

САДРЖАЈ

УВОД.....	4
2. ПОЈАМ БИЗНИС ПЛАНА.....	5
2.1 Елементи бизнис плана	6
3. БИЗНИС ПЛАН (СПОРТСКИ ОБЈЕКАТ „ СПОРТ ТРЕНД “).....	7
3.1 Подаци о организацији	7
3.2 Опис пословног концепта	8
3.3 Стратешки оквир организације.....	9
3.4 Преглед кадровске структуре организације	10
3.5 Организациона шема	11
3.6 Анализа тржишта	12
3.6.1 Корисници	12
3.6.2 Конкуренција.....	12
3.6.3 Величина тржишта и трендови.....	13
3.6.4 Процјена тржишне продаје	13
3.6.5 Процјена будућих тржишних кретања.....	13
3.7 SWOT анализа.....	14
3.7.1 Кључни ризици	14
3.8 Маркетинг план.....	14
3.8.1 Маркетинг стратегија	14
3.8.2 Промоцијске активности.....	15
3.8.3 Планирана улагања у промотивне сврхе	15
3.9 Пројектни и развојни план - стање развоја и задаци	15
3.9.1 Унапређење постојећих услуга и нове услуге.....	16
3.9.2 Производни и оперативни план.....	16
3.9.3 План реновирања	16
3.10 Финансијски показатељи организације	17
3.11 ФИНАНСИЈСКИ ПОКАЗАТЕЉИ	23
Финансијска анализа	23
3.11.1 Прорачун сталних средстава	23
3.11.2 Прорачун обртних средстава	24
3.11.3 Укупна улагања.....	24
3.11.4 Извори финансирања.....	24
3.11.5 Обавезе према банци	24
3.11.6 Материјални трошкови	24
3.11.7 Нематеријални трошкови.....	24
3.11.8 Амортизација	25
3.11.9 Накнаде за рад запослених.....	25
3.11.10 Укупан приход од услуга	25
3.11.11 Биланс стања	25
3.11.12 Биланс успјеха.....	25
3.12 Оцјена ефикасности бизнис плана	26
3.12.1 Финансијски ток	26
3.12.2 Економски ток.....	26
3.12.3 Вријеме повратка инвестиционих улагања	27
3.13 Статичка оцјена бизнис плана	27

3.13.1	Акумулативност.....	27
3.13.2	Економичност	27
3.14	РЕЗИМЕ ПОТРЕБА.....	27
4.	МАРКЕТИНГ КОНЦЕПТ	28
4.1.	Основне маркетиншке концепције	29
4.2.	Маркетиншки систем	31
4.3.	Појам и улога спортске индустрије	32
4.4.	Дефинисање спортског маркетинга	35
4.5.	Природа спортских објеката	40
4.6.	Значај маркетинга у спорту.....	42
4.7.	Макро и микро клима спортских организација.....	49
4.8.	Маркетинг микс у спорту	51
4.9.	Појам спортског производа.....	52
	ЗАКЉУЧАК	56
	ЛИТЕРАТУРА	58