

Poduzetnički projekt na primjeru proizvodnje i prodaje kolača

Farkaš, Martina

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:214417>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Martina Farkaš
PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU
PROIZVODNJE I PRODAJE KOLAČA
ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2018.

Martina Farkaš

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU
PROIZVODNJE I PRODAJE KOLAČA
ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

Mentorica: Andreja Primužak, dipl. oec., predavač

Matični broj studenta: 0618612071

Karlovac, srpanj 2018.

ZAHVALA

Zahvaljujem se svim profesorima što su mi omogućili kvalitetnu poduku i obrazovanje. Posebnu zahvalu dajem mentorici Andreji Primužak, što me je upućivala i vodila pri izradi diplomskog rada.

Ovim putem bi se zahvalila i svojim roditeljima na nesebičnoj podršci, savjetima i financijskoj potpori tijekom cjelokupnog studiranja.

Veliko HVALA svima !!!

SAŽETAK

Poslovni plan je dokument koji sadrži cjelovito razrađeno obrazloženje o ulaganjima u posao s ocjenom očekivanih učinaka i rješenjima za rizične situacije, što ih donosi buduće vrijeme. Izrada zahtijeva vrijeme i sredstva, ali i štedi isto, privlači potencijalne partnere i omogućuje bržu realizaciju kreditnih zahtjeva. Prihvatanje ili neprihvatanje poslovnog plana poduzetnika ovisi o poduzetniku i o onome tko izrađuje i prihvaća poslovni plan ili investicijsku studiju.

U ovom završnom radu predstavljen je poduzetnički projekt na primjeru proizvodnje i prodaje kolača. Glavni cilj ovog rada je utvrditi je li projekt prihvatljiv tj. hoće li biti financijski isplativ. Naslovna tema izabrana je iz razloga što izrada kolača u užurbanom načinu života sve više postaje problem za domaćice te iz razloga što se svadbe organiziraju za sve veći broj gostiju i za kolačima postoji velika potražnja na tržištu. Proizvodnja i prodaja kolača također omogućuje brzi povrat uložениh sredstava. Mogućnost korištenja prostora i pomoći u poduzetničkom inkubatoru pogoduje manjem ulaganju na početku pothvata, a samim tim bržem povratu uložениh sredstava. Metoda prikupljanja podataka za završni rad je metoda kvalitativne analize koja se koristi u istraživanjima raščlanjivanjem kvalitativnih osobina tržišnih činjenica, pojmova, procesa i odnosa koji omogućuju uočavanje i utvrđivanje tržišnih kategorija i zakona.

Zaključak do kojeg se došlo izradom ovog rada je da je ulaganje u ovaj poduzetnički projekt u potpunosti opravdano. Svi pokazatelji učinkovitosti pokazuju izrazitu profitabilnost proizvodnje i prodaje kolača i stoga proizlazi da je ulaganje u ovaj poduzetnički projekt u potpunosti opravdano.

Ključne riječi: poduzetnik, vrste poduzetnika, žensko poduzetništvo, proizvodnja i prodaja kolača, “Bakini kolači”

SUMMARY

A business plan is a document that contains a thoroughly elaborated explanation of investment in a business with a rating of expected impacts and solutions to risky situations in the future. Creating requires time and resources, but also saves them. It attracts potential partners and enables faster implementation of credit claims. Approval or disapproval of an entrepreneur's business plan depends on the entrepreneur, the creator and the one who approves the business plan or the investment study.

In this final paper, an entrepreneurial project was presented on the example of cake production and sales. The main objective of this paper is to determine whether the project is acceptable, ie whether it will be financially viable. The topic is chosen because baking in today`s fast-paced lifestyle is becoming more and more problematic for housewives and because of the fact that weddings are organized for an increasing number of guests and at the same time there is a great demand for cakes on the market. The production and sales of cakes also provides a quick return on investment. The ability to use space and help in an entrepreneurial incubator favours a smaller investment at the start of the venture, and thereby faster returns on the funds invested. The method of data collection for the final work is the method of qualitative analysis used in the research by clarifying the qualitative features of market facts, concepts, processes and relationships that enable the identification and definition of market categories and laws.

The conclusion reached by making this paper is that the investment in this entrepreneurial project is fully justified. All performance indicators show a great profitability of cake production and marketing, and hence the investment in this entrepreneurial project is fully justified.

Key words: entrepreneur, types of entrepreneurs, female entrepreneurship, production and sales of cakes, "Bakini kolači"

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
1.1.Predmet i cilj rada.....	1
1.2.Izvori podataka i metode istraživanja.....	1
1.3.Struktura rada	1
2.TEORIJSKI DIO	2
2.1. Pojmovno određivanje poduzetništva.....	2
2.2. Povijesni razvoj poduzetništva	3
2.3. Pojam poduzetnika	3
2.4. Osobine i vrste poduzetnika	5
2.5. Vrste poduzetništva	7
2.6.Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo	9
2.PRAKTIČNI DIO.....	11
2.1.Podaci o investitoru	11
3.TRŽIŠNA OPRAVDANOST I PLAN PRODAJE	12
3.1. Karakteristike prodajnog tržišta	13
3.2. Istraživanje tržišta.....	15
3.3. Konkurencija na tržištu	15
4.TEHONOLOŠKO-TEHNIČKI I ORGANIZACIJSKI ELEMENTI POTHVATA.....	17
4.1.Potrebni zaposlenici	18
5. LOKACIJSKA ANALIZA	19
6. MENADŽMENT PROJEKTA	20
7. MARKETING PROJEKTA.....	21
7.1. Aktivnosti marketinškog programa	21
7.2. Ime tvrtke, logo i slogan.....	21
7.3. Promidžbene aktivnosti	22
8. FINACIJSKA PRIPREMA PROJEKTA	23
8.1. Formiranje ukupnog prihoda	23
8.2. Investicije u osnovna i obrtna sredstva.....	23
8.3. Zaštitne mjere	25
8.4. Pokazatelji učinkovitosti projekta	25
8.5. Izvori financiranja i obveze	25
9. TROŠKOVI POSLOVANJA I PRORAČUN AMORTIZACIJE.....	27
9.1. Troškovi poslovanja	27

9.2. Amortizacija	28
9.3. Račun dobiti i gubitka	28
9.4. Financijski tok	30
9.5. Ekonomski tok.....	31
10. OCJENA UČINKOVITOSTI PROJEKTA.....	32
10.1. Razdoblje povrata.....	33
10.2. Godišnja stopa prinosa	34
10.3. Pravilo palca	34
10.4. Interna stopa profitabilnosti.....	34
10.5. Analiza likvidnosti	35
10.6. Analiza osjetljivosti.....	35
11. ZAKLJUČAK.....	36
POPIS LITERATURE:	37
POPIS TABLICA:.....	38
POPIS SLIKA.....	38

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet rada je poduzetnički projekt o proizvodnji i prodaji kolača. Cilj rada je prikupljanje informacija na navedenu temu te detaljnom analizom istih doći do rezultata o isplativosti poduzetničkog projekta.

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

Za izradu Završnog rada korištene su stručne knjige te internetske stranice. Korištene su metode analize i sinteze, statistička metoda, metoda dokazivanja, deskriptivna i matematička metoda.

1.3. Struktura rada

Rad je podijeljen na teorijski i praktični dio. U teorijskom djelu utvrđeni su pojmovi poduzetništva i vrste, povijesni razvoj poduzetništva, pojam poduzetnika i njegove osobine, te prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo.

Praktični dio se sastoji od 9 poglavlja. U prvom poglavlju govori se općenito o investitoru i ideji, zatim slijedi tržišna opravdanost i plan prodaje, tehnološko – tehnički i organizacijski elementi pothvata, lokacijska analiza, zatim financijska priprema projekta, troškovi poslovanja i proračun amortizacije, ocijena učinkovitosti projekta i na samom kraju zaključak koji sumira sve bitne, prethodno iznesene činjenice.

2. TEORIJSKI DIO

2.1. Pojmovno određivanje poduzetništva

Pojam poduzetništva nemoguće je jednoznačno odrediti jer je poduzetništvo izazov. Pojmovi poduzetništva su se u zemljama Srednje i Istočne Europe, do kasnih osamdesetih godina rijetko upotrebljavali u svakodnevici. Danas poduzetništvo u tim zemljama predstavlja jednu od glavnih političkih i ekonomskih tema. Poduzetništvo je i predmet interesa mnogobrojnih znanosti, kao: ekonomije, psihologije, sociologije i dr.

Pod pojmom poduzetništva najčešće podrazumjevamo samostalne aktivnosti pojedinca koje oni izvode s ciljem zadovoljenja tržišnih potreba uz osobno preuzimanje rizika želeći postići što bolji financijski uspjeh.¹

Poduzetništvo je iz francuskog i engleskog (entrepreneur=poduzimač, poduzetnik, obrtnik i sl.) izvedena istoznačnica za svaki posao, trgovinu, šićar, za cijelu poduzetničku struku i slično (engleska riječ business znači zaposlenost, poslovni život, zvanje, poziv, posao). Zapravo, to je sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata, s dostatnim kapitalom, a koji je skopčan s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom.²

U suvremenom gospodarstvu znanje i poduzetništvo postaju temeljni resursi i nositelji tehnološkog, ekonomskog i društvenog razvoja. Poduzetništvo je prisutno u svim djelatnostima (medicina, obrazovanje, arhitektura, industrija i sl.) te se može definirati kao proces kreiranja neke nove vrijednosti u određenom vremenu.

“Poduzetništvo je prihvaćanje financijskih, emocionalnih i društvenih rizika s ciljem ostvarivanja materijalne nagrade i/ili osobnog zadovoljstva i neovisnosti. Temeljni aspekti poduzetništva su:³

- * stvaranje nove vrijednosti
- * organizacija (ulaganje vremena i napora)
- * preuzimanje rizika (financijski, emocionalni, društveni)
- * nagrada – zadovoljstvo, novac i neovisnost”

¹Arambašić S. Čalić A, Rupčić L. (2013): Poduzetništvo 1 (Udžbenik za ekonomske škole), Zagreb

²Kuvačić, N. (2005.): Poduzetnička biblija, Split

³Funda, D.(2011.): Menadžment malog poduzeća. Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprrešić

2.2. Povijesni razvoj poduzetništva

Već u prvobitnim zajednicama ljudi su se morali organizirati i povezati u skupine koje su im omogućavale uspješan lov ili obranu od drugih skupina. Njihova organizacija predstavljala je neku vrstu poduzetništva. Kasnije su pojedinci usavršavanjem svojih vještina i sredstava za rad uspjeli stvoriti višak koji je najprije postao predmetom trampe, a kasnije trgovine. Korijeni poduzetništva mogu se pronaći i u starim civilizacijama poput babilonske, egipatske, arapske i kineske.

Poduzetništvo i poduzetnik u smislu današnjeg značenja javljaju se između 11. i 13. stoljeća. Prvi takvi oblici pojavljuju se najprije u trgovini, bankarstvu i mjenjačkim djelatnostima. Krajem 14. stoljeća nastaju trajnija trgovačka udruženja koja su vrlo slična današnjim trgovačkim društvima. U 15. stoljeću pojavljuju se poduzeća sa svim današnjim karakteristikama. U 17. stoljeću dolazi do razvoja poduzetništva i njegovog širenja iz trgovačkih i bankarskih djelatnosti u niz drugih, a razvoj se nastavio kroz 18. i 19. stoljeće. Pronalazak parnog stroja (James Watt, 1764.) izazvao je velike promjene u prerađivačkoj djelatnosti i industriji. Parni stroj je vrlo brzo pronašao svoju primjenu u tvornicama, rudnicima i prometu.

2.3. Pojam poduzetnika

Pojam poduzetnika najprije se odnosio na trgovački i ratnički tip poduzetnika koji je bio u tijesnoj vezi s političkim moćnicima. Zatim su to bili gusari, feudalci, špekulanti, obrtnici i trgovci. U srednjem vijeku pojam se vezivao za osobe koje su realizirale velike projekte, ali nisu preuzele rizik, nego su imali samo rukovodeću ulogu. U 17. stoljeću u definiciju poduzetništva uvodi se rizik. Kasnije se pojam poduzetnika povezuje s menadžerima, a sredinom 20. stoljeća s kreativnošću i inovacijama.

Richard Cantillon (1697. – 1734.), francuski ekonomist irskog podrijetla, u svojoj “Općoj raspravi o prirodi trgovine” uvodi u ekonomsku teoriju pojam poduzetnika. Za njega je to osoba koja kupuje po poznatim cijenama, a prodaje po nepoznatim cijenama. Poduzetnika oslikava kao osobu koja nosi rizik poslovnog pothvata i neizvjesnost u pogledu budućih poslovnih prilika.

Adam Smith (1723. – 1790.), škotski ekonomist i etičar, jedan od najvažnijih predstavnika britanske klasične političke ekonomije, zalaže se za potpune ekonomske slobode, slobodnu konkurenciju i nesmetan razvoj ekonomskih aktivnosti prema zakonitostima tržišta. Za Smitha su poduzetništvo i poduzetnik najbolji pokretački ekonomskog razvoja društva. Smatra da je motiv poslovanja poduzetnika isključivo profit, a preduvjet za uspjeh poduzetnika tržišna sloboda i sustav “ nevidljive ruke”.

Hrvatski doprinos poduzetničkoj teoriji

Dubrovčanin Benedikt Kotruljević (1400. – 1468.) u djelu “ O trgovini i o savršenom trgovcu” definira savršenog trgovca u uvjetima kada je trgovina najčešće bila povezana s rizičnim poslovnim pothvatima, avanturom, nesigurnošću pomorskih i kopnenih puteva i neizvjesnošću prodaje.

Blaž Lorković (1839. – 1892.) najistaknutiji je hrvatski ekonomski pisac 19. stoljeća. Prema Lorkoviću, nositelj poduzetništva je pojedinac jer je njegov uspjeh rezultat dobro odabrana posla, znanja, napornog rada i upornosti. Ističe da je svaki rad jednako vrijedan, ali da treba razlikovati produktivan od neproduktivnog rada.

Danas su poduzetnici osobe koje pokreću nove poslovne pothvate proizvodnje proizvoda ili pružanja usluga. Oni prepoznaju mogućnosti, mobiliziraju resurse potrebne za proizvodnju novih ili poboljšanih proizvoda i usluga, preuzimaju sav rizik te uživaju u plodovima uspješnog djelovanja. Dvije su ključne karakteristike poduzetnika: oni stvaraju nešto novo, nešto različito, odnosno mijenjaju vrijednosti, te iniciraju i poduzimaju aktivnosti u vezi s osnivanjem vlastitog poduzeća i upravljanja njime.⁴

⁴Bahtijarević – Šiber, F.; Sikavica P.; Pološki Vokić, N. (2008.) *Suvremeni menadžment*. Školska knjiga, Zagreb

2.4. Osobine i vrste poduzetnika

“Neki su ekscentrični, drugi bolno besprijekorni konformisti; neki su debeli, drugi mršavi; neki zabrinuti, drugi opušteni; neki su teške pijanice, drugi potpuni trezvenjaci; neki su ljudi izuzetnog šarma i topline, drugi nemaju osobnost veću nego smrznuta skuša.”⁵

Peter F. Drucker ovom svojom rečenicom zapravo pokušava reći da ne postoje dva posve jednaka poduzetnika, odnosno da je nemoguće odrediti univerzalnu sliku poduzetnika.

Vrlo je teško reći koje su ključne osobine poduzetnika, posebno onog uspješnog. Sigurno je da poduzetnik mora imati sposobnost planiranja, inicijative, mora biti dobar inovator, organizator, mora biti strpljiv i uporan, ambiciozan, posvećen poslu i sl.

Profesor David C. McClelland sa Sveučilišta Harvard utvrdio je da će vjerojatno uspjeti oni koji imaju sljedećih 6 osobina⁶:

- inovativnost
- razumno preuzimanje rizika
- samouvjerenost
- uporan rad
- postavljanje ciljeva
- odgovornost

Za svaku fazu razvoja poduzeća karakterističan je određeni tip poduzetnika. Tipove poduzetnika možemo razlikovati prema sklonosti odlučivanja.

- **Idealisti** - razlog njihovog ulaska u poduzetništvo je sjajna poslovna ideja i rad na nečemu što smatraju da je dobro. Uživaju u kreativnom radu, no nisu strpljivi oko pravnih i administrativnih pitanja te financijskih analiza. Njihovo poslovanje najviše ovisi o računalu, usredotočuju se na cijenu i stvaraju odnose s provjerenim i pouzdanim dobavljačima.
- **Optimizatori**- ne žele raditi za nekog drugog, nego uživaju u svojoj slobodi i fleksibilnosti. Žele razviti svoje poduzeće te se zbog toga usredotočuju na profit. V

⁵Arambašić S. Čalić A, Rupčić L. (2013): Poduzetništvo 1 (Udžbenik za ekonomske škole), Zagreb

⁶Škrtić, M., Vouk, R.: Osnove poduzetništva i menadžmenta, Ekonomski fakultet Zagreb (2005.)

Vješti su u financijskim pitanjima i koriste tehnologiju u svrhu smanjivanja troškova i povećanja produktivnosti

- **Radnici**– oni će uložiti dodatne napore u svrhu ostvarivanja ciljeva. Orijentirani su na detalje i rast poduzeća, financijski su agresivni.
- **Žongleri**– potpuno su zaokupljeni upravljanjem poslova, zato često obavljaju sve sami zbog osiguranja visokih standarda. Imaju problem s nedostatkom vremena jer simultano obavljaju nekoliko poslova.
- **Održavatelji**– nikad ne započinju od nule jer poduzeće stječu kupovinom i nasljedstvom.

2.5. Vrste poduzetništva

Poduzetništvo se u teoriji i praksi razvija u dva osnovna oblika: kao individualno i korporacijsko (unutarnje) poduzetništvo, no pojavljuje se i skupno poduzetništvo te u okviru njega inovativno poduzetništvo.

➤ Individualno poduzetništvo

Individualno poduzetništvo se temelji na tržišnoj konkurenciji malih poduzeća i izražava jaku interakciju između vlasničke, upravljačke i rizične funkcije, pri čemu se iskazuju pozitivne korelacije između razvitaka malih poduzeća i gospodarskog razvitka te učinkovitosti gospodarstva zemlje u cjelini.⁷

➤ Korporacijsko poduzetništvo

Korporacijsko poduzetništvo podrazumijeva proces formiranja malih, relativno autonomnih poduzetničkih poduzeća u sklopu korporacije, kojima se dodjeljuju potrebna sredstva i daje organizacijska samostalnost. Cilj je da pojedinci s poduzetničkim idejama, sposobnošću, zalaganjem i svime što je potrebno realiziraju svoje zamisli i ostanu unutar korporacije. Time korporacija postaje u cjelini fleksibilnija, poduzetnija i adaptivnija promjene u okruženju. U tom se procesu razvija unutarnji poduzetnik koji ima ideje za poboljšanje kvalitete, uvođenje nečeg novog i slično, a isto tako unutarnje poduzetništvo pridonosi restrukturiranju poduzeća iako je i sam posljedica organizacijskog restrukturiranja.

➤ Tradicionalno poduzetništvo

Tradicionalno se poduzetništvo odnosi na poduzeća čiji je cilj stjecanje profita provodeći inovativne metode, razumno preuzimajući rizik, samouvjerenom provode aktivnosti koje vode realiziranju cilja, rade uporno i kontinuirano, poduzimaju sve raspoložive mjere uz preuzimanje odgovornosti kako bi realizirali zacrtanu viziju.⁸

⁷Binks, M., Coyne, J.: The birth of Enterprise, Institute of Economics Affairs, London. (1983.)

⁸Perčin, M.: Socijalno poduzetništvo – inovacija za dobrobit čovječanstva, Grafika d.o.o., Osijek (2011.)

➤ **Socijalno poduzetništvo**

Kao drugačiji koncept poduzetništva predstavlja poduzetništvo koje nije okrenuto samo profite nego vodi računa i o društvenoj dobrobiti, okolišu, očuvanju radnih mjesta, poboljšanju kvalitete života, održivom rastu i jednakim šansama za sve.

Razlike između tradicionalnog i socijalnog poduzetnika:

Tradicionalni poduzetnici također posluju po etičkim načelima, manje ili više pažnje posvećuju očuvanju okoliša, vode brigu o svojim zaposlenicima, doniraju financijska sredstva neprofitnim organizacijama, sportskim klubovima, raznim udrugama i slično. S druge strane, socijalni poduzetnik nudi proizvod i usluge koji izravno rješavaju neki društveni problem. Njegova je poduzetnička aktivnost neposredno povezana s društvenom misijom. Nositelji socijalnog poduzetništva su trgovačka društva koja stvaraju i ekonomske i socijalne učinke, te udruženja, odnosno organizacije civilnog društva, putem svojih trgovačkih društava ili zadruga.⁹

⁹Arambašić, S., Čalić, A., Rupčić, L.: Poduzetništvo 1, (udžbenik za ekonomske škole) Zagreb (2013.)

2.6. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

Ulazak u poduzetnički pothvat zahtjeva dobru pripremljenost te iziskuje mnogo truda i vremena. Nisu svi poduzetnici i uspješni poduzetnici, stoga postoji određena doza rizika ulaska u poduzetništvo. Poduzetništvo ima brojne prednosti i nedostatke.

Prednosti ulaska u poduzetništvo: ¹⁰

- zadovoljstvo da je poduzetnik u svom poslu gospodar samom sebi, te da sukladno tome donosi odluke
- ostvarenu dobit poduzetnik može raspodijeliti za proširenje svoga posla ili za povećanje štednje za mirovinu
- poduzetnik slobodno može prodavati dijelove svoje imovine ili posao
- ostvarenom dobiti poduzetnik se može koristiti za povećanje osobne potrošnje
- poduzetništvo se može voditi kao obiteljski posao pa se time stvara mjera optimuma privatnog i profesionalnog.

Nedostaci ulaska u poduzetništvo: ¹¹

- u svim aktivnostima nema potpune slobode akcije
- država određuje pravila poslovnog ponašanja i zahtijeva plaćanje poreza
- dobavljači uvjetuju ponašanje
- ograničenje poduzetničkih ambicija zbog nedovoljno sredstava
- neodvojivi profesionalni i privatni život.

Pri ulasku u poduzetništvo poduzetnik postaje sam sebi šef te tako neovisno o drugim ljudima donosi odluke, proširuje posao, povećava štednju, prodaje imovinu i drugo. Poduzetnik može realizirati svoje ideje te tako stvara vlastito zadovoljstvo da kreira posao, ne samo za sebe, već i za druge te tako mijenjati stvari.

¹⁰Česić, Z., Divić, J., Kuvačić, D., i dr.: Primijenjeno poduzetništvo, Split-Zagreb (2006.)

¹¹Škrtić, M., Vouk, R.: Osnove poduzetništva i menadžmenta, Ekonomski fakultet Zagreb (2005.)

BAKINI KOLAČI

Ante Starčevića 70

34000 POŽEGA,

Tel/fax 034/282-319



PODUZETNIČKI PROJEKT

(biznis plan)

Proizvodnja i prodaja kolača

ČLANOVI :

Martina Farkaš

AUTOR PROJEKTA:

Martina Farkaš

OSOBA ZA VEZU:

Martina Farkaš

PRIMATELJ:

Addiko banka, Zagreb

Tel : 099/824 13 99

2. PRAKTIČNI DIO

2.1. Podaci o investitoru

Poduzeće osniva Martina Farkaš. Rođena 02.07.1993. u Požegi. Nakon završene srednje Ekonomske škole u Požegi, upisuje stručni studij Ugostiteljstva na Veleučilištu u Karlovcu. Za vrijeme školovanja stekla je znanje iz računovodstva, marketinga, upravljanja prodajom, osnova ekonomije i dr.

Kroz predmet “Vježbenička tvrtka” u srednjoj školi sve stečeno teoretsko znanje primjenjivano je kroz praktične zadatke. Informatički je pismena te sposobna samostalno raditi u računalnim programima. Poznaje engleski i njemački jezik. Što se tiče poduzetničkih vještina obrađen je set edukacija pod nazivom “Ja poduzetnik” koje je proveo Poduzetnički centar Pleternica d.o.o.. Na navedenoj edukaciji obrađene su teme: Priprema za samozapošljavanje, Kako realizirati ideju i Mogućnosti financiranja tvrtke.

Poduzetnica kreće u poduzetničke vode kada shvaća kako potražnja za kolačima za svadbe, blagdane i slične proslave iz dana u dan raste, a ponuda je mala.

Već dugi niz godina uz školovanje bavi se pečenjem kolača kao svojim hobijem. Sve je započelo pečenjem za rođendane obitelji, a potom i prijateljima. Pročulo se po gradu i sve je više ljudi pokazalo zainteresiranost za kupnju. S toga se odlučuje otvoriti svoju privatnu pekarnicu kolača. Zamišljeno je da se poduzeće bavi pečenjem kolača i torti za svadbe, rođendane i slično, također prodavali bi se keksi sa posebnom otiskom prepoznatljivih dijelova grada koji bi bili odličan suvenir, a tibi se keksići zvali “Bakini kolači”.

Kolači bi se pakirali u posebne kutije sa različitim natpisima. Proizvod koji se namjerava plasirati na tržište pod nazivom “Bakini kolači” kao nov i inovativan bio bi napravljen po starinskom hrvatskom receptu. Domaće potrošače privukla bih tradicijskom recepturom tako da bi svako konzumiranje keksa probudilo nostalgiju za pravim bakinim domaćim keksima koji su svima jedna od najdražih uspomena iz djetinjstva.

3. TRŽIŠNA OPRAVDANOST I PLAN PRODAJE

Kako se poslovni plan u pravilu izrađuje na rok od 5 godina, analizirano je tržište za isto razdoblje. Plan prodaje prikazan je u tablici 1 i to na način da su slastice razvrstane u nekoliko kategorija, npr. torte, suhi kolači i keksi odnosno “Bakini kolači” sa posebnom ambalažom kao suvenir grada.

Tablica 1: Plan prodaje kolača za razdoblje od 5 godina

OPIS	JED. MJERE	GODINA					CIJENA PO JEDINICI
		2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	
Torte	Kom	540	550	550	570	580	120
Mješani kolači	Kg	5790	5790	5800	5800	5820	80
Keksi	paket 600gr	1000	1000	1200	1250	1350	50

Izvor: Vlastita izrada

Količina prodanih proizvoda planirana je s minimalnim količinama i ukoliko uz ovakav pristup pokazatelji budu dobri, proizvodnja će se povećavati. No planirano je s velikim oprezom jer postoji rizik kao što je npr. manja potražnja kolača zbog krize i smanjenja kupovne moći zainteresiranih, moguće je povećanje nabavnih cijena materijala što bi se odrazilo na prodajne cijene a time i na prodaju kolača.

U prvoj godini planirana je količina prodaje za prosječno 8 svatova mjesečno za koje će biti potrebno 5 pojedinačnih torti koje se slažu kako bi se napravila jedna mladenačka, (8 mladenačkih torti mjesečno), 5 rođendana sa po jednom tortom po rođendanu. U tih 8 svatova ako je prosjek gostiju 200, na stol od 10 ljudi u sali išlo bi dvije tacne mješanih kolača (2kg), osim kolača za salu kupovalo bi se još 20 kg za goste kod kuće. U prodaju mješanih kolača uračunato je i 5 rođendana mjesečno sa po 2kg kolača za jedan rođendan, te za vrijeme blagdana još 20kg. U kasnijim godinama moguće je povećanje prodaje što je i prikazano u tablici.

Koristeći navedene podatke, umnoškom planiranih količina i jediničnih prodajnih cijena dobiveni su podaci o ukupnom prihodu po godinama trajanja projekta.

Tablica 2: Ukupni prihodi

OPIS	GODINA				
	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Torte	64 800	66 000	66 000	68 400	69 600
Mješani kolači	463 200	463 200	464 000	464 000	465 600
Keksi	50 000	50 000	60 000	62 500	67 500
UKUPAN PRIHOD	578 000	579 200	590 000	594 900	602 700

Izvor: Vlastita izrada

3.1. Karakteristike prodajnog tržišta

Kolači koji će se proizvoditi nisu usmjereni prema određenoj dobnoj skupini potrošača. Oni će biti pogodni za kupnju svima koji uživaju u konzumaciji starinskih kolača i zadovoljit će različite gastronomske zahtjeve zbog same raznolikosti keksa u pojedinim pakiranjima.

Zbog užurbanog načina života, a i financijskih prilika sve manje ljudi ima vremena posvetiti se izradi domaćih kolača, “Bakini kolači” će im na jednom mjestu pružiti paletu raznih okusa potpuno identičnih onima koje bi sami napravili u svome domu.

“Bakini kolači” će se ponuditi i kao poseban suvenir grada i po toj karakteristici privući i turiste da ove proizvode ponesu svojim domovima kako bi u njih unijeli dašak mjesta koje su posjetili. Kolači će bili pakirani u posebne kutije koje bi svojim dizajnom i izgledom također služile u promotivne svrhe.

Proizvodi se planiraju prodavati na veliko. Za početak bi to bile narudžbe za svadbe, rođendane, Božić i druge praznike, te u suradnji sa turističkim zajednicama grada i županije.

“Bakini kolači” bi bili suhi keksi pečeni po recepturi baka, a na svakom keksiću bi bilo otisnuto nešto što obilježava grad Požegu, npr. Kužni pil na trgu, Fra Luka Ibrišimović, Požeška katedrala i sl. (Slika 1. i 2.)

Slika 1: Bakini kolačići s otisnutim obilježjem grada



Izvor: Vlastita kreacija

Slika 2: Bakini kolačići s otisnutim obilježjem grada



Izvor: Vlastita obrada

Potencijalni kupci bit će informirani na sljedeće načine:

- Plakati i letci
- Usmeno
- Slanjem materijala poštom i e-mailom
- Oglašavanjem na društvenim mrežama i drugim internet stranicama i portalima
- Promoviranjem na raznim sajmovima gdje bi potencijalnim kupcima pružili degustaciju naših proizvoda

Planira se sklopiti sporazum sa malom i inovativnom tvrtkom “I Dreams” d.o.o. iz Požege koja se bavi organizacijom proslava rođendana i svatova, te drugih svečanosti koja bi onda nudila ove kolače kao dio svog estetskog oblikovanja cjelokupnog prostora. (Slika 3.)

Slika 3. Dekoracije rođendana s tortama i kolačima



Izvor : <https://www.facebook.com/IdreamPozega/> (04.03.2018.)

3.2. Istraživanje tržišta

Tržište je istraženo anketiranjem. Anketirano je 100 ljudi, od čega 80 žena i 20 muškaraca. Na taj način je objašnjen plan poslovanja. Rezultati su bili pozitivni i svi ispitanici su se složili da bi izdvojili dio svojih sredstava za kupnju određenih proizvoda iz predstavljene ponude. Pokazalo se da su najzanimljiviji “Bakini kolači” koji se pakiraju u ukrasne specifične kutije. Veliki dio ispitanika se složio da je upravo to odličan poklon njihovim obiteljima ili prijateljima. Velik broj mladih ljudi izjasnilo se da bi naručivali kolače i torte za svadbe i rođendane, a nekoliko žena starije dobi izjasnilo se da bi vrlo rado kupovali i kolače za blagdane jer im posao pečenja postaje težak i naporan.

3.3. Konkurencija na tržištu

Od konkurencije su značajniji veći trgovački lanci koji prodaju kolače, te slastičarne. Konkretno, to je slastičarna Dolcevita, Vanilla, Aroma, Ivančica. Jake strane su im masovna proizvodnja te šire uhodano tržište, ali kupovinom „Bakinih kolača“ kupci će stvoriti osjećaj da dobivaju pravi proizvod koji je namijenjen samo njima zbog toga što se radi o kolačima i keksima spravljenim po domaćim recepturama. Uz slastičarne i trgovačke lance, konkurencija su i gospođe koje kod kuće peku kolače za svadbe i slične proslave te predstavljaju nelojalnu konkurenciju.

Do sada svi proizvodi sličnog sadržaja su industrijski proizvedeni te izostaje okus pravog domaćeg proizvoda bez umjetnih aditiva proizveden od domaćih sastojaka. Specijalna karakteristika Bakinih kolačića bit će duži rok trajanja od proizvoda konkurenata zbog posebnog pakiranja u drvenim kutijama (Slika 4). Konkurencija će se nadvladati i specifičnim dizajnom kako samih proizvoda tako i načinima pakiranja. S vremenom će se asortiman proširiti i na zdrave kolače sa manjim udjelima šećera i masnoće i na kolače za dijabetičare.

Tablica 3: SWOT analiza

<p>SNAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Blizina nabavnog i prodajnog tržišta - Postojanje velike potražnje - Konkurentne cijene - Kvalitetni domaći tradicijski proizvodi - Stručno osoblje - Ekološki standardi - Prodaja prilagođena željama kupaca 	<p>SLABOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nedovoljna poznatost na tržištu - Neiskustvo vlasnice u poduzetništvu - Nedovoljno ulaganja u promidžbu - Slaba mogućnost kreditiranja
<p>PRILIKE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proširenje proizvodnog asortimana s novim paletama proizvoda - Mogućnost potpore iz EU fondova 	<p>PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nedostatak vlastitog prostora nakon izlaska iz inkubatora - Visok udio sivog tržišta - Nelikvidnost, kriza i gospodarska stagnacija

Izvor: Vlastita obrada

4. TEHNOLOŠKO-TEHNIČKI I ORGANIZACIJSKI ELEMENTI POTHVATA

Temeljne sirovine za proizvodnju kolača su brašno, šećer i jaja, a dodavanjem raznih drugih sastojaka te miješanjem, fermentacijom, oblikovanjem i pečenjem dobivaju se kolači različiti po okusu i obliku. Za početak planira se ponuda od 10 vrsta kolača, 8 vrsti torti i suhi bakini keksi u kutijama.

Jedna zaposlenica je dugi niz godina radila u pekari, prošla je sve faze proizvodnje, prodaje, skladištenja, praćenja higijenskih i drugih standarda, te je dobro upoznata sa fazama proizvodnog ciklusa.

Oprema koja se koristi u proizvodnji kolača ne razlikuje se značajno od opreme kojom je rukovala u pekari. Izrađeni su i normativi potrošnje materijala potrebnih za proizvodnju planiranih količina kolača. Za svaku grupu proizvoda utvrđen je normativ potrošnje sirovina i materijala koji je pomnožen s jediničnom nabavnom cijenom ina taj se način došlo do planskih podataka o ukupnoj potrošnji sirovina i materijala za određeni period. Ovaj izračun je vrlo važan jer služi kao osnovica za planiranje nabave sirovina i materijala te kao polazna osnovica za utvrđivanje potrebnih obrtnih sredstava.

Tablica 4: Normativ potrošnje sirovina i materijala po jedinici proizvoda

OPIS	KOLIČINA	Brašno	Jaja	Šećer	Ostalo (čokolada, orasi, maslac, mirodije)	UKUPNO Kn
		kg	komad	kg		
TORTE	1 komad	1	10	1	2	49,00
MJEŠANI KOLAČI	1 kg	1	4	0,5	1	25,50
KEKSI	1 paket, 600g	0,5	2	0,5	1	21,50

Izvor: Vlastita obrada

Tablica broj 4 je izrađena vođenjem da je kilogram brašna 4kn, 1kn komad jaja, 5kn kilogram šećera i 15kn ostalo. Uzevši u obzir da jedna zaposlenica ima veliko iskustvo u pekarskoj industriji, planiranu potrošnju sirovina i materijala držim pouzdanim podatkom. Sirovine planiram nabavljati isključivo od domaćih proizvođača s kojima su već uspostavljeni kontakti. Veliki broj dobavljača omogućuje plaćanje s odgodom od 40 dana. S obzirom da kupci u

pravilu plaćaju odmah po preuzimanju, realno je očekivati da će se obveze prema dobavljačima na vrijeme podmirivati.

4.1. Potrebni zaposlenici

Uspjeh u svakom poslu mnogo ovisi o zaposlenicima i njihovim vještinama i znanjima. Osim vlasnice kao poduzenice obrt će zapošljavati još dvije osobe. Obje će biti slastičarke, jedna gospođa je dugi niz godina radila u pekari i ima veliko iskustvo u spravljenju slastica, a druga će biti na stručnom osposobljavanju. Osobu na stručnom osposobljavanju financira država, a vlasnica snosi samo trošak prijevoza. Poduzetnica će se baviti knjigovodstvom, promocijom tvrtke, nabavom materijala, obavljati će poslove dostave ukoliko je potrebno te će pomagati u pečenju kolača kad se skupi velik broj narudžbi. S obzirom da bi se radilo u jednoj smjeni težina zadataka je ista i prema tome su planirane plaće za radnike. Kako se posao bude razvijao, moguće je i povećanje broja zaposlenih kao i povećanje plaća.

Tablica 5: Planirani broj zaposlenih

OPIS	GODINA					BRUTO PLAĆA Kn/mj
	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	
VODITELJ	1	1	1	1	1	5.000
SLASTIČAR	1	1	1	1	1	3.500
PRIPRAVNICA	1	1	1	2	2	500
UKUPNO:	3	3	3	4	4	9.000

Izvor: Vlastita obrada

Tablica 6: Planirani godišnji trošak za plaće

OPIS	GODINA					UKUPNO Kn
	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	
VODITELJ	72.000	72.000	72.000	72.000	72.000	360.000
SLASTIČAR	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	240.000
PRIPRAVNICA	6.000	6.000	6.000	12.000	12.000	42.000
UKUPNO:	126.000	126.000	126.000	132.000	132.000	64.000

Izvor: Vlastita obrada

5. LOKACIJSKA ANALIZA

Kao što je već navedeno, za početak bi se obrt otvorio u poduzetničkom inkubatoru u Požegi. U inkubatoru je prva godina najma besplatna. Inkubator se nalazi u Poduzetničkoj zoni, a ponudit će svojim stanarima 10 uredskih prostorija (devet uredskih prostora veličine 18m² i jedan veličine 37m²) opremljenih kvalitetnim uredskim namještajem i potrebnom računalnom opremom; coworking prostor (54m²) koji će moći primiti do 24 korisnika istovremeno; konferencijsku dvoranu (76 m²) opremljenu najsuvremenijom opremom za održavanje seminara, sastanaka, multimedijalnih prezentacija ili audio-video konferencija; multifunkcionalnu dvoranu (55m²) opremljenu multimedijalnim pomagalicama pogodnim za sve vrste prezentacija, seminara, predavanja i edukacije u objektu te 4 proizvodne hale (144m²) od kojih svaka uključuje vlastiti ured i sanitarni čvor.¹² Ukoliko bi najam u inkubatoru kasnije bio skup i neisplativ, preuredio bi se dio vlastite kuće u poslovni prostor. Prizemlje trenutno služi za ostavu stvari, ali uz male adaptacije, kuća se može dovesti u poslovnu svrhu. Također, mogao bih se srediti i dio dvorišta koji bi služio kao terasa, pa bi samim time i proširili svoj asortiman ponude na konzumaciju kolača te pića i napitaka u vlastitoj slastičarni.

¹²<http://www.pozega.hr/novosti-pozega/item/2173-pocinje-provedba-projekta-poduzetnicki-inkubator-pozega-financiranog-iz-europskog-fonda-za-regionalni-razvoj.html> (06.03.2018.)

6. MENADŽMENT PROJEKTA

Tvrtka za proizvodnju i prodaju kolača svrstava se u skupinu uslužnih gospodarskih organizacija jer usluga prevladava u strukturi „razmjene“. Bit će registrirana kao društvo sa ograničenom odgovornošću jer je znatno manja razina formalnosti te fizička osoba može biti nositelj prava i obveza.

Kao malo poduzeće potrebno je za prve tri godine zaposliti uz vlasnicu još dvoje zaposlenika, a za četvrtu i petu godinu bi zaposlili još jednu pripravnicu. Odvijat će se dvosmjerna komunikacija što znači da će se uvažavati mišljenja i ideje svih zaposlenika. Pri rukovođenju koristiti će se funkcionalna struktura. Biti će ujedinjeni slični i uzajamno povezani, istovrsni ili neposredno ovisni poslovi u posebne organizacijske jedinice. Radit će se srednjoročni planovi koji pokrivaju razdoblje od jedne do pet godina. Tip vodstva će biti demokratski što znači da će veliki dio vodstva biti na podređenima, a vlasnik će imati konačnu odgovornost, posao će biti raspoređen na temelju participacije u odlučivanju, a komunikacija će biti uspravna i u oba smjera. Zaposlenici će se motivirati financijski. Kontrola će biti organizacijska, tj. kontrolirat će se cijeli organizacijski sustav.

Početna faza ne predviđa zapošljavanje drugih menadžera, taj posao preuzima vlasnica. Sve njene aktivnosti mogu se svrstati u četiri osnovne funkcije, a to su: planiranje, organiziranje, vođenje i kontroliranje.

Planiranje – osnovne funkcije menadžmenta bez kojih nema ni ostalih.

Organiziranje- Vezano uz ovaj dio menadžmenta tvrtka će imati ustrojenu funkcionalnu organizacijsku strukturu koja će biti podijeljena na sektore prema organizacijskim razinama, odnosno poslovnim funkcijama.

Vođenje- tip vodstva će biti demokratski što znači da će veliki dio vođenja biti na podređenima, ali vlasnica će osobno zadržati konačnu odgovornost. Posao će biti raspoređen na temelju participacije u odlučivanju, komunicirati će se uspravno i u oba smjera. Zaposlenici će se motivirati financijski.

Kontrola- Kontrola će biti organizacijska, kontrolirati će se cijeli organizacijski sustav.

7. MARKETING PROJEKTA

Tvrtka „Bakini kolači“ ima vlastiti marketinški plan, općenito govoreći on se sastoji od podataka o poduzeću, proizvodima, oglašavanju, promociji, financijskim podacima, podacima o tržištu i sl. Poblize navedeno slijedi u odjeljcima aktivnosti marketinškog programa, tj. popis aktivnosti i promidžbena ulaganja; ime tvrtke i slogan, grafičko i likovno rješenje, zaštitni znak te promidžbene aktivnosti.

7.1. Aktivnosti marketinškog programa

Ako su strateške marketinške odluke pogrešno postavljene, mogu ugroziti čak i egzistenciju organizacije. Marketinška strategija i program djelovanja specifične su aktivnosti istaknute za ostvarenje poslovnih ciljeva i smjernica pothvata. Aktivnosti marketinškog programa pridonosit će stvaranju općeg imidža. Oglašavanje će se prvenstveno bazirati na plakate i letke, usmeno, slanjem materijala poštom i e-mailom, oglašavanjem na društvenim mrežama te promoviranjem na raznim sajmovima gdje bi se pružala i degustacija proizvoda.

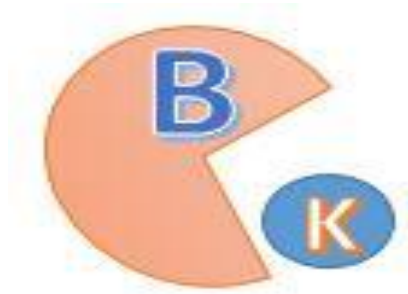
7.2. Ime tvrtke, logo i slogan

Tvrtka nosi naziv „Bakini kolači“. Potrebno je bilo osmisliti kreativno i lako pamtljivo ime kako bi se privukli potencijalni kupci koje će sami naziv asociirati na tradicionalne i kvalitetne kolače po bakinim recepturama.

Slogan tvrtke je: „Dopusti da ti Bakini kolačići ispričaju priču“. Slogan ima svoju priču, odnosno asocijaciju na baku koja priča priče.

Zaštitni znak ili logo tvrtke stvara karakterističnu priču o poduzeću. Mora izgledati snažno na promidžbenim materijalima, odnosno na svemu što se koristi kao kanal komunikacije i promocije.

Slika 4: Logo „Bakinih kolača“



Izvor: Vlastita obrada

Logo sa početnim slovima tvrtke, predstavlja komad načete torte i manju ispred nje, ali i asocijaciju da netko želi zagristi kolač.

7.3. Promidžbene aktivnosti

Tvrtke za proizvodnju i prodaju kolača na tržištu se mora predstaviti na najbolji način. Kako bi se troškovi promidžbe smanjili vrši se jeftinija promocija. Za početak, to će se činiti kroz letke i plakate za koje je potrebno izdvojiti mjesečno oko 300kn te putem e-maila i društvenih mreža.

Slika 5: Pakiranje Bakinih kolačića u drvenim kutijama



Izvor: <https://recipeci.com/tag/bakini-kolaci/> (04.03.2018.)

8. FINANCIJSKA PRIPREMA PROJEKTA

Vrlo je važna dobra financijska priprema projekta jer je to osnova za ekonomsko financijsku analizu i donošenje zaključaka.

Osnovni dijelovi financijske pripreme su:

1. Formiranje ukupnog prihoda
2. Investicije u osnovna i obrtna sredstva
3. Izvori financiranja i obveze
4. Troškovi poslovanja i proračun amortizacije
5. Račun dobiti i gubitka

8.1. Formiranje ukupnog prihoda

Krivo planiranje ovih podataka neminovno bi dovelo do krivih zaključaka. Tablica se u slučaju drugih spoznaja o kretanjima na tržištu može dodatno korigirati i nadopunjavati. Podaci za formiranje ukupnog prihoda za ovaj poslovni plan već su prikazani u poglavlju “Tržišna opravdanost i plan prodaje” pod tablicom 1 i 2. Kao što je vidljivo iz tablica, prodaja i ukupan prihod po godinama su u stalnom porastu.

8.2. Investicije u osnovna i obrtna sredstva

Osnovno značenje dugotrajne imovine je da se koriste u dužem vremenskom razdoblju i imaju veću financijsku vrijednost. Prvo je potrebno opremiti unajmljeni prostor kako bi zadovoljio stroge higijenske uvjete. Prema Zakonu o hrani NN 45/07 i pravilniku o higijeni hrane NN 99/07, od 1. siječnja 2009. godine potrebno je poslovanje, proizvodnju, pripremu i posluživanje hrane uskladiti s odredbama navedenih propisa. Ulaganje u osnovna sredstva u ovoj investiciji sastoji se od poslovnog prostora (koji je za prvu godinu besplatan, a za preostale 4 godine ukoliko se ostaje u poduzetničkom inkubatoru: 25% tržišne vrijednosti u drugoj godini, 50% tržišne vrijednosti u trećoj godini, 4 godinu 100% tržišne cijene), mali kombi za dostavu kolača: 14.000,00kn te proizvodne linije za pravljenje i pečenje kolača i dodatne opreme za uspješno poslovanje od: 32.700,00 kn.

Tablica 7: Ulaganja u osnovna sredstva kroz 5 godina

OSNOVNA SREDSTAVA	GODINA				
	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
1.POSLOVNI PROSTOR	0,00 kn	500,00	1.000,00	2.000,00	2.000,00
2. VOZILO	14.000,00kn	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
3.PROIZVODNA LINIJA	31.200,00 kn			7.800,00	4.600,00
- kuhinja po HACCP-u	8.000,00				
- Ištednjak	4.000,00			4.000,00	
- 2 pećnice	9.000,00			4.500,00	
- 2 hladnjaka	8.000,00				4.000,00
- 2 miksera	1.000,00			500,00	500,00
- posuđei pribor	1.000,00			300,00	
- 2 vage	200,00				100,00
4. BLAGAJNA	2.000,00				
UKUPNO:	47.200,00	4.500,00	5.000,00	15.300,00	10.600,00

Izvor: Vlastita obrada

U složenijim pothvatima radi se detaljna razrada investicije u obrtna sredstva, što je vrlo složeno i često je potrebno angažirati i konzultante, međutim, za manje poslovne pothvate kao što je ovaj, gdje se najveći dio prodanih proizvoda može odmah naplatiti, uzela bih preporuku koja je dobivena na tečaju: dovoljna visina trajnih obrtnih sredstva bi mogla biti jednaka ili približna iznosu jednomjesečnih troškova poslovanja. Obrtna sredstva su računata prema već gore navedem podacima o prodaji. Tako se vodim da je cijena ambalaže za kekse 5,00 kn, a za ostale torte i kolače 3,00 kn po komadu. Sirovine za pravljenje sam dobila množenjem broja prodanih jedinica s cijenom za normative po komadu.

Tablica 8: Ulaganja u obrtna sredstva

OBRтна SREDSTVA	GODINA				
	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
1. SIROVINE ZA PRAVLJENJE	195.605,00	196.095,00	200.650,00	202.705,00	205.855,00
2. VATROGASNI APARAT	700,00				
3.PLAĆE ZAPOSLENIKA	126.000,00	126.000,00	126.000,00	132.000,00	132.000,00
4.REŽIJEI GORIVO	15.000,00	15.000,00	15.000,00	17.000,00	17.000,00
5. AMBALAŽA	23.990,00	24.020,00	25.050,00	25.360,00	25.950,00
UKUPNO:	361.295,00	361.115,00	366.700,00	377.065,00	380.805,00

Izvor: Vlastita obrada

8.3. Zaštitne mjere

Iako će zaposlenici biti kvalificirani za obavljanje posla, zbog nepažnje postoji mogućnost lakših ozljeda (posjekotina, ogrebotina). Zbog toga je potrebno imati kutiju prve pomoći koju redovito treba nadopunjavati novim flasterima, prašcima, zavojima i injekcijama. Također, uz kutiju prve pomoći imat ćemo i vatrogasni aparat. Sve poduzete mjere zaštite su u skladu sa zakonima o zaštiti okoliša, zaštiti od požara, zaštiti na radu te u skladu sa standardima djelatnosti.

8.4. Pokazatelji učinkovitosti projekta

U posebnom poglavlju poduzetničkog projekta (ocjena učinkovitosti) predložen je dostatan stupanj, broj kvalitetnih pokazatelja njegove svekolike učinkovitosti. Prednost je dana (u svjetskoj praksi prepoznatljivim) metodama ocjene učinkovitosti: razdoblje povrata, stopa prinosa, pravilo palca, točka pokrića, čista sadašnja vrijednost, interna stopa profitabilnosti, prosječna profitabilnost, analiza likvidnosti te analiza osjetljivosti.

Sve navedene raščlambe upućuju na vrlo visoku profitnu učinkovitost projekta, odnosno visok stupanj njegove prihvatljivosti od strane potencijalnih sufinancijera. Na temelju predloženih podataka i tablica iz ocjena učinkovitosti, banke mogu izračunavati još niz statističkih i dinamičkih pokazatelja, koje bi eventualno držale relevantnima, za ocjenu nekih posebnih aspekata učinkovitosti.

8.5. Izvori financiranja i obveze

Na temelju proračuna u osnovna i obrtna sredstva, izračunato je da bi se dio investicija financirao vlastitim sredstvima u iznosu od 30.000,00kn od čega će roditelji participirati sa 20.000,00kn, a 10.000,00kn je vlastita ušteđevina te poticaji od države za mlade poduzetnike u iznosu od 70.000,00kn.

➤ POTICAJI OD DRŽAVE

Iznos od 70.000,00kn država (HZZ) daje kao nepovratno sredstvo za otvaranje tvrtke sa kombinacijom sa stručnim osposobljavanjem za rad.Potpore za samozapošljavanje su državne potpore koje se dodjeljuju nezaposlenim osobama koje se odluče na pokretanje vlastitog posla, a prijavljene su u evidenciju Zavoda za zapošljavanje¹³

¹³<http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/> (05.03.2018.)

9. TROŠKOVI POSLOVANJA I PRORAČUN AMORTIZACIJE

9.1. Troškovi poslovanja

U ovoj investiciji najvažniji su direktni materijalni troškovi tj. sirovine i material potreban za pečenje kolača kao što su brašno, jaja, ulje i sl. Planiranju tih troškova posvećena je velika pažnja. Izračun je temeljen na normativima potrošnje sirovine i materijala (sukladno tablici br. 4) i to prema formuli: ukupan trošak= količina utroška * nabavna cijena. Tim iznosima pridodani su troškovi režija, goriva i sl. koji su procijenjeni na temelju planirane, kao i procijenjene iznose troškova usluga u koje sam ubrojila trošak bankarskih usluga, trošak reklame (izrada letaka). Računovodstvene, poštanske i telefonske, komunalne i administrativne usluge imam besplatne kroz 5godina u inkubatoru, u tablicu su dodani i nematerijalni troškovi u koje spadaju izdaci za istraživanje i razvoj, podaci o troškovima plaća dodani su iz tablice br. 6.

Tablica 9: Struktura troškova poslovanja

OPIS	GODINA					UKUPNO:
	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	
1. MAT. TROŠKOVI	240.595,00	235.115,00	240.700,00	245.065,00	248.805,00	1.210,280,00
1.1. Sirovine i materijal	195.605,00	196.095,00	200.650,00	202.705,00	205.855,00	1.000.910,00
1.2. Režije i gorivo	15.000,00	15.000,00	15.000,00	17.000,00	17.000,00	79.000,00
1.4. Ambalaža	29.990,00	24.020,00	25.050,00	25.360,00	25.950,00	124.370,00
2. TROŠKOVI USLUGA	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
3. NEMAT. TROŠKOVI	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
4. PLAĆE	126.00,00	126.000,00	126.000,00	132.000,00	132.000,00	642.000,00
UKUPNO:						3.066.560,00

Izvor: Vlastita obrada

9.2. Amortizacija

Oprema i građevinski objekti imaju ograničeno uporabno vrijeme. Istekom tog vremena moraju se zamijeniti ili obnoviti dodatnim ulaganjem. Proračun amortizacije odnosi se na vrijednosni otpis stalnih sredstava.

Amortizacija je postupak postepenog pretvaranja vrijednosti dugotrajne imovine u trošak. U razdoblju očekivanog korištenja/trajanja te pojedine imovine. Osnovica za obračun amortizacije je nabavna vrijednost

Tablica 10: Amortizacija

OPIS	NABAVN A VRIJEDN OST	GOD. STOP A OTPI SA %	GODINA				OSTATAK
			2018.	2019.	2020.	2021.	
Kuhinja	8.000,00	25	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	-----
Štednjak	4.000,00	25	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	-----
Pećnice (2 kom)	9.000,00	25	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	-----
Hladnjak (2 kom)	8.000,00	25	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	-----
Blagajna	2.000,00	50	1.000,00	1.000,00	-----	-----	-----
Dostavno vozilo	14.000,00	25	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	-----
UKUPNO	45.000,00	---	11.750,00	11.750,00	11.750,00	11.750,00	

Izvor: Vlastita obrada

9.3. Račun dobiti i gubitka

Račun dobiti i gubitka - spada u temeljna financijska izvješća tvrtke. On sadrži prihode, rashode i razliku između njih koja može biti dobit ili gubitak. On, zapravo, prikazuje uspjeh i učinkovitost poslovanja poduzeća koja se ostvaruje u određenom razdoblju, a sastavlja se na temelju računa glavne knjige na kojima se evidentiraju prihodi i rashodi obračunskog razdoblja. Sadržaj računa dobiti i gubitka u materijalnom i formalnom smislu propisan je

Zakonom o računovodstvu, a razlikuje se za male, srednje i velike poduzetnike. Temeljne sastavnice računa dobiti i gubitka jesu:

- ukupan prihod,
- ukupni rashodi,
- dobit prije oporezivanja ili bruto dobit i
- dobit nakon oporezivanja ili neto dobit.

Tablica 11: Račun dobiti i gubitka

OPIS	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
A. PRIHODI	578.000,00	579.200,00	590.000,00	594.900,00	602.700,00
B. RASHODI	380.345,00	374.865,00	380.450,00	390.815,00	382.805,00
1. Materijalni troškovi	240.595,00	235.115,00	240.700,00	245.065,00	248.805,00
2. Troškovi usluga	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
3. Nematerijalni troškovi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
4. Plaće	126.000,00	126.000,00	126.000,00	132.000,00	132.000,00
6. Amortizacija	11.750,00	11.750,00	11.750,00	11.750,00	—
C. BRUTO DOBIT (A-B)	197.655,00	204.335,00	209.550,00	204.085,00	219.895,00
D. POREZ NA DOBIT	35.577,90	36.780,30	37.719,00	36.735,30	39.581,10
NETO DOBIT (C-D)	162.077,10	167.554,70	171.831,00	167.349,70	180.313,90

Izvor: Vlastita obrada

Ovo su prve informacije o uspješnosti poslovnog pothvata. Iz prikazanih podataka vidljivo je da ovaj projekt u svim razdobljima svog poslovnog vijeka ostvaruje zadovoljavajuću dobit nakon oporezivanja te se može očekivati profitabilno poslovanje. Zbrajanje iznosa neto dobiti svih godina iz računa dobiti i gubitka ne daje potpuno vrijednost ostvarene dobiti, jer: “kuna sutra nije isto što i kuna danas” što znači da bi nam dobit iz npr. pete godine imala mnogo veću vrijednost danas nego za pet godina.

9.4. Financijski tok

Za izračun pokazatelja likvidnosti koristi se tablica financijskog toka. Pod stavkom primici u tablici unose se podaci o prihodima i izvorima financiranja, podatak o ostatku vrijednosti osnovnih sredstava te kumulativ ulaganja u obrtna sredstva. Njihov zbroj predstavlja priljeve novca po godinama vijeka trajanja projekta. Pod stavkom izdaci unose se podaci o investicijama u osnovna i obrtna sredstva, podaci o troškovima poslovanja, podaci poreza na dobit te ukupne financijske obaveze (anuiteti). Njihov zbroj predstavlja odljeve novca po godinama vijeka projekta.

Sve stavke potrebne za izračun primitaka i izdataka već postoje u prethodnim izračunima, a potom se izračunavaju neto primici kao razlika između primitaka i izdataka. Neto primici su pokazatelj likvidnosti po godinama vijeka projekta. Ukoliko su neto primici $>$ od 0 projekt je likvidan, ako su $=$ 0 projekt je na granici likvidnosti, ako su manji od 0 projekt je nelikvidan. U tablici broj 12. prikazana je projekcija financijskog toka.

Tablica 12. Projekcija financijskog toka

OPIS	GODINA				
	2018	2019	2020	2021	2022
A. PRIMICI	678.000,00	579.200,00	590.000,00	594.900,00	602.700,00
1. Ukupni prihodi	578.000,00	579.200,00	590.000,00	594.900,00	602.700,00
2. Izvori financiranja	100.000,00	-	-	-	-
B. IZDACI	446.072,90	404.395,30	411.419,00	431.160,30	432.986,10
1. Ulaganja u stalna sredstva	47.200,00	4.500,00	5.000,00	15.300,00	10.600,00
2. ulaganja u obrtna sredstva	235.295,00	235.115,00	240.700,00	245.065,00	248.805,00
3.2. usluge	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
3.3. nematerijalni troškovi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
3.4. plaće	126.000,00	126.000,00	126.000,00	132.000,00	132.000,00
4. porez na dobit	35.577,90	36.780,30	37.719,00	36.795,30	39.581,10
C. NETO PRIMICI (A-B)	231.927,10	174.804,70	178.581,00	163.739,70	169.713,90
D. KUMULATIV	231.927,10	406.731,80	585.312,80	749.052,50	918.766,40

Izvor: Vlastita izrada

S obzirom da su neto primici ovog projekta u svim godinama analitičkog vijeka $>$ od 0, zaključuje se da je projekt likvidan, a to znači da će tvrtka u svim godinama raspolagati s

dovoljno sredstava za pokriće svih svojih obveza prema dobavljačima, banci, zaposlenicima i državi. Ukoliko uzmemo u obzir i ostatak vrijednosti osnovnih i obrtnih sredstava, kumulativno neto primitaka pokazuje da će se ukupna ulaganja u projekt vratiti u vijeku trajanja projekta. Sa stajališta likvidnosti projekt se također prihvaća za izvedbu

9.5. Ekonomski tok

Pomoću dinamičke metode ocjene učinkovitosti moguć je i izračun drugih pokazatelja, tako se npr. pokazatelji profitabilnosti izračunavaju koristeći tablicu ekonomskog toka (izračuni razdoblja povrata ulaganja, neto sadašnje vrijednosti, interne stope rentabilnosti i dr.) Ekonomski tok ima istu strukturu i dinamiku primitaka i izdataka kao financijski tok, samo što su isključene stavke izvora financiranja (na strani primitaka) i obaveze prema izvorima financiranja (na strani izdataka). Ekonomski tok daje uvid u ekonomski potencijal projekta, neovisno o navedenim stavkama.

Tablica 13: Projekcija ekonomskog toka

OPIS	GODINA				
	2018	2019	2020	2021	2022
A. PRIMICI	578.000,00	579.200,00	590.000,00	594.900,00	602.700,00
1. Ukupni prihodi	578.000,00	579.200,00	590.000,00	594.900,00	602.700,00
B. IZDACI	446.072,90	404.395,30	411.419,00	431.160,30	432.986,10
1. Ulaganja u stalna sredstva	47.200,00	4.500,00	5.000,00	15.300,00	10.600,00
2. ulaganja u obrtna sredstva	235.295,00	235.115,00	240.700,00	245.065,00	248.805,00
3.2. usluge	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
3.3. nematerijalni troškovi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
3.4. plaće	126.000,00	126.000,00	126.000,00	132.000,00	132.000,00
4. porez na dobit	35.577,90	36.780,30	37.719,00	36.795,30	39.581,10
C. NETO PRIMICI (A-B)	131.927,10	174.804,70	178.581,00	163.739,70	169.713,90
D. KUMULATIV	131.927,10	306.731,80	485.312,80	649.052,50	818.766,40

Izvor: Vlastita obrada

Iz prethodne tablice vidi se da je projekt od početka rentabilan, međutim u obzir se treba uzeti cijeli vijek projekta te neke druge ocjene koje će nadopuniti financijsku sliku projekta.

10. OCJENA UČINKOVITOSTI PROJEKTA

U ovom poglavlju projekta predočena je dostatna količina kvalitetnih pokazatelja njegove svekolike učinkovitosti. Kroz edukaciju o poduzetništvu koju je vlasnica završila u lokalnoj Razvojnoj agenciji, upoznata je s postojanjem različitih metoda kojima se analizira i ocjenjuje financijska učinkovitost projekta.

Dolje su navedene metode ocjene učinkovitosti poduzetničkih projekata koje su prepoznatljive u svjetskoj praksi, a neke od njih korištene su u projektu.

- Razdoblje povrata
- Stopa prinosa
- Pravilo palca
- Točka pokrića
- Čista sadašnja vrijednost
- Interna stopa profitabilnosti
- Prosječna profitabilnost
- Analiza likvidnosti
- Analiza osjetljivosti

Pokazatelji učinkovitosti.¹⁴

a) pokazatelji likvidnosti (koeficijent trenutne likvidnosti, koeficijent ubrzane likvidnosti, koeficijent tekuće likvidnosti i koeficijent financijske stabilnosti) su mjere sposobnosti poduzeća da podmiri svoje dospjele kratkoročne obveze.

b) pokazatelji zaduženosti (koeficijent zaduženosti, koeficijent vlastitog financiranja, koeficijent financiranja, pokriće troškova kamata, faktor zaduženosti i stupanj pokrića I i II) su mjere koliko se poduzeće financira iz tuđih izvora sredstava.

c) pokazatelji aktivnosti (koeficijent obrta ukupne imovine, koeficijent obrta kratkotrajne imovine, koeficijent obrta potraživanja i trajanje naplate potraživanja) su mjere kako efikasno poduzeće upotrebljava svoje resurse.

d) pokazatelji ekonomičnosti (ekonomičnost ukupnog poslovanja, ekonomičnost prodaje, ekonomičnost redovnog poslovanja, ekonomičnost financiranja i ekonomičnost izvanrednih aktivnosti) mjere odnos prihoda i rashoda – koliko se prihoda ostvari po jedinici rashoda.

¹⁴Hamag bicro, www.hamagbicro.hr, (05.05.2018.)

e) pokazatelji profitabilnosti (neto profitna marža, bruto profitna marža, neto rentabilnost imovine, bruto rentabilnost imovine i rentabilnost vlastitog kapitala) mjere povrat uloženog kapitala.

f) pokazatelji investiranja (dobit po dionici-EPS i ukupna rentabilnost dionice).

g) točka pokrića je onaj iznos prodaje (novčano ili količinski) kod kojeg je poslovanje poduzeća na nuli (bez dobiti ili gubitka).

10.1. Razdoblje povrata

Razdoblje povrata uloženog kapitala označava vrijeme tijekom kojeg se iz čistih primitaka ekonomskog tijeka povratu uloženi novac (ukupni izdaci iz tablice ekonomskog toka) u realizaciju poduzetničkog pothvata. Kriterij ocjene poduzetničkog pothvata prema ovome pokazatelju je zapravo duljina razdoblja povrata. Što je to razdoblje kraće, projekt je prihvatljiviji i obrnuto.

Tablica 14. Razdoblje povratka ulaganja

Godine projekta	Ukupna ulaganja		Čisti primici ekonomskog tijeka		Nepokrivene investicije
	Godišnji iznos	Kumulativ	Godišnji iznos	Kumulativ	
0.	446.072,00	446.072,00	0,00	0,00	-446.072,00
1.		446.072,00	131.927,10	131.927,10	-314.144,90
2.		446.072,00	174.804,70	306.731,80	-7.413,10
3.		446.072,00	178.581,00	485.312,80	477.899,70
4.		446.072,00	163.739,70	649.052,50	1.126.952,20
5.		446.072,00	169.713,90	818.766,40	1.945.718,60

Izvor: Vlastita izrada

S aspekta ocjene razdoblja povrata uloženih sredstava može se utvrditi da je projekt prihvatljiv, jer se nepokrivene investicije postupno smanjuju, prve pozitivne investicije očekuju se u trećoj godini i to 477.899,70kn.

10.2. Godišnja stopa prinosa

Za izračun stope prinosa obično se uzima reprezentativna godina eksploatacijskog vijeka projekta. Nakon što se odabere reprezentativna godina eksploatacijskoga vijeka te sačini projekcija računa dobiti i gubitka, odnosno izračuna čista (neto) dobit, ostaje izračun stope prinosa.

Tablica 15. Stopa prinosa prema godinama eksploatacije projekta

God. esp. projekta	ND	Lo	Sp
1	162.071,10	446.072,00	36.33%
2	167.554,70	446.072,00	37.56%
3	171.831,00	446.072,00	38.52%
4	167.349,70	446.072,00	37.52%
5	180.313,90	446.072,00	40.42%

Izvor: Vlastita izrada

Stopa prinosa raste tijekom pet godina eksploatacije projekta. Uzimajući u obzir neto dobit i početnu investiciju stopa se povećava za približno 1%. U petoj godini stopa prinosa je 40.42%, što pokazuje da je projekt prihvatljiv.

10.3. Pravilo palca

Ova metoda se još naziva i “metoda 72” te ukazuje na to da li je vlastita sredstva bilo pametnije položiti u banku uz određenu kamatu ili je ipak bolje uložiti u ovakvu vrstu projekta. Odnosno, koristi se za određivanje broja godina koji je potreban da se dohodak udvostruči uz prosječnu stopu ekonomskog rasta. Broj godina koji je potreban za udvostručenje dohotka dobije se dijeljenjem broja 72 sa godišnjom stopom povećanja.

10.4. Interna stopa profitabilnosti

Interna stopa profitabilnosti je stopa pomoću koje sadašnju vrijednost budućih očekivanih čistih primitaka ekonomskog tijeka izjednačava se s vrijednosti ukupnih investicijskih ulaganja, pri kojoj je čista sadašnja vrijednost = 0. Najprije se uporabom većeg broja

približnih diskontnih stopa izračuna sadašnja vrijednost, sve do stope pri kojoj čista sadašnja vrijednost dobije negativan izraz.

10.5. Analiza likvidnosti

Projekt će tijekom svih pet godina eksploatacije projekta moći uredno vraćati bankarski kredit, podmiriti sve obveze prema zaposlenicima, redovito uplaćivati porez na dobit te pored podmirenja svih obveza ostvariti čisti financijski primitak.

10.6. Analiza osjetljivosti

Ocjena osjetljivosti pothvata povezana je s mogućim razlikama između predviđenih i ostvarenih fizičkih i financijskih veličina iz ocjene učinkovitosti. Analiza osjetljivosti predstavlja veoma jednostavnu metodu koja se koristi za lociranje i procjenu mogućih rizika koji utječu na profitabilnost projekata.

11. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je gospodarska aktivnost pojedinca ili više partnera da uz određeno ulaganje kapitala i preuzimanje rizika uz neizvjesnosti uđe u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita. Za uspjeh je najbolja kombinacija talenta, znanja i sposobnosti poduzetnika. Poduzetnici su osobe koje poduzimaju određene poslovne poduhvate s ciljem da rezultira što većim učinkom u obliku dobiti odnosno profita.

Poslovni plan je dokument koji sadrži cjelovito razrađeno obrazloženje o ulaganjima u posao s ocjenom očekivanih učinaka i rješenja za rizične situacije, što ih donosi buduće vrijeme. Izrada zahtijeva vrijeme i sredstva, ali i štedi isto, privlači potencijalne partnere i omogućuje bržu realizaciju kreditnih zahtjeva. Prihvaćanje ili neprihvaćanje poslovnog plana poduzetnika ovisi o poduzetniku i o onome tko izrađuje i prihvaća poslovni plan ili investicijsku studiju.

Svrha ovog projekta je temeljna analiza poslovnog procesa u cjelini kako bi se razmotrili i eventualni problemi koji mogu nastati. Projekt identificira tržište, konkurenciju, analizira lokaciju, način poslovanja, predstavlja raspoložive financije, a isto tako i troškove poslovanja. Može se reći da su ključni parametri koji opravdavaju ulaganja u ovu investiciju iskustvo poduzetnice i zaposlenica, poticaji od države za mlade poduzetnike kao i smještaj u poduzetničkom inkubatoru što uvelike smanjuje troškove najma, režija, vođenja i sl. koji bi se pojavljivali da nismo smješteni u istom.

Projekt je likvidan u svim godinama što znači da će biti na raspolaganju dovoljno priljeva sredstava za podmirenje svih odljeva (obaveza prema dobavljačima, zaposlenicima, banci, državi), omjer ukupnih ulaganja te neto dobiti i amortizacije kao i kumulativ neto primitaka iz financijskog toka ukazuju da se ukupna ulaganja vraćaju u analitičkom vijeku poslovnog plana.

POPIS LITERATURE

KNJIGE

1. Arambašić S, Čalić A, Rupačić L, **Poduzetništvo 1**, Udžbenik za prvi razred ekonomske škole, Školska knjiga, Zagreb, 2013
2. Bahtijarević – Šiber, F., Sikavica, P., Pološki Vokić, N., **Suvremeni menadžment**, Školska knjiga, Zagreb, 2008.
3. Ćesić, Z., Divić, J., Dulčić, Ž. i dr.: **Primijenjeno poduzetništvo**, Split-Zagreb (2006.)
4. Funda, D., **Menadžment malog poduzeća**, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti "Baltazar Adam Krčelić", Zaprešić, 2011
5. Kuvačić, N.: **Poduzetnička biblija**, Split (2005.)
6. Kuvačić N., **Poduzetnička biblija**, Zagreb, Profil multimedija 2009.
7. Perečin, M., **Socijalno poduzetništvo – inovacija za dobrobit čovječanstva**, Grafika d.o.o. Osijek, 2011.
8. Škrtić M. , Vouk R, **Osnove poduzetništva i menadžmenta** , Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2005.

INTERNET STRANICE

1. Facebook

<http://facebook.com/IdreamPozega> (04.03.2018.)

2. Grad Požega, službeni portal grada

<http://www.pozega.hr/novosti-pozega/item/2173-pocinje-provedba-projekta-poduzetnicki-inkubator-pozega-financiranog-iz-euroskog-fonda-za-regionalni-razvoj.html> (25.02.2018.)

3. Potpore za samozapošljavanje- od mjere do karijere

<http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/> (25.02.2018.)

4. Recepti Sandre Gašparić

<http://recepti.com/tag/bakini-kolaci/> (04.03.2018.)

POPIS TABLICA

Tablica 1: Plan prodaje kolača od 5 godina	12
Tablica 2: Ukupni prihodi	13
Tablica 3: SWOT analiza	16
Tablica 4: Normativ potrošnje sirovina i materijala	17
Tablica 5: Planirani broj zaposlenih	18
Tablica 6: Planirani godišnji trošak plaće	18
Tablica 7: Ulaganja u osnovna sredstva	24
Tablica 8: Ulaganja u obrtna sredstva	24
Tablica 9: Struktura troškova poslovanja	27
Tablica 10: Amortizacija	28
Tablica 11: Račun dobiti i gubitka	29
Tablica 12: Projekcija financijskog toka	30
Tablica 13: Projekcija ekonomskog toka	31
Tablica 14: Razdoblje povrata ulaganja	33
Tablica 15: Stopa prinosa prema godinama eksploatacije projekta	34

POPIS SLIKA

Slika 1: Bakini kolačići s otisnutim obilježjem grada.....	14
Slika 2: Bakini kolačići s otisnutim obilježjem grada	14
Slika 3: Dekoracije rođendana s tortama i kolačima	14
Slika 4: Pakiranje bakinih kolačića u drvenim kutijama	22
Slika 5: Logo „Bakinih kolača“	22