

Plan pokretanja Party Time BiH

Partnerstvo i operativni razvoj u Sarajevu

20. septembar 2026.

Planiramo osnivanje zajedničke firme u Bosni i Hercegovini sa bazom u Sarajevu. Partner ulaže 100.000 EUR kao osnivački kapital, a Zoran Radović donosi poslovnu ideju i plan, Party Time koncept, znanje, dobavljačke kontakte i organizaciju poslovanja. Od osnivanja smo ravnopravni partneri sa po 50% vlasništva. U poslovanje uključujemo korišćenje Party Time brenda, sajta, CRM-a, ERP-a i aplikacije, uz obuke, besplatno centralno održavanje i online podršku 24/7 na nivou globalnog Party Time sistema. Projekat je u fazi pripreme. Finansijske projekcije predstavljaju planske pretpostavke i nijesu garancija prihoda, dobiti ili povrata ulaganja.

Osnova partnerstva	Planirani okvir
Osnivački ulog partnera	100.000 EUR kao osnivački kapital firme
Vlasništvo nove firme u BiH	50% partner i 50% Zoran Radović
Prodajni prostor u Sarajevu	Oko 50 m ² uređenog showrooma i maloprodaje
Magacinski prostor	Oko 150 m ² ; radne zone uskladiti sa projektom
Tržište	Maloprodaja u Sarajevu i poslovanje širom BiH
Kampanja pred otvaranje	Intenzivno oglašavanje 1–2 mjeseca prije otvaranja

Šta nova firma razvija

- Showroom i maloprodaju balona, dekoracija i party programa, uz prikaz mogućnosti personalizacije.
- Veleprodaju i B2B snabdijevanje dekoratera, prodavnica i organizatora događaja, uz online prodaju preko partytime.ba.
- Štampu na balonima, proizvodnju DTF naljepnica i prepakivanje i brendiranje robe.
- Redovno snabdijevanje helijumom i pripremu programa punjenja i brendiranja malih boca.
- Razvoj franšizne mreže u Bosni i Hercegovini, uz obuku i redovno snabdijevanje partnera.

Osnivački ulog od 100.000 EUR nije zajam niti dug firme prema partneru i ne predviđa se njegova otplata. Partneri učestvuju u vlasništvu, odlučivanju i raspodjeli dobiti u odnosu 50/50. Cilj je zajednički razvoj profitabilne firme i jačanje njene vrijednosti kroz poslovanje.

Prostori i opremanje

Prvo biramo prostor, mjerimo ga i odobravamo raspored. Tek zatim naručujemo kompletan inventar i tehniku iz Kine. Prednost imaju povezani prostori ili lokacije dovoljno blizu za svakodnevnu dopunu prodavnice.

Prostor	Namjena	Šta provjeravamo
Showroom oko 50 m ²	Prodaja, izložene dekoracije, uzorci štampe, pult i dnevna zaliha.	Vidljivost, ulaz, pristup kupaca, izlog, rasvjeta i kretanje kroz radnju.
Magacin oko 150 m ²	Prijem, pregled, skladištenje, izdavanje i otprema robe.	Prilaz dostave, visina, regali, prolazi, struja, internet i režim korišćenja.
Posebne radne zone	Štampa, prepakivanje, brendiranje i eventualna punionica.	Tehnički zahtjevi opreme, ventilacija, razdvajanje procesa i potrebna površina.

Površine 50 m² i 150 m² ostaju polazni zahtjev. Projektom treba utvrditi mogu li se radne zone smjestiti u ponuđeni objekat uz dovoljno skladišta i prolaza ili zahtijevaju dodatni prostor. Punionica se ne podrazumijeva kao dozvoljena namjena običnog magacina.

Inventar i tehnika iz Kine

- Prodavnica: obične samostojeće i modularne police, pult, zidni paneli za robu, izložbeni stalci i elementi u Party Time bojama. Izbjegavamo rješenja koja zavise od složenih ugradnih radova.
- Magacin: regali definisane nosivosti, označene lokacije, stolovi za prijem i pakovanje, kolica i oprema za manipulaciju prema vrsti isporuka.
- Proizvodnja: printeri, kater odnosno rezač, oprema za DTF proces, mašine za prepakivanje i brendiranje, radni stolovi i organizatori za materijal i gotove naljepnice.
- Informatička oprema: računari, skeneri barkodova, štampači etiketa i dokumenata, mrežna oprema, sigurnosne kopije i video-nadzor. Kompatibilnost sa lokalnom fiskalizacijom provjeravamo prije kupovine.

Jedinstvena specifikacija za naručivanje

Svaka stavka dobija šifru, količinu, dimenzije, namjenu, tehničke priključke, potrošni materijal, rezervne dijelove, rok proizvodnje i uslove servisa. Prije otpreme tražimo provjeru dimenzija, funkcija i kompletnosti isporuke. U trošak ulaze transport, uvoz, istovar, montaža i puštanje u rad.

Nabavka robe i digitalna evidencija

Početni lager prema poslovanju u Crnoj Gori

Osnovu čine postojeći artikli, dobavljači i stvarna brzina prodaje Party Time Crna Gora. Za svaki artikal odvajamo maloprodaju, veleprodaju i sezonsku prodaju, provjeravamo periode bez zalihe i razlikujemo prodaju od premještanja robe između lokacija.

Za Sarajevo prilagođavamo početnu količinu jednoj novoj prodavnici, online prodaji i početnim B2B narudžbinama. Ukupnu potrošnju crnogorske mreže ne prenosimo automatski na novu lokaciju. Potrebna nabavka pokriva očekivanu prodaju do sljedeće dopune i sigurnosnu zalihu, umanjeno za raspoloživu i već naručenu robu.

Izvor nabavke	Sadržaj dogovora
Kina	Osnovni asortiman, inventar, mašine i potrošni materijal; količine, pakovanja i rokovi po stavci.
Italija i Španija	Izbor programa, veleprodajni uslovi, avansni rabati, minimum narudžbine i rok dopune.
Ostali dobavljači	Dopunski i sezonski asortiman; odobreni kvalitet i dokumentacija za uvoz i prodaju.
Dobavljač helijuma	Raspoloživost, specifikacija gasa, cijena, ambalaža, transport i redovnost isporuke.

Sopstveni sajt CRM ERP i aplikacija

Digitalnu osnovu poslovanja čine naš sajt partytime.ba sa CRM-om za kupce i partnere, sopstveni Party Time ERP za nabavku, zalihe i poslovnu evidenciju, te povezana aplikacija za lakši pristup i svakodnevni rad. Prodavnica, magacin, veleprodaja, online prodaja i proizvodnja koriste usklađene podatke i pravila rezervacije robe. Sistem pripremamo za lokalne poslovne zahtjeve i testiramo prije dolaska robe.

- Jedinstvena šifra i barkod za artikal; po artiklu definisan odnos komad, kesica, paket i karton.
- Označena magacinska adresa i evidentiran svaki prijem, premještaj, rezervacija, izdavanje, povrat i otpis.
- Odvojeni cjenovnici i uslovi za maloprodaju, B2B kupce i franšize, uz ovlašćenja za popuste i korekcije.
- Radni nalozi za štampu i prepakivanje: utrošeni materijal, gotov proizvod, škart i osoba koja je završila posao.
- Online narudžbina povezana sa stanjem zalihe, naplatom, otpremom i brojem za praćenje dostave.

Prije otvaranja testiramo cijeli put jedne narudžbine, uključujući otkazivanje, povrat i ponovnu dopunu zalihe. Vlasnici i direktor dobijaju pregled prodaje, marže, novca i robe po kanalima.

Besplatna podrška i zajednički razvoj

Globalni Party Time u okviru partnerstva obezbjeđuje besplatno centralno održavanje digitalnog sistema i online podršku 24/7. Podrška obuhvata korišćenje sajta, CRM-a, ERP-a i aplikacije, kao i primjenu zajedničkih poslovnih procedura.

Party Time BiH automatski uključujemo u sve nove tehnologije, unapređenja sistema i poslovne pravce koje uvodi globalni Party Time. Nova rješenja prate prenos procedura i potrebne obuke, kako bi poslovanje u BiH napredovalo zajedno sa cijelim brendom.

Štampa pakovanje i program helijuma

Štampa na balonima i DTF naljepnice

Printer će biti izrađen i prilagođen radu sa balonima prema zahtjevima Party Timea, uz stručnu saradnju i tehničku podršku proizvođača. Program personalizacije obuhvata štampu na balonima i proizvodnju DTF naljepnica.

Prepakivanje i brendiranje robe

Biramo ambalažu, etikete i mašine prema konkretnim proizvodima i količinama. Proces obuhvata prijem ulazne robe, provjeru količine, formiranje prodajnog pakovanja, označavanje i evidentiranje novog artikla. Čuvamo podatke o porijeklu i dobavljaču te provjeravamo obavezne deklaracije i prava na korišćene dizajne.

Snabdijevanje i punjenje malih boca

Ugovaramo redovne isporuke helijuma i razvijamo program pripreme, punjenja, kontrole i brendiranja malih boca. Nabavka gasa i punionice vode se kao povezani, ali odvojeno obračunati procesi, sa odgovornom osobom i evidencijom boca.

- Prije opreme definišemo tipove boca, kapacitet programa, porijeklo ambalaže, model prodaje ili povrata i potrebnu dokumentaciju.
- Prije ugovaranja prostora za punionicu i nabavke opreme tražimo stručni projekat i potvrdu primjenjivih uslova od nadležne tehničke inspekcije. Projekat obuhvata opremu pod pritiskom, ventilaciju, zaštitu, skladištenje i obuku.
- Prvo punjenje novih boca koje su predviđene za takav program i punjenje odobrenih višekratnih boca razmatraju se zasebno. Korišćene jednokratne boce ne planiramo za ponovno punjenje.
- U računicu uključujemo gas, boce i ventile, pakovanje, prevoz, preglede, gubitke, rad i održavanje opreme.

Ako priprema punionice traje duže, predlog je da prodaja helijuma počne preko odobrenog dobavljača ili punionice, a sopstveno punjenje nakon ispunjenja uslova. Time plan otvaranja prodavnice dobija zaseban raspored od puštanja punionice u rad.

[Balloon Time FAQ o jednokratnim bocama](#)

[FUZIP o pokretnim posudama pod pritiskom 13 februar 2026](#)

Ljudi i kontrola poslovanja

Glavnog menadžera odnosno direktora uključujemo prije dolaska robe, da učestvuje u izboru radnika, organizaciji prostora i uvođenju procedura. Obuku zasnivamo na stvarnom radu Party Time Crna Gora i vježbama u Sarajevu.

Uloga	Glavna odgovornost
Direktor ili menadžer	Dnevna organizacija, ljudi, troškovi, zalihe, B2B kupci i izvještavanje vlasnicima.
Prodaja i dekoracije	Rad sa kupcima, ponude, baloni, personalizacija i preuzimanje porudžbina.
Magacin i otprema	Prijem, lokacije robe, dopune radnje, komisioniranje, dostava i povrati.
Štampa i pakovanje	Priprema i izrada naloga, kontrola kvaliteta, materijal i održavanje opreme.

Početni tim čine direktor odnosno menadžer i tri radnika. Smjene i raspored određujemo prema radnom vremenu i obimu posla. Uloge se mogu kombinovati samo kada su obuka i kapacitet dovoljni. Za helijum posebno određujemo stručno osposobljenu odgovornu osobu.

Šta tim mora savladati prije otvaranja

Obuka obuhvata asortiman, rad na sajtu, u CRM-u, ERP-u i aplikaciji, prijem i izdavanje robe, cjenovnike, online porudžbine, rad na mašinama, reklamacije i dnevno zatvaranje. Svaki zaposleni praktično pokazuje poslove svog radnog mjesta, a menadžer prolazi sve osnovne procese. Nakon otvaranja tim ima besplatnu online podršku globalnog Party Time sistema 24/7.

Kamere i AI podrška

Nadzor planiramo za opravdane poslovne zone: ulaz, prodajni dio, prijem robe i otpremu. Prije ugradnje pripremamo procjenu legitimnog interesa, odluku o svrsi i obimu, pravila pristupa i čuvanja, te vidljivo obavještenje. Privatne prostorije ne uključujemo. Kontrola procesa oslanja se na radne naloge, skeniranje robe i korisnički trag u poslovnom sistemu.

AI funkcije testiramo na konkretnim potrebama, kao što su upozorenje na ulazak u određenu zonu ili pregled događaja pri prijemu i otpremi. Ne pretpostavljamo prepoznavanje lica, procjenu emocija ili automatsko ocjenjivanje radnika. Menadžer provjerava upozorenje prije bilo kakve odluke, a dobavljač treba da dokaže funkcionalnost i zaštitu podataka.

Pregled za vlasnike

Dnevno pratimo promet i naplatu, otvorene porudžbine i kritične zalihe. Sedmično pregledamo maržu po kanalu, odstupanja inventara, škart, rokove otpreme i stanje B2B potraživanja. Mjesečno upoređujemo ostvarenje sa planom novčanog toka i potrebama naredne nabavke.

Kampanja otvaranje i franšize

Intenzivnu reklamu pokrećemo 1–2 mjeseca prije realno izvodljivog otvaranja i nastavljamo tokom otvaranja. Javno najavljeni datum vezujemo za potvrđene isporuke i spremnost prostora, opreme i tima. Trajanje kampanje ne predstavlja rok za cjelokupan uvoz i opremanje.

Period	Glavne aktivnosti
60–30 dana prije	Predstavljanje dolaska u Sarajevo, stvarnih proizvoda i usluga; prikupljanje interesovanja i početak kontakata sa dekoraterima i partnerima.
30–14 dana prije	Prikaz ponude, štampe i priprema; B2B predstavljanje, dogovaranje posjeta, obuka i potvrda programa otvaranja.
Posljednje 2 sedmice	Potvrda datuma, lokacije i programa; pojačana lokalna kampanja, konačne pozivnice i probni rad svih procesa.
Otvaranje	Maskote, aerodizajneri i program za djecu; demonstracija štampe, asortimana i uslova saradnje za profesionalne kupce.
Prvih 30 dana rada	Praćenje prodaje, dopune lagera, nastavak reklame i razgovora sa kontaktima sa otvaranja; ispravke u organizaciji rada.

Dva dijela programa otvaranja

Za porodice organizujemo maskote, dekoracije i show program za djecu. Dekoraterima i potencijalnim partnerima obezbjeđujemo poseban termin za obilazak, demonstraciju štampe, razgovor o veleprodaji, helijumu i franšizi. Pozivamo ih kroz pripremljenu listu kontakata i evidentiramo dogovoreni nastavak saradnje.

Franšizna mreža za cijelu BiH

Sarajevo treba da postane mjesto za obuku, prikaz opreme i redovno snabdijevanje budućih partnera. Franšizni model u Crnoj Gori polazi od paketa od 5.000 EUR, robe u vrijednosti 2.000 EUR po partnerskim cijenama, opreme, obuke i podrške, bez mjesečne naknade i procenta od prometa. Postojeći nacrt predviđa najmanje 70% nabavke robe jezgra od franšizodavca.

Ovi uslovi služe kao osnova za BiH ponudu. Prije ugovaranja određujemo lokalni sadržaj paketa, troškove, prava na brend i pravo nove firme da daje franšize na teritoriji BiH. Postojeći ugovor za pojedinačnu prodavnicu u Crnoj Gori ne prenosi automatski ta prava novoj firmi.

Franšize uvodimo uz pripremljen priručnik, standard prodavnice, obuku, odobravanje lokacije i organizovanu dopunu robe. U projekciji posebno pratimo prihod od početnog paketa i maržu od ponovljenog snabdijevanja; puni iznos paketa nije dobit.

Osnivački kapital i budžet pokretanja

Partner ulaže 100.000 EUR kao osnivački kapital za 50% vlasništva. Ulog se koristi za pokretanje i poslovanje firme i ne podliježe ugovorenoj otplati kao zajam. Raspored ulaganja iznosi ukupno 100.000 EUR i u cjelosti odgovara planiranom novčanom ulogu partnera.

Namjena	Iznos EUR
Početna roba	40.000
Mašine	10.000
Inventar i opremanje prostora	10.000
Zakup i depoziti	10.000
Reklame, radnici i rezerva	30.000
Ukupno planirana sredstva	100.000
Osnivački kapital partnera	100.000
Razlika između budžeta i kapitala	0

Budžet obezbjeđuje 70.000 EUR za robu, mašine, inventar, opremanje, zakup i depozite, te 30.000 EUR za reklamu, radnike i rezervu. Ponude i rokovi plaćanja služe za preciznu raspodjelu unutar ovih cjelina. Eventualna dodatna sredstva za kasniji razvoj partneri dogovaraju zajednički.

Šta razraditi unutar budžeta

Ponudama treba potvrditi jesu li u iznosima već obuhvaćeni transport, osiguranje, carina, špedicija, montaža i novac potreban za uvozni PDV. Ako nijesu, ukupan novčani zahtjev biće veći. Program helijuma i punionice mora dobiti zasebnu specifikaciju, bez dvostrukog računanja istih stavki.

Zajedničku stavku od 30.000 EUR razdvajamo na reklamu, trošak direktora i radnika prije otvaranja, troškove rada nakon otvaranja i raspoloživu rezervu. Depoziti, nabavka zaliha i ulaganje u opremu prate se odvojeno od rashoda poslovanja. Početna nabavka robe nije zamjena za trošak i finansiranje kasnijih dopuna.

Redosljed realizacije

Usaglasiti partnerstvo i budžet; izabrati prostor i direktora; potvrditi specifikacije i ponude; organizovati nabavku i uvoz; urediti prostor i digitalni sistem; obučiti tim; sprovesti kampanju i probni rad; otvoriti nakon provjere spremnosti. B2B i franšiznu mrežu širimo prema kapacitetu i rezultatima.

Doprinos Zorana Radovića i pravila partnerstva

Zoran Radović u partnerstvo donosi razvijen Party Time poslovni koncept i preuzima prenos znanja i organizaciju njegovog pokretanja u BiH. Vrijednost ovog doprinosa čine iskustvo, postojeći odnosi i sistem rada, kao i konkretan angažman tokom pripreme, otvaranja i daljeg razvoja.

- Poslovna ideja i plan: povezivanje showrooma, maloprodaje, veleprodaje, online prodaje, personalizacije, helijuma i franšiza u jednu organizaciju.
- Nabavka i asortiman: dobavljački kontakti u Kini i Evropi, izbor robe i opreme te plan početnih količina prema evidenciji Party Time Crna Gora.
- Organizacija i obuka: postavljanje radnih procesa, prenos iskustva, obuka zaposlenih i direktora, podrška u pripremi prostora i otvaranju.
- Brend i razvoj prodaje: korišćenje Party Time identiteta, priprema marketinga, razvoj B2B saradnje i franšiznog modela za BiH.
- Digitalni sistem i trajna podrška: sajt, sopstveni CRM, ERP i aplikacija, besplatno centralno održavanje i online podrška 24/7, uz uključivanje BiH u nove tehnologije i pravce globalnog Party Timea.

Ovi doprinosi i partnerov novčani ulog predstavljaju osnovu dogovora o vlasništvu 50/50 od osnivanja. Obim prava na brend, softver i davanje franšiza u BiH uređujemo osnivačkim i pratećim dogovorima; ne podrazumijeva se prenos vlasništva nad globalnim Party Time brendom.

Upravljanje i raspodjela dobiti

Osnivači nemaju plate iz firme; njihov prihod iz partnerstva čine dividende iz dobiti koja bude odobrena za raspodjelu. Svakodnevno poslovanje vodi zaposleni direktor odnosno menadžer, čiji se trošak, zajedno sa troškom ostalih radnika, uključuje u poslovni plan.

Troškove odobravamo zajednički. Direktor organizuje i sprovodi poslovanje u okviru zajednički odobrenih odluka i budžeta te redovno izvještava oba partnera. O raspodjeli i reinvestiranju dobiti odlučujemo dogovorom; dio dobiti odobren za isplatu pripada partnerima po 50%.

O dokapitalizaciji odlučujemo zajedno ako tržište bude zahtijevalo brži razvoj. Tada dogovaramo iznos, izvor sredstava i uslove ulaganja. Ako jedan partner želi da proda svoj udio, prvo ga nudi drugom partneru, a tek potom trećem licu, prema unaprijed dogovorenom postupku.

Prije potpisivanja ostaje da odredimo postupak kada ne možemo postići saglasnost, rok za odgovor na ponudu udjela i način utvrđivanja njegove vrijednosti. Ova pitanja još nemaju dogovoreno rješenje.

Prodaja i mjesečni troškovi

Cilj prometa prve godine rada iznosi 300.000 EUR, a druge godine 500.000 EUR. Oba iznosa uključuju PDV. Planirani rast je 66,7%, a prosječan mjesečni promet 25.000 EUR odnosno 41.667 EUR. Godine označavaju prvih i drugih 12 mjeseci rada; mjesečni prosjeci ne predstavljaju sezonski raspored prodaje.

Troškovi rada i poslovanja

Stavka	Mjesečno EUR	Godišnje EUR
Direktor odnosno menadžer	1.500	18.000
Tri radnika po 1.000 EUR	3.000	36.000
Kirija i režije zajedno	2.500	30.000
Reklama	1.500	18.000
Ostali troškovi	1.500	18.000
Ukupno	10.000	120.000

Osnivači nemaju plate. Navedeni iznosi za direktora od 1.500 EUR i za svakog od tri radnika od 1.000 EUR predstavljaju bruto plate. U obračunu su zadržani puni navedeni iznosi, bez dodatnog odbitka ulaznog PDV-a iz ostalih rashoda. Konačnu strukturu troška zaposlenih i ostalih rashoda razrađujemo prije zapošljavanja i ugovaranja.

Kirija i režije ostaju jedna zajednička stavka. Knjigovodstvo, servis i slični izdaci razrađuju se unutar kategorije ostalih troškova; ne dodajemo ih automatski drugi put. Početni budžet za zakup i depozite usklađujemo sa stvarnim rokovima plaćanja, a povratni depozit ne tretiramo kao godišnji rashod.

Prodajni kanali prve godine

Kanal	Udio	Sa PDV-om EUR	Bez PDV-a EUR
Maloprodaja i online	70%	210.000	179.487
B2B kao pretpostavka	30%	90.000	76.923
Ukupno	100%	300.000	256.410

Maloprodaja i online čine planiranih 70% prometa prve godine. Preostalih 30% privremeno raspoređujemo na B2B i označavamo za potvrdu. Raspodjela druge godine nije određena. Prodajni kanal odvajamo od vrste ponude: roba i usluge mogu se prodavati i građanima i poslovnim kupcima.

Početna rezerva i obrtna sredstva

Stavka od 30.000 EUR iz osnivačkog budžeta obuhvata reklamu, radnike i rezervu zajedno. Raspoloživ novac nakon troškova pripreme utvrđujemo zasebno; svih 30.000 EUR nije unaprijed slobodna rezerva. Dopune robe, rokovi B2B naplate i plaćanje dobavljača ulaze u plan novčanog toka.

Finansijski rezultat i pretpostavke

Početni obračun primjenjuje prosječan koeficijent $\times 5$ na robu: ostvarena prodajna cijena sa PDV-om iznosi pet puta nabavni trošak bez odbitnog PDV-a. Roba nabavljena za 1 EUR u ovom primjeru prodaje se za 5 EUR sa PDV-om. Uz stopu PDV-a od 17%, nakon nabavne vrijednosti robe ostaje 76,6% prihoda bez PDV-a prije ostalih rashoda. Uslov je da koeficijent važi poslije popusta, uključujući B2B, i da nabavna cijena obuhvata pripadajuće troškove dopreme i uvoza.

Obračun EUR	Prva godina	Druga godina
Promet sa PDV-om	300.000	500.000
Prihod bez PDV-a	256.410	427.350
Nabavna vrijednost prodate robe	60.000	100.000
Razlika prije ostalih rashoda	196.410	327.350
Godišnji operativni rashodi	120.000	120.000
Rezultat prije amortizacije, finansiranja i poreza	76.410	207.350

Rashodi druge godine privremeno ostaju jednaki prvoj godini. To je obračunska pretpostavka, bez dodatnog zapošljavanja, povećanja zakupa ili drugih troškova rasta. Prikazani rezultat nije neto dobit, novac na računu niti iznos za dividende; treba uključiti amortizaciju, poreski obračun i konačnu razradu svih troškova. Iznosi su zaokruženi na cijeli euro.

Usluge i provjera koeficijenata

Za štampu, dekoracije i helijum naveden je raspon $\times 10$ – 20 u odnosu na direktni materijalni trošak. Primjer sa istom osnovicom bez PDV-a daje 90–95% razlike prije rada i drugih rashoda; poreska osnovica koeficijenata usluga ostaje pretpostavka za provjeru. Pošto udio usluga još nije određen, gornji obračun prikazuje primjer sa 100% robe po prosječnom $\times 5$ na prodajnu cijenu sa PDV-om. Usluge ne dodajemo preko ukupnog cilja prometa; njihov potvrđeni udio zamijenice odgovarajući dio prihoda od robe.

Koeficijent $\times 5$ za robu primjenjuje se na prodajnu cijenu sa PDV-om. Pri planiranom prometu i rashodima, rezultat prije amortizacije, finansiranja i poreza iznosi približno 76.410 EUR prve i 207.350 EUR druge godine. Na ostvarenje utiču prodaja, stvarna nabavna cijena, popusti i rashodi.

Pojednostavljeni prag pokrića

Uz razliku od 76,6% prihoda bez PDV-a i nepromijenjene mjesečne rashode od 10.000 EUR, troškove pokriva približno 13.055 EUR mjesečnog prihoda bez PDV-a, odnosno 15.274 EUR prometa sa PDV-om. Prag je uslovni obračun: mijenja se sa maržom, obimom usluga, konačnim troškom zaposlenih i rastom ostalih rashoda.

[UIO BiH o stopi PDV-a od 17%](#)

Osnova tržišnog plana

Polazimo od iskustva Party Time Crna Gora, poznavanja regionalne ponude i dosadašnjih interesovanja dekoratera. Uređen početak i plan bez kredita stvaraju povoljniju osnovu za organizaciju poslovanja. Lokalnu tražnju i kapacitet rasta provjeravamo kroz konkretne kontakte, ponude i prodaju. Ciljeve dopunjujemo izvještajima postojećeg poslovanja, provjerom B2B cijena i ponudama za nabavku i prostor.