

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU RESTORANA "RAJSKI VRT"

Jančiev, Filip

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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:128:803011>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-27**



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 REPOZITORIJ

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

FILIP JANČIEV

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU RESTORANA „RAJSKI VRT“

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

Filip Jančiev

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU RESTORANA „RAJSKI VRT“

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

Mentorica: Andreja Primužak, dipl.oec., viši predavač

Matični broj studenta: 0621616016

Karlovac, siječanj, 2021.

ZAHVALA

Izjavljujem da sam ovaj završni rad izradilo samostalno uz stručnu pomoć mentorice Andreje Primužak, dipl.oec., kojoj se ovom prilikom zahvaljujem na stručnoj pomoći, zahvaljujem joj se na trudu i strpljenju koje je uložila u isti.

Ovim putem zahvaljujem se svim profesorima Veleučilišta u Karlovcu čije sam kolegije odslušao, a koji su mi pomogli u stjecanju novih saznanja i vještina.

Zahvaljujem se i svim kolegama studentima jer zbog njih je bilo puno ugodnije ići na predavanja.

Također veliko hvala mojoj obitelji na poticaju i što su vjerovali u mene.

SAŽETAK

Poduzetnik je osoba koja ima potrebna novčana sredstva kako bi pokrenula određeni poduzetnički projekt, samostalno donosi odluke te sama snosi sav rizik poslovanja.

Poduzetništvo je splet određenih poslovnih aktivnosti gdje se uz određeno ulaganje kapitala i preuzimanje rizika ulazi odnosno pokreće novi poduzetnički projekt, a sve s ciljem ostvarivanja dobiti ili profita.

Poduzetnički projekt bit će napisan na primjeru otvaranja restorana „Rajski vrt“, gdje se pokreće novi restoran u suradnji s lokalnim OPG-ovima kako bi gosti imali kvalitetnu, ali i pristupačnu hranu.

Ključne riječi: poduzetnik, poduzetništvo, poduzetnički pothvat

SUMMARY

An entrepreneur is a person who has the necessary financial resources to start a particular entrepreneurial project, make decisions independently, and bear all the risk of the business.

Entrepreneurship is a combination of certain business activities where, with a certain investment of capital and risk taking, a new entrepreneurial project is initiated or launched, all with the aim of making profit or profit.

The entrepreneurial project will be written on the example of the opening of the restaurant "Rajski vrt", where a new restaurant is being launched in cooperation with local family farms in order to provide guests with quality, yet affordable food.

Keywords: entrepreneur, entrepreneurship, entrepreneurial venture

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Predmet i cilj rada | 1 |
| 1.2. Izvori podataka i metode istraživanja | 1 |
| 1.3. Sadržaj i struktura rada | 1 |
| 2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIKA..... | 3 |
| 2.1. Vrste poduzetnika | 5 |
| 3. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA | 6 |
| 3.1. Karakteristike poduzetništva | 8 |
| 3.2. Funkcije poduzetništva..... | 10 |
| 4. POSLOVNI PLAN | 12 |
| 4.1. Poslovna ideja..... | 12 |
| 5. PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ | 14 |
| 5.1. Poduzetničke potporne institucije..... | 15 |
| 6. OPERATIVNI SAŽETAK PODUZETNIČKOG PROJEKTA..... | 17 |
| 6.1. Podaci o investitoru..... | 18 |
| 6.2. Asortiman usluga | 18 |
| 6.3. Temeljni tržišni podaci..... | 19 |
| 6.4. Struktura i izvori potrebnog kapitala | 20 |
| 6.5. Potrebni zaposlenici | 21 |
| 6.6. Izvori financiranja | 22 |
| 7. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA | 23 |
| 7.1. Karakteristike prodajnog tržišta | 23 |
| 7.2. Analiza konkurencije | 23 |
| 7.3. Analiza lokacije | 25 |
| 7.4. Projekcija zaštitinih mjera..... | 25 |

| | |
|---|----|
| 7.5. Projekcija aktivizacijskog razdoblja | 26 |
| 8. MARKETING PODUZETNIČKOG PROJEKTA | 27 |
| 9. TROŠKOVI POSLOVANJA | 29 |
| 10. RAČUN DOBITI I GUBITKA (RDG) | 30 |
| 11. OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA | 32 |
| 12.1. Razdoblje povrata | 33 |
| 12.2. Godišnja stopa prinosa | 33 |
| 12.3. Pravilo palca | 34 |
| 12.4. Interna stopa profitabilnosti | 35 |
| 12.5. Analiza likvidnosti..... | 36 |
| 12.6. Analiza osjetljivosti | 36 |
| 12. ZAKLJUČAK..... | 37 |
| POPIS LITERATURE | 38 |
| POPIS ILUSTRACIJA..... | 40 |

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog završnog rada je razrada poduzetničke ideje u teoriji i na odabranom praktičnom primjeru iz prakse.

Cilj ovog završnog rada je objasniti ključne pojmove poduzetništva, poduzetnika, poslovnog plana i na konkretnom primjeru objasniti pokretanje restorana pod nazivom „Rajski vrt“ te sve elemente koje dobar poduzetnički projekt mora imati.

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

Podaci u završnom radu prikupljeni su metodom istraživanja za stolom. Prikupljeni su iz brojnih sekundarnih izvora kao što su znanstveno-stručna literatura iz područja poduzetništva, marketinga, menadžmenta te iz svih relevantnih pravilnika koji pokrivaju istraživano područje i sa dostupnih internetskih stranica.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Završni rad je strukturiran na način da se zadana tema uz uvod, zaključak, literaturu te popis ilustracija sastoji od trinaest cjelina. Na taj način objašnjava se tema kako bi bila što razumljivija. A svako poglavlje nadovezuje se jedno na drugo te čini povezanu i logičnu cjelinu završnog rada.

U uvodnom dijelu definirani su predmet i cilj rada, potom izvori podataka i metode koje su korištene tijekom istraživanja.

U drugom dijelu pojmovno se definira poduzetnik i daje se pregled poznatih vrsta poduzetnika.

U trećem dijelu definira se pojam poduzetništva te se navode najznačajniji teoretičari poduzetništva. Opisuje se povijesni razvoj, karakteristike poduzetništva i funkcije poduzetništva.

Četvrti dio pojašnjava poslovni plan i poslovnu ideju kao i tehnike koje se primjenjuju kod stvaranja ideja te se nakon toga daje uvid u stanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Šesti dio uključuje sve potrebne informacije o konkretnom poduzetničkom projektu. Tko je investitor, opis cjelokupnog asortimana, broj potrebnih zaposlenika i izvore financiranja. U nastavku se opisuju karakteristike financijskog tržišta na koje se restoran želi plasirati.

Osmi dio rada odnosi se na marketing projekta i navode se svi raspoloživi načini na koje će se restoran promovirati na početku i tijekom svog životnog vijeka.

U nastavku su prikazani troškova poslovanja, detaljne projekcije troškova s kojima se susreće restoran, rezultat poslovanja i učinkovitost projekta.

U zaključku su sažeto prikazane spoznaje i zaključci do kojih je autor došao, pišući i izučavajući ovu temu.

2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIKA

Da bi se definiralo tko je i što je poduzetnik, prvo se mora razmotriti razlika između poduzetnika i menadžera. Za poduzetnika se kaže da je on vlasnik poduzeća, a k tome i vodi poduzeće, što je ujedno i menadžer i poduzetnik, dok menadžer uvijek samo vodi poduzeće i nikada nije njegov vlasnik.

Poduzetnik je osoba koja posluje na vlastiti rizik, raspolaže sredstvima potrebnim za određenu gospodarsku djelatnost i samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne činitelje, koordinira njihovo djelovanje, nadzire, rukovodi i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem.¹

Poduzetnik je osoba koja riskira: novac, zdravlje, vrijeme, društveni ugled, ponekad i obiteljske odnose, a sve kako bi osmislio i razvio na profitu inovativan proizvod ili uslugu, najčešće nudeći svoju kreativnost i inovativnost.²

Poduzetnici su pravne ili fizičke osobe koje na različite načine i uz različite kombinacije relevantnih činitelja spajaju poduzetničke ideje s potrebitim kapitalom, organiziraju proizvodnju, trženje ili usluživanje, pokušavajući zadovoljiti neku potrošačku potrebu, povratiti uloženi kapital i kontinuirano zarađivati željeni, odnosno što veći profit, pri čemu osobno preuzimaju sve rizike i odgovornosti glede budućih učinaka (dobiti ili gubitka) svoje poduzetničke djelatnosti.³

Poduzetnik, osoba koja posluje dobrima i uslugama, raspolaže sredstvima, organizira i koordinira rad, proizvodnju i poslovanje u nekoj gospodarskoj djelatnosti, te upravlja proizvodnim i drugim procesima unutar takve organizacijske cjeline. Svoje poslovanje obavlja na vlastiti rizik, a pripada mu poduzetnička dobit.⁴

Osobine koje bi svaki poduzetnik trebao imati su sljedeće:

- ❖ inovativnost,
- ❖ preuzimanje rizika,
- ❖ samouvjerenost,

¹ Škrtić M.: „Poduzetništvo“, Sinergija nakladništvo, Zagreb, 2006.g.

² Poslovni portal, <https://info-nik.info/2018/12/12/poduzetnik-nekoliko-definicija/> (21.04.2020).

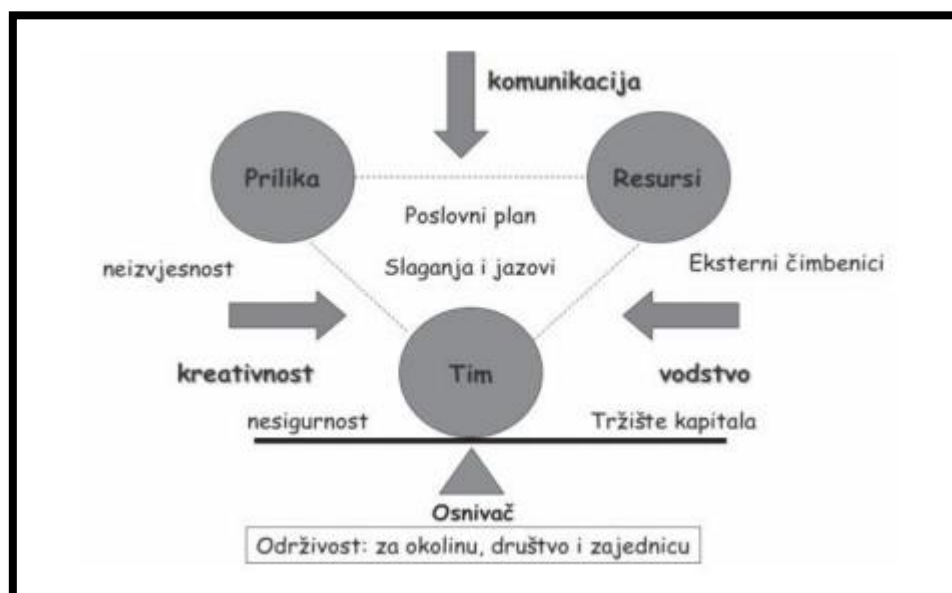
³ Kuvačić N.: „Primjenjeno poduzetništvo“, Cera Prom, Split, Zagreb, 2002.g.

⁴ Proleksis enciklopedija, <https://proleksis.lzmk.hr/41047/> (21.04.2020.)

- ❖ uporan rad,
- ❖ postavljene ciljeve te
- ❖ odgovornost.

Biti poduzetnik znači biti otvoren prema novome, biti inovativan, prihvaćati i uvoditi nove proizvode, usluge i procese, voditi ljude te biti spreman na rizik. Prema tome poduzetnici su osobe koje ulaze u poslovni projekt sa ciljem ostvarenja rasta ili prihoda, koristeći pri tome promišljen i planski pristup zasnovan na konceptu strateškog menadžmenta. Poduzetnik je ujedno i inovator jer stvara nove proizvode i usluge koji ne postoje na tržištu ili su jedinstvene. Ključni elementi koji definiraju poduzetnika su: stvaranje povećanog bogatstva, namicanje vrijednosti i preuzimanje rizika.⁵

Slika 1: Kako postati uspješan poduzetnik



Izvor: Delić A., Petarka S., Perić J. Želim postati poduzetnik. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku Ekonomski fakultet u Osijeku

⁵ Škrtić M., op.cit., str 46

2.1. Vrste poduzetnika

Specifične vrste poduzetnika su:⁶

- ❖ Pionir je poduzetnik u fazi izgradnje poduzeća, osnivač, pun energije i ideja, odlučan, potpuno se posvećuje poduzeću, osnivač malog poduzeća,
- ❖ Maher je poduzetnik u fazi rasta poduzeća, snažna, autoritativna i ambiciozna osoba koja vrlo brzo kreće unaprijed, dobro organizirani i vode poduzeće prema uspjehu,
- ❖ Strateg je poduzetnik u fazi diferencijacije, vrlo angažiran, željan uspjeha, ali i svjestan da ne može sam upravljati poduzećem pa je sklon decentralizaciji, oni su mislioci, svjesni su složenosti posla pa su usredotočeni na strateško odlučivanje,
- ❖ Trener je poduzetnik u fazi konsolidacije poduzeća, motivira suradnike, nedostaje mu kreativnost, osobe se liderskim karakteristikama koji potiču pozitivnu emocionalnu klimu, komuniciraju sa zaposlenicima, motiviraju ih te slušaju njihove savjete i primjedbe.

⁶ RTL.HR, <https://www.rtl.hr/zivotistil/edukacija/3609195/sto-je-to-poduzetnik-i-koji-su-tipovi-poduzetnika>(21.04.2020.)

3. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA

Dvije su najznačajnije škole koje su definirale poduzetništvo:⁷

- ❖ Klasična škola i
- ❖ Neoklasična škola.

Klasična škola dijeli se na Američku i Njemačku. Američka govori da je poduzetnik kreator bogatstva te da je profit rezultat uloženog talenta, vještina i sposobnosti, dok Njemačka govori da poduzetnik sam snosi sve rizike i odgovornosti te da je profit nagrada za preuzimanje rizika.

Poduzetništvo:

- ❖ engl.- ENTREPRENEURSIP
- ❖ franc.- L' ESPRIT D' ENTREPRISE
- ❖ njem.- ENTREPRENEURSHIP
- ❖ tal.- IMPRENDITORIALITA
- ❖ rus.- PREDPRINIMATELJSTVA
- ❖ slov.- PODJETNIŠTVO
- ❖ port.- EMPREENDEDORISMO
- ❖ španj.- EL ESPIRITU EMPRESARIAL.

Poduzetništvo se može definirati kao splet poslovnih aktivnosti gdje poduzetnik ima ideju u koju ulaže vlastiti ili tuđi kapital, a s glavnim ciljem da ostvari dobit.

Poduzetništvo sve više postaje specifična poslovna, ali i osobna filozofija.

Poduzetništvo je spremnost pojedinca ili više partnera da uz određeno ulaganje kapitala i preuzimanje rizika uz neizvjesnosti uđe u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita. To je način gospodarskog djelovanja u kojem poduzetnik odlučuje što, kako i za koga stvoriti i na tržištu realizirati ulazeći u poduzetnički pothvat na svoj trošak i rizik s ciljem stjecanja dobiti.⁸

⁷ Tkalec Z.: Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, znanstveni rad, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43.pdf (21.4.2020.)

⁸ Zagrebačka županija, <https://poduzetnistvo-zagrebacka-zupanija.hr/sto-je-poduzetnistvo/> (21.04.2020.)

Sam pojam poduzetništva povezuje se s upravljanjem malim poduzećima. Sama bit poduzetništva je u konstantnom traženju novih ideja, pronalasku novih mogućnosti u poslovanju, vještini te pouzdanoj intuiciji.

U literaturi o poduzetništvu spominju se tri modela poduzetništva – američki, europski i azijski model. Američki model poduzetništva ističe ekonomsku i socijalnu slobodu, pod ekonomskom slobodom se podrazumijevaju:⁹

- ❖ sposobnost stvaranja, zaključivanja i izvršenja ugovora bez prethodnog vladina odobrenja ili uključivanja,
- ❖ sposobnost stvaranja i samostalnog korištenja profita,
- ❖ sposobnost ulaženja u ekonomske aktivnosti, kao što su prodaja ili kupnja s minimumom vladine kontrole.

Europski model postavlja socijalne slobode ispred ekonomskih, u slučaju neslaganja između vlade i poduzetnika društveni ciljevi su u prednosti. Vlada kreira okvire za poduzetništvo, te pomoću zakona osigurava ostvarenje socijalnih ciljeva ravnopravnosti i kvalitete života. Moć pojedinca veća je od one koju ima poduzeće.¹⁰

Azijski model postavlja ekonomske slobode ispred socijalnih sloboda, povezuje trgovce i vlade kako bi se izjednačili u društvenoj moći, dok pojedinci nemaju moć. Poduzeće se može baviti poslovima bez vladina miješanja, ali može imati i direktnu potporu vlade. Zakonodavstvo služi za zaštitu lokalne industrije od uvoza.¹¹

Najvažniji teoretičari poduzetništva su:¹²

- ❖ Richard Cantillon (1680.-1734.) - prvi je moderni teoretičar poduzetništva koji opisuje poduzetničke aktivnosti i navodi karakteristike profita,
- ❖ Adam Smith (1713.-1790.) - poduzetnička aktivnost se ostvaruje: a) marljivošću i štedljivošću, b) poslovnim špekulacijama, c) poslovnim inovacijama,
- ❖ Joseph Schumpeter (1883.-1950.) - „otac poduzetništva“, austrijski i američki ekonomist i sociolog, a definira poduzetništvo kao stvaranje inovacija, što je osnova za gospodarski rast i razvoj,

⁹ Buble, M., Kružić, D. : „Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti“, RriF, Zagreb, 2006.g., str. 60

¹⁰ Buble, M., Kružić, D.: op.cit., str. 61

¹¹ Ibidem

¹² Tkalec Z.: Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, znanstveni rad, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43.pdf (22.04.2020.)

- ❖ Peter Drucker (1909.-2005) - suvremeni američki teoretičar, koji govori da se ekonomija temelji na sustavnoj inovaciji, poduzetničkom upravljanju i poduzetničkim strategijama.

3.1. Karakteristike poduzetništva

Jedna poznata izreka kaže „Poduzetne osobine su najmirnije kada nemaju mira“. Smatra se da bi svaki poduzetnik trebao posjedovati sedam temeljnih poduzetničkih osobina, a to su inovativnost, sklonost preuzimanja rizika, samouvjerenost, radoholičnost, odgovornost, samostalnost te svrhovitost. Stoga i poduzetništvo ima opisane funkcionalne karakteristike, a to su:¹³

- ❖ Altruizam – označava spremnost poduzetnika na razumijevanje interesa drugih. U poduzetništvu ga povezujemo s poštenjem i etičnošću poslovanja.
- ❖ Hrabrost – karakteristika osoba koje su spremne na razumno preuzimanje rizika. Osobina je povezana sa samouvjerenošću. Poduzetnička hrabrost se temelji na visokoj razini znanja i informiranosti o rizičnosti posla te spremnosti na uspjeh ali i na mogući neuspjeh.
- ❖ Kreativnost i inovativnost – bez kreativnosti i inovativnosti nema poduzetništva. Poduzetnik obične stvari vidi na nov i neobičan način. Takva misaona transformacija je nužni uvjet svake nove ideje. Uključuje sposobnost drugačijeg, stvaralačkog razmišljanja i djelovanja, spremnost i otvorenost za kreiranje novih ideja. Kreativnost je podloga za inovativnost a inovacija je rezultat kreacije. Poduzetnici osmišljavaju inovaciju u obliku novih proizvoda ili usluga, nude ih tržištu u očekivanju profita.
- ❖ Mudrost – karakteristika koja je rezultat razumna ponašanja povezana s iskustvom. To je upravljanje znanjem i iskustvom te primjena tog i takvog znanja. Mudar poduzetnik uočava poslovne prigode i mogućnosti svojih suradnika.

¹³ Tkalec Z.: Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, znanstveni rad, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43.pdf (22.04.2020.)

- ❖ Samostalnost – osnovni poduzetnički stav temeljem kojeg poduzetnici samostalno uočavaju i kreiraju poslovne prilike s ciljem svrhovite realizacije.
- ❖ Odgovornost – poduzetnička odgovornost pretpostavlja želju za uspjehom. Odgovornost je slojevita. Poduzetnik je odgovoran prema samome sebi, obitelji, državnim obvezama, prirodi, zaposlenicima, kupcima i dobavljačima i dr.
- ❖ Poštenje – poštenje osigurava temeljne pretpostavke za svekoliki uspjeh. Moralna načela se sve više uvažavaju u odnosu na beskrupulozno stjecanje profita.
- ❖ Radoholičnost - poduzetnici posjeduju visoku razinu radnih navika. Ne miruju i zaljubljeni su u svoj posao.
- ❖ Samouvjerenost – poduzetnici vjeruju u sebe i svoje sposobnosti. Karakteristika koja je urođena ali dolazi do punog značaja uz znanje i iskustvo.
- ❖ Sklonost razumnom preuzimanju rizika – poduzetnici su osobe koje svjesno riskiraju da bi ostvarili određeni profit. Poduzetnicima su zanimljivi i nesigurni, profitabilniji poslovi. Nužna je razumnost u preuzimanju rizika. Do mnogih, najplemenitijih pothvata u životu možda uopće ne bi ni došlo da su se mogle predvidjeti poteškoće u realizaciji.
- ❖ Strpljenje – strpljenje poduzetniku osigurava realizaciju najambicioznijih ciljeva. Strpljenje je jedno od temeljnih načela moći etičkog poslovanja.
- ❖ Stvaralaštvo – poduzetnička je karakteristika koja je svojevrsna kombinacija kreativnosti i inovativnosti. Označava osobinu i nastojanje stvaranja nečeg novog, originalnog i drugačijeg od drugih. Oglada se u pokretanju različitih aktivnosti, kombiniranju raznih činitelja proizvodnje, prodaje ili stvaranju novih proizvoda.
- ❖ Svrhovitost – potrebno je imati dugoročne ciljeve kako se ne bi razočarali zbog kratkoročnih neuspjeha (George. H. Bender). Svrhovitost znači ciljano ponašanje, kombiniranje različitih aktivnosti i resursa s ciljem postizanja određenih rezultata. Poduzetnici stalno formuliraju nove ciljeve i načine realizacije tih ciljeva.
- ❖ Upornost - poslovanje je povezano s preprekama, često i neplaniranima i nepredviđenima. Samo upornošću se prevladavaju problemi i prepreke. Ako su poduzetnici uvjereni u pozitivan, jasan cilj poduzetničkog pothvata, upornošću

će ga i realizirati. Ako i dožive neuspjeh, upornost ih vodi ka novim pokušajima i traženju novih, kvalitetnijih rješenja.

- ❖ Vizionarstvo – Vizionarstvo kao poduzetnička karakteristika pretpostavlja uočavanje dobrih poslovnih prilika, predviđanje budućih događaja. Značajno je predviđanje tržišnih i poslovnih promjena, razvoj znanosti i tehnologije, zahtjeva kupaca, političkih i društvenih promjena te, temeljem toga, odrediti smjernice poslovne politike.

Iz svega toga može se zaključiti da je kod razvoja poduzetničkih karakteristika jako bitno poduzetničko okruženje.

3.2. Funkcije poduzetništva

Funkcije poduzetništva su grupe poslovnih zadataka i aktivnosti koje se pojavljuju u suvremenom poslovanju poduzetnika. Sve funkcije poduzetništva u manjim poduzećima provodi poduzetnik. Kako se poduzeće razvija tako se i funkcije počinju razdvajati na više osoba (menadžera) koji se specijaliziraju u provedbi jedne ili nekoliko njih. Najvažnije funkcije u suvremenom poduzetništvu su:¹⁴

- ❖ strateška funkcija,
- ❖ planska funkcija,
- ❖ organizacijska funkcija,
- ❖ upravljačka funkcija i
- ❖ kontrolna funkcija.

Zadaća strateške funkcije poduzetništva je definiranje strategije razvoja poduzeća. Stratešku funkciju provodi poduzetnik samostalno ili u suradnji s menadžmentom poduzeća. Strategija je plan akcija koje poduzetnik treba poduzeti da bi ostvario svoje vizije, definirao misiju i postavio strateške ciljeve. Strategija obuhvaća sve pojedinačne planove poduzeća koji sinergijski ostvaruju zacrtani cilj.¹⁵

Glavna zadaća planske funkcije je izgradnja te donošenje strateškoga poslovnog plana razvoja poduzeća.

Organizacija se definira kao svjesno udruživanje ljudi kojima je cilj da odgovarajućim sredstvima ispune određene zadatke s najmanjim mogućim naporom i to na bilo kojem

¹⁴ Dračić I.: „Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje“, Varaždin: Hrvatski zavod za zapošljavanje Varaždin, 2012.g., str. 5.

¹⁵ Dračić I., op.cit., str. 6.

području društvenog života. Zadaća organizacijske funkcije poduzetništva je uspostavljanje organizacijske strukture poduzeća i međusobnih veza među svim zaposlenima u poduzeću koji obavljaju različite aktivnosti.¹⁶

Zadaća upravljačke funkcije poduzetništva je planiranje, organiziranje rada i poslovanja, angažiranje i vođenje ljudi, kontroliranje ljudskih, materijalnih i informacijskih resursa. Jako je važno utjecati na zaposlenike kako bi oni obavili zadatke na najučinkovitiji način, a njihovi rezultati bi doveli do postavljenih ciljeva.

Temelj učinkovitog vodstva čini osmišljavanje zadataka postavljenih određenoj organizaciji i njihovo jasno i očigledno definiranje i utvrđivanje. Vođa postavlja ciljeve, određuje prioritete i utvrđuje i održava standarde, ali čini i kompromise. Način vođenja dvoje ili stotinu ljudi zahtjeva od vođe iste sposobnosti poticanja i motiviranja zaposlenika, ovladavanje sukobima koji se mogu pojaviti u poslovanju itd.¹⁷

¹⁶ Ibid., str.8

¹⁷ Dračić I., op.cit., str. 9.

4. POSLOVNI PLAN

Poslovni plan označava opis poslovne ideje i mjera koje su potrebne za realizaciju posla. Osim toga sadrži procjenu potrebnih ljudskih i financijskih resursa (troškova) i očekivani prihod kako bi se procijenila isplativost investicije. Polazna točka je temeljno razrađen marketinški plan i daljnji pod-planovi, kao što su planovi za nabavu, proizvodnju, osoblje i financijski plan. Poslovni plan je važan temelj za osnivača ili menadžere, kao i sredstvo komunikacije sa privatnim ili javnim investitorima kao što su banke, venture kapitalisti, poslovni savjetnici, potencijalni poslovni partneri ili drugi faktori koje odlučuju o financiranju.¹⁸

4.1. Poslovna ideja

Poslovna se ideja može definirati kao kratak opis osnovnih radnji budućeg poslovnog pothvata. Ona je zapravo kombinacija resursa i vrijednosti za krajnjeg kupca ili korisnika. Poslovna je ideja početak svakog poduzetničkog pothvata.

Od poslovne ideje do njene realizacije dug je put. Stoga da bi bio što sigurniji u njenu realizaciju kod osmišljavanja se ne smije smetnuti s uma bitna značajka dobre poslovne ideje. To je prije svega da ideja povezuje interese i vještine vlasnika, podrazumijeva primjenu znanja i vještina koje vlasnik posjeduje ili može brzo svladati, zahtijevaju novčana sredstva, omogućuju barem četiri puta veći povrat novaca od uloženog, ne zahtijevaju zapošljavanje većeg broja zaposlenika i usmjerene su na ciljno tržište.

Da bi poduzetnici stvorili svoje ideje na raspolaganju su im brojne tehnike oblikovanja poslovnih ideja. Među najčešće korištenim su:¹⁹

- ❖ brainstorming metoda (oluja mozgova),
- ❖ tematske skupine (fokus grupe) i
- ❖ proučavanje sekundarnih podataka.

Brainstorming metoda najkorištenija je metoda osmišljavanja poslovnih ideja. Koristi se podjednako, kako za osmišljavanje ideja s ciljem pokretanja novog poslovnog pothvata, tako i razvoj novih proizvoda ili usluga u postojećim poduzećima. Ova je metoda iznimno jednostavna – za njezinu je provedbu potrebno imati tek papir i olovku,

¹⁸ Zagrebačka županija, <https://poduzetnistvo-zagrebacka-zupanija.hr/poslovni-plan/> (21.04.2020.)

¹⁹ Delić A., Peterka S., Alpeza M., Osmislite i provjerite svoju poduzetničku ideju, publikacija, https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Osijek/Publikacija_Osmislite%20svoju%20ideju.pdf (5.5.2020.)

ali je važno pridržavati se četiri pravila. A to su da kritika nije dopuštena, da se baš sve ideje moraju zapisivati, proces se ne smije ubrzavati i dopušteno je skakanje s jedne na drugu ideju.²⁰

Skupina ljudi (obično između 5 i 10) odabranih na temelju određenih zajedničkih obilježja (stručnjaci za određeno područje, osobe koje posjeduju relevantne informacije, i sl.) bitnih za pitanje o kojemu se raspravlja, čine tematsku skupinu (fokus grupu). Ovu se skupinu ljudi mora unaprijed upoznati s problemom o kojemu se raspravlja te treba biti spremna raspravljati o tome i odgovarati na pitanja koja postavlja moderator skupine. Tematska se skupina obično sastaje nakon brainstorminga kako bi se osmišljene ideje analizirale te procijenio njihov potencijal.²¹

Sekundarni podatci (izvještaji, podatci o stanju u industriji, baze podataka kao i statistički podatci) nepresušan su, ali nedovoljno iskorišten izvor informacija u procesu osmišljavanja poslovnih ideja. Proučavanje sekundarnih podataka najbolje rezultate daje nakon što se (nekom drugom metodom) već osmislilo nekoliko poslovnih ideja. Knjižnice i Internet nedovoljno su (ili neprimjereno) korišten izvor informacija za osmišljavanje ideja. Preporuka je stoga, prije početka proučavanja dostupne literature, obaviti razgovor s knjižničarom / knjižničarkom oko interesnog područja, a koji će pomoći u prepoznavanju korisnih izvora – specijaliziranih časopisa, stručnih radova, izvješća ili analiza. Gradske i sveučilišne knjižnice najčešće imaju i pretraživače koji mogu olakšati potragu za potrebnim informacijama.²²

²⁰ Delić A., Petarka S., Alpeza M., Osmislite i provjerite svoju poduzetničku ideju, publikacija, https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Osijek/Publikacija_Osmislite%20svoju%20ideju.pdf (5.5.2020.)

²¹ Ibidem.

²² Ibidem.

5. PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020. donosi se u skladu s Ekonomskim programom Republike Hrvatske 2013. s ciljem jačanja poduzetničkog potencijala i unapređenja kulture poduzetništva. Poduzetništvo i gospodarstvo, kako Republike Hrvatske tako i Europske unije, će dugoročno napredovati samo ako veliki broj hrvatskih građana prepozna poduzetništvo kao atraktivnu opciju.

Strategija razvoja poduzetništva 2013. – 2020. godine izravan je odgovor na kratki prikaz uvjeta s općim ciljem povećanja konkurentnosti maloga gospodarstva u Hrvatskoj. Realizacija općeg cilja bit će potpomognuta mjerama koje će se odnositi na pet strateških ciljeva:

1. POBOLJŠANJE EKONOMSKE USPJEŠNOSTI

Unapređenje ekonomske uspješnosti maloga gospodarstva u sektorima proizvođačkih i uslužnih djelatnosti većim ulaganjem u R&D, višim stupnjem inovacija, rastom izvoza te daljnjim razvojem poslovnih mreža i povezanosti.

2. POBOLJŠAN PRISTUP FINANCIRANJU

Razvijanje raznih financijskih mogućnosti za subjekte maloga gospodarstva i uklanjanje financijskog jaza za malo gospodarstvo.

3. PROMOCIJA PODUZETNIŠTVA

Pružanje potpore osnivanju novih poduzeća, rast broja aktivnih poduzeća i jačanje institucija koje pružaju potporu poduzetnicima kako bi se na taj način pridonijelo ravnomjernijem i uravnoteženom razvoju hrvatskih regija.

4. POBOLJŠANJE PODUZETNIČKIH VJEŠTINA

Pružanje potpore većem razvoju subjekata maloga gospodarstva jačanjem njihove uprave, uvođenjem i djelovanjem većeg broja visokokvalificiranih zaposlenika te podupiranjem cjeloživotnog učenja zaposlenih u subjektima maloga gospodarstva.

5. POBOLJŠANO POSLOVNO OKRUŽENJE

Nadgradnja ostvarenog napretka uklanjanjem preostalih administrativnih opterećenja i olakšavanjem poslovanja u Hrvatskoj.

5.1. Poduzetničke potporne institucije

Poduzetničke potporne institucije su gospodarski subjekti usmjereni na stvaranje kvalitetnog, korisnički orijentiranog poduzetničkog okruženja u Republici Hrvatskoj i provode programe usmjerene na razvoj poduzetništva.²³

Poduzetničke potporne institucije su:²⁴

- Razvojne agencije (lokalne, županijske, za određene djelatnosti) - zadužene su za operativno provođenje mjera za razvoj gospodarstva i poduzetništva, poticanje i privlačenje investicija te iniciranje i realizaciju projekata poticanja gospodarskog razvitka i poduzetništva, objedinjavajući rad gospodarskih subjekata, lokalnih i regionalnih poduzetničkih institucija, te visokoobrazovnih institucija i centara znanja.
- Poduzetnički centri - zaduženi su za operativno provođenje mjera za razvoj i poticanje poduzetništva na lokalnom i/ili širem području (županija, regija) i predstavljaju središta stručne i edukativne pomoći poduzetnicima radi razvoja poduzetništva u svojim sredinama.
- Poslovni inkubatori (poduzetnički, za nove tehnologije) - zaduženi su za pomoć i podršku poduzetnicima u ranoj fazi razvoja poduzetničkih projekata te pružaju stručnu, tehničku i edukativnu pomoć za pokretanje poduzetničkih projekata i poduzeća te njihov brz i održiv razvoj.
- Poduzetnički akceleratori - zaduženi su za pružanje podrške poduzetnicima u post-inkubacijskoj fazi, odnosno u fazi razvoja i širenja poslovanja na domaćem i stranom tržištu.
- Poslovni parkovi - raspolažu fizičkim prostorima, zemljištem i resursima za smještaj malih, srednjih i velikih poduzetnika na komercijalnoj osnovi, s posebnim fokusom na privlačenje domaćih i inozemnih investicija.
- Znanstveno-tehnološki parkovi - osnivaju se radi komercijalizacije znanstvenih rezultata i poticanja suradnje znanstvenika i gospodarstvenika.
- Centri kompetencije - provode istraživačke projekte razvojnog ili proizvodnog karaktera i razvijaju kompetencije u pojedinim područjima te s kojim drugi poslovni

²³ Središnji državni portal, <https://gov.hr/moja-uprava/poslovanje/pokretanje-poslovanja/poduzetnicka-infrastruktura/1842> (23.04.2020.)

²⁴ Ibidem.

subjekti mogu ugovoriti usluge istraživanja i razvoja u svrhu jačanja pojedinih industrijskih grana.

6. OPERATIVNI SAŽETAK PODUZETNIČKOG PROJEKTA

PODUZETNIČKI PROJEKT RESTORAN „RAJSKI VRT“

Vlasnik restorana:

Filip Jančiev

Autor projekta:

Filip Jančiev

Osoba za vezu:

Filip Jančiev

Tel: 098 624702

Posebne informacije:

Podaci iz ovog projekta povjerljivi su

Autori pridržavaju prava intelektualnoga

vlasništva. Projekt je preslikan u pet istovjetnih

primjeraka.

Primatelj projekta:

Privredna banka Zagreb d.d.

Karlovac, rujan, 2020. g.

6.1. Podaci o investitoru

Poduzetnički projekt nastao je kao ideja Filipa Jančieva, studenta stručnog studija Ugostiteljstva u Karlovcu.

Tablica 1: Podaci o investitoru

| PODACI O INVESTITORU | |
|--------------------------|--------------------------------|
| <i>Ime i prezime</i> | <i>Filip Jančiev</i> |
| <i>Datum rođenja</i> | <i>Zagreb</i> |
| <i>Adresa stanovanja</i> | <i>Šestinski kraljevec 96</i> |
| <i>Mjesto stanovanja</i> | <i>Zagreb</i> |
| <i>Studij</i> | <i>Veleučilište u Karlovcu</i> |

Izvor: Izrada autora

Otvaranje restorana predviđa se na periferiji grada Zagreba. Na taj način nastoji se postići da što veći broj ljudi iz strogog centra Zagreba dođu u prirodu, usput uživaju u njoj te uživaju u vrhunski pripremljenoj domaćoj hrani.

6.2. Asortiman usluga

Ideja za otvaranje restorana s namirnicama provjerene kvalitete proizlazi s tržišta gdje je potrošačima sve važnije podrijetlo namirnica. Glavni razlog je zdrav način života. Sve potrebne namirnice nabavljat će se od lokalnih OPG-ova koji jamče kvalitetu svojih proizvoda i koji preferiraju ekološki uzgoj.

Gostima će se nuditi „a la carte“ meni. Ponuda će sadržavati različite vrste pečenja, domaće juhe, nekoliko vrsta priloga uz pečenje, razne slastice te će ponuda biti obogaćena i jelovnicima za vegetarijance.

Tablica 2: Asortiman usluga

| USLUGA | CIJENA |
|-----------------------------|-------------------------|
| Doručak | |
| Mazalice s kajmakom | 45,00kn |
| Hladan doručak | 25,00kn |
| Topli doručak | 35,00kn |
| Ručak+Večera | |
| Juhe | 18,00kn |
| Jela s roštilja | 50,00kn |
| Plate specijaliteta | 230,00kn |
| Jela po narudžbi | 85,00kn |
| Pohana jela | 60,00kn |
| Riblja jela | 65,00kn |
| Rižota | 45,00kn |
| Tjestenine | 45,00kn |
| Prilozi | 20,00kn |
| Salate | 20,00kn |
| Deserti | 25,00kn |
| Ostalo | |
| Catering | 70,00kn/osoba |
| Najam kongresne dvorane | 200,00kn/2h |
| Organizacija raznih prigoda | 250,00 - 450,00kn/osoba |

Izvor: Izrada autora

6.3. Temeljni tržišni podaci

Da bi realizirali poduzetnički projekt potrebno je donositi racionalne odluke. To se može jedino postići kvalitetnim praćenjem, ali i istraživanjem tržišta jer na taj način saznaju se sve informacije o tržištu na koje se nastoji pozicionirati i pratiti tržišno kretanje trendova.

Potrebno je prikupiti sve informacije o potrošačima, konkurenciji i potrebnim sredstvima. Na taj način odlučivati će se o cijenama usluga, potrebnoj promociji i distribuciji.

Ponuda usluga bit će dostupna svim potrošačima koja uključuje domicilno stanovništvo, izletnike i elitne skupine potrošača.

Restoran će biti smješten na Šestinama u pod sljemenskom naselju. Šestine su elitno zagrebačko naselje smješteno na južnim obroncima planine Medvednice, na nadmorskoj visini od 273 metra. U šestinskoj ulici Himper u 15. je stoljeću sagrađen dvorac nazvan Kulmerovi dvori, po njegovim zadnjim poznatim vlasnicima. Šestine su sa gradom povezane autobusom linijom ZET-a. Zagrepčanima izletnicima Šestine su odavno poznato, pa i omiljeno mjesto. A jedan od glavnih putova sa Medvednice u Zagreb prolazi kroz samo mjesto.

6.4. Struktura i izvori potrebnog kapitala

Projekcija potrebnih ulaganja u restoran „Rajski vrt“ dijeli se na:

- ❖ stalna sredstva i
- ❖ obrtna sredstva.

U nastavku će biti prikazana tablica koja će prikazivati omjer stalnih i obrtnih sredstva.

Proces proizvodnje većine poduzeća osigurava se dugotrajnom imovinom. Financijski rezultati poduzeća ovise o vrsti sredstava koja se koriste u proizvodnom procesu, njihovim tehničkim karakteristikama, fizičkom stanju. Stalna sredstva mogu se smatrati predmetom rada, budući da se opetovano uvode u proizvodni proces. Iako ne mijenjaju svoj oblik, a proces trošenja se provodi ravnomjerno i prenose svoju vrijednost na proizvedene proizvode.

Planirani kapacitet ugostiteljskog objekta je 80 m² unutarnjeg poslovnog prostora i 20 m² vanjskog poslovnog prostora. Unutarnji poslovni prostor sastojao bi se od kuhinje, šanka, ostave, wc-a i boravka za goste. Poslovni prostor bit će opremljen svim potrebnim sanitarijama, inventarom i ostalim pokućstvom. Od stalnih sredstva potrebno će biti kupiti sljedeća:

- ❖ Televizor -2komada,
- ❖ Računalo i fiskalna blagajna,
- ❖ Klima uređaji- 2komada,
- ❖ Štednjake za pečenje mesa,
- ❖ Rashladne uređaje za pića.

Tablica 3:Potrebna ulaganja

| Red. broj | STAVKE SREDSTAVA PREMA IZVORIMA | - | IZNOSI | STRUKTURA | |
|-------------|------------------------------------|---|----------------|-------------|---------------|
| | | | (u kn) | (%) | (%) |
| I. | VLASTITI IZVORI | | 155.800 | 100% | 68,99% |
| | UKUPNO | | | | |
| 1. | Novac – gotovina | | 70.000 | | |
| 2. | Zemljište | | - | | |
| 3. | Poslovni prostori | | 15.000 | | |
| 4. | Strojevi i oprema | | 30.500 | | |
| 5. | Inventar i pokućstvo | | 20.000 | | |
| 6. | Nasadi, stado i slično | | - | | |
| 7. | Prijevozna sredstva | | 20.300 | | |
| 8. | Ostala vlastita sredstva | | | | |
| II. | VANJSKI IZVORI | | 70.000 | 100% | 31,00% |
| | UKUPNO | | | | |
| 9. | Prodaja dionica | | | | |
| 10. | Bankarski zajmovi | | 70.000 | 100% | |
| 11. | Zajmovi osnivača | | | | |
| 12. | Kreditni dobavljača | | | | |
| 13. | Kreditni kupaca | | | | |
| 14. | Ostali izvori kapitala | | | | |
| I+II | UKUPNO POTREBITA SREDSTVA | | 225.800 | | 100% |

Izvor: Izrada autora

6.5. Potrebni zaposlenici

Kako bi se poduzetnički projekt mogao realizirati potrebno je unaprijed utvrditi potrebnu radnu snagu. Za prvih pet godina predviđa se da su potrebni sljedeći zaposlenici:

- ❖ Vlasnik restorana, ujedno i osnivač/pokretač projekta, dostavljač,
- ❖ osoba za nabavu i promociju restorana – potrebna visoka stručna sprema, osoba će biti zadužena za administrativne poslove, potrebno radno iskustvo,
- ❖ 2 glavna kuhara – potrebna znanja i vještine, viša stručna sprema, potrebno radno iskustvo 5 godina,

- ❖ 2 pomoćna kuhara – srednja stručna sprema, nije potrebno radno iskustvo
- ❖ 4 konobara – srednja stručna sprema, potrebno radno iskustvo minimalno godinu dana, od njih se traži komunikativnost, točnost te brzina,
- ❖ Čistačica – KV, održavanje čistoće restorana.

6.6. Izvori financiranja

Prema vlasništvu izvori financiranja mogu biti:²⁵

- ❖ Vlastiti izvori (dionički kapital, partnerski ulozi) kod kojih ne postoji obaveza vraćanja te nemaju rok dospijeca. Koriste se za ulaganje sredstava u poslovanje privrednog subjekta na neodređeno vrijeme,
- ❖ Tuđi izvori (sve vrste kratkoročnih i dugoročnih obveza, dugovi) koji se moraju vratiti vjerovnicima u određenom roku, a koriste se za financiranje kratkoročnih i dugoročnih ulaganja.

Vlastite izvore čini obiteljski novac te ušteđevina. Taj iznos iznosi 70.000,00kn, a tuđi izvor financiranja biti će bankarski zajam u iznosu od 70.000,00kn koji će biti podignut kod Privredne banke Zagreb.

Također ,jedan način financiranja biti će korištenje mjere samozapošljavanja u iznosu od 75.000,00kuna.

²⁵ Vidučić Lj., 2004, Financijski menadžment, Rif, Zagreb.; Orsag S., 1997, Financiranje emisijom vrijednosnih papira, RIFIN, Zagreb.

7. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA

Istraživanje tržišta je proces koji uključuje šest faza:²⁶

- ❖ Definiranje problema,
- ❖ Prikupljanje primarnih podataka,
- ❖ Prikupljanje sekundarnih podataka,
- ❖ Faza detaljne analize,
- ❖ Obrada i analiza prikupljenih podataka i
- ❖ Sastavljanje izvješća istraživanja.

7.1. Karakteristike prodajnog tržišta

Ciljno prodajno tržište vezano je za stanovništvo pod sljemenskog naselja Šestine, potom za Zagrepčane i naravno sve ostale turiste kojima će restoran „Rajski vrt“ biti usputna stanica.

Na samom području Šestina već postoji određena konkurencija stoga da bi restoran uspio ,nudit će potrošačima jela po povoljnim cijenama i provjerene namirnice koje će se uzimati od lokalnih OPG-ova.

Prednost ovog poduzetničkog projekta pred konkurencijom:

- ❖ Pristupačne cijene,
- ❖ Kvalitetne namirnice,
- ❖ Ljubazno osoblje,
- ❖ Blizina glavnog grada.

7.2. Analiza konkurencije

Konkurencija restoranu „Rajski vrt“ postoji. Najveći konkurent mu je restoran „Šestinski Lagvić“ koji je na tržištu gotovo 70 godina. Ukoliko djelatnost ostvari određeni uspjeh na tržištu, planirat će se i proširenje asortimana, ali i samog prostora. Pošto je ovo jedna vrsta inovacija jer se radi o kupnji namirnica od lokalnih OPG-ova, to bi trebalo omogućiti uspjeh na tržištu u doglednom vremenu.

²⁶Marketing portal, <https://www.markething.hr/proces-istrazivanja-trzista-i-zasto-je-vazan/> (30.04.2020.)

Misija restorana „Rajski vrt“ je da konstantnim ulaganjem i trudom omogući svojim gostima što bolji doživljaj i trenutke koje neće zaboraviti. Prilike koje idu tome u prilog su sljedeće:

- ❖ Sve veća orijentiranost ljudi na zdraviji način života,
- ❖ Velika cirkulacija turista u području,
- ❖ Mogućnost širenja na druga područja,
- ❖ Blizina glavnog grada,
- ❖ Blizina nacionalnih parkova i ostale turističke top destinacije Hrvatske.

Tablica 4:SWOT analiza

| SWOT ANALIZA | |
|--|--|
| SNAGE | SLABOSTI |
| mlado i dinamično osoblje, geografska pozicija, dodatni sadržaji, blizina Medvednice, bogata gastronomska ponuda, stabilnost vlasničke strukture, obrazovno i motivirano osoblje, besplatan WI-FI, rad tijekom cijele godine | novi na tržištu, visoki troškovi pokretanja poduzetničkog projekta, korištenje bankarskog zajma |
| PRILIKE | PRIJETNJE |
| izgradnja novih objekata, povećanje prihoda kroz povećanje cijena, blizina parka prirode, sigurna situacija u RH, prepoznavanje kontinentalne RH i Zagreba kao turističke destinacije | Konkurencija ostalih restorana, administrativno birokratske prepreke, donošenje nepovoljnih zakona, gospodarska kriza, spor ekonomski rast, prirodne katastrofe (seizmička aktivnost), pandemije |

Izvor:Izrada autora

7.3. Analiza lokacije

Makro lokacija projekta – Republika Hrvatska, Grad Zagreb.

Mikro lokacija – zagrebačko naselje Šestine.

Lokacija samog restorana „Rajski vrt“ vrlo je atraktivna. Radi se o elitnom dijelu grada i Zagrepčanima izletnicima je taj dio grada jako dobro poznat. Područje mikro lokacije po svojim prirodnim obilježjima je ekološki očuvano i nezagađeno.

Istraživanjem turističkih potencijala mikro i makro lokacije došlo se do zaključka da postoji potencijal za uključivanjem u turističku ponudu.

7.4. Projekcija zaštitnih mjera

Sve poduzete mjere zaštite su u skladu sa zakonima o zaštiti okoliša, zaštiti od požara, zaštiti na radu te u skladu sa standardima djelatnosti.

Kvaliteta sustava za prozračivanje i klimatizaciju će se ugraditi u poslovne prostorije uz strogo poštivanje mjera opreza na radu, omogućuje sigurne i za zdravlje potpuno neškodljive uvjete rada svih zaposlenika.

Prostor će imati ugrađenu klimatizacijsku opremu što će omogućiti ugodne radne uvjete radnicima i ugodan boravak gostima.

Iako su potrebiti zaposlenici kvalificirani za obavljanje posla, zbog nepažnje postoji mogućnost težih i lakših ozljeda kao što su posjekotine, opekotine, eksplozije, trovanja plinovima i sl.. Zbog toga je potrebno imati kutiju za prvu pomoć, dimne alarme i aparate za gašenje na dohvata ruke svima.

Tablica 5: Popis mjera i visina ulaganja pri zaštiti na radu

| Red. broj | NAZIV AKTIVNOSTI (MJERE ZAŠTETE PRI RADU) | Vrijednost opreme | Vrijednost rada | Ukupna ulaganja kn |
|------------------|---|-------------------|-----------------|--------------------|
| 1. | Protupožarni aparati | | | 2100 |
| 2. | Zaštitna odjeća | | | 1500 |
| 3. | Kutija za prvu pomoć | | | 400 |
| 4. | Dimni alarmi | | | 600 |
| SVEUKUPNO | | | | 4600 |

Izvor: Izrada autora

7.5. Projekcija aktivizacijskog razdoblja

Popis i trajanje svih aktivnosti ,koje će se morati obaviti do samog početka redovnog poslovanja, sadržani su u projekciji terminskog plana i pokazuju da će aktivizacijsko razdoblje trajati ukupno 6 mjeseci.

Tablica 6: Aktivizacijsko razdoblje

| Broj aktivnosti | AKTIVIZACIJSKO RAZDOBLJE (mjeseci) | | | | | | | | | | | |
|-----------------|------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1. | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | | | | |
| 4. | | | | | | | | | | | | |
| 5. | | | | | | | | | | | | |
| 6. | | | | | | | | | | | | |
| 7. | | | | | | | | | | | | |

Izvor: Izrada autora

Aktivizacijsko razdoblje obuhvaćati će sedam faza, a one su sljedeće:

- ❖ Izradu poduzetničkog plana u trajanju od mjesec dana,
- ❖ Prikupljanje i identificiranje potrebnih sredstva,
- ❖ Administrativni poslovi u trajanju od 2 mjeseca
- ❖ Priprema prostora za izvođenje instalacijskih radova, nabava i postavljanje opreme u trajanju od 3 mjeseca,
- ❖ Raspisivanje natječaja za zapošljavanje i sklapanje ugovora s dobavljačima u trajanju od mjesec dana,
- ❖ Završna provjera prostora i marketinške aktivnosti u trajanju od mjesec dana,
- ❖ Početak rada.

Otvorenje i početak poslovanja očekuje se u lipnju 2021. godine.

8. MARKETING PODUZETNIČKOG PROJEKTA

Marketinškim planiranjem i aktivnostima utvrđuje se budućnost poduzetničkog subjekta, odnosno ciljeve koji se žele ostvariti i način njihovog ostvarenja.²⁷ U središtu aktivnosti organizacije moraju biti potrošači i zadovoljenje njihovih potreba. Putem promocije potrošači se informiraju o usluzi, samom imidžu te idejama organizacije.

Bit marketinga je učinkovita kombinacija svih marketinških aktivnosti u svezi proizvoda, njegove cijeni, prodaje i distribucije te promocije-promidžbe. U nastavku će se predočiti promidžbeni program prikazanog projekta.

Glavni cilj je efikasno koristiti novčana sredstva koja su namijenjena marketingu, ali i koristiti besplatne medije što je više moguće.

Namjerava se izraditi Internet stranica koja će detaljno potrošače upoznati sa ključnim uslugama koje restoran pruža te svim popratnim sadržajima i informacijama.

Također će se otvoriti Facebook/Instagram račun gdje će se objavljujati dojmovi potrošača, slike te ostale zanimljive informacije o restoranu. Utjecat će se na to da potrošači klikom na gumb LIKE upoznaju restoran te pozovu prijatelje da učine isto. Društvene mreže danas su jedan od najzastupljenijih i najpopularnijih načina oglašavanja stoga će se posebna pažnja usmjeriti na njih.

Snimljena radio reklama emitirat će se u udarnim terminima na poznatim i radio stanicama.

Jedan od načina prijenosa informacija i preporuka bit će i onaj usmenom predajom, „od usta do usta“.

Sudjelovanje na lokalnim, regionalnim i državnim sajmovima također spada u planirane marketinške aktivnosti.

Također, tiskati će se letci i brošure koji će se dijeliti potrošačima, a sve u svrhu da se isti upoznaju što bolje s novim restoranom i njegovom uslugom.

²⁷ Grbac B., Meler M., Marketinško planiranje, Zagreb 2007., str. 6

Restoran će se uključivati u humanitarne akcije te donirati novčana sredstva i hranu ukoliko se za to pokaže potreba.

Navedene aktivnosti su iskazane u skladu s budžetom koji restoran ima.

9. TROŠKOVI POSLOVANJA

Trošak predstavlja iskorištavanje resursa. Troškovi se mogu podijeliti na troškove proizvoda i troškove razdoblja. Troškovi proizvoda, kako i samo ime govori, su oni troškovi koji se odnose na proizvod koji poduzeće prodaje. Troškovi razdoblja su oni troškovi koji su nastali kako bi se pribavila dobra ili usluge koje poduzeće koristi u svom poslovanju.²⁸

Glavni trošak restorana je materijalni trošak ,odnosno, trošak nabave robe. Ostali troškovi su: troškovi plaća, trošak režija i komunalija, najam prostora, troškovi promocije i Internet.

Tablica 7: Troškovi poslovanja

| TROŠAK kn | VREMENSKO RAZDOBLJE OD PET GODINA | | | | | UKUPNO |
|-------------|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | |
| Nabava robe | 98.000 | 102.000 | 125.000 | 145.000 | 164.000 | 634.000 |
| Plaće | 356.000 | 356.000 | 356.000 | 356.000 | 356.000 | 1.780.000 |
| Režije | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 30.000 |
| Komunalije | 4.500 | 4.500 | 4.500 | 4.500 | 4.500 | 22.500 |
| Najam | 17.000 | 17.000 | 17.000 | 17.000 | 17.000 | 85.000 |
| Promocija | 8.000 | 8.000 | 8.000 | 8.000 | 8.000 | 40.000 |
| Internet | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 10.000 |
| Ostalo | 5.000 | 6.000 | 6.000 | 8.000 | 10.000 | 35.000 |
| UKUPNO | 496.500 | 500.500 | 523.500 | 543.500 | 562.500 | |

Izvor: Izrada autora

²⁸ Financijski portal, <https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/T/Tro%C5%A1ak> (01.05.2020.)

10. RAČUN DOBITI I GUBITKA (RDG)

U financijskoj literaturi poznato je pet temeljnih financijskih izvještaja:²⁹

- ❖ Bilanca,
- ❖ Izvještaj o promjenama vlasničke glavnice,
- ❖ Izvještaj o novčanom toku,
- ❖ Bilješke uz financijske izvještaje i
- ❖ Račun dobiti i gubitka.

Račun dobiti i gubitka je financijski izvještaj koji pokazuje uspješnost poslovanja poduzeća kroz određeno vremensko razdoblje. Sadrži prikaz svih prihoda i rashoda te ostvareni financijski rezultat u određenom obračunskom razdoblju, a daje odgovor na pitanje da li poduzeće ostvaruje svoj cilj, a to je profitabilnost.

Tablica 8: Račun dobiti i gubitka

| PRIHODI I RASHODI | Promatrane godine eksploatacije projekta | | | | | UKUPNO kn |
|-----------------------------|--|---------|---------|---------|---------|--------------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | |
| I. UKUPNI PRIHODI | 532.100 | 578.220 | 601.200 | 660.100 | 701.980 | 3.073.600 |
| 1. Prihodi od prodaje | 532.100 | 578.220 | 601.200 | 660.100 | 701.980 | 3.073.600 |
| II. UKUPNI RASHODI | 512.500 | 517.500 | 537.500 | 552.950 | 573.500 | 2.693.950 |
| 1. Materijalni troškovi | 98.000 | 102.000 | 125.000 | 145.000 | 164.000 | 634.000 |
| 2. Troškovi usluga | 20.500 | 20.500 | 20.500 | 20.500 | 20.500 | 102.500 |
| 3. Troškovi amortizacije | 23.000 | 23.000 | 23.000 | 23.000 | 23.000 | 115.000 |
| 4. Troškovi plaća | 356.000 | 356.000 | 356.000 | 356.000 | 356.000 | 1.780.000 |
| 5. Kamata | 10.000 | 10.000 | 7.000 | 450 | - | 27.450 |
| 6. Ostali rashodi | 5.000 | 6.000 | 6.000 | 8.000 | 10.000 | 35.000 |

²⁹ Žager, K. i dr: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 2008., str.52.

| | | | | | | |
|--------------------------------|--------|-----------|--------|---------|-----------|---------|
| UKUPNA DOBIT (I-II) | 19.600 | 60.720 | 63.700 | 107.150 | 128.480 | 379.650 |
| Porez na dobit (20%) | 3.918 | 12.144 | 12.740 | 21.430 | 25.696 | 75.930 |
| ČISTA DOBIT | 15.680 | 48.576 | 50.960 | 85.720 | 102.784 | 303.720 |
| Zakonske pričuve (5%) | 784 | 2.428,80 | 2.548 | 4.286 | 5.139,20 | 15.186 |
| Statutarne pričuve (5%) | 784 | 2.428,80 | 2.548 | 4.286 | 5.139,20 | 15.186 |
| ZADRŽANA DOBIT | 14.896 | 46.147,20 | 48.412 | 81.434 | 97.644,80 | 288.534 |

Izvor: Izrada autora

Nakon izračuna računa dobiti i gubitka može se zaključiti da će restoran poslovati s dobitkom. Ukupna dobit iznositi će 379.650,00kn, a kada se oduzme porez, poduzeće će imati ukupnu čistu dobit u iznosu od 303.720,00kn.

11. OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA

Projekcije ulaganja, planirani prihodi i rashodi, poslovnoj ideji daju financijski smisao. Svakom ulaganju prethodi ekonomska i financijska analiza, kojom poduzetnik traži odgovor na pitanje kada i u kojem obujmu će se vratiti uložena sredstva.³⁰

Provode se dvije vrste analiza:³¹

- ❖ Statička i
- ❖ Dinamička.

Statička analiza provodi se temeljem različitih skupina pokazatelja kojima se analizira proizvodnost, profitabilnost, ekonomičnost, efikasnost investicijskog projekta. S obzirom da postoji veliki broj pokazatelja, isti su svrstani u nekoliko osnovnih kategorija:³²

- ❖ Pokazatelji likvidnosti,
- ❖ Pokazatelji zaduženosti,
- ❖ Pokazatelji aktivnosti,
- ❖ Pokazatelji ekonomičnosti,
- ❖ Pokazatelji profitabilnosti i
- ❖ Financijski pokazatelji.

Kao najvažniji pokazatelji dinamičke analize koriste se razdoblje povrata ulaganja, interna stopa profitabilnosti, čista sadašnja vrijednosti te stopa povrata.

³⁰ Vukičević, Milan: *Financije poduzeća*, Golden marketing, Zagreb, 2006., str. 107.

³¹ Kuvačić N.: *Biznis-plan ili poduzetnički projekt*, Beretin, Split, 2005., str.239

³² Vukičević M.: *op.cit.*, str. 78.-80.

12.1. Razdoblje povrata

Razdoblje povrata ulaganja definira se kao broj godina, odnosno razdoblja u kojima će se vratiti novac uložen u određeni projekt.³³

Tablica 9: Razdoblje povrata ulaganja

| Godina projekta | Ulaganja u projekt | | Čisti primici ekon.tijeka | | Nepokrivene investicije |
|-----------------|--------------------|-----------|---------------------------|------------|-------------------------|
| | Godišnji iznos | Kumulativ | Godišnji iznos | Kumulativ | |
| 0. | 225.800 | 225.800 | 0 | 0 | -225.800 |
| 1. | | 225.800 | 14.896 | 14.896 | -210.904 |
| 2. | | 225.800 | 46.147,20 | 61.043,20 | -149.860,80 |
| 3. | | 225.800 | 48.412 | 109.455,2 | -40.405,60 |
| 4. | | 225.800 | 81.434 | 190.889,20 | 150.483,60 |
| 5. | | 225.800 | 97.644,80 | 288.534 | 439.017,60 |

Izvor: Izrada autora

Tablica 9 prikazuje koliko je potrebno vremena da se vrati uloženi kapital. Sve do treće godine poslovanja gubitak iznosi 40.405,60kn, a u četvrtoj godini dolazi do pozitivnog rezultata. Peta godina prognozira dobit u iznosu od 439.017,60kn.

12.2. Godišnja stopa prinosa

Godišnja stopa prinosa je statički pokazatelj oplodnje uloženog kapitala u obliku čiste dobiti, izražen u postotku, pokazuje koliko se čiste dobiti iz plana dobiti i gubitka očekuje u reprezentativnoj godini na 100 novčanih jedinica ukupnih ulaganja.³⁴

To možemo napisati i u obliku formule:

$$SP = (ND / I_0) \times 100$$

³³ Orsag, Silvije i Dedi, Lidija: Budžetiranje kapitala: Procjena investicijskih projekata, Masmedia, Zagreb, 2011., str. 54.

³⁴ E sfera, <https://www.e-sfera.hr/dodatni-digitalni-sadrzaji/6574dce7-7b5e-4c11-83a0-c537de536048/> (05.05.2020.)

gdje je,

SP= stopa prinosa

ND= kvocijent čiste dobiti

Io= ukupna ulaganja

Tablica 10: Izračun stope prinosa

| Godine projekta | Kvocijent čiste dobiti (ND) | Investicija (Io) | Stopa prinosa % (SP) |
|-----------------|-----------------------------|------------------|----------------------|
| 1. | 15.680 | 225.800 | 6,94 |
| 2. | 48.576 | 225.800 | 21,51 |
| 3. | 50.960 | 225.800 | 22,57 |
| 4. | 85.720 | 225.800 | 37,96 |
| 5. | 102.784 | 225.800 | 45,52 |

Izvor: Izrada autora

Tablica 10 prikazuje stopu prinosa u razdoblju od pet godina. Stopa prinosa u prvoj godini iznosi tek 6,94%, no pozitivno je to što tijekom godina raste, pa tako u petoj godini ona iznosi 45,52%.

12.3. Pravilo palca

Pravilo palca koristi se kada se želi saznati koliko godina treba da se investicija udvostruči uz određeni prinos ,odnosno, koliki prinos je potreban da se investicija udvostruči u određenom vremenskom razdoblju.

Način izračuna:

broj potrebnih godina da se investicija udvostruči uz određeni godišnji prinos

$$a) \frac{72}{\text{godišnji_prinos}} = \text{godine}$$

prinos uz koji se u određenom broju godina investicija udvostruči

$$b) \frac{72}{\text{godine}} = \text{godišnji_prinos}$$

Primjena pravila

Za odgovor na pitanje koliki je broj godina potrebno ulagati da se imovina udvostruči uz određeni godišnji prinos, podijeli se broj 72 s vrijednostima mogućeg godišnjeg prinosa.

Formula: $72 : \text{visina prinosa} = \text{broj godina}$

- ❖ uz godišnji prinos od 8% potrebno je 9 godina da se vrijednost imovine udvostruči - formula: $72 : 8$

Za odgovor na pitanje koliki prinos mora biti da bi se imovina udvostručila u zadanom vremenu, broj 72 dijeli se sa zadanim brojem godina.

- ❖ formula je: $72 : \text{broj godina} = \text{visina prinosa}$

Za izračun koliki prinos mora biti da se imovina udvostruči za pet godina izračun glasi:

- ❖ $72 : 5 = 14,4 \%$ godišnje.

12.4. Interna stopa profitabilnosti

Interna stopa profitabilnosti je diskontna stopa koja svodi čiste novčane tokove u cijelom vijeku efektuiranja neke investicije na vrijednost inicijalnog investicijskog izdatka.³⁵ Naziva se još i interna stopa rentabilnosti. Interna stopa profitabilnosti bazična je metoda ocjene financijske efikasnosti investicijskih mogućnosti (kapitalnog budžetiranja). To je ona diskontna stopa uz koju je čista sadašnja vrijednost neke investicije jednaka nuli. Interna stopa profitabilnosti izračunava se postupkom sukcesivnih iteracija pri čemu se postepeno približava traženoj diskontnoj stopi uz koju je čista sadašnja vrijednost jednaka nuli. Pri njenom izračunavanju često se koristi i postupak linearne interpolacije. U smislu metode interne stope profitabilnosti investicijska je mogućnost efikasna ako je interna stopa profitabilnosti veća ili najmanje

³⁵ WMD, <https://webhosting-wmd.hr/rjecnik-pojmovi-i/web/interna-stop-a-profitabilnosti> (06.05.2020.)

jednaka zadanoj diskontnoj stopi, odnosno oportunitetnom trošku investitora (tržišnoj stopi kapitalizacije).³⁶

12.5. Analiza likvidnosti

Likvidnost je sposobnost plaćanja dospjelih obveza. Neko je poduzeće likvidno ako može podmiriti dospjele obveze, a nelikvidno ako to ne može. U slučaju da je poduzeće nelikvidno, mora se zadužiti (npr. kod poslovnih banaka) ili prodati dio svoje imovine kako bi podmirilo obveze i ponovno postalo likvidnim.³⁷

12.6. Analiza osjetljivosti

Analiza osjetljivosti služi za ispitivanje na koje čimbenike je podložan svaki projekt, koji su njegovi kritični parametri i on tada bira realizaciju onog projekta koji ima najveće šanse za uspjeh. Drugačije rečeno investitor bira onaj projekt koji je najmanje podložan promjeni odgovarajućih čimbenika u projektu te koji pokazuje najmanji rizik u realizaciji samog projekta.³⁸

Kao kritični parametri najčešće se uzimaju:³⁹

- ❖ Prihodi od prodaje,
- ❖ Materijalni troškovi,
- ❖ Troškovi amortizacije,
- ❖ Kreditni troškovi,
- ❖ Troškovi osoblja,
- ❖ Troškovi usluga,
- ❖ Stopa inflacije,
- ❖ Diskontni faktor.

³⁶ Ibidem.

³⁷ Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=36527> (05.05.2020.)

³⁸ Puška A.: Analiza osjetljivosti u funkciji investicijskog odlučivanja, Praktični menadžer, Vol.2, br.3., str. 81, <https://hrcak.srce.hr/76457> (05.05.2020.)

³⁹ Ibid., str.83

12. ZAKLJUČAK

Za pojedinca na individualnom nivou, tako i za gospodarstvo u cjelini, jako je bitna uloga poduzetništva i mogućnosti koje im stoje na raspolaganju.

Poduzetnici su osobe koje pokreću poslovni projekt, a s ciljem da ostvare određeni rast, prihod, osiguraju egzistenciju sebi i svojoj obitelji, zapošljavaju ljude. Također, može se reći da je poduzetnik i inovator jer on stvara nove proizvode i usluge koje na tržištu još ne postoje ili su ti proizvodi i usluge jedinstveni i bitno drugačiji od ostalih. Biti poduzetnik znači biti otvoren prema novome, biti inovativan, prihvaćati i uvoditi nove proizvode, usluge i procese, voditi ljude na kreativan način te biti spreman u svakom trenutku preuzeti rizik za svoje postupke.

Ideja za pokretanje posla nalazi se na samom početku svakog planiranja. Realizacijom određenih koraka ideja se pretvara u projekt. Put između ideje i realizacije projekta je dug, a o veličini i opsežnosti istog ovisi i duljina tog puta. Poduzetnik mora biti spreman na brojne uspone i padove na tom putu.

Da bi se napravio što kvalitetniji poduzetnički pothvat, odnosno biznis plan, potrebno se je što bolje pripremiti. Poduzetnički pothvat mora prikazivati realan prikaz pothvata i očekivanih rezultata. Izradom poduzetničkog pothvata omogućuje se brže povezivanje s investitorima, dobavljačima, kupcima te ostalim potencijalnim partnerima. Iako ne jamči uspjeh, predstavlja prvu kariku na putu uspjeha.

Financijski rezultati prikazanog restorana pokazuju opravdanost ulaganja u isti. Račun dobiti i gubitka prikazuje da će projekt ostvariti dobit u prvih pet godina promatranog razdoblja. Također izračun povrata ulaganja, daje rezultat da će se nakon treće godine rada vratiti uloženi kapital.

Strateški cilj restorana „Rajski vrt“ je da u razdoblju od 5 godina postane prepoznatljiv na tržištu, da dobro posluje, ima dobar ugled i da ostvari dobit svojem vlasniku.

POPIS LITERATURE

Popis knjiga

- ❖ Buble, M., Kružić, D. : „Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti“, RriF, Zagreb, 2006.g.
- ❖ Delić A., Peterka S., Perić J. Želim postati poduzetnik. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku Ekonomski fakultet u Osijeku
- ❖ Dračić I.: „Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje“, Varaždin: Hrvatski zavod za zapošljavanje Varaždin, 2012.g.
- ❖ Grbac B., Meler M., Marketinško planiranje, Zagreb 2007.g.
- ❖ Kuvačić N.: „Primjenjeno poduzetništvo“, Cera Prom, Split, Zagreb, 2002.g.
- ❖ Kuvačić N.: Biznis-plan ili poduzetnički projekt, Beretin, Split, 2005.g.
- ❖ Orsag, Silvije i Dedi, Lidija: Budžetiranje kapitala: Procjena investicijskih projekata, Masmedia, Zagreb, 2011.g.
- ❖ Škrtić M.: „Poduzetništvo“, Sinergija nakladništvo, Zagreb, 2006.g.
- ❖ Vidučić Lj., 2004, Financijski menadžment, Rrif, Zagreb.; Orsag S., 1997.g., Financiranje emisijom vrijednosnih papira, RIFIN, Zagreb.
- ❖ Vukičević M.: Financije poduzeća, Golden marketing, Zagreb, 2006.g.
- ❖ Žager, K. i dr: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 2008.g.

Ostali izvori:

- ❖ Delić A., Peterka S., Alpeza M., Osmislite i provjerite svoju poduzetničku ideju, publikacija,
[https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Osijek/Publikacija_Osmislite%20svoju%20ideju.pdf\(5.5.2020.\)](https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Osijek/Publikacija_Osmislite%20svoju%20ideju.pdf(5.5.2020.))
- ❖ Puška A.: Analiza osjetljivosti u funkciji investicijskog odlučivanja, Praktični menadžer, Vol.2, br.3., [https://hrcak.srce.hr/76457\(5.5.2020.\)](https://hrcak.srce.hr/76457(5.5.2020.))
- ❖ Tkalec Z.: Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, znanstveni rad,
[file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43.pdf\(21.4.2020.\)](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43.pdf(21.4.2020.))

Popis internetskih stranica

- ❖ E sfera, <https://www.e-sfera.hr/dodatni-digitalni-sadrzaji/6574dce7-7b5e-4c11-83a0-c537de536048/> (05.05.2020.)
- ❖ Financijski portal, [https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/T/Tro%C5%A1ak\(1.5.2020.\)](https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/T/Tro%C5%A1ak(1.5.2020.))
- ❖ Hrvatska enciklopedija, [https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=36527\(5.5.2020.\)](https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=36527(5.5.2020.))
- ❖ Marketing portal, <https://www.markething.hr/proces-istrzivanja-trzista-i-zastojje-vazan/> (30.4.2020.)
- ❖ Poslovni portal, <https://info-nik.info/2018/12/12/poduzetnik-nekoliko-definicija/> (21.4.2020.)
- ❖ Proleksis enciklopedija, <https://proleksis.lzmk.hr/41047/> (21.4.2020.)
- ❖ RTL.HR, <https://www.rtl.hr/zivotistil/edukacija/3609195/sto-je-to-poduzetnik-i-koji-su-tipovi-poduzetnika/> (21.4.2020.)
- ❖ Središnji državni portal, [https://gov.hr/moja-uprava/poslovanje/pokretanje-poslovanja/poduzetnicka-infrastruktura/1842\(23.04.2020.\)](https://gov.hr/moja-uprava/poslovanje/pokretanje-poslovanja/poduzetnicka-infrastruktura/1842(23.04.2020.))
- ❖ Zagrebačka županija, <https://poduzetnistvo-zagrebacka-zupanija.hr/sto-je-poduzetnistvo/> (21.4.2020.)
- ❖ WMD, [https://webhosting-wmd.hr/rjecnik-pojmovi-i/web/interna-stopaprofitabilnosti\(6.5.2020.\)](https://webhosting-wmd.hr/rjecnik-pojmovi-i/web/interna-stopaprofitabilnosti(6.5.2020.))

POPIS ILUSTRACIJA

Popis slika

| | |
|--|---|
| Slika 1: Kako postati uspješan poduzetnik..... | 4 |
|--|---|

Popis tablica

| | |
|--|-----|
| Tablica 1: Podaci o investitoru..... | 18 |
| Tablica 2: Asortiman usluga | 19 |
| Tablica 3: Potrebna ulaganja | 211 |
| Tablica 4: SWOT analiza | 244 |
| Tablica 5: Popis mjera i visina ulaganja pri zaštiti na radu | 255 |
| Tablica 6: Aktivizacijsko razdoblje | 266 |
| Tablica 7: Troškovi poslovanja | 29 |
| Tablica 8: Račun dobiti i gubitka | 300 |
| Tablica 9: Razdoblje povrata ulaganja..... | 333 |
| Tablica 10: Izračun stope prinosa | 344 |