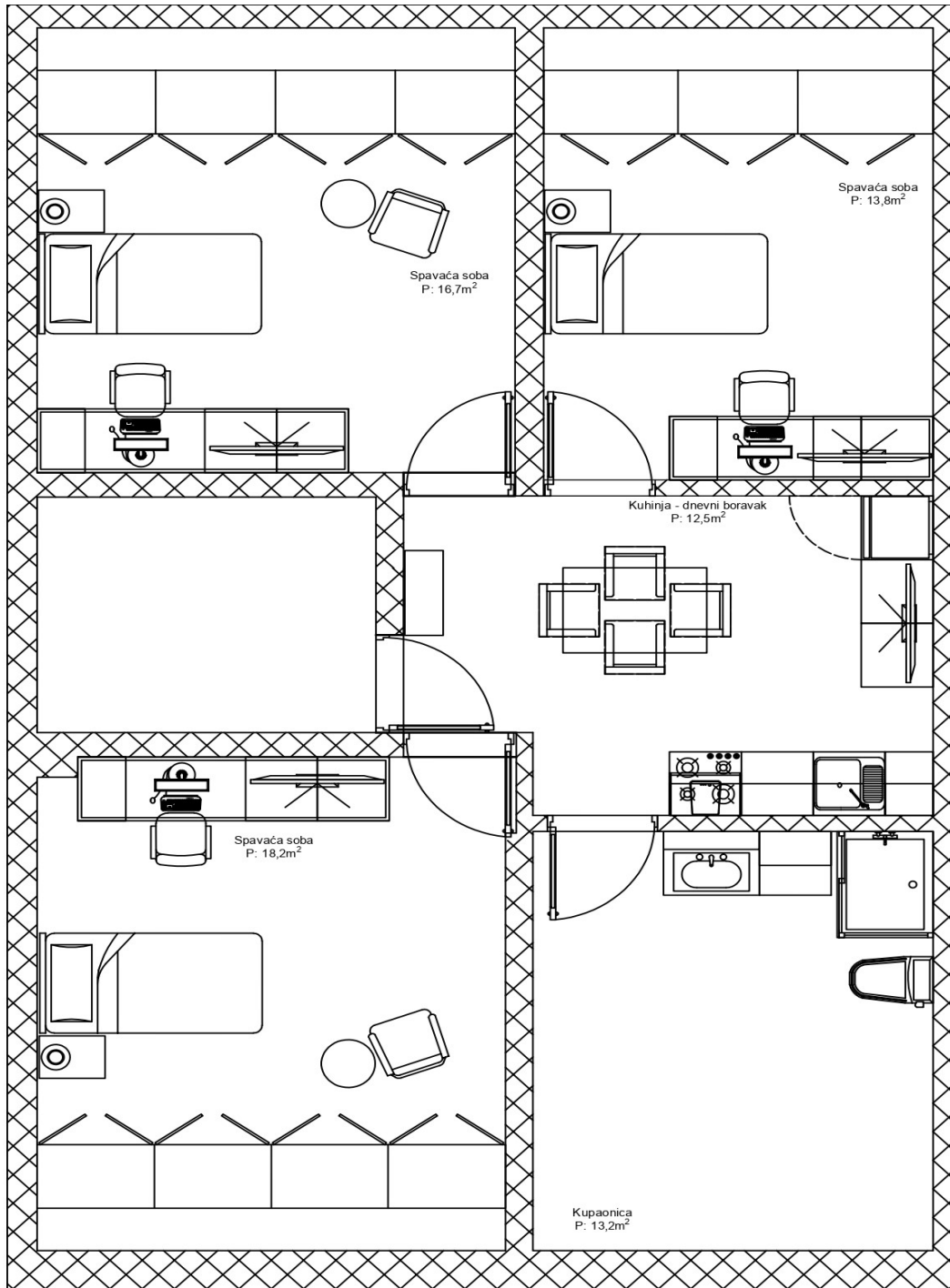
Slika 4. Tlocrt Apartmana Mursa



Izvor: obrada autora

- *Apartman Bastion*
 - o Etaža 4 – potkrovlje,
 - o Površina 75 m².

Slika 5. Tlocrt Apartmana Bastion



Izvor: obrada autora

3.2. Vizija, misija i ciljevi poduzeća

Vizija poduzeća je biti vodeći regionalni pružatelj ugostiteljsko-turističkih usluga i proizvoda uz individualni pristup prema svojim gostima.

Misija poduzeća je transformirati iskustvo boravka gostiju pružajući visoko kvalitetne smještajne jedinice i jedinstvene usluge za naše goste u skladu sa načelima održivog razvoja. Također, želimo i pomoći pri razvitku naše lokalne zajednice kao i osiguranje stalnog napretka i rasta kvalitete ugostiteljsko-turističkih usluga i proizvoda na području regije.

Glavni ciljevi ovog projekta su kontinuirani razvoj apartmana i njihove ponude i kvalitete usluga, promidžba grada Osijeka kao i promidžba Slavonije i Baranje kao poželjne destinacije, stvaranje konekcija i poslovnih partnera te promicanje ekološke održivosti. Isto tako, individualno pristupiti svakom gostu i pružiti mu više od vrijednosti za novac te stvoriti bazu zadovoljnih gostiju koji se ponovno vraćaju. Održavanje financijske stabilnosti te stvaranje motiviranog, educiranog i profesionalnog tima.

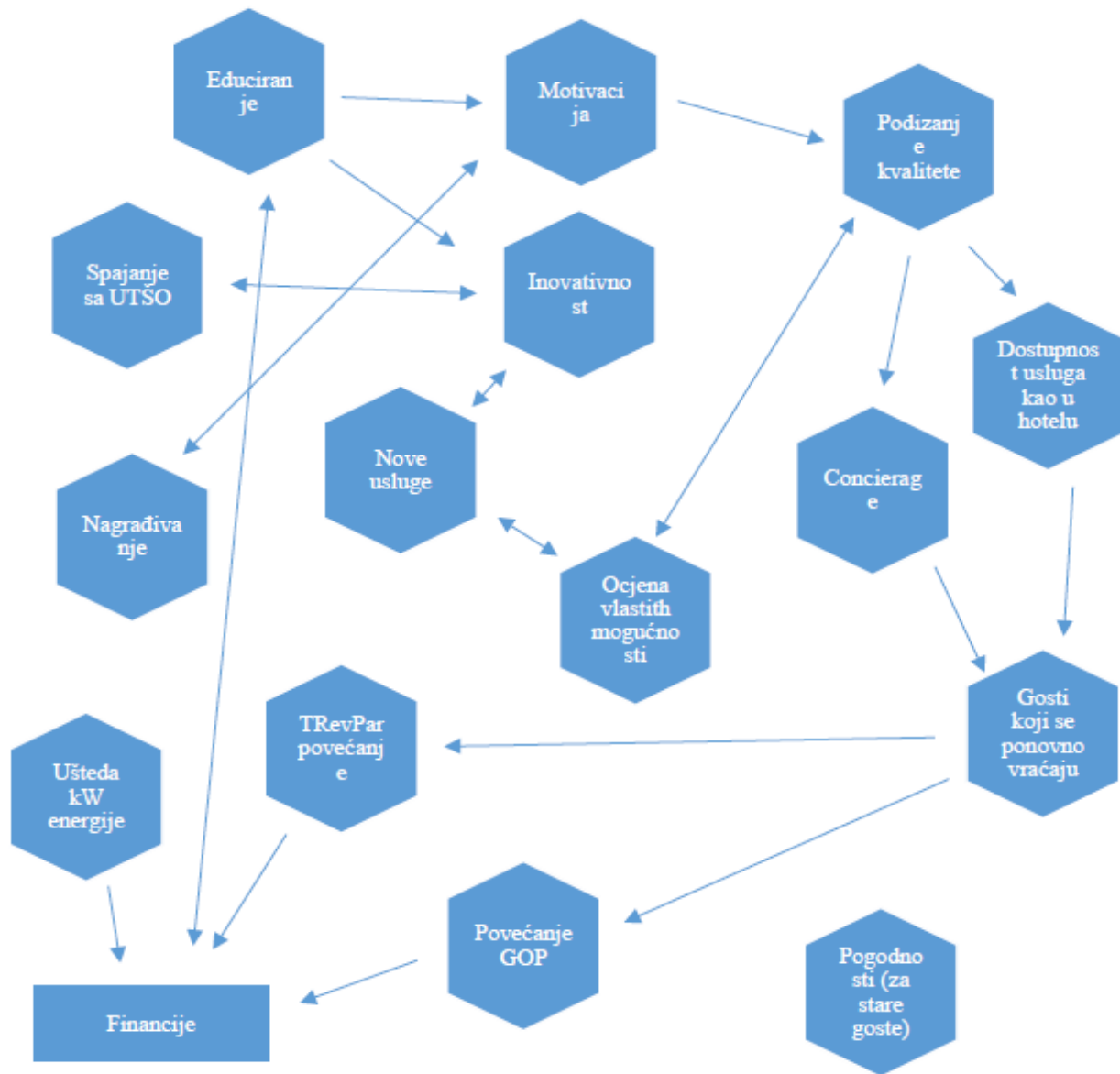
Tablica 1. BSC – operacionalizacija misije i vizije

Perspektiva	Cilj	KPI
Financijska	Povećanje dobiti Povećanje prihoda Educiranje	TRevPAR povećanje za 2% Povećanje GOP za 2% 2000 eura za daljnje usavršavanje radnika (turistički vodič, radionice, turistički sajmovi, i sl.)
Interni	Kvaliteta usluga Stvaranje novih usluga	Ankete zadovoljstva gostiju Recenzije Ocjena vlastitih mogućnosti (SWOT, benchmarking, i sl.)
Kupci	Zadovoljstvo pruženih usluga smještaja i <i>conciierge</i> Zadržavanje gostiju	Ankete zadovoljstva Pogodnosti za goste koji se vraćaju
Učenje i rast	Povlastice za radnike Praksa	Stimulativno nagrađivanje (po broju prodanih izleta, zadovoljstvo gostiju) Spajanje sa UTŠO ²⁷ – stvaranje partnerstva i mogućnosti dolaska učenika na praksu
Održivost	Solarni paneli	Ušteda 3 kW energije

Izvor: obrada autora

²⁷ UTŠO – Ugostiteljsko-turistička škola Osijek

Slika 6. Strateška mapa



Izvor: obrada autora

Tablica broj 1. kao i Slika broj 6. prikazuju uravnoteženi sustav mjerenja ciljeva te način na koji su oni povezani. BSC matrica se podijelila na financijsku perspektivu, interne procese, kupce, učenje i rast te održivost. U njoj su prikazani ciljevi poduzeća i prema čemu je ono okrenuto. Ono omogućava lakše praćenje i usmjeravanje samog poduzeća pri ostvarivanju svojih ciljeva.

3.3. Marketing i prodaja

Prema definiciji AMA-e, marketing je aktivnost, skup institucija i procesa za stvaranje, komuniciranje, isporuku i razmjenu ponuda koje imaju vrijednost za kupce, klijente, partnere i društvo u cjelini.²⁸ „Upravljanje marketingom znači upravljanje potražnjom.“²⁹

Strategija marketinga sastoji se od:

- Segmentacije – način na koji se može ostvariti konkurentska prednost; gledaju se demografski, psihografski, socio-ekonomski i geografski kriterij
- Pozicioniranja – željena percepcija usluge od strane gostiju; gledaju se prodajni kanali, karakteristike poduzeća i usluge, konkurencija
- Marketing mixa – 4P – Product, Price, Place, Promotion (proizvod, cijena, distribucija, promocija) ili 7P – Product, Price, Promotion, Place, People, Physical evidence, Process (proizvod, cijena, distribucija, promocija, ljudi, fizički dokazi, procesi)³⁰

Marketing bi se provodio nekoliko puta godišnje, većinski u mjesecima prije neke velike manifestacije. Razlog toga je zbog još uvijek male posjećenosti regije no manifestacije koje se događaju uvijek privuku veliki broj posjetitelja i turista.

Najviše bi se ulagalo u online marketing kako bi se povećala vidljivost apartmana na tržištu kao i na izlazni marketing koji se fokusirana na plaćenim oglasima. Također, u bližoj budućnosti bi se ulagalo u *Search Engine Marketing* (SEM) to jest u oglašavanje na tražilicama.

Promoviranje apartmana baziralo bi se na društvenim mrežama poput Facebooka, Instagrama i TikToka te stavljane reklame na vozilo.

²⁸ AMA – Američko marketinško udruženje (eng. American Marketing Association); ama.org

²⁹ Stipanović, Christian. *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu : sustav i poslovna politika*; str. 115

³⁰ Stipanović, Christian. *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu : sustav i poslovna politika*; str. 115-116

Što se ciljanog tržišta tiče ono je zapravo vrlo veliko. Demografska skupina mladih odraslih tj, osobe 18+, raznih ekonomskih mogućnosti. Iz razloga što bi apartmani pružali usluge koje bi se našle u luksuznim hotelima, oni bi mogli privući ljude koji vole takav luksuz. Isto tako, ljudi koji bi htjeli malo pobjeći od svoje svakodnevice i koji bi htjeli vidjeti i iskusiti nešto novo. Također, apartmani nude mogućnost zabave koja će biti smještena u haustoru kuće, tu također mogu doći ljudi koji bi htjeli proslaviti momačke/djevojačke ili sa prijateljima proslaviti rođendan. No, uz to ne može se izbaciti i poslovni ljudi koji dolaze u Osijek i okolicu zbog posla ili konferencija. Apartmani su opremljeni sa svime što bi njima trebalo biti potrebno.

Prodaja odnosno distribucija zauzima važno mjesto u sklopu marketinške politike, jer se zahvaljujući njoj potvrđuje upotrebna vrijednost proizvoda na tržištu. Prodaja je, proces uvjeravanja potencijalnog kupca da kupi proizvod ili uslugu. Uključuje izravnu interakciju s kupcima i fokusira se na sklapanje posla.

Prodajna politika je jedna od glavnih zadaća politike. Kako bi se dosegno širok raspon potencijalnih gostiju koristila bi se multichannel strategija. Kod multichannel pristupa – marketinška komunikacija nije sinkronizirana te se stavlja naglasak na same kanale i čim veći domet. Apartmani bi na taj način koristili nekoliko kanala prodaje; ti kanali prodaje bi bili:

- Online rezervacije – putem OTA³¹ kanala u ovom slučaju Booking.com ili Airbnb; pomoću njih se lakše izlazi na tržište, smanjuju dodatni troškovi za marketing; u budućnosti stvaranje vlastite stranice i mogućnost direktnog rezerviranja smještaja
- Društvene mreže – korištenjem društvenih medija poput Facebooka ili Instagrama dijelile bi se slike i informacije o apartmanima, uslugama i drugim sadržajima koji bi bili zanimljivi potencijalnim gostima
- E-mail – služiti će kao dodatno sredstvo za komuniciranje s gostima vezano za usluge, posebne želje pri njihovom dolasku, te isto tako u budućnosti za slanje personaliziranih poruka ili ponuda gostima

³¹ OTA – online turistička agencija (eng. Online Travel Agencies)

Iako je poznato da se prodajna politika razlikuje ovisno o specifičnom poslovnom modelu, ciljanoj publici i ponuđenim uslugama, neke karakteristike su iste. Tako bi, apartmani imali specificirana pravila vezana za:

- Pravila rezerviranja – minimalna duljina boravka od dva dana, zahtjevi za plaćanje i prihvatljivi načini plaćanja
- Pravila otkazivanja i pravila povrata novca – mogućnost otkazivanja rezervacije do 7 dana od početka boravka, nemogućnost otkazivanja u slučaju snižene cijene, naplata no-showa³²
- Postupci prijave i odjave gosta – točno definirani sati prijave i odjave gosta, moguće naknade za ranije prijave i kasnije odjave
- Cijene i politika određivanja cijena – mogućnost za yield management³³, određivanje cijena po metodi pariteta konkurencije
- Sadržaji i usluge – opis ponuđenih usluga i sadržaja u apartmanima, sve povezane naknade za dodatne usluge
- Kodeks ponašanja – opis očekivanog ponašanja gostiju i posljedice za kršenje pravila i politika
- Komunikacijski kanali – preferirane metode komuniciranja sa gostima (e-mail, telefon i sl.)
- Usklađenost sa lokalnim propisima – potvrda usklađenosti s lokalnim zakonima i propisima; informacije o svim potrebnim dozvolama ili licencama

³² No-show – ne dolazak gosta

³³ Yield management – povećavanje ili snižavanje cijena ovisno o potražnji; dinamičko određivanje cijena

4. Analiza interne i eksterne okoline

Interna okolina se nalazi u potpunosti pod utjecajem poduzeća.³⁴ Dijeli se na: organizacijsku strukturu, kulturu i resurse. Iz nje se može vidjeti snage i slabosti poduzeća. U ovom slučaju svi pojmovi su vrlo usko povezani iz razloga što je poduzeće malo, obiteljski vođeno i gdje bi vlasnik bio zaposlenik.

Eksterna okolina utječe tako što određuje povoljne prilike ili prijetnje poduzeću.³⁵ Ona se dijeli na opću ili socijalnu i poslovnu okolinu. Opća okolina dijeli se na: političko-pravnu, ekonomsku, socio-kulturnu i tehnološku. Poslovnu okolinu čine: konkurencija, gosti, dobavljači, dioničari, zaposlenici, kreditori, vladine organizacije, društvene organizacije, strukovna udruženja i mediji.

U nastavku teksta konkurencija za dnevni i mjesečni najam se malo više obrađuje. Gosti igraju važnu ulogu jer o njima ovisi ponuda; oni su ti oko kojih se proizvod ili usluga bazira te ona treba ispunjavati njihove želje. Dobavljači su isto tako vrlo važna stavka jer bez njih poduzeće ne bi bilo opskrbljeno s određenim proizvodima ili uslugama koje su inače vitalne za normalno poslovanje poduzeća. Dioničari iliti vlasnici i zaposlenici su u ovom slučaju iste osobe, one donose odluke vezano za poslovanje i način rada te isto tako oni to odrađuju. Kreditori su banke ili dobavljači novčanih sredstava koje omogućuju lakše poslovanje poduzeća, što u slučaju ovih apartmana omogućuju njegovo opremanje.

Činjenica je da inače obrti i mala poduzeća dolaze teže do financijskih sredstava koje bi im olakšalo poslovanje iz toga razloga potrebno je imati na umu alternative u slučaju da nije moguće dobiti krediti ili pozajmicu. Vladine organizacije tj. sva ministarstva i njihovi organi koji donose zakone i odluke pri čemu neke od njih mogu negativno utjecati na poslovanje poput smanjivanja mogućnosti otvaranja apartmana tj. postati privatni iznajmljivač. Društvene organizacije mogu dati neku dodatnu potporu poduzeću pri poslovanju te se tim putem stvaraju nove konekcije i mogućnosti za buduću suradnju. Strukovna udruženja nude mogućnost učenja od drugih kao i ulaganje u grupe s ljudima koji dijele i štite iste interese. Mediji daju mogućnost za promoviranja tj. omogućuju lakše korištenje promotivnih alata čime se dostiže i veći broj ljudi.

³⁴ Stipanović, Christian. *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu : sustav i poslovna politika*; str. 89
³⁵ Cerović, Zdenko. *Hotelski menadžment*; str. 123

Postoje mnogi alati za analizu interne i eksterne okoline, no jedan on najčešće korištenih je SWOT analiza. SWOT analiza je klasični alat za strateško planiranje kojeg koriste poduzeća, nova ili stara, kada se upuštaju u nove poslovne inicijative. SWOT analiza omogućuje da se vide snage, slabosti, prilike i prijetnje iz interne i eksterne okoline poduzeća uzimajući u obzir sve pozitivne, negativne i hipotetske strane.

Tablica 2. SWOT analiza poduzeća

SNAGE	SLABOSTI
Inovativna usluga (individualni pristup gostu; usluge koje drugi ugostitelji - apartmani ne nude) Obiteljski posao Usluge i marketing <i>Concierge</i> usluga, transferi, izleti	Brzi i riskantni razvoj Mjesečni najam i smještajni kapacitet Usluga kao u hotelima koji mogu bolje pružiti Amaterski napravljeno (kuća nije pravljena da bude apartman – prvotna ideja privatni stambeni objekt)
PRILIKE	PRIJETNJE
Gospodarski i ekonomski razvoj grada i okolice Pozitivni blagi rast dolazaka turista Grad je u fazi naglog gospodarskog razvoj i rasta zbog investicija iz razvojnih fondova EU	Ne razvijenost turizma u regiji i sezonalnost Konkurenti se baziraju na wellness i spa usluge (apartmani sa pet zvjezdica) Ograničenje broja planiranih smještajnih objekata/smještajnih jedinica na nekom području Potreba za ulaganje u nove tehnološke razvoje kako bi se pratili novi trendovi Kredit i ograničena sredstva Novi hoteli, kampovi i drugi ugostiteljski objekti koji bi pružali slične/bolje usluge

Izvor: obrada autora

U tablici broj 2. SWOT analiza apartmana kao snage poduzeća bi se izdvojile inovativna usluga zbog pružanja usluga koje bi se našle u višim kategorija i na koji način se te usluge pružaju. Obiteljski posao iz razloga što bi se imala potpora i pomoć u slučaju nekih problema i situacija te što svaki član u obitelji ima iskustva u jednom dijelu poslovanja uz to ne bi bilo potrebe da se na primjer zovu vanjski radnici oko nekih stvari.

Slabosti poduzeća su to što je projekt u brzom i riskantnom razvoju iz razloga što se adaptacija vrši u kratkom periodu (do godine dana). U slučaju slabe potražnje projekt bi se okrenuo u suprotnom smjeru tj. prema mjesečnom najmu kako bi ostao likvidan i solventan, što zapravo smanjuje mogućnost i količinu smještajnih kapaciteta koji bi išli u dnevni najam. Isto tako, hoteli mogu bolje pružiti usluge izleta, transfera i *conciierge*-a zbog svoje veličine i veće mogućnosti povezanosti i ulaganja u njih.

Kao prilike izdvajaju se pokazatelji gospodarskog i ekonomskog razvoj grada i okolice – u protekloj 2023. godini vidi se povećanje broja dolazaka i noćenja u gradu koji su vidljivi u izvješćima TZ-a grada Osijeka. Isto tako, iz EU fondova se rade mnoge investicije kako bi život u gradu bio bolji i za lokalnu zajednicu i turiste koji posjećuju Slavoniju i Baranju. Također, Turistička zajednica Grada Osijeka radi na mnogim projektima kako bi povećali suradnju sa fakultetima kao i drugim organizacijama kako bi se turizam u gradu razvio.

Prijetnje ovoga projekta su sezonalnost i nedovoljna razvijenost turizma u cijeloj regiji. Razlog sezonalnosti je zbog većeg dolaska turista za vrijeme manifestacija kao što su Đakovački vezovi, Vinkovačke jeseni ili adventa. Iako u prosjeku godišnje kroz mjesece je isti broj ostvarenih noćenja, više noćenja se zapravo ostvari za vrijeme manifestacija. Isto tako, trebalo bi se uzeti u obzir da neki od posjetitelja koji dolaze za vrijeme određenih manifestacija ostaju kod prijatelja ili rodbine te time ne ulaze u statistiku eVisitor-a³⁶. Koliko god se ulaže u razvitak turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, još uvijek su nedovoljna ulaganja od strane Ministarstva RH i TZ-a Osječko-baranjske županije i grada Osijeka, kao i HTZ-a³⁷. Konkurenti se baziraju dosta na pružanje na wellness i spa usluge u svojim apartmanima pružajući još bolji odmor. Može doći do ograničenja broja smještajnih objekata u privatnim vlasništvima tj. ograničenje otvaranja za privatne iznajmljivače apartmana/soba. Također, dobivanje kredita i ograničena sredstva s kojima se raspolaže za ulaganje i razvoj. Isto tako, novi konkurenti na tržištu od hotela do privatnih iznajmljivača i svega dodatnog između.

³⁶ eVisitor – informacijski sustav za prijavu i odjavu turista

³⁷ HTZ – Hrvatska turistička zajednica

4.1. Konkurencija – dnevni najam

Prema podacima dostupnim na Booking.com-u, na području grada Osijeka ima 190 privatnih iznajmljivača smještaja. Pri odabiru konkurencije uzimalo se u obzir lokacija to jest udaljenost od centra grada kao i gradska četvrt, ocjena na Booking.com-u, vrsta objekta poput apartmana sa jednom/dvije/više soba, studio apartman i sl., površinu samog objekta te cijenu za vrijeme blagdana kao i ostale dane. Na temelju tih kriterija izdvojilo se 101 privatni iznajmljivač (prilog).

Najviše ima apartmana sa tri zvjezdice, njih čak 65,35%, dok najmanje sa pet zvjezdica koji čine 4,95%, dok ostatak sačinjavaju apartmani sa 4 zvjezdice. Također, najviše ponuđača privatnog smještaja nalazi se u Gornjem Gradu (udaljeni jedan kilometar od centra grada).

Prosječna ocjena apartmana je 9,47, dok je prosječni broj ostavljenih recenzija 91. Većina apartmana koji su ocijenjeni sa 10 imaju vrlo mali broj recenzija (do 10 recenzija), osim dva apartmana sa pet zvjezdica koji imaju 63 recenzije, a to su Apartman My Story i Luxury wellness apartment SHA.

Gledajući cijene u prosjeku se za blagdane (Božić) kretale između 84,00 i 173,00 eura po noći ovisno o broju osoba, dok ostalim danima se cijene kretale između 73,00 i 137,00 eura po noći ovisno o broju osoba. Ako bi se gledale medijalne cijene one se kreću u rasponu od 56,00 i 116,00 eura, odnosno 61,00 do 129,00 eura za blagdane.

Po vrsti objekata u uzorku od 101 privatnog iznajmljivača, 86% čine apartmani dok 14% studio. Apartmani se dijele na apartmani, apartmani sa 1 sobom, apartmani sa 2 sobe, apartmani sa 3 sobe te apartmani sa posebnim nazivima poput apartman sa terasom ili apartman u prizemlju. Od apartman najviše ima apartmana sa 1 sobom koji čine 41,58% ukupnog uzorka odnosno 48,28% u uzorku za apartmane.

Što se studija tiče oni se dijele na studio, studio apartman, studio deluxe te, kao i apartmani, dijele na neke posebne nazive poput studio deluxe sa bračnim krevetom ili dvosobni studio. Najviše ima studio apartmana, u cijelom uzorku čine 3,96% odnosno 28,57% uzorku samih studija.

Kao jedni od glavnih konkurenata ističu se Luxury wellness apartment SHA, Apartman My Story, Wellness Apartment Kalypso, NAP apartment, REoN Apartment No 8 i LAVilla Osijek.

Luxury wellness apartment SHA (ocjena 10; broj recenzija 63) nalazi se u samom centru grada Osijeka na tek 100 metara od glavnog trga. U ovom moderno uređenom i vrhunski opremljenom apartmanu gosti mogu uživati u wellnessu i opustiti se u hidromasažnoj kadi i finskoj sauni. U apartmanu se upravlja rasvjetom i ozvučenjem preko Wi-Fi smart aplikacije. Gostima se najviše sviđa opremljenost apartmana, susretljivost vlasnika i lokacija. Nemaju niti jednu lošu recenziju.

Apartman My Story (ocjena 10; broj recenzija 63) je apartman koji odiše luksuzom, smješten u zapadnom dijelu grada. Ovaj moderno uređeni apartman sadrži prostoriju s unutarnjim grijanim bazenom te turskom saunom, gdje se gosti mogu prepustiti spa užitku. Gostima se najviše sviđa uređenje apartmana, sauna, bazen i ljubaznost osoblja. Nemaju niti jednu lošu recenziju.

Wellness Apartment Kalypso (ocjena 9,5; broj recenzija 33) je prostrani apartman smješten nedaleko centra grada Osijeka. Gosti koji borave u apartmanu imaju pristup spa i wellness užitku s IC saunom i hidromasažnom kadom u sklopu dnevne sobe po čemu se ovaj apartman ističe s obzirom na ostale. Gostima se sviđa lokacija i sadržaj (jacuzzi i sauna). Imaju nekoliko malo lošijih recenzija bez dodatnih komentara.

NAP apartment (ocjena 9,9; broj recenzija 17) udaljen je 10-ak minuta hoda od samog centra grada Osijek. Apartman je potpuno i kompletno obnovljen i moderno uređen. U sklopu kupatila s velikim „walk in“ tušem, nalazi se finska sauna namijenjena za opuštanje i uživanje. Gosti su pohvalili vlasnika i moderno uređenje te su rekli da daje dašak hotelskog luksuza.

REoN Apartment No 8 (ocjena 9,3; broj recenzija 214) smješten je u naselju Retfala, nedaleko centra grada Osijeka. Mirna i tiha lokacija na samo par minuta pješice do šetnice uz Dravu. Apartman ima 26 m², ali sadrži sve potrebne stvari, funkcionalan je i prozračan. Gostima se najviše sviđa mogućnost self check-ina, čistoća, pokloni dobrodošlice, vrijednost za novac. Ono na što se gosti najviše žale je glasan bojler, loše grijanje, i nekoliko loši iskustava overbooking-a ili ne poslani šifre apartmana.

LAVilla Osijek (ocjena 9,8; broj recenzija 186) je luksuzna vila u samom centru Osijeka. Moderno opremljena vila smještena u povijesnoj zgradi, a sadrži 12 dizajnerski uređenih apartmana, studija i soba. Također sadrži i prostore namijenjene za održavanje edukacija, seminara i slično, te privatni parking. Gostima se sviđa lokacija, moderan dizajn, besplatan parking, prostranost apartmana. Ono što im se ne sviđa što nema lifta, loša osvjetljenost prostora i neki su imali neko loše iskustvo pri boravku.

4.2. Konkurencija – mjesečni najam

Istraživanje tržišta mjesečnog najma također je važno ispitati iz razloga, kao što se spomenulo, u slučaju nedovoljne likvidnosti projekt bi se okrenuo prema mjesečnom najmu kako bi što prije bio isplativ.

Grad Osijek je sastavio i objavio Izvješće o tržištu nekretnina³⁸ gdje su se analizirali i obradili podaci iz Zbirke kupoprodajnih cijena u sustavu eNekretnine za nekretnine koje su bile predmet prometa nekretnina. Izvješća su dostupna za razdoblje od 2016. do 2023. godine.

Prema *Izvješću o tržištu nekretnina za 2023. godinu* sklopljeno je 654 ugovora o najmu, od čega 618 za stanove i 36 za stambene zgrade (kuća). U prosjeku je povećanje sklopljenih ugovora je za 19,67% od prethodne godine. Prosječna mjesečna najamnina je 5,84€/m² za stanove, odnosno 0,88€/m² za kuće.

Tablica 3. Stan/apartman - najam po površini nekretnine

Površina stana/apartmana (m ²)	Najam (broj ugovora)	Prosječna mjesečna najamnina EUR/m ²
od 15 m ² do 24 m ²	15	8,60 €/m ²
od 25 m ² do 39 m ²	155	7,36 €/m ²
od 40 m ² do 59 m ²	266	5,70 €/m ²
od 60 m ² do 74 m ²	97	5,42 €/m ²
od 75 m ² do 119 m ²	72	5,95 €/m ²
površine veće od 120 m ²	13	3,84 €/m ²

Izvor: Grad Osijek (osijek.hr)

³⁸ Grad Osijek – Izvješće o tržištu nekretnina ;osijek.hr

Najviše je bilo iznajmljenih stanova površine od 40 m² do 59 m² čak 266 sklopljenih ugovora, a najmanje površine veće od 120 m². Najveću cijenu po metru kvadratnom su imali stanovi od 15 m² do 24 m² u iznosu od 8,60€/m². Najveći broj iznajmljenih stanova se nalazio na 1. katu, dok najmanje u suterezu te na 8. katu.

Tablica 4. Stambena zgrada (obiteljska kuća) - najam po ukupnoj površini nekretnine koja se iznajmljuje

Površina	Najam (broj ugovora)	Prosječna mjesečna najamnina EUR/m²
do 100 m ²	0	0,00 €/m ²
100 - 150 m ²	3	5,76 €/m ²
150 - 200 m ²	2	1,14 €/m ²
200 - 300 m ²	15	2,98 €/m ²
300 - 400 m ²	4	1,96 €/m ²
400 - 500 m ²	2	1,20 €/m ²
500 - 600 m ²	0	0,00 €/m ²
600 - 800 m ²	1	0,37 €/m ²
800 - 1000 m ²	1	0,40 €/m ²
1000 - 1500 m ²	3	0,77 €/m ²
1500 - 2000 m ²	1	0,39 €/m ²
preko 2000 m ²	4	0,08 €/m ²

Izvor: Grad Osijek (osijek.hr)

Što se stambenih zgrada (kuća) tiče, vidljivo u Tablici broj 4., najviše je bilo sklopljenih ugovora za kuće površine od 200 m² do 300 m², dok najmanje za površine od 1500 m² do 2000 m² te od 150 m² do 200 m². Najveću cijenu po metru kvadratnom imale su kuće od 100² m do 150 m² u iznosu od 5,76€/m², a najmanju cijenu su imale kuće površine preko 2000 m² u iznosu od 0,08€/m² te kuće površine do 100 m² i od 500 m² do 600 m² nisu imale cijenu najma po kvadratu (0,00€/m²).

Cijene najma u usporedbi sa prethodnom godinom su porasle za 20,42% za stanove/apartmane, odnosno za kuće 19,05%.

Isto tako provelo se vlastito istraživanje u ožujku 2023. godine gdje su se podaci prikupljali sa internetskih stranica za oglašavanje nekretnina (Index oglasi, Njuškalo oglasi, Facebook grupe – Osijek najam i sl.). Iako su ti podaci malo zastarjeli, svakako se mogu vidjeti u kojim rasponima se kretala cijena mjesečnog najma stanova.

Tablica 5. Najmovi stanova i soba po internetskim stranicama

Internetska stranica	Sobe za najam (kom)	Stanovi za najam (kom)
Index	75	179
Njuškalo	23	127
Facebook grupe	<10	<20

Izvor: obrada autora

Iz tablice broj 5. može se vidjeti da se na internetskim stranicama za nekretnine nude više stanova nego soba za najam. Isto tako, više oglasa za najam bilo je na Index oglasima.

U uzorku od 67 oglasa prosječna površina stana iznosi 53 m², u prosjeku sa dvije sobe i prosječnom cijenom najma bez režija 373,00 EUR. Kvadratura stana te broj soba u istom predstavljaju bitnu stavku prilikom definiranja cijene najma. Stoga, preciznija analiza cijene najma stana dobiva se tako da se stanovi prema kvadraturi i broju soba kategoriziraju u grupe. Iz toga proizlaze sljedeće grupe stanova za najam:

- Stanovi do 39 m² (najčešće garsonijere i stanovi do jedne sobe³⁹) - Grupa 1
- Stanovi od 40 do 59 m² (najčešće stanovi od jedne do dvije sobe) - Grupa 2
- Stanovi od 60 do 79 m² (najčešće stanovi od dvije do tri sobe) - Grupa 3
- Stanovi od 80 m² na više (najčešće će stanovi sa tri i više soba) - Grupa 4

³⁹ Soba – predstavlja pojam prostorije u kojoj se može spavati (dnevna i spavaća soba)

Tablica 6. Cijena najma (bez režija), udio na tržištu i prosječnom kvadraturom

Grupe	Cijena najma bez uključenih režija u cijenu (€)					Prosječno (m ²)	Udio na tržištu (%)
	Prosječno	Medijalno	Max.	Min.	Ekstrem		
Grupa 1 (do 39 m²)	273	250	360	200	>300	32	23
Grupa 2 (40 - 59 m²)	363	341	570	200	>400	47	51
Grupa 3 (60 - 79 m²)	416	400	500	250	>500	67	16
Grupa 4 (80+ m²)	723	707	930	400	>700	105	10

Izvor: obrada autora

Na kraju se može zaključiti da trenutno na tržištu, prilikom davanja u najam nekretnine, najsigurnije ponuditi cijene najma prema medijalnoj cijeni najma. Dakle, predložena cijena trebala bi biti jednaka ili manja izračunatoj medijalnoj cijeni najma uzimajući u obzir kvadraturu i vrstu nekretnine.

Predložena cijena najma matematički je izračunata prema analizi tržišta nekretnina, te dostupnih informacija o cijenama smještaja privatnih najmodavaca. Cijena ne mora nužno predstavljati realnu cijenu u ovisnosti o realnoj cijeni kvadrata nekretnine i primanjima najmoprimaca za analizirani grad.

5. Isplativost projekta

Sama investicija projekta adaptacije obiteljske kuće u apartmane iznosi sveukupno 215.000,00 eura, od čega je 100.000,00 eura postojećih sredstava, 5.000,00 eura vlastitih sredstava te 110.000,00 eura kredita. Postojeća sredstva označuju obiteljsku kuću dok vlastita sredstva čine novci iz vlastite štednje. Kredit je bez počeka sa kamatnom stopom od 4,3% i rokom otplate od 13 godina. Početak korištenja i rada projekta je 2024. godina.

Napravljene su tri provjere isplativosti projekta. Prva provjera je trenutno stvarna situacija u gradu Osijeku sa stvarnim podacima dolazaka, noćenja i postotku iskorištenja kapaciteta. Druga provjera isplativosti je željena popunjenost apartmana i idealno tj. optimalno stanje. Dok treća provjera isplativosti je kombinacija dnevnog i mjesečnog najma te je ona napravljena kao mogućnost poslovanja apartmana sve dok se potražnja za smještajem i turističkom ponudom grada Osijeka i regije ne poveća, te kako bi sam projekt bio što više likvidan i isplativ.

U sva tri slučaja određene informacije su ostale nepromijenjene poput plaća po zaposlenoj osobi i direktni troškovi smještaj. Direktni troškovi smještaja sačinjavaju se od materijalnih troškova (čine 2% od neto prihoda odjela smještaja), troškovi energije i plina (čine 3% od neto prihoda odjela smještaja) i troškovi vode (čine 4% od neto prihoda odjela smještaja). Bruto plaća po zaposleniku smještaja je 1583,00 eura.

Ovisno o kojem slučaju je riječ dolazi do promjena u troškovima administracije, troškovima marketinga i prodaje, ukupnim fiksnim troškovima računa dobiti gubitka, troškovima plaća i naravno popunjenosti apartmana. Troškovi administracije se sačinjavaju od troškova poslovnog mobitela, mobitela u apartmanima (u svakom apartmanu jedan) i interneta. U marketing bi se ulagalo 2% od ukupnog neto prihoda mjeseca, a po pitanju prodaje 15% bi se izdvajalo na troškove OTA kanala. Ukupni fiksni troškovi računa dobiti i gubitka išli bi na komunalne naknade, osiguranje i na naknade i doprinose.

Cijene za dnevni i mjesečni najam su donesene temeljem konkurencije. Vlasnički ciljevi su da je period povrata ulaganja unutar vijeka kredita (12 godina), likvidnost u svim godinama vijeka projekta te željena interna stopa rentabilnosti (IRR) od 11%.

5.1. Ocjena investicije – stvarne vrijednosti

Kao bazu za iskorištenost kapacitet koristili su se podatci dostupni na stranici Državnog zavoda za statistiku. Podatci su se obradili te pomoću njih se izračunao postotak iskorištenosti kapaciteta po mjesecima vidljivo u Prilogu 2. i u Tablici broj 7. Mjesečni postotak iskorištenja kapaciteta 2023. godine.

Tablica 7. Mjesečni postotak iskorištenja kapaciteta 2023. godine

Mjesec	% iskorištenja SK ⁴⁰	% iskorištenja SK*
Siječanj	21,34%	14,55%
Veljača	22,83%	15,77%
Ožujak	19,01%	13,67%
Travanj	28,41%	19,82%
Svibanj	29,68%	20,70%
Lipanj	29,97%	20,99%
Srpanj	27,76%	19,42%
Kolovoz	28,99%	20,17%
Rujan	32,67%	23,37%
Listopad	33,02%	23,22%
Studeni	30,35%	21,10%
Prosinac	22,27%	15,49%

Izvor: obrada autora

Tablica broj 7. Mjesečni postotak iskorištenja kapaciteta 2023. godine prikazuje iskorištenje kapaciteta po mjesecima. Radila su se dva izračuna jedan u kojem se uzimalo samo stalne postelje, a u drugom stalne postelje i apartmani/sobe/kampovi. Iz dobivenih izračuna može se vidjeti da postotak iskorištenosti kapaciteta u gradu Osijeku po mjesecima je između 14% i 23% uzimajući u obzir stalne postelje i apartmane/sobe koje se u gradu nude. Dok, gledajući samo stalne postelje iskorištenost kapaciteta je između 19% i 32%.

⁴⁰ SK – smještajni kapaciteti

$$\text{Postotak iskorištenja smještajnih kapaciteta} = \frac{\text{Broj ostvarenih noćenja}}{\text{Broj mogućih noćenja}} * 100 \quad (2.)$$

$$\text{Moguća noćenja} = \text{Broj stalnih postelja} * \text{Dani u mjesecu} \quad (3.)$$

$$\text{Postotak iskorištenja smještajnih kapaciteta}^* = \frac{\text{Broj ostvarenih noćenja}}{\text{Broj mogućih noćenja}^*} * 100 \quad (4.)$$

$$\text{Moguća noćenja}^* = (\text{Broj stalnih postelja} + \text{Apartmani/sobe/kampovi}) * \text{Dani u mjesecu} \quad (5.)^{41}$$

Cijene apartmana se kreću između 60 i 95 eura dnevno, ovisno o periodu u godini. Očekivani prosječni prihod po smještajnoj jedinici (dnevno) iznosio bi oko 65 eura, dok prosječna godišnja popunjenost je 3,78%. Očekivani *double occupancy factor* (DOF)⁴² iznosi dva.

Marketing bi se provodio pet puta godišnje u siječnju, svibnju, lipnju, kolovozu te prosincu. U ovom scenariju bila bi samo jedna zaposlena osoba.

Zbog očekivane slabe popunjenosti apartmana očekuje se minimalna potražnja za izletima, transferima i mini barom. Očekivani prihod od ostalih usluga smještaja u nultoj godini poslovanja je 315 eura, od čega 52 eura troškova. Isto tako, zbog slabe potražnje najam bicikala, eklektičnih bicikala i električnih romobila je dosta slab. Očekivani prihod bi iznosio 115 eura, a troškovi 8 eura.

⁴¹ Galičić Vlado, skripta „Hotelske operacije“; Cerović, Zdenko. *Hotelski menadžment*. 2010.

⁴² DOF – faktor dvostrukog zauzeća (eng. double occupancy factor)

Tablica 8. Financijski tok ocjene investicije sa stvarnim vrijednostima

Godina	Primici	Izadci	Anuitet	Neto primici
2024.	236.178	261.753	12.937	-25.575
2025.	38.305	53.374	12.580	-15.069
2026.	42.828	55.296	12.224	-12.468
2027.	44.849	56.427	11.867	-11.578
2028.	49.509	58.401	11.510	-8.892
2029.	57.244	60.790	11.153	-3.546
2030.	71.207	65.149	10.796	6.058
2031.	88.602	70.627	10.439	17.975
2032.	111.574	77.439	10.082	34.135
2033.	138.697	84.971	9.725	53.726
2034.	176.515	94.983	9.369	81.532
2035.	214.305	103.514	9.012	110.792
2036.	257.993	111.997	8.655	145.995

Izvor: obrada autora (Prilog 3.)

Financijski tok (Tablica broj 8.) iskazuje novčane tokove u vijeku projekta. On obuhvaća sve stavke i poslovne događaje što povećavaju i smanjuju financijski potencijal projekta te nam on pokazuje likvidnost projekta. Jedan od vlasničkih ciljeva je da je likvidnost u svim godinama vijeka projekta. Iz priloga možemo vidjeti da projekt prvih šest godina nije likvidan i da ima težak početak poslovanja koji se od 2030. godine mijenja te postaje likvidan.

Ekonomski tok prikazuje one poslovne događaje koji utječu na kretanje ekonomskog potencijala projekta. Za razliku od financijskog toga projekt je ne rentabilan do 2027. godine.

Slika 7. Neto sadašnja vrijednost (NPV) i IRR – stvarno stanje

Godine	Neto primici	Diskontni faktor uz diskontnu stopu	Neto sadašnja vrijednost programa uz diskontnu stopu	Interna stopa rentabilnosti	Neto sadašnja vrijednost programa uz internu stopu rentabilnosti
		4,30%		8,69%	
2024	-227.638	0,95877	-218.253	0,92003	-209.434
2025	-2.488	0,91925	-2.287	0,84646	-2.106
2026	-244	0,88135	-215	0,77876	-190
2027	289	0,84501	244	0,71649	207
2028	2.618	0,81017	2.121	0,65919	1.726
2029	7.607	0,77677	5.909	0,60647	4.614
2030	16.854	0,74475	12.552	0,55797	9.404
2031	28.415	0,71404	20.289	0,51335	14.587
2032	44.217	0,68461	30.271	0,47230	20.884
2033	63.452	0,65638	41.648	0,43453	27.572
2034	90.900	0,62932	57.205	0,39978	36.340
2035	119.803	0,60338	72.286	0,36781	44.065
2036	154.650	0,57850	89.465	0,33840	52.333
	298.434		111.236		0

Izvor: obrada autora

Što se drugih vlasničkih ciljeva tiče, vrijeme povrata ulaganja i interne stope rentabilnosti, polovično su ostvareni tj. vrijeme povrata ulaganja ostvaruje se u desetoj godini (Prilog 4.), dok je interna stopa rentabilnosti ispod očekivane, vidljivo na Slici broj 7.

5.2. Ocjena investicije – idealno/optimalno stanje

U idealnoj situaciji turizam grada Osijeka bio bi razvijen kao što je na obalnim dijelovima Republike Hrvatske. Godišnja iskorištenost kapaciteta bi bila između 40% i 60%.

Cijene apartmana, kao i kod ocjene investicije sa stvarnim vrijednostima, se kreću između 60 i 95 eura dnevno, ovisno o periodu u godini. Očekivani prosječni prihod po smještajnoj jedinici (dnevno) iznosio bi oko 65 eura, dok prosječna godišnja popunjenost je 34,36% za nultu godinu. Očekivani DOF iznosi dva.

Razlike su u visini troškova, administracije, marketinga i prodaje, ukupni fiksni troškovi i ostali direktni troškovi smještaja, od prvog izračuna postoje iz razloga što su se prihodi povećali. Isto tako umjesto jednog zaposlenog, bilo bih dvoje zaposlenika čiji mi ukupni mjesečni troškovi plaća, sa svim doprinosima, iznosi 3.847,00 eura.

Zbog veće popunjenosti, ostali prihodi smještaja su se povećali. Očekivani prihodi smještaja iznose 24.099,00 eura, a postotak troškova u prihodu je 3.626,00 eura. Sportski dio isto tako vidi povećanje. Očekivani prihodi sporta bili bi 20.919,00 eura, dok troškovi bi iznosili 1.557,00 eura. Svake godine popunjenost smještajnih kapaciteta raste, kao i što i prosječna cijena apartmana raste; zaključno sa 2036. godinom iskorištenost kapaciteta bi bila 46%, dok prosječna cijena 150,80 EUR.

Tablica 9. Financijski tok ocjene investicije idealnog stanja

Godina	Primici	Izdaci	Anuitet	Neto primici
2024.	296.381	299.519	12.937	-3.138
2025.	113.511	94.512	12.580	18.999
2026.	128.522	100.073	12.224	28.450
2027.	138.567	104.141	11.867	34.426
2028.	150.253	108.905	11.510	41.348
2029.	165.258	115.560	11.153	49.697
2030.	184.118	122.592	10.796	61.526
2031.	202.265	129.145	10.439	73.119
2032.	219.228	137.190	10.082	82.038
2033.	239.958	144.509	9.725	95.449
2034.	259.387	151.158	9.369	108.228
2035.	286.242	159.493	9.012	126.749
2036.	303.956	165.481	8.655	138.475

Izvor: obrada autora (Prilog 5.)

U tablici br. 9. vidljiv je financijski tok u kojem je uočljiva nelikvidnost projekta u nultoj godini. No, to se mijenja od u 2025. godine u kojoj se neto primici povećavaju za 18.861,00 eura. Također, u ekonomskom toku, projekt je nerentabilan u nultoj godini poslovanja.

Tablica 10. Neto sadašnja vrijednost (NPV) i IRR - idealno stanje

Godine	Neto primici	Diskontni faktor uz diskontnu stopu	Neto sadašnja vrijednost programa uz diskontnu stopu	Interna stopa rentabilnosti	Neto sadašnja vrijednost programa uz internu stopu rentabilnosti
		4,30%		26,29%	
2024	-205.201	0,95877	-196.741	0,79183	-162.484
2025	31.579	0,91925	29.029	0,62699	19.800
2026	40.673	0,88135	35.847	0,49647	20.193
2027	46.292	0,84501	39.118	0,39312	18.198
2028	52.858	0,81017	42.824	0,31128	16.454
2029	60.850	0,77677	47.267	0,24648	14.998
2030	72.322	0,74475	53.861	0,19517	14.115
2031	83.559	0,71404	59.665	0,15454	12.913
2032	92.120	0,68461	63.066	0,12237	11.273
2033	105.174	0,65638	69.034	0,09690	10.191
2034	117.597	0,62932	74.006	0,07673	9.023
2035	135.761	0,60338	81.915	0,06075	8.248
2036	147.130	0,57850	85.115	0,04811	7.078
	780.714		484.006		0

Izvor: obrada autora

Vlasnički ciljevi su u cijelom dijelu ispunjeni. Kroz cijeli životni vijek projekt je bio likvidan tj. nulte godine je bio u blagom minusu što je i razumljivo. Premija na rizik odnosno interna stopa rentabilnosti je veća nego očekivana i iznosi 26,29% (vidljiv na Slici broj 10.), dok se povrat investicije ostvaruje u petoj godini (Prilog 6.).

U nultoj godini stavljene su niže cijene iz razloga što se tek izlazi na tržište gdje se stavljaju nove usluge na područje koje možda nije spremno za takve promjene. U slučaju da je stvarnost kao ovo idealno stanje, projekt bez obzira što bi u prvoj godini bio malo nelikvidan i nerentabilan, projekt bi bio dobar i uspješan. U jednom trenutku ova stvarnost može i biti realnost, no potrebno je dosta ulaganja u kontinentalnu Hrvatsku kako bi turizam bio jači.

5.3. Ocjena investicije – kombinacija dnevni i mjesečni najam

Ova provjera i ocjene investicije napravila se kao rezultat prve ocjene investicije gdje je realno stanje turizma i potražnje u gradu Osijeku nije najbolje. Kombiniranjem dnevnog i mjesečnog najma omogućuje prisutnost i na jednom i na drugom tržištu omogućavajući daljnju prepoznatljivost apartmana. Za popunjenost dnevnog najma koristili su se podaci koji su korišteni pri ocjeni stvarne vrijednosti.

U mjesečni najam bi se stavilo četiri od pet mogućih apartmana. *Apartman Đumruk* bi bio jedini apartman koji bi išao na cjelogodišnji dnevni najam. Cijena mjesečnog najma uključujući i režije za apartmane bi bila:

- *Apartman Unterstadt* – 400 eura + režije (cca. 93 eura); prosječna dnevna cijena iznosi 16 eura
- *Studio apartman Esseg* – 450 eura + režije (cca. 93 eura); prosječna dnevna cijena iznosi 18 eura
- *Apartman Mursa* – 900 eura + režije (cca. 93 eura); prosječna dnevna cijena iznosi 32 eura
- *Apartman Bastion* – 700 eura + režije (cca. 93 eura); prosječna dnevna cijena iznosi 26 eura

Apartman Đumruk bi bio jedini apartman koji bi se gostima nudio kroz cijelu godinu u dnevnom najmu. Njegova cijena najma iznosila bi između 60 i 65 eura te kao što se već spomenulo u njemu se koriste vrijednosti iskorištene apartmana kao u scenariju sa stvarnim vrijednostima.

Ciljani DOF iznosi dva te u ovom scenariju neće biti zaposlenih osoba. Nije potrebno zapošljavati dodatnu osobu. Sav posao će odrađivati vlasnik obrta. A iz razloga što on kao vlasnik obrta nije dužan isplaćivati si plaću – jer on može koristiti sva sredstva dobivena radom – no jedino što mora isplatiti, a da nije trošak plaće su troškovi za doprinose poput mirovinskih fondova i zdravstvenog osiguranja. Uz to niska potražnja daje dovoljno prostora i vremena da se vlasnik može pobrinuti za sve. Doprinosi koje mora dodatno platiti iznose 227,76 eura. Oni su u tablici zabilježeni među ukupnim fiksnim troškovima računa dobiti i gubitka (naknade i doprinosi).

Troškovi administracije bi imali male preinake koliko mjesečno iznose, ta razlika nastaje kod mobitela za apartmane jer neće biti potrebno plaćati za pet mobitela već za jedan. Kod troškova marketinga i prodaje nastaju promjene. Marketing bi se radio od travnja do lipnja te u prosincu, dok provizija OTA kanala bi bila plaćala bi se kroz cijelu godinu zbog *Apartmana Dumruk*. Iznos troškova marketinga i prodaje bi bio između 30 i 55 eura ovisno o popunjenosti kapaciteta-

Ostali prihodi smještaja, iako je relativno manja potražnja, vidi se malo veći prihod nego u ocjeni investicije sa stvarnim vrijednostima. Ostvareni prihod je 652 eura, dok postotak troška u prihodu iznosi 113 eura. Očekivani neto prihod sporta iznosio bi 178 eura. Iako trenutno u kalkulaciju nije planirano postoji mogućnost da će korisnici smještaja na mjesečni najam budu uzeli nešto od sporta.

Tablica 11. Financijski tok kombiniranog poslovanja

Godina	Primici	Izadci	Anuitet	Neto primici
2024.	249.296	234.759	12.937	14.536
2025.	36.541	19.975	12.580	16.566
2026.	38.922	20.047	12.224	18.874
2027.	41.447	20.126	11.867	21.321
2028.	44.124	20.212	11.510	23.912
2029.	46.962	21.458	11.153	25.505
2030.	49.971	21.565	10.796	28.406
2031.	53.160	21.684	10.439	31.475
2032.	56.539	21.818	10.082	34.721
2033.	60.119	21.968	9.725	38.151
2034.	63.914	22.136	9.369	41.778
2035.	67.933	22.323	9.012	45.610
2036.	72.191	22.531	8.655	49.659

Izvor: obrada autora (Prilog 7.)

U Tablici broj 11. vidljiv je financijski tok kombiniranog slučaja. Iz nje je vidljivo da poduzeće od početka vrlo likvidno. U ekonomskom toku nulte godine je jako veliki minus te godine apartmanski kompleks nije rentabilan.

Slika 8. NPV i IRR - kombinirani scenarij

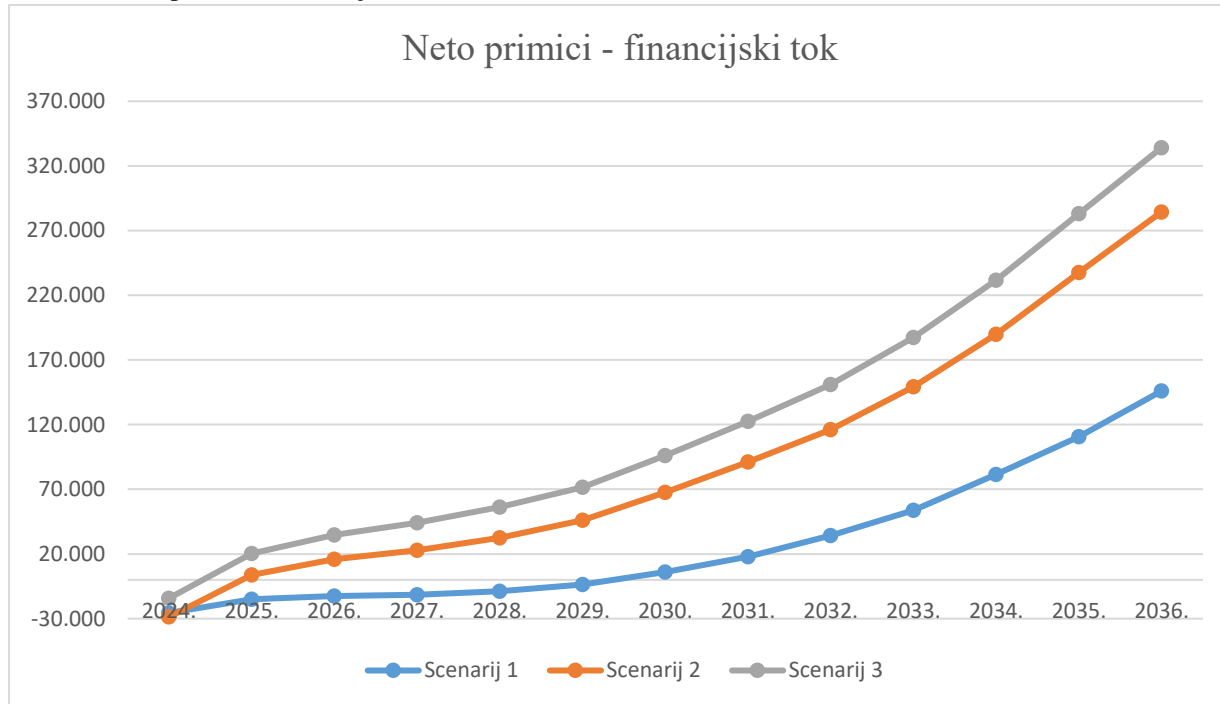
Godine	Neto primici	Diskontni faktor uz diskontnu stopu	Neto sadašnja vrijednost programa uz diskontnu stopu	Interna stopa rentabilnosti	Neto sadašnja vrijednost programa uz internu stopu rentabilnosti
		4,30%		16,92%	
2024	-187.527	0,95877	-179.795	0,85527	-160.387
2025	29.146	0,91925	26.792	0,73150	21.320
2026	31.098	0,88135	27.408	0,62563	19.456
2027	33.188	0,84501	28.044	0,53508	17.758
2028	35.422	0,81017	28.698	0,45764	16.211
2029	36.658	0,77677	28.475	0,39141	14.348
2030	39.202	0,74475	29.196	0,33476	13.124
2031	41.915	0,71404	29.929	0,28632	12.001
2032	44.803	0,68461	30.672	0,24488	10.971
2033	47.876	0,65638	31.425	0,20944	10.027
2034	51.147	0,62932	32.188	0,17913	9.162
2035	54.622	0,60338	32.957	0,15320	8.368
2036	58.314	0,57850	33.735	0,13103	7.641
	315.863		179.724		0

Izvor: obrada autora

Što se ostalih vlasničkih ciljeva tiče, povrat investicije se događa u šestoj godini (Prilog 8.) dok iznos interne stope rentabilnosti je 16,92% (vidljiv na Slici 8.)

5.4. Ocjena investicije – usporedba rezultata istraživanja

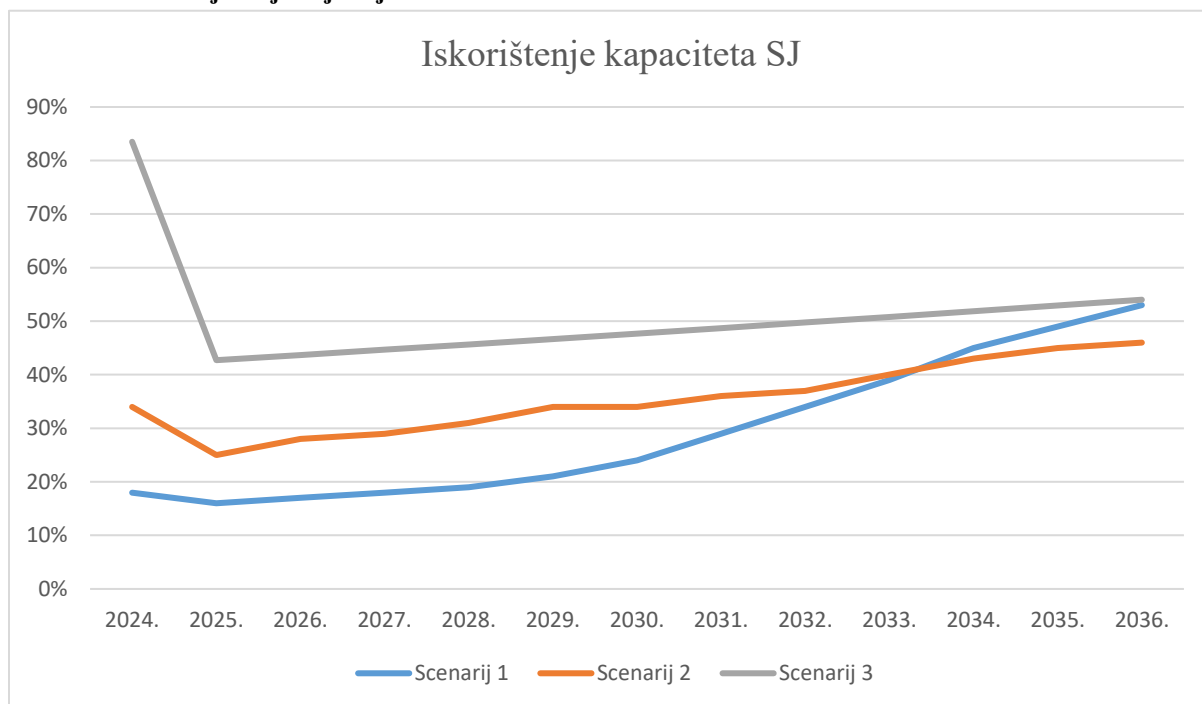
Graf 6. Neto primici – financijskih tokova



Izvor: obrada autora

Graf broj 6. uspoređuje financijske tokove tj. neto primitke u njima. Najbolji rast neto primitaka ima scenarijo broj 3 odnosno kombinacija dnevnog i mjesečnog najma. U 1. scenariju projekt je nekoliko godina bio u minusu, dok samo jednu godinu u minusu u scenariju 2. U prijevodu najbolju likvidnost ima scenarij broj tri.

Graf 7. Iskorištenje smještajnih jedinica.



Izvor: obrada autora

U grafu broj 7. prikazano je iskorištenje smještajnih jedinica u vijeku projekta. Najrealniji rast iskorištenja ima scenarij 1. dok, u scenariju broj 3. dolazi do nalog pada na prijelazu u drugu godinu. Taj nagli pad se može opravdati kao puštanje još jednog apartmana na dnevni najam zbog povećanja potražnje za smještajem.

Tablica 12. Interna stopa rentabilnosti

	IRR
Scenarij 1	8,69%
Scenarij 2	26,29%
Scenarij 3	16,92%

Izvor: obrada autora

Interna stopa rentabilnosti pomaže pri prikazivanju rentabilnosti projekta kao i njegove vrijednosti uz određena ograničenja. Najbolju IRR ima scenarij 2., zatim vrlo moguć i izvediv projekt koji kombinira dnevni i mjesečni najam.

Tablica 13. Razdoblje povrata investicije

	Razdoblje povrata
Scenarij 1	10
Scenarij 2	5
Scenarij 3	6

Izvor: obrada autora

Razdoblje povrata je vremenski period koji je potreban projektu kako bi vratio uložena sredstva. Scenarij sa stvarnim vrijednostima ima razdoblje povrata od 10 godina, scenarij 2. povrat se događa u petoj godini dok u scenariju 3 u šestoj godini. U sva tri slučaja se ostvaruje vlasnički cilj.

U ocjeni investicije sa stvarnim vrijednostima projekt je moguće uspješno odraditi i on je isplativ, no njegova interna stopa rentabilnosti je niža nego željena i s time se odmah smanjila premija na rizik i time projekt postaje rizičniji.

Idealno stanje je ono što bi svi voljeli da bude no ono je željeno stanje prema kojemu je obrt okrenut i prema čemu će težiti.

U suštini, kombinirajući dnevni i mjesečni najam u apartmanima nije loša ideja no ono može stvoriti dodatan trošak. Iako sama ideja takvog poslovanja, gdje imaš siguran priljev novaca, a u drugu ruku ima se mogućnost oglašavanja na društvenim mrežama i na Booking.com omogućava se dvostruko pokriće jednog i drugog tržišta što povećava vidljivost apartmana. I to na kraju omogućava da se u budućnosti jednostavnije prebaci na tržište dnevnog iznajmljivanja.

Zaključak

Turistička ponuda grada Osijeka kao i okolice je jako šarolika i bogata. Grad Osijek bazira se više na selektivnim oblicima turizma (poput kulturnog, sportskog, ruralnog) nego na masovni turizam. Osim što veliki broj domaćih turista dolazi, u protekle dvije godine vidi se i povećanje udjela stranih turista. TZ grada Osijeka ulaže velike napore kako bi se povećao broj manifestacija, događanja i drugih aktivnosti koje bi se svidjele potencijalnim turistima.

Investicijski projekti u turizmu, s posebnim fokusom na izgradnju apartmana, značajno su oblikovali hrvatski turistički sektor, posebno u priobalnim regijama. Porast broja apartmana doveo je do značajnih ekonomskih koristi i privukao strana ulaganja, ali također je izazvao brojne probleme. S druge strane, kontinentalna Hrvatska predstavlja alternativu priobalnom turizmu s povoljnijim uvjetima za razvoj. Ovdje su cijene zemljišta i troškovi gradnje niži, a rast interesa za ruralni turizam pruža priliku za održiviji razvoj. Kontinentalne destinacije nude autentičnije turističke doživljaje i bolju integraciju s lokalnim zajednicama, čime se smanjuje pritisak na prekomjerno razvijene priobalne regije.

Obiteljska kuća koja je smještena u Osijeku, u neposrednoj blizini centra i novoizgrađenog stadiona Opus Arene, sastojala bi se od pet apartmana čija imena su povezana sa osječkom povijesti. Apartmani bi bili moderno opremljeni sa svim potrebnim elementima koji bi gostima bili potrebni. Isto tako, nudili bi usluge koje se inače nude u visoko kategoriziranim hotelskim poduzećima i time se diferencirali od drugih privatnih iznajmljivača. Apartmanski kompleks ima dosta snaga i prilika koje bi mogao iskoristiti u svoju korist, no on također ima slabosti i prijetnje koje bi mogle ugroziti cijelo poslovanje. Obrt će imati težak zadatak kako odlučiti na koji način će poslovati i u kojem smjeru će se kretati. Konkurencija na području grada je velika – bilo to hoteli, privatni iznajmljivači koji su se specijalizirali za wellness usluge, ili općeniti mjesečni najam stanova.

Analiza ocjene investicije, u tri različita scenarija, dala je zanimljive rezultate. Scenarij jedan gdje su se koristile stvarne vrijednosti govori da bi se obrt nekoliko godina mučio da ostane likvidan i profitabilan. Još uvijek slaba potražnja za gradom i okolicom igra veliku ulogu kako bi se poslovanje kretalo. Iako je povrat investicije u desetoj godini, što je još uvijek u vijeku trajanja

projekta, interna stopa rentabilnosti je dosta niska tj. premija na rizik je niža i time je poslovanje na taj način je jako rizično. U scenariju dva, gdje se gledalo idealno stanje tj. poslovanje gdje je turizam razvijen u gradu, to je ono čemu bi se težilo u poslovanju. Scenarij tri kombinira dnevni i mjesečni najam. Uvažavajući sve okolnosti, analizom ocjene investicijskog projekta ova se opcija čini kao najbolja i trenutno optimalan način poslovanja. Stavljanje apartmana u mjesečni najam daje siguran priljev novaca natrag u obrt i daje mogućnost da se u kratkom periodu vrati uložena investicija. Držanjem jednog apartmana u dnevnom najmu daje mogućnost prikaza na tržištu dnevnog najma kao i postepeno privlačenje potencijalnih turista.

Literatura

Knjige:

Alfier, Dragutin. Turizam – izbor radova. Zagreb: Institut za turizam. 1994.

Carev, Danijel. *Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje*. Zagreb: VPŠ Libertas, 2015.

Cerović, Zdenko. *Hotelski menadžment*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2010.

Cetinski, Vinka i Marko Perić. *Projektne menadžment*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2013.

Galičić, Vlado. *Poslovanje hotelskoga odjela smještaja*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, 2017.

Geić, Stanko. *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije, 2011.

Stipanović, Christian. *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu : sustav i poslovna politika*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2006.

Članci, završni i diplomski radovi:

Agro-Turizam i Ruralni Razvoj u Hrvatskoj. Uredio P. Novak. Croatian Rural Development Association, 2023.

Batinić, Darija. "Turistička ponuda Osječko-baranjske županije." Završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2019.

Blažević, Marin. "Ruralni turizam u Osječko-baranjskoj županiji." Diplomski rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, 2018.

Brkić, Vanesa. "Razvoj specifičnih oblika turizma na području grada Osijeka." Završni rad, Sveučilište u Zadru, 2020.

Ćorković, Kristijan. "Kulturni turizam Slavonije s naglaskom na grad Osijek." Završni rad, Veleučilište u Karlovcu, 2022.

Grad Osijek; „Izvešće o tržištu nekretnina za 2023. godinu za područje grada Osijek“; 27.03.2024.

Jelinčić, Daniela Angelina. „Kulturna baština i turizam.“ Magistarski rad, Filozofski fakultet, Zagreb, 2000.

Maja Maronic, Jerko Glavaš, i Igor Mavrin. "Potentials of Osijek as a Centre of Cultural Tourism." *Interdisciplinary Management Research* 5. 2009.

Mikulec, Petra. "Tradicionalna ponuda enogastronomije u turističkoj ponudi Slavonije." Završni rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2023.

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. Strategija razvoja kulturnog turizma. 2003.

Regionalna studija. *Urbanizacija i utjecaj na infrastrukturu u hrvatskim priobalnim gradovima*. 2023.

Siniša Geić, Jelena Geić, i Antonija Čmrlec, *Zdravstveni turizam i njegova uloga u razvoju lokalnih zajednica*, Turizam i zdravlje. (2010)

Šeketa, Ana Marija. "Trendovi i promjene koje donosi kulturni turizam s naglaskom na grad Osijek." Diplomski rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, 2019.

Škrget, Dalia. "Kulturni turizam kao strategija razvoja grada Osijeka." Diplomski rad, Sveučilište Sjever, 2024.

TZ grada Osijeka. Prijedlog godišnjeg programa rada TZ grada Osijeka s financijskim planom za 2024. godinu. 2023.

Internet stranice:

Državni zavod za statistiku (DZS), „*Smještajni kapaciteti, dolasci i noćenja turista, Republika Hrvatska, NKPJS 2012. - 2. razina, županije, gradovi i općine po mjesecima*“; dostupno na: https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_path=Turizam_Dolasci%20i%20no%20c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%20a1tajnim%20objektima&px_tableid=BS_TU16.px&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=ff9af983-38f3-4d82-a644-30c71304e5ee ; pristupljeno 17.08.2024.

World Tourism Organization. *Globalni izvještaj o zdravstvenom turizmu*. 2019. dostupno na: <https://www.unwto.org/> ; pristupljeno: 28.08.2024.

Lječilište Bizovačke toplice; „*Informacije o lječilištu*“ ; n.d. dostupno na: https://www.ljeciliste-bizovacke.hr/?utm_source=web-toplice ; pristupljeno: 28.08.2024.

Mislav Pavošević, „*Pogled u plavo - zaroni u bazen na Trgu Slobode!*“ ; 29.08.2019.; dostupno na: <https://www.tzosijek.hr/stranica.php?id=1077> ; pristupljeno: 28.08.2024.

HRT Radio Osijek; „*U 2023. Osječko-baranjska županija zabilježila turističke rekorde*“; 11.01.2024.; dostupno na: <https://radio.hrt.hr/radio-osijek/vijesti/u-2023-osjecko-baranjska-zupanija-zabiljezila-turisticke-rekorde-11281606> ; pristupljeno: 20.07.2024.

Darko Bičak, „*Prvi u Hrvatskoj! Osijek 2025. dobiva 'automatik' hotel vrijedan 8 milijuna eura*“, Poslovni dnevnik, 31.08.2023.; dostupno na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/osijek-2025-dobiva-automatik-hotel-vrijedan-8-mil-eura-4406075> ; pristupljeno 25.08.2024.

FFOS ESSEHIST; „*Osijek kroz povijest*“; 02.09.2010.; dostupno na: <https://regskordinator.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/06/essehist-2.pdf> ; pristupljeno: 18.06.2024.

Mislav Pavošević; *Povijest grada*; 20.06.2016.; dostupno na: <https://www.tzosijek.hr/povijest-grada-671> ; pristupljeno: 18.06.2024.

Turistička zajednica grada Osijeka; *Znamenitosti*; 16.05.2016.; dostupno na: <https://www.tzosijek.hr/znamenitosti-57> ; pristupljeno: 18.06.2024.

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije; „*Okusi destinaciju*“; n.d. ; dostupno na: <https://visitslavoniabaranja.com/okusi-destinaciju/> ; pristupljeno: 04.08.2024.

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije; „*Događanja*“; n.d. ; dostupno na: <https://visitslavoniabaranja.com/dogadaji/> ; pristupljeno: 04.08.2024.

Ordinacija.hr; „*Fiš-paprikaš: Imamo najbolji slavonski recept za ovo jelo*“; 19.04.2019.; dostupno na: <https://ordinacija.vecernji.hr/zdravi-tanjur/jedi-zdravo/fis-paprikas-imamo-najbolji-slavonski-recept-za-ovo-jelo/> ; pristupljeno: 17.08.2024.

Coolinarika by Podravka; „*Šaran u rašljama*“; 28.11.2014.; dostupno na: <https://web.coolinarika.com/recept/saran-u-rasljama-e1de431e-637e-11eb-b790-0242ac120033> ; pristupljeno: 17.08.2024.

Čingi Lingi čarda; „*About us*“; n.d. , dostupno na: <https://cingi-lingi-carda.eatbu.com/?lang=en#aboutUs> ; pristupljeno: 16.08.2024.

Baranjska kuća; „*Restoran*“ ; n.d. ; dostupno na: <https://www.baranjska-kuca.com/index.html> ; pristupljeno: 16.08.2024.

Terra Negra Country club; „*Restoran*“; n.d. ; dostupno na: <https://terranegra.hr/restoran/> ; pristupljeno: 16.08.2024.

Didin konak; „*O nama*“ ; n.d. ; dostupno na: <https://www.didinkonak.hr/o-nama> ; pristupljeno: 16.08.2024.

Vina Belje; „*O nama*“; n.d. ; dostupno na: <https://shop.belje.hr/o-nama/> ; pristupljeno: 16.08.2024.

Iločki podrumi; „*O nama*“; n.d. ; dostupno na: <https://www.ilocki-podrumi.hr/o-nama/> ; pristupljeno: 16.08.2024.

Erdutski vinogradi; „*O nama - povijest*“; n.d. ; dostupno na: <https://www.erdutski-vinogradi.hr/hr/o-nama/povijest> ; pristupljeno: 16.08.2024.

Turistička zajednica grada Osijeka, „*Advent u Osijeku 2023.*“; 27.11.2023. dostupno na: <https://www.tzosijek.hr/advent-u-osijeku-2023-1392> ; pristupljeno 13.08.2024.

Pannonian Challenge, *Information – History*; n.d. ; dostupno na: <https://pannonian.hr/information/history/?lang=en> ; pristupljeno: 22.08.2024.

WineOS; *O nama*; n.d.; dostupno na: <https://wineos.biz/o-nama/> ; pristupljeno: 22.08.2024.

Entrio; *Dani prvog hrvatskog piva*; n.d.; dostupno na: <https://www.entrio.hr/event/dani-prvog-hrvatskog-piva-19789> ; pristupljeno: 22.08.2024.

Vinkovačke jeseni; *O Jesenima*; n.d. ; dostupno na: <https://vinkovackejeseni.hr/o-jesenima/> ; pristupljeno 22.08.2024.

Đakovački vezovi; *O Đakovačkim vezovima*; n.d. ; dostupno na: <https://djakovacki-vezovi.hr/> ; pristupljeno: 22.08.2024.

Hrvatska turistička zajednica; „*Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa*“; srpanj 2024.; dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-08/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20srpanj%202024.pdf> ; pristupljeno: 25.08.2024.

Jadranski Web Portal; „*Nijemci masovno kupuju nekretnine na Jadranu i onda ih iznajmljuju*“; 19.06.2022.; dostupno na: <https://www.morski.hr/nijemci-masovno-kupuju-nekretnine-na-jadranu-i-onda-ih-iznajmljuju/> ; pristupljeno: 25.05.2024.

Privatni smještaj; „*Zašto odabrati obiteljski smještaj?*“; 07.10.2021.; dostupno na: <https://portal.privatnismjestaj.hr/clanak/zasto-odabrati-obicajski-smjestaj> ; pristupljeno: 25.08.2024.

Poslovni dnevnik; „*Jak rast smještajnih kapaciteta u 5 županija*“; 10.01.2024.; dostupno na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/jak-rast-smjestajnih-kapaciteta-u-5-zupanija-4424355> ; pristupljeno: 25.08.2024.

Hrvatska obrtnička komora; „*Obrt i oblici obrta*“; n.d. ; dostupno na: <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/registracija-obrta/obrt-i-oblici-obrta> ; pristupljeno: 15.06.2024.

Montažne kućice; „*Što znači roh bau gradnja kuće?*“ ; 12.11.2023.; dostupno na: <https://montazne-kucice.com/novosti/sto-znaci-roh-bau-gradnja-kuce/> ; pristupljeno: 16.06.2024.

American Marketing Association; „*Definitions of Marketing*“ (*Definicije marketinga*); n.d. ; dostupno na: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/> ; pristupljeno: 19.07.2024.

Valamar; „*Uvjeti prodaje*“; n.d. ; dostupno na: <https://www.valamar.com/hr/terms-conditions> ; pristupljeno: 02.08.2024.

Aminess; „*Često postavljena pitanja*“; n.d. ; dostupno na: <https://www.aminess.com/hr/cesto-postavljena-pitanja> ; pristupljeno: 02.08.2024.

Hrvatska turistička zajednica; „*eVisitor*“; n.d. ; dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor> ; pristupljeno: 20.06.2024.

Popis ilustracija

GRAF 1. OSTVARENA NOĆENJA (PO MJESECIMA) U GRADU OSIJEKU	5
GRAF 2. DOLASCI (PO MJESECIMA) U GRADU OSIJEKU	6
GRAF 3. PROSJEČNI BORAVAK GOSTIJU (U DANIMA - PROSJEK I MEDIJAN) PO GODINAMA	7
GRAF 4. STALNE POSTELJE U GRADU OSIJEKU	8
GRAF 5. APARTMANI/SOBE/KAMPOVI U GRADU OSIJEKU	9
GRAF 6. NETO PRIMICI – FINANCIJSKIH TOKOVA	53
GRAF 7. ISKORIŠTENJE SMJEŠTAJNIH JEDINICA.	54
SLIKA 1. TLOCRT APARTMANA UNTERSTADT	23
SLIKA 2. TLOCRT STUDIO APARTMANA ESSEG	24
SLIKA 3. TLOCRT APARTMANA ĐUMRUK	25
SLIKA 4. TLOCRT APARTMANA MURSA	26
SLIKA 5. TLOCRT APARTMANA BASTION	27
SLIKA 6. STRATEŠKA MAPA	29
SLIKA 7. NETO SADAŠNJA VRIJEDNOST (NPV) I IRR – STVARNO STANJE	46
SLIKA 8. NPV I IRR - KOMBINIRANI SCENARIJ	52
TABLICA 1. BSC – OPERACIONALIZACIJA MISIJE I VIZIJE	28
TABLICA 2. SWOT ANALIZA PODUZEĆA	34
TABLICA 3. STAN/APARTMAN - NAJAM PO POVRŠINI NEKRETNINE	38
TABLICA 4. STAMBENA ZGRADA (OBITELJSKA KUĆA) - NAJAM PO UKUPNOJ POVRŠINI NEKRETNINE KOJA SE IZNAJMLJUJE	39
TABLICA 5. NAJMOVI STANOVA I SOBA PO INTERNETSKIM STRANICAMA	40
TABLICA 6. CIJENA NAJMA (BEZ REŽIJA), UDIO NA TRŽIŠTU I PROSJEČNOM KVADRATUROM	41
TABLICA 7. MJESEČNI POSTOTAK ISKORIŠTENJA KAPACITETA 2023. GODINE	43
TABLICA 8. FINANCIJSKI TOK OCJENE INVESTICIJE SA STVARNIM VRIJEDNOSTIMA	45
TABLICA 9. FINANCIJSKI TOK OCJENE INVESTICIJE IDEALNOG STANJA	48
TABLICA 10. NETO SADAŠNJA VRIJEDNOST (NPV) I IRR - IDEALNO STANJE	49
TABLICA 11. FINANCIJSKI TOK KOMBINIRANOG POSLOVANJA	51
TABLICA 12. INTERNA STOPA RENTABILNOSTI	54
TABLICA 13. RAZDOBLJE POVRATA INVESTICIJE	55

Prilozi

Prilog 1. Manifestacije

RB	Naziv manifestacije	Mjesto	Lokacija	Mjesec održavanja	Datum	Trajanje održavanja
1	Osječki proljetni sajam/Obrtnički sajam	Osijek	Gospodarski centar-Gospodarska zona 10	Travanj	21.4.-23.4.	3
2	SALORI (Sajam lova, ribolova i turizma)	Osijek	Gospodarski centar-Gospodarska zona 10	Rujan	8.9.-10.9.	3
3	Jesenski sajam	Osijek	Gospodarski centar-Gospodarska zona 10	Studeni	6.10.-8.10.	3
4	Tehnicoolum	Osijek	Gospodarski centar-Gospodarska zona 10	Studeni	27.10.-28.10.	2
5	GREEN MATRIX SUMMIT	Osijek	Gospodarski centar-Gospodarska zona 10	Prosinac	14.12.-15.12.	2
6	Proljetni vašar u Karancu	Karanac	Karanac	Ožujak	23.3.	1
7	Đakovački Bušari	Đakovo	Đakovo	Veljača	3.2.-4.2.	2
8	Sajam antikviteta	Osijek	Park kralja Držislava, Osijek	Svake prve subote u mjesecu		1
9	WineOS, Sajam vina i delicija	Osijek	Gospodarski centar-Gospodarska zona 10	Siječanj	13.1.-14.1.	2
10	ISSF grand prix Osijek	Osijek	Dvorana Gradski Vrt, Osijek	Siječanj	17.1.-21.1.	5
11	Festival učeničkih igrokaza „POZOR! Plivamo na sceni“	Osijek	Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku	Svibanj	19.5.-20.5.	2
12	Wandercon (Natjecanje videoigrice)	Osijek	Dvorana Gradski Vrt, Osijek	Veljača	3.2.-5.2.	3

13	World Athletics Indoor Tour Bronze – Memorial Josip Gašparac	Osijek	Dvorana Gradski Vrt, Osijek	Veljača	21.2.-22.2.	2
14	Euro Show Dance Challenge	Osijek	Ugostiteljsko-turistička škola Osijek	Ožujak	11.3.	1
15	Međunarodni festival umjetničke tamburaške glazbe u Osijeku	Osijek	Arheološki muzej u Osijeku i HNK Osijek	Ožujak, Travanj	31.3.-2.4.	4
16	Osječki ferivi polumaraton	Osijek	Trg Ante Starčevića	Travanj	14.4.-16.4.	3
17	Adriatic Challenge, konjički turnir u preskakanju prepona	Osijek	Hipodrom Osijek	Travanj, Lipanj	22.4.-24.4.; 29.6.-2.7.	3
18	Osijek Open, natjecanje u tenisu	Osijek	Perivoj kralja Tomislava, Osijek	Travanj, Svibanj	23.4.-7.5.	15
19	Osječka golubarska pija, Udruga za uzgoj, zaštitu i selekciju malih životinja	Osijek	Sv. Leopolda Bogdana Mandića 172/A	Travanj	30.4.	1
20	Noć tvrđava	Osijek	Osječka Tvrđa	Svibanj	5.5.	1
21	Studentska roštiljada	Osijek	Livada u Kampusu ispred FAZOS-a	Svibanj	11.5.	1
22	Međunarodna Green days konferencija	Osijek	Hotel Osijek	Svibanj	11.5.-12.5.	2
23	Sajam gramofonskih ploča u Osijeku	Osijek	Trg Svetog Trojstva 3, Osijek	Svibanj	12.5.-13.5.; 6.10-7.10.	2
24	Festival cvijeća	Osijek	Park kralja Držislava, Osijek	Svibanj	13.5-14.5.	2
25	Osječka vinska priča	Osijek	Osijek	Svibanj	19.5.-20.5.	2
26	Oscans – „Legend Jam continues – Oscans“ (Grafiti natjecanje)	Osijek	Centar Osijeka	Svibanj	20.5.	1

27	Tamburo miljenice - koncert Golden Strings Orchestra	Osijek	Arheološki muzej u Osijeku	Svibanj	24.5.	1
28	Panonski festival knjige	Osijek	Dvorana Gradski Vrt, Osijek	Svibanj	24.5.-28.5.	5
29	Večer vina i umjetnosti	Osijek	Perivoj kralja Tomislava, Osijek	Svibanj, Srpanj	8.7.	1
30	Hombre – festival kućnih proizvođača piva	Osijek	Streljana Pampas	Svibanj	27.5.	1
31	Osijek Street Race Show	Čepin	Sportski aerodrom Čepin	Svibanj	27.5.-28.5.	2
32	Susret lutkara i lutkarskih kazališta Hrvatske	Osijek	Dječje kazalište Branka Mihaljevića u Osijeku	Svibanj	31.5.-4.6.	5
33	Prvenstvo hrvatske u muškoj i ženskoj gimnastici	Osijek	Dvorana Gradski Vrt, Osijek	Lipanj	1.6.-4.6.	4
34	FarmShow	Čepin	Sportski aerodrom Čepin	Lipanj	2.6.-4.6.	3
35	Svjetski kup u gimnastici - Dobro World Cup	Osijek	Dvorana Gradski Vrt, Osijek	Lipanj	10.6.-11.6.	2
36	Zmajada	Čepin	Sportski aerodrom Čepin	Lipanj	11.6.	1
37	Craft beer festival Osijek	Osijek	Sunčana ulica, Osijek	Lipanj	16.6.-17.6.	2
38	Pannonian Challenge	Osijek	Skate park na lijevoj obali Drave	Lipanj	16.6.-18.6.	8
39	Moto susreti, glazbeni festival	Osijek	Na lijevoj obali Drave	Lipanj	22.6.-25.6.	4
40	PRO 3X3 Tour (košarka)	Osijek	Trg Ante Starčevića	Lipanj	23.6.-24.6.	2
41	ReArt festival, festival umjetnosti i kreativnog sadržaja	Osijek	Kulturni centar u Osijeku	Lipanj	23.6.-25.6.	3

42	Osječka ljetna noć, glazbeni ulični festival	Osijek	Osijek	Lipanj, Srpanj, Kolovoz	24.6.; 29.7.; 25.8.	3
43	Osječko ljeto kulture	Osijek	Osijek	Lipanj, Srpanj, Kolovoz	28.6.-2.9.	60
44	Obilježavanje dana sv. Petra i Pavla, zaštitnika grada Osijeka	Osijek	Gornji grad, Osijek	Lipanj	29.6.	1
45	WSPS Svjetski kup u streljaštvu za osobe sa invaliditetom	Osijek	Streljana Pampas	Srpanj	3.7.-14.7.	12
46	Osijek powerboating festival - Formula Future Championship	Osijek	Na lijevoj obali Drave	Srpanj	26.7.-31.7.	6
47	ITF World Tennis Tour	Osijek	Osijek	Kolovoz	5.8.-13.8.	9
48	Međunarodni slama land art festival	Bilje	Kozjak, Bilje	Kolovoz	12.8.-13.8.	2
49	Sportsko ljeto na Sokolu	Osijek	Centar Sokol, Osijek	Lipanj, Srpanj	26.6.-30.6.; 3.7.-7.7.; 10.7.-14.7.	20
50	Sunset run Osijek, noćni polumaraton	Osijek	Obala rijeke Drave	Kolovoz	19.8.	1
51	Dani prvog Hrvatskog piva	Osijek	Na lijevoj obali Drave	Kolovoz	23.8.-27.8.	5
52	Osijek powerboating festival - Alpe Adria Tour	Osijek	Osijek	Kolovoz	26.8.	1
53	Slavonijo, u jesen si zlatna -Tenja	Osijek	Šator na mjesnom igralištu u Tenji	Kolovoz, Rujan	31.8.-2.9.	3
54	Koncert: Božo Vrećo	Osijek	Dvorište Stare pekare, Osijek	Rujan	5.9.	1
55	Dani grafike: Andrija Medulić Schiavone – grafički genij manirizma	Osijek	Muzej likovnih umjetnosti, Osijek	Rujan, Listopad, Studeni, Prosinac	7.9.-3.12.	90
56	UFO (Urban fest Osijek)	Osijek	Tvrđa, Osijek	Rujan	8.9.-9.9.	2

57	PLANTida	Osijek	Park kralja Držislava, Osijek	Rujan	8.9.-10.9.	3
58	Europsko prvenstvo u streljaštvu u gađanju glinenih golubova	Osijek	Streljana Pampas	Rujan	8.9.-27.9.	20
59	Osijek street race show	Čepin	Sportski aerodrom Čepin	Rujan	9.9.-10.9.	2
60	Koncert Manu Chao	Osijek	Katakombe, Osijek	Rujan	12.9.	1
61	Agro.Rocks (agro konferencija)	Osijek	Tvrđa, Osijek	Rujan	15.9.	1
62	Obljetnica rođenja Franje Krežme: koncerti i sajam	Osijek	Svečana dvorana Filozofskog fakulteta Osijek	Rujan	13.9.	1
63	FEBIRE – Hrvatski festival biciklističke rekreacije	Osijek	Osijek	Rujan	14.9.-16.9.	3
64	Sajam gramofonskih ploča	Osijek	Dvorište Rektorata, Osijek	Listopad	6.10.-7.10.	2
65	Festival ulične umjetnosti "Monarhija" / Craft Beer festival	Osijek	Tvrđa, Osijek	Rujan	15.9.-16.9.	2
66	Ribarski dani u Kopačevu	Osijek	Kopačevo, Osijek	Rujan	15.9.-17.9.	3
67	Zemlja bez granica	Đakovo	Ernestinovo, Đakovo, Valpovo, Beli Manastir	Rujan	22.9.-23.9.	2
68	Konferencija financijske pismenosti Toni Milun 2.0	Osijek	CineStar Osijek	Rujan	22.9.-23.9.	2
69	Međunarodni dan Drave	Bilje	Stara Drava u Bilju	Rujan	23.9.	1
70	Osječka golubarska pija, Udruga za uzgoj, zaštitu i selekciju malih životinja	Čepin	Sportski aerodrom Čepin	Travanj, Rujan	30.4.; 24.9.	1

71	Tjedan filantropije, edukativno-kulturni događaj	Osijek	Osijek	Rujan	25.9.-29.9.	5
72	Koncert: Sverina	Osijek	Dvorana Gradski vrt, Osijek	Rujan	29.9.	1
73	Headoneast	Osijek	Osijek	Listopad	6.10.-8.10.	3
74	Miholjska regata i Iktus Challenge	Osijek	Osijek	Listopad	7.10.	1
75	Koncert: Boris Novković	Osijek	Dvorana Zrinjevac, Osijek	Listopad	14.10.	1
76	Sajam strukovnih zanimanja i Jauzna	Osijek	Eurodom, Osijek	Listopad	17.10.	1
77	Festival Orgulje Heferer	Osijek	Muzej Slavonije, Osijek	Listopad	19.10.	1
78	Filmska RUNDA, revija hrvatskog kratkometražnog filma	Osijek	Kino Urania, Osijek	Listopad	20.10.-21.10.	2
79	Zmajevi nad gradom	Čepin	Sportski aerodrom Čepin	Listopad	22.10.	1
80	Osijek Gourmet: Tjedan riječne ribe	Osijek	Osijek, Bilje, Čepin	Studeni	3.11.-13.11.	10
81	Advent u Osijeku	Osijek	Osijek	Prosinac	1.12.-31.12.	31
82	Program Dana grada-Lampionada	Osijek	Kulturni centar u Osijeku	Prosinac	2.12.	1
83	Koncert: Damir Urban&4	Osijek	Dvorana Zrinjevac, Osijek	Prosinac	2.12.	1
84	Koncert: Aco Pejović	Osijek	Dvorana Gradski Vrt, Osijek	Prosinac	9.12.	1
85	Koncert: Prljavo Kazalište	Osijek	Dvorana Gradski Vrt, Osijek	Prosinac	22.12.	1
86	Dani Hrvatskog stočarstva	Osijek	Gospodarski centar-Gospodarska zona 10	Studeni	7.11.-10.11.	4
87	HKS I RCK UTŠO – Dani Hrvatskog kulinarstva	Osijek	Gospodarski centar-	Studeni	20.11.-23.11.	4

88	Osijek Drone EXPO	Osijek	Dvorana Gradski Vrt, Osijek	Studeni	27.11.- 28.11.	2
89	Vukovarski Etno sajam	Vukovar	Trg Republike Hrvatske, Vukovar	Rujan	22.9.- 24.9.	3
90	Divan je kićeni Srijem	Nijemci	Nijemci	Lipanj	10.6.- 18.6.	9
91	Festival Traminca	Ilok	Ilok	Lipanj	9.6.-10.6.	2
92	Ilok Wine Weekend	Ilok	Ilok	Travanj	29.4.- 30.4.	2
93	Art festival loze	Ilok	Ilok	Ožujak, Travanj	31.3.-1.4.	2
94	Vinkovače jeseni	Vinkovci	Vinkovci	Rujan	8.9.-17.9.	10
95	Dani okusa Srijema i Slavonije	Vukovar	Ilok, Vukovar, Tordinci	Studeni, Prosinac	17.11.- 3.12.	18
96	Vukovar film festival	Vukovar	Vukovar	Kolovoz	24.8.- 27.8.	4
97	Đakovački vezovi	Đakovo	Đakovo	Srpanj	5.7.-9.7.	5
98	Dan sjećanja na žrtvu Vukovara	Vukovar	Vukovar	Studeni	18.11.	1

Prilog 2. Mjesečni postotak iskorištenja kapaciteta 2023. godine

Mjesečni postotak iskorištenja									
Postotak iskorištenja smještajnih kapaciteta = (Broj ostvarenih noćenja/Broj mogućih noćenja) * 100 Postotak iskorištenja smještajnih kapaciteta* = (Broj ostvarenih noćenja/Broj mogućih noćenja*) * 100 Moguća noćenja = Broj stalnih postelja*Dani u mjesecu Moguća noćenja* = (Broj stalnih postelja+Apartmani/sobe/kampovi)*Dani u mjesecu									
2023.									
Mjesec	Moguća noćenja	Moguća noćenja	Ostvarena noćenja	Broj stalnih postelja	Apartmani/sobe/kampovi	% iskorištenja SK	% iskorištenja SK'		
Siječanj	42563	62434	9085	1373	641	21,34%	14,55%		
Veljača	38556	55804	8801	1377	616	22,83%	15,77%		
Ožujak	49941	69440	9493	1611	629	19,01%	13,67%		
Travanj	44430	63690	12623	1481	642	28,41%	19,82%		
Svibanj	46717	66960	13864	1507	653	29,68%	20,70%		
Lipanj	46560	66480	13953	1552	664	29,97%	20,99%		
Srpanj	53289	76167	14791	1719	738	27,76%	19,42%		
Kolovoz	52917	76074	15342	1707	747	28,99%	20,17%		
Rujan	53040	74160	17330	1768	704	32,67%	23,37%		
Listopad	49135	69874	16225	1585	669	33,02%	23,22%		
Studeni	45600	65610	13841	1520	667	30,35%	21,10%		
Prosinac	46407	66712	10335	1497	655	22,27%	15,49%		

Prilog 3. Financijski i ekonomski tok - stvarne vrijednosti

FINANCIJSKI TOK NAKON INVESTICIJE

Struktura	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036
I PRIMICI	236.178	38.305	42.828	44.849	49.509	57.244	71.207	88.602	111.574	138.697	176.515	214.305	257.993
1. Ukupni prihodi	21.178	38.305	42.828	44.849	49.509	57.244	71.207	88.602	111.574	138.697	176.515	214.305	257.993
2. Izvori financiranja	215.000												
2.1. Kredit	110.000												
2.2. Sredstva osnivača	5.000												
2.3. Postojeća sredstva	100.000												
3. Terminalna vrijednost													0
II IZDACI	261.753	53.374	55.296	56.427	58.401	60.790	65.149	70.627	77.439	84.971	94.983	103.514	111.997
2. Investicije	215.000												
2.1. Nove investicije	115.000												
2.2. Postojeća sredstva	100.000												
3. Troškovi	33.816	40.794	43.072	44.561	46.891	49.637	53.597	56.047	63.366	69.028	76.263	81.859	86.751
3.1. Direktni troškovi	33.480	40.442	42.721	44.210	46.540	49.285	53.246	57.696	63.015	68.677	75.912	81.507	86.400
3.2. Fiksni troškovi	336	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351
3.3. Ostali troškovi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Porez iz dobiti	0	0	0	0	0	0	756	2.141	3.991	6.217	9.352	12.643	16.592
5. Anuitet	12.937	12.580	12.224	11.867	11.510	11.153	10.796	10.439	10.082	9.725	9.369	9.012	8.655
6. Rezerve	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
III NETO PRIMICI	-25.575	-15.069	-12.468	-11.578	-8.892	-3.546	6.058	17.975	34.135	53.726	81.532	110.792	145.995

EKONOMSKI TOK NAKON INVESTICIJE

Struktura	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036
I PRIMICI	21.178	38.305	42.828	44.849	49.509	57.244	71.207	88.602	111.574	138.697	176.515	214.305	257.993
1. Ukupni prihodi	21.178	38.305	42.828	44.849	49.509	57.244	71.207	88.602	111.574	138.697	176.515	214.305	257.993
2. Terminalna vrijednost													0
II IZDACI	248.816	40.794	43.072	44.561	46.891	49.637	54.353	60.188	67.357	75.246	85.614	94.502	103.343
2. Investicije	215.000												
2.1. Nove investicije	115.000												
2.2. Postojeća sredstva	100.000												
3. Troškovi	33.816	40.794	43.072	44.561	46.891	49.637	53.597	58.047	63.366	69.028	76.263	81.859	86.751
3.1. Direktni troškovi	33.480	40.442	42.721	44.210	46.540	49.285	53.246	57.696	63.015	68.677	75.912	81.507	86.400
3.2. Fiksni troškovi	336	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351
3.3. Ostali troškovi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Rezerve	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Porez na dobit	0	0	0	0	0	0	756	2.141	3.991	6.217	9.352	12.643	16.592
III NETO PRIMICI	-227.638	-2.488	-244	289	2.618	7.607	16.854	28.415	44.217	63.452	90.900	119.803	154.650

Razdoblje povrata investicijskog ulaganja

Godine	Investicijsko ulaganje	Godišnji neto primici	Nepokriveni dio ulaganja	Godina povrata
2024	115.000	-227.638	-227.638	0
2025		-2.488	-230.126	1
2026		-244	-230.371	2
2027		289	-230.082	3
2028		2.618	-227.464	4
2029		7.607	-219.857	5
2030		16.854	-203.003	6
2031		28.415	-174.588	7
2032		44.217	-130.371	8
2033		63.452	-66.920	9
2034		90.900	23.981	10

Prilog 5. Financijski i ekonomski tok - idealno stanje

FINANCIJSKI TOK NAKON INVESTICIJE

Struktura	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036
I PRIMICI	296.381	113.511	128.522	138.567	150.253	165.258	184.118	202.265	219.228	239.958	259.387	286.242	303.956
1. Ukupni prihodi	81.381	113.511	128.522	138.567	150.253	165.258	184.118	202.265	219.228	239.958	259.387	286.242	303.956
2. Izvori financiranja	215.000												
2.1. Kredit	110.000												
2.2. Sredstva osnivača	5.000												
2.3. Postojeća sredstva	100.000												
3. Terminalna vrijednost													0
III IZDACI	299.519	94.512	100.073	104.141	108.905	115.560	122.592	129.145	137.190	144.509	151.158	159.493	165.481
2. Investicije	215.000												
2.1. Nove investicije	115.000												
2.2. Postojeća sredstva	100.000												
3. Troškovi	71.582	81.435	86.200	89.869	94.138	98.870	104.878	110.439	117.795	123.931	129.472	136.065	141.070
3.1. Direktni troškovi	71.246	81.084	85.849	89.518	93.787	98.519	104.527	110.087	117.443	123.580	129.121	135.714	140.719
3.2. Fiksni troškovi	336	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351
3.3. Ostali troškovi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Porez iz dobiti	0	497	1.649	2.405	3.257	5.537	6.919	8.268	9.314	10.853	12.318	14.416	15.756
5. Anuitet	12.937	12.580	12.224	11.867	11.510	11.153	10.796	10.439	10.082	9.725	9.369	9.012	8.655
6. Rezerve	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
III NETO PRIMICI	-3.138	18.999	28.450	34.426	41.348	49.697	61.526	73.119	82.038	95.449	108.228	126.749	138.475

EKONOMSKI TOK NAKON INVESTICIJE

Struktura	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036
I PRIMICI	81.381	113.511	128.522	138.567	150.253	165.258	184.118	202.265	219.228	239.958	259.387	286.242	303.956
1. Ukupni prihodi	81.381	113.511	128.522	138.567	150.253	165.258	184.118	202.265	219.228	239.958	259.387	286.242	303.956
2. Terminalna vrijednost													0
II IZDACI	286.582	81.932	87.849	92.274	97.395	104.407	111.796	118.706	127.108	134.784	141.790	150.481	156.826
2. Investicije	215.000												
2.1. Nove investicije	115.000												
2.2. Postojeća sredstva	100.000												
3. Troškovi	71.582	81.435	86.200	89.869	94.138	98.870	104.878	110.439	117.795	123.931	129.472	136.065	141.070
3.1. Direktni troškovi	71.246	81.084	85.849	89.518	93.787	98.519	104.527	110.087	117.443	123.580	129.121	135.714	140.719
3.2. Fiksni troškovi	336	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351
3.3. Ostali troškovi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Rezerve	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Porez na dobit	0	497	1.649	2.405	3.257	5.537	6.919	8.268	9.314	10.853	12.318	14.416	15.756
III NETO PRIMICI	-205.201	31.579	40.673	46.292	52.858	60.850	72.322	83.559	92.120	105.174	117.597	135.761	147.130

Prilog 6. Razdoblje povrata – idealno stanje

Razdoblje povrata investicijskog ulaganja

Godine	Investicijsko ulaganje	Godišnji neto primici	Nepokriveni dio ulaganja	Godina povrata
2024	115.000	-205.201	-205.201	0
2025		31.579	-173.622	1
2026		40.673	-132.949	2
2027		46.292	-86.656	3
2028		52.858	-33.799	4
2029		60.850	27.052	5

Prilog 7. Financijski i ekonomski tok - kombiniranog poslovanja

FINANCIJSKI TOK NAKON INVESTICIJE

Struktura	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036
I PRIMICI	249.296	36.541	38.922	41.447	44.124	46.962	49.971	53.160	56.539	60.119	63.914	67.933	72.191
1. Ukupni prihodi	34.296	36.541	38.922	41.447	44.124	46.962	49.971	53.160	56.539	60.119	63.914	67.933	72.191
2. Izvori financiranja	215.000												
2.1. Kredit	110.000												
2.2. Sredstva osniwača	5.000												
2.3. Postojeća sredstva	100.000												
3. Terminalna vrijednost													0
II IZDACI	234.759	19.975	20.047	20.126	20.212	21.458	21.565	21.684	21.818	21.968	22.136	22.323	22.531
2. Investicije	215.000												
2.1. Nove investicije	115.000												
2.2. Postojeća sredstva	100.000												
3. Troškovi	6.822	7.166	7.237	7.309	7.381	7.454	7.529	7.603	7.679	7.755	7.832	7.910	7.989
3.1. Direktni troškovi	6.486	6.816	6.887	6.959	7.032	7.105	7.179	7.254	7.329	7.406	7.483	7.561	7.639
3.2. Fiksni troškovi	336	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349
3.3. Ostali troškovi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Porez iz dobiti	0	229	587	951	1.321	2.850	3.240	3.642	4.057	4.488	4.935	5.401	5.888
5. Anuitet	12.937	12.580	12.224	11.867	11.510	11.153	10.796	10.439	10.082	9.725	9.369	9.012	8.655
6- Rezerve	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
III NETO PRIMICI	14.536	16.566	18.874	21.321	23.912	25.505	28.406	31.475	34.721	38.151	41.778	45.610	49.659

EKONOMSKI TOK NAKON INVESTICIJE

Struktura	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036
I PRIMICI	34.296	36.541	38.922	41.447	44.124	46.962	49.971	53.160	56.539	60.119	63.914	67.933	72.191
1. Ukupni prihodi	34.296	36.541	38.922	41.447	44.124	46.962	49.971	53.160	56.539	60.119	63.914	67.933	72.191
2. Terminalna vrijednost													0
II IZDACI	221.822	7.395	7.824	8.259	8.702	10.305	10.769	11.245	11.736	12.243	12.767	13.311	13.876
2. Investicije	215.000												
2.1. Nove investicije	115.000												
2.2. Postojeća sredstva	100.000												
3. Troškovi	6.822	7.166	7.237	7.309	7.381	7.454	7.529	7.603	7.679	7.755	7.832	7.910	7.989
3.1. Direktni troškovi	6.486	6.816	6.887	6.959	7.032	7.105	7.179	7.254	7.329	7.406	7.483	7.561	7.639
3.2. Fiksni troškovi	336	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349
3.3. Ostali troškovi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Rezerve	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Porez na dobit	0	229	587	951	1.321	2.850	3.240	3.642	4.057	4.488	4.935	5.401	5.888
III NETO PRIMICI	-187.527	29.146	31.098	33.188	35.422	36.658	39.202	41.915	44.803	47.876	51.147	54.622	58.314

Prilog 8. Razdoblje povrata – kombiniranog poslovanja

Razdoblje povrata investicijskog ulaganja

Godine	Investicijsko ulaganje	Godišnji neto primici	Nepokriveni dio ulaganja	Godina povrata
2024	115.000	-187.527	-187.527	0
2025		29.146	-158.381	1
2026		31.098	-127.283	2
2027		33.188	-94.095	3
2028		35.422	-58.673	4
2029		36.658	-22.016	5
2030		39.202	17.187	6