POSLOVNI PLAN: PALAČINKARNICA „SLATKO I SLANO“

Barać, Renata

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:419539

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

POSLOVNI PLAN: PALAČINKARNICA „SLATKO I SLANO“

Mentor:

Doc. dr. sc. Marina Lovrinčević

Student:

Renata Barać, 1140949

Split, kolovoz, 2017.

SADRŽAJ:

1.Uvod 1
1.1. Definiranje problema istraživanja 1
1.2. Ciljevi rada 1
1.3. Metode rada 1
1.4. Struktura rada 2
2.Uloga i važnost planiranja u realizaciji poduzetničkog pothvata 3
2.1. Što je poduzetništvo? 3
2.1.1. Poduzetništvo-ekonomska funkcija u statičkom okruženju 3
2.1.2. Poduzetnički proces 4
2.2. Definicija poduzetnika 5
2.2.1. Osobine poduzetnika 6
2.2.2. Tipovi poduzetnika 6
2.3. Poslovni plan 7
2.3.1. Životni vijek poslovnog plana 7
2.3.2. Namjena poslovnog plana 8
2.3.3. Struktura poslovnog plana 9
3.Tržišni aspekti realizacije palačinkarnice „Slatko i slano“ 12
3.1.Podaci o poduzetniku 12
3.2.Referencije 12
3.3.Analiziranje poduzetničke ideje 13
3.4.Aktivnosti poduzeća 13
3.5.Segmentacija tržišta 14
3.6.Analiza konkurencije 14
3.7.SWOT analiza 15
3.8.Potrebe za radnom snagom 16
3.9.Mjere zaštite na radu 17
3.10.Financijski podaci 17
3.10.1.Stalna sredstva 17
3.10.2.Obrtna sredstva 19
3.10.3.Troškovi poslovanja 19
3.10.4.Projekcija potrebnih ulaganja 19

3.10.5.Izvori financiranja 20
3.10.6.Projekcija prihoda 22
3.10.7.Projekcija rashoda 22
3.10.8.Projekcija računa dobiti i gubitka 23
3.11.Marketing strategija 24
3.11.1. Proizvod 25
3.11.2.Cijena 25
3.11.3.Prodaja 25
3.11.4.Promocija 25
3.11.5.Projekcija troškova marketinga 26
4.Tehničko-tehnološki i ekonomski aspekti realizacije palačinkarnice „Slatko i slano“. 27
4.1.Izbor lokacije 27
4.2.Organizacija zaposlenih 27
4.3.Razdoblje izvedbe 27
5.Zaključak 28
Literatura 29
Grafički prilozi 29
Sažetak 30
Summary 31

1.Uvod

1.1. Definiranje problema istraživanja

Kod definiranja problema istraživanja u završnom radu pristupit će se izradom poslovnog plana te kreiranjem novog poduteničkog pothvata. Primjer poslovnog plana je pokretanje palačinkarnice „Slatko i slano“ u Sinju.

1.2. Ciljevi rada

Ciljevi završnog rada usmjereni su na istraživanje isplativosti i opravdanosti ulaganja u sam poduzetnički poduhvat na primjeru palačinkarnice „Slatko i slano“. Potrebno je analizirati i istražiti tržište i konkurenciju.

Cilj je napraviti dobar i kvalitetan poslovni plan na primjeru palačinkarnice kako bi se mogla realizirati ideja. Jedan od glavnih ciljeva je kvalitetnim radom, pristupačnošću i niskim cijenama nastojati privući što veći broj gostiju koji će uživati u slatkim i slanim kombinacijama.

1.3. Metode rada

Znanstvena metoda predstavlja skup različitih postupaka kojima se znanost koristi u znanstveno-istraživačkom radu da bi istražila i izložila rezultate znanstvenog istraživanja. Metode koje će biti korištene u ovom radu su:

- metoda analize - predstavlja postupak raščlanjivanja složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije dijelove i elemente,
- metoda sinteze - postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnijih sudova u složenije,
- metoda indukcije - odnosi se na primjenu induktivnog načina zaključivanja kojim se na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu,

- metoda dedukcije - pomoću deduktivnog zaključivanja dolazi se do zaključka u kojemu se iz općih sudova izvode pojedinačni zaključci,
- komparativna metoda - odnosi se na postupak uspoređivanja sličnih pojava ili utvrđivanja njihove sličnosti u ponašanju i razlika među njima.

1.4. Struktura rada

Struktura završnog rada sastojat će se od pet dijelova (poglavlja).

U **prvom poglavlju** provodit će se obrazloženje teme završnog rada, definiranje samih ciljeva rada te metode koje se koriste pri izradi.

U **drugom poglavlju** prikazat će se uloga i važnost planiranja u realizaciji poduzetničkog poduhvata, predstavit će se što je poduzetništvo i tko je poduzetnik.

U **trećem poglavlju** razmatrat će se tržišni aspekti realizacije palačinkarnice „Slatko i slano“ , podaci o samom investitoru, aktivnosti poduzeća, informacije o zaposlenima te će se prikazati projekcije prihoda, rashoda te računa dobiti i gubitka.

U **četvrtom poglavlju** navest će se tehničko-tehnološki i ekonomski aspekti realizacije palačinkarnice „Slatko i slano“.

U **petom poglavlju**, odnosno u zaključku ukratko će se opisati zaključne informacije koje su potrebne za uspjeh i realizaciju poduzetničkog poduhvata.

2.Uloga i važnost planiranja u realizaciji poduzetničkog pothvata

2.1. Što je poduzetništvo?

Poduzetništvo predstavlja sposobnost pokretanja određene akcije, poduziamnja aktivnosti sa svrhom postizanja željenog cilja, sve podrazumijevajući spremnost na borbu, protiv prepreka, spremnost na neizvjesnost ishoda i rizik.

Osim što predstavlja jednu od glavnih političkih, ekonomskih, medijskih i općedruštvenih tema, poduzetništvo je predmetom interesa mnogobrojnih znanosti, najčešće društvenih, a posebno ekonomije, psihologije, sociologije, prava, antropologije, svake iz svog specifičnog diskursa. Schumpeter polazi od teze da je poduzetnik, kako bi došao do profita, nužno upućen na uvođenje novih kombinacija faktora proizvodnje, koje se mogu iskazati putem sljedećih formi: [1]

- uvođenje *novog*, do tada potrošaču nepoznatog proizvoda ili nove kvalitete
- uvođenje *novog*, do tada nepromijenjenog načina proizvodnje ili prodaje
- otvaranje *novog* tržišta
- osvajanje *novih* izvora sirovina ili poluproizvoda
- uvođenje *nove* organizacije (ili razbijanje postojeće)

2.1.1. Poduzetništvo-ekonomska funkcija u statičkom okruženju

Ideje koje tumače život suvremene ekonomije i modernog poduzetništva formirale su se dugo i postupno, a različitost pristupa objašnjavanja fenomena poduzetništva proizvod su povijesnih epoha u kojima su ljudi djelovali. Poduzetništvo nije nov fenomen – ono je egzistiralo tijekom povijesti u svim epohama, samo uz različita „pravila igre“ koje je diktirala određena povijesna formacija. Značajniji razvoj tržišta i srednji vijek, s umjetničkim radionicama u gradovima, zanatstvom, pomorstvom, trgovinom, poljoprivredom, iznjedrili su

[1] Buble M., Kružić D. *Poduzetništvo-realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Ekonomski fakultet Split, 2006

brojne poduzetnike, koji su bili najčešće članovi plemićkih obitelji, ali i avanturiste koji su u novim poslovnim pothvatima vidjeli svoju šansu za dokazivanjem i bogaćenjem.[2]

2.1.2. Poduzetnički proces

Poduzetnički proces započinje transformacijom ideje u realnost, pokretanje novog pothvata, zajedno sa svim aktivnostima izvršavanjem kojih se pokušavaju ostvariti ciljevi i zadovoljiti potrebe kupaca. On uključuje aktivnosti i akcije koje su pridružene uočenim povoljnim prigodama, ali isto tako i kreiranje organizacije kojaće rasporediti oskudne resurse i prigodu provesti u svakodnevnu realnost.

Kada je poduzetništvo u pitanju, s pravom se kaže da sve kreće od ideje. Naime, imati dobru ideju je preduvjet uspjeha, odnosno traganje za idejom predstavlja prvi korak koji se mora poduzeti kako bi se uopće zakoračilo u svijet poduzetništva.

Poduzetnički proces, prema Baron- Shane, prolazi kroz nekoliko različitih faza koje se mogu iskazati na sljedeći način:[3]

i. generiranje ideja i prepoznavanje prilika
ii. određivanje i grupiranje resursa
iii. pokretanje novog pothvata
iv. izgradnja i realizacija tržišnog uspjeha
v. žetva nagrade ili trpljenje posljedica

Kada poduzetnički proces promatramo u <u>užem</u> smislu, predstavlja početnu fazu „podizanja“ istraživačkih i moguće budućih poslovnih aktivnosti, odnosno fazu „start-up“-a u kojoj se:[4]

- generiraju ideje
- prepoznaju tržišne prilike
- istražuje dostupnost resursa
- određuju proizvodi i usulge namijenje tržištu
- razvija strategija ulaska na tržište

[2] Buble M., Kružić D. *Poduzetništvo-realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Ekonomski fakultet Split, 2006, str.1-2
[3] Kružić D. *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana*, Ekonomski fakultet Split, 2007., str. 19.
[4] Kružić D. *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana*. Ekonomski fakultet Split, 2007. str.20.

- ocjenjuje rizičnost pothvata
- definira organizacija
- oblikuje tim za implementaciju pothvata
- donosi odluka o korištenju prigode (najčešće osnivanjem novog poduzeća) ,

drugim riječima traži se odgovor na pitanje o mogućnostima (i opravdanosti) korištenja otkrivene poduzetničke prigode. Iz navedenog slijedi da poduzetnički proces, u užem smislu promatrano, može rezultirati jednom od navedenih situacija:

- ako je pronađeno ostvarivo poduzetničko rješenje, novo poduzeće će tržišno oživjeti,
- u suprotnom, poduzetnički proces se prekida neuspjehom.

U širem smislu, poduzetnički proces uključuje pored „start-up" faze i fazu novog poduzeća u kojoj se :

- osniva novo poduzeće
- pokreće novi pothvat
- počinju događati poslovne promjene
- pribavljaju i grupiraju resursi
- implementira strategija ulaska na tržište
- tržište-kupci reagiraju na ponudu novog poduzeća
- konkurencija postojećih poduzeća uočava promjenu u ponudi
- oblikuje organizacija novog poduzeća
- razvijaju konkurentske prednosti
- upravlja neizvjesnošću, itd.

2.2. Definicija poduzetnika

Poduzetnik je osoba koja stvara biznis da bi ostvarila rast i profit koristeći pri tom promišljen, planski pristup zasnovan na konceptu i tehnikama strateškog menadžmenta. Poduzetnici su također jako inovativni – stvaraju nove proizvode te primjenjuju kreativne strategijei načine upravljanja.

2.2.1. Osobine poduzetnika

Iako je teško kazati koje su to osobine karakteristične za poduzetnika ipak su neka istraživanja pokazala da će vjerovatno uspjeti kao poduzetnici oni koji imaju sljedećih 6 osobina:[5]

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

2.2.2. Tipovi poduzetnika

Uloga poduzetnika može se izraziti na različite načine u ovisnosti s kogej se aspekta promatra.

Fröhlich i Pichler prema kriteriju talenta i temperamenta razlikuju 4 vrste poduzetnika.

Univerzalac je onaj poduzetnik koji je svestran i koji pokazuje interese za sva područja biznisa, ali niti u jednom nije takav da bi se mogao smatrati vodećim.

Pionir je onaj poduzetnik kojega karakterizira spremnost na promjene, uz manju sklonost organizaciji i kontroli.

Organizator je onaj poduzetnik koji pokazuje posebnu sklonost za temeljna načela moderne organizacije.

Rutiner je poduzetnik koji, suprotno od pionira, pokazuje neznatnu spremnost na promjene.

[5] Buble M., Kružić D. *Poduzetništvo-realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Ekonomski fakultet Split, 2006. str.47

2.3. Poslovni plan

Poslovni plan (biznis-plan, poduzetnički projekt) je plansko-poslovni elaborat u kojem poduzetnik prikazuje svoje planove, ambicije i ideje. On omogućava realan prikaz poslovnih pothvata i očekivane rezultate, najprije samom poduzetniku, a zatim i svima drugima koji bi mogli biti uključeni u planirane poslovne aktivnosti.

Poslovne planove poduzetnici izrađuju da bi se što bolje pripremili za poslovanje u nadolazećem vremenu, a ponekad i samo zato što to netko drugi traži od njih (npr.banke,osiguavatelji ili budući ulagači). Iz poslovnog plana se moraju jasno iščitavati relevantni odgovori na sva pitanja glede planiranja, financiranja, pokretanja, organiziranja, vođenja, razvijanja i nadzora samog plana kroz njegov životni vijek.[6]

2.3.1. Životni vijek poslovnog plana

Cjelokupni životni vijek proizvodnih, trgovačkih, uslužnih ili mješovitih poduzetničkih pothvata možemo podijeliti prema Kuvačiću (2001.) u tri katakteristčna razdoblja:[7]

1. AKTIVIZACIJSKO RAZDOBLJE- obuhvaća vrijeme tijekom kojeg se obavlja ulaganje, investiranje i angažiranje vlastitog ovca i pozajmljena kapitala u cilju njihovog profitnog efektuiranja u procesu proizvodnje, trženja i usluživanja, odnosno u procesu redovita poslovanja.
2. POKUSNO RAZDOBLJE- obuhvaća vrijeme tijekom kojeg se uhodavaju stožerne tehničko-tehnološke i organizacijsko-radne sastavnice proizvodnog, trgovačkog ili uslužnog procesa, a obično ga nalazimo kod većih i složenijih proizvodnih pothvata i to na početku njihovog eksploatacijskog razdoblja.
3. EKSPLOATACIJSKO RAZDOBLJE- obuhvaća vrijeme tijekom kojeg se obavlja proces redovite proizvodnje, trgovanja ili usluživanja, osnosno proces redovita poslovanja na razini projicirana kapaciteta.

[6] Goić S. . *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana*, Ekonomski fakultet Split, 2007., str. 61.
[7] Goić S. . *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana*, Ekonomski fakultet Split, 2007., str. 61.

2.3.2. Namjena poslovnog plana

Mnogo je zainteresiranih osoba koje posredno ili neposredno imaju koristi od pisanja poslovnog plana. Najčešće su interesanti:[8]

- Prvi kojima pisanje biznis-plana donosi korist jesu sami **poduzetnici,** odnosno vlasnici poduzeća, jer u njemu nalaze odgovore na sva pitanja oko pokretanja, financiranja, organiziranja, vođenja, razvijanja i kontrole poduzetničkog pothvata.
- **Potencijalni ulagači i dioničari** iz biznis-plana uočavaju zašto im se i koliko isplati ulagati u baš taj konkretni poduzetnički pothvat.
- **Financijeri i kreditori** – biznis-plan služi im kao podloga za (pr)ocjenu "financijskog zdravlja" poduzetničkog pothvata, ali i poduzetničkog kredibiliteta osoba kojima kane pozajmiti novac.
- **Distributeri, dobavljači, kupci i sl.** – biznis-plan predstavlja temeljno polazište i poduzetnikovu referencu za djelotvornije pregovore s budućim kupcima, dobavljačima, distributerima, podugovaračima, kooperantima i drugima radi sklapanja ugovora i uspostavljanja dugoročnih poslovnih veza.
- Poslovni plan je referentna slika poslovnog i financijskog ugleda poduzeća, pa se na temelju njega traže **partneri suulagači** radi različitih oblika udruživanja, širenja i razvoja postojeće djelatnosti, te za moguću diversifikaciju – ulazak u nova proizvodna ili uslužna područja.
- **Menadžeri i zaposlenici** – nijedan od njih neće se 'punim srcem' angažirati bez prethodnog uvida u biznis-plan poduzeća.
- **Državna uprava i lokalna administracija** (na različitim razinama) također je zainteresirana za biznis-plan, osobito ako djelatnost kojim se ona elaborira može bitno utjecati na društveno-gospodarski razvoj i okoliš.
- **Državni organi** – biznis-plan je i ključni dokument na temelju kojega mala tvrtka sklapa poslovne ugovore za tzv. državne narudžbe, te se uključuje u različite državne i međunarodne fondove za poticanje i razvoj poduzetništva.

[8] Goić S. . *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana*, Ekonomski fakultet Split, 2007., str.63.-64.

2.3.3. Struktura poslovnog plana

Sadržaj poslovnog plana ne može za sve primjere biti identičan. Razlog tome je ponajprije:

- sami pristup pojedinog autora
- namjena biznis plana (korisnici)
- područje djelatnosti na koje se plan odnosi (proizvodno, neproizvodno)
- vremensko razdoblje što ga obuhvaća (kratkoročni, dugoročni plan)
- pretpostavljena veličina poduzetničkog pothvata i sl.

Tabela 1:Struktura poslovnog plana

•	**NASLOVNICA**
•	**SADRŽAJ-KAZALO**
1.	SAŽETAK
2.	OPIS PODUZETNIČKE IDEJE
3.	TRŽIŠNI PODACI I MARKETING STRATEGIJA
4.	TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS
5.	MENADŽMENT
6.	FINANCIJSKI PODACI
7.	OCJENA UČINKOVITOSTI
8.	DODACI
•	**PISMO PRIMATELJU**

Izvor: Goić S. Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Ekonomski fakultet Split, 2007.

Naslovnica se odnosi na jednu stranicu sa sažetkom, te mora biti jasno i čitko napisana. Naslovna stranica mora sadržavati naziv organizacije, djelatnost, adresu, telefon i fax, ime kontakt osobe, ime osnivača pouzeća i istaknuti naslov na kojemu piše biznis plan. U odnosu na naslovnicu, sadržaj pruža informacije o onome što se nalazi u biznis planu.

Operativni sažetak predstavlja jedan od najkraćih dijelova poslovnog plana. Može se nalaziti na samome početku ili kraju, te se uvijek piše posljednji budući da je nemoguće napraviti sažetak ako nije napisan cijeli rad. Operativni sažetak se sastoji od podataka o:[9]

- poduzetniku
- proizvodu
- ciljevima poduzeća
- potrebnim ulaganjima
- potrebnim zaposlenicima
- resursima
- marketinškom planu i sl.

Opis poduzetničke ideje odnosi se na poglavlje u kojem se detaljno objašnjava poslovna ideja. Naime, poduzetnička ideja je prva stvarkoja se mora opisati u biznis planu, a opisuje se proizvod ili usluga koju obrt nudi. Prilikom prikupljanja tržišnih podataka i informacija, objašnjavaju se potrebe tržišta, te se identificiraju korisnici koji će trošiti novac. Također, važno je imati razumijevanja, te se mora znati tko nudi sličan proizvod kako bi bili svjesni konkurencije. Kako bi se uspješno provelo istraživanje tržišta, potrebno je provesti naredna 4 koraka:[10]

- utvrditi što nas zanima
- odlučiti na koji način prikupiti informacije
- prikupiti i analizirati informacije
- postupiti u skladu s ishodom analize.

Tehničko – tehnološki opis daje informacije o tome gdje, kako, i (s) čime tržiti, proizvoditi ili usluživa ti. Nadalje, organizacijski menadžment vodi računa o potrebnom broju i strukturi zaposlenih unutar poslovne organizacije, organizaciji poduzeća i menadžmentu. Za razliku od menadžmenta, marketing nakon što identificira potrebe tržišta, odabere strategiju cijena i

[9] Kružić, D. *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana*. Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2008.
[10] Goić, S. *Biznis plan.* Ekonomski fakultet Split, Split, 2006.

razmotri pitanja distribucije. Također, važno je isplanirati reklame i promocije što za cilj ima privlačenje kupaca.

Financijski podaci predstavljaju navažniji i najteži dio prilikom pisanja poslovnog plana. Naime, ovaj dio poslovnog plana ima iznimnu važnost zbog dokaza o uspješnosti organizacije. Financijski podaci se daju za period od pet godina, a projekcije predstavljaju najbolje procjene financijskih aktivnosti.

Ocjena učinkovitosti za cilj ima iznošenje pokazatelja pomoću kojih će se izraziti stupanje ekonomske djelotvornosti pojedinog projekta. Nadalje, pomoću analize osjetljivosti iznose se projekcije mogućeg negativnog djelovanja na buduće poslovanje unutar poslovne organizacij, tvrtke ili poduzeća. I kao zadnji pokazatelj, dodaci služe kao biljške koje se prilažu uz biznis plan. Može se raditi o životopisima, referencijama, stručnim mišljenjima, grafikonima, tablicama i sl.

3.Tržišni aspekti realizacije palačinkarnice „Slatko i slano“

3.1.Podaci o poduzetniku

Tabela 2:Podaci o poduzetniku

PODACI O PODUZETNIKU	
IME I PREZIME	Renata Barać
DATUM I GODINA ROĐENJA	20.travnja 1995.
ADRESA PREBIVALIŠTA	Fra Grge Martića 53A, Split
STUDIJ	Ekonomski fakultet Split

Izrada autora

3.2.Referencije

Poduzetničke referencije bitne su prilikom pokretanja novog poslovnog pothvata. Da bi se poduzetnički, odnosno poslovni pothvat realizirao i da bi se ostvario neki uspjeh na tržištu, potrebno je da poduzetnik ulaže mnogo truda i rada da bi to i ostvario. Neke od bitnih poduzetničkih referenci za uspješnu realizaciju i sudjelovanje na tržištu su:

- spremnost na preuzimanje rizika
- inovativnost
- spremnost na timski rad
- kreativnost
- ambicioznost
- želja za uspjehom

3.3.Analiziranje poduzetničke ideje

Poduzetnička ideja odnosi se na osnivanje novog poduzeća u djelatnosti proizvodnje palačinki.

Ideja o osnivanju proizlazi iz ljubavi prema pečenju palačinki. Otvaranje palačinkarnice namijenjeno je u gradu Sinju, kojem uz mnogobrojne kafiće nedostaje kutak za slatko. Želi se postići zadovoljstvo gostiju i uvođenje nečeg novog i drugačijeg. Također, namjerava se pružati i usluga dostave palačinka, po gradu Sinju i bližoj okolici tako da svatko može zadovoljiti dnevnu potrebu za slatkim ili slanim kombinacijama. Prilikom rukovođenja pojedinim poslovnim objektom, nužno je razvijati poduzetničke vještine i osobine vezane za pojedina područja poslovanja. Nadalje, naglasak se stavlja na motivaciju koja u konačnici označava prednost, odnosno spremnost za obavljanje određenog zadataka ili posla. Vizija razvoja poslovne ideje u mladom poduzetniku budi osjećaj optimizma, snalažljivosti, iskrenosti, predanosti i timskog rada.

3.4.Aktivnosti poduzeća

Palačinkarnica će biti orijentirana na proizvodnju palačinki raznovrsnih okusa i kombinacija te će se pokušati zadovoljiti potreba svakog klijenta u pogledu određene namirnice i sastojka. Naime, sve veći broj ljudi je koji ne mogu odustati od slatkog pa se odlučuju za bezglutenske ili proteinske palačinke koje su zbog svojih drugačijih sastojaka sve više tražene. Zaposlenici će biti osobe koje posjeduju znanja i sposobnosti koje su potrebne za izradu različitih vrsta palačinki. Bitno je da se što veći izbor palačinki prezentira ljudima i pokaže sposobnost za njihovu izradu. Palačinke su najdraži, najjednostavniji i najukusniji oblik obroka koji apsolutno svi vole. U ponudi će biti slatke, slane, punjene, zapečene, američke i kao tortilja sa standardnim tijestom, bezglutenske i proteinske.

Punjenja za palačinke koja će biti dostupna:

- razne vrste džemova, pekmeza (marelica, šljiva, jabuka, dunja, naranče, limun, šipak, jagode- industrijska ili domaća proizvodnja)
- svježi sir (za zapečene slane ili slatke)

- različite vrste sireva i šunki
- orasi/lješnjaci/bademi
- čokoladni namazi – nutella, linolada
- voće – uvijek svježe ili sezonsko
- tučeno slatko vrhnje
- limunov sok i šećer
- karamel umak
- sladoled

3.5.Segmentacija tržišta

Istraživanje tržišta se može definirati kao standardizirani, odnosno organizirani postupak prikupljanja pojedinih tržišnih informacija sa ciljem daljnje obrade i analize. Palačinkarnica „Slatko i slano“ želi biti inovativno, moderno poduzeće čiji će glavni cilj biti zadovoljiti želje i potrebe svojih potrošača. Bazirat će se na uspjeh na tržištu grada Sinja tako da bude pristupačna svim klijenatima i po cijeni i po odabiru svoje idealne palačinke.

3.6.Analiza konkurencije

Palačinkarnica na samom sinjskom području nema izravnu konkurenciju jer je prvo poduzeće takvog karaktera dok su konkurenti na širem području palačinkarnice po Splitu kojih je sve više. Upravo zbog toga se smatra da bi mogla naići na odobravanja svih onih koji žele probati nešto novo u Sinju ili izbjeći odlazak u Split.

3.7.SWOT analiza

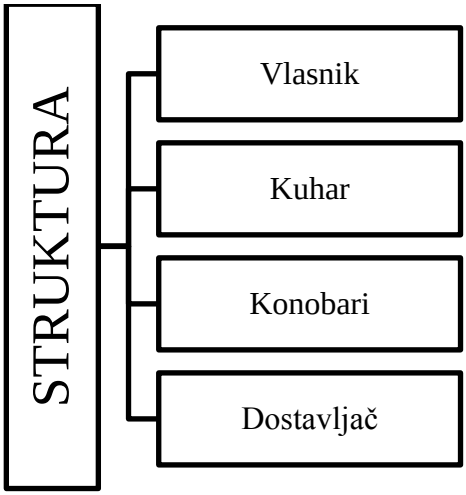
Tabela 3:SWOT analiza

SNAGE(STRENGTHS)	SLABOSTI (WEAKNESS)
• Široka ponuda i kvalitetna usluga • Niske cijene	• Visoki troškovi i rizik osnivanja poduzeća • Upitno ostvarenje zadovoljavajućeg profita u tekućoj godini
PRILIKE(OPPORTUNITIES)	**PRIJETNJE(THREATS)**
• Zanimanje potrošača za proizvode • Potencijal za ostvarivanje višeg profita u budućnosti	• Pojava konkurenata

3.8.Potrebe za radnom snagom

Potreba za radnom snagom se mora unaprijed odrediti u odnosu na planirani kapacitet prodaje. Ljudski rad predstavlja svjesnu organiziranu djelatnost ljudi radi postizanja nekog korisnog učinka, odnosno zadovoljavanja određenih potreba, kako osobnih tako i društvenih. Naime, prilikom zapošljavanja se mora uzeti u obzir normativ za pojedina djelatna područja za prvih pet godina prodaje, odnosno eksploatacije. U ovom slučaju, normativ se uzima u odnosu na ugostiteljske i poslužne djelatnosti. U prvih pet godina ekpolatacije potrebna je sljedeća organizacija radnih mjesta: vlasnik, kuhar, 2 konobara i dostavljač.

Slika 1.Struktura zaposlenika unutar poduzeća



Radno vrijeme je strukturirano po smjenama, odnosno radi se u dvije smjene. Jutarnja smjena se odnosi na vremenski period o 10:00 do 17:00 sati, dok je popodnevna smjena od 16:00 do 23:00 sata. Za potrebe sezone, moguće je produljenje radnog vremena do 01:00 sat u noći.

3.9.Mjere zaštite na radu

Zaštita na radu objedinjava skup tehničkih, psiholoških i drugih djelatnosti pomoću kojih se otkrivaju i uklanjaju mogući rizici i opasnosti koji se pojavljuju u radu, a koji mogu utjecati na zdravlje i život samih zaposlenika.

Svrha zaštite na radu je da se osiguraju uvjeti kojima će se kako bi se spriječili zastoji u odvijanju poslovanja s mogućim posljedicama na zdravlje samih radnika kao što su profesionalne bolesti, ozljede na radu i i druge bolesti koje su povezane sa radom.

Prema Zakonu o zaštiti na radu(NN71/2014) :

-Poslodavac je obvezan organizirati i provoditi zaštitu na radu, vodeći pri tome računa o prevenciji rizika te obavještavanju, osposobljavanju, organizaciji i sredstvima. (čl.17,st.1);

-Poslodavac koji zapošljava do uključivo 49 radnika, može obavljati sam ako ispunjava propisane uvjete ili obavljanje tih poslova može ugovoriti ugovorom o radu sa stručnjakom zaštite na radu (čl.20,st.2);

-Radniku koji nije osposobljen za rad na siguran način poslodavac je obvezan osigurati rad pod neposrednim nadzorom radnika osposobljenog za rad na siguran način, ali ne dulje od 60 dana. (čl.28, st.2).

3.10.Financijski podaci

3.10.1.Stalna sredstva

Stalna sredstva se još nazivaju i osnovna sredstva ili dugotrajna imovina. To su ona sredstva koja se koriste na duži vremenski period (godinu dana i više) i većinom su sredstva za rad.

Stalna sredstva se dijele na:

- Stalna sredstva u pripremi
- Stalna sredstva u uporabi
- Stalna sredstva izvan uporabe

Govoreći o planiranom kapacitetu, odnosno o radnim standardima, može se reći kako se poduzeće nalazi na oko 40 četvornih metara poslovnog prostora. Poslovni prostor sastoji se od kuhinje, dijela za posluživanje s unutarnjim i vanjskim dijelom za sjedenje, sanitarnog čvora i skladišta namirnica. Potrebna oprema za poslovanje poduzeća uključuje vrhunsku kuhinju, ploče za pečenje palačinki, miksere za iradu tijesta, sokovnike za izradu prirodnih sokova, tave, hladnjak, kuhinjsko posuđe, skuter i ambalažu za dostavu. Uz to su potrebni odgovarajući stolovi i stolice za uređenje prostora, klima uređaj i televizija, fiskalna blagajna te odjeća za zaposlenike.

Tabela 4:Projekcija stalnih sredstava

Naziv	**Vrijednost kom/kn**	**Ukupno u kn**	**Udio u %**
Ploča za pečenje	3000kn (2)	6000kn	15%
Mikseri	1300kn (2)	2600kn	6.5%
Sokovnici	600kn (2)	1200kn	3%
Tave	300kn (2)	600kn	1.5%
Hladnjak	1800kn	1800kn	4.5%
Namještaj	15000kn	15000kn	37.5%
Klima uređaj	4000kn	4000kn	10%
Televizija	2500kn	2500kn	6.25%
Fiskalna blagajna	900kn	900kn	2.25%
Skuter	5400kn	5400kn	13.5%
Ukupno	/	40000kn	100%

3.10.2.Obrtna sredstva

Obrtna sredstva su zapravo materijalni inputi čiji je vijek trajanja kraći od jedne godine. Za razliku od stalnih, to su sredstva koja stalno mijenjaju svoj oblik i troše se tijekom proizvodnog ciklusa te se ne amortiziraju.

Ovi proizvodi se tijekom proizvodnje utroše te se kasnije prodajom i naplaćuje vrijednost utrošenih materijala.

3.10.3.Troškovi poslovanja

Troškovi poslovanja pružaju realnu procjenu uspjeha poduzeća.

3.10.4.Projekcija potrebnih ulaganja

Projekcija potrebnih ulaganja palačinkarnice „Slatko i slano“ dijeli se na ulaganje u dvije kategorije:

- Stalna sredstva
- Obrtna sredstva

U nastavku će biti prikazana tablica potrebnih ulaganja koja prikazuje odnos između stalnih i obrtnih sredstava. Omjer stalnih sredstava u ukupnim sredstvima je 58,82%, dok je omjer obrtnih 41,18%.

Tabela 5:Potrebna ulaganja

Naziv	**Vrijednost kn**	**Udio u %**
Stalna sredstva	40 000 kn	58,82%
Obrtna sredstva	28 000 kn	41,18%
UKUPNO	68 000 kn	100%

3.10.5.Izvori financiranja

Prema vlasništvu izvori financiranja mogu biti:[11]

- Vlastiti izvori (dionički kapital, partnerski ulozi) kod kojih ne postoji obaveza vraćanja te nemaju rok dospijeća. 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.

Prva stavka su vlastiti izvori koju čini osobna ušteđevina. Taj udio vlastitog izvora iznosit će 40 000 kuna. Tuđi izvor financiranja biti će podizanje kredita od 30 000 kuna kod Privredne Banke Zagreb.

Ukupan izvor financiranja iznositi će 70 000 kuna, od čega će vlastiti izvori iznositi 57,14%, a tuđi izvori 42,86%.

Otplata kredita kroz 5 godina

1	**04.10.2017.**	**419,25**	**174,50**	**593,75**	**29.580,75**
2	04.11.2017.	421,69	172,06	593,75	29.159,06
3	04.12.2017.	424,14	169,61	593,75	28.734,92
4	04.01.2018.	426,61	167,14	593,75	28.308,31
5	04.02.2018.	429,09	164,66	593,75	27.879,22
6	04.03.2018.	431,59	162,16	593,75	27.447,63
7	04.04.2018.	434,10	159,65	593,75	27.013,53
8	04.05.2018.	436,62	157,13	593,75	26.576,91
9	04.06.2018.	439,16	154,59	593,75	26.137,75
10	04.07.2018.	441,72	152,03	593,75	25.696,03
11	04.08.2018.	444,28	149,47	593,75	25.251,75
12	04.09.2018.	446,87	146,88	593,75	24.804,88
13	04.10.2018.	449,47	144,28	593,75	24.355,41
14	04.11.2018.	452,08	141,67	593,75	23.903,33

[11] Vidučić Lj., 2004, *Financijski menadžment*, Rrif, Zagreb.; Orsag S., 1997, Financiranje emisijom vrijednosnih papira, RIFIN, Zagreb.

15	04.12.2018.	454,71	139,04	593,75	23.448,62
16	04.01.2019.	457,36	136,39	593,75	22.991,26
17	04.02.2019.	460,02	133,73	593,75	22.531,24
18	04.03.2019.	462,69	131,06	593,75	22.068,55
19	04.04.2019.	465,38	128,37	593,75	21.603,17
20	04.05.2019.	468,09	125,66	593,75	21.135,08
21	04.06.2019.	470,81	122,94	593,75	20.664,27
22	04.07.2019.	473,55	120,20	593,75	20.190,72
23	04.08.2019.	476,31	117,44	593,75	19.714,41
24	04.09.2019.	479,08	114,67	593,75	19.235,33
25	04.10.2019.	481,87	111,89	593,76	18.753,46
26	04.11.2019.	484,68	109,08	593,76	18.268,78
27	04.12.2019.	487,50	106,26	593,76	17.781,28
28	04.01.2020.	490,33	103,43	593,76	17.290,95
29	04.02.2020.	493,18	100,58	593,76	16.797,77
30	04.03.2020.	496,05	97,71	593,76	16.301,72
31	04.04.2020.	498,94	94,82	593,76	15.802,78
32	04.05.2020.	501,84	91,92	593,76	15.300,94
33	04.06.2020.	504,76	89,00	593,76	14.796,18
34	04.07.2020.	507,70	86,06	593,76	14.288,48
35	04.08.2020.	510,65	83,11	593,76	13.777,83
36	04.09.2020.	513,62	80,14	593,76	13.264,21
37	04.10.2020.	516,61	77,15	593,76	12.747,60
38	04.11.2020.	519,61	74,15	593,76	12.227,99
39	04.12.2020.	522,63	71,13	593,76	11.705,36
40	04.01.2021.	525,67	68,09	593,76	11.179,69
41	04.02.2021.	528,73	65,03	593,76	10.650,96
42	04.03.2021.	531,81	61,95	593,76	10.119,15
43	04.04.2021.	534,90	58,86	593,76	9.584,25
44	04.05.2021.	538,01	55,75	593,76	9.046,24
45	04.06.2021.	541,14	52,62	593,76	8.505,10
46	04.07.2021.	544,29	49,47	593,76	7.960,81
47	04.08.2021.	547,45	46,31	593,76	7.413,36
48	04.09.2021.	550,64	43,12	593,76	6.862,72
49	04.10.2021.	553,84	39,92	593,76	6.308,88
50	04.11.2021.	557,06	36,70	593,76	5.751,82
51	04.12.2021.	560,30	33,46	593,76	5.191,52
52	04.01.2022.	563,56	30,20	593,76	4.627,96
53	04.02.2022.	566,84	26,92	593,76	4.061,12
54	04.03.2022.	570,14	23,62	593,76	3.490,98
55	04.04.2022.	573,45	20,31	593,76	2.917,53
56	04.05.2022.	576,79	16,97	593,76	2.340,74
57	04.06.2022.	580,14	13,62	593,76	1.760,60

58	04.07.2022.	583,52	10,24	593,76	1.177,08
59	04.08.2022.	586,91	6,85	593,76	590,17
60	04.09.2022.	590,17	3,43	593,60	0,00

3.10.6.Projekcija prihoda

Tabela 6:Projekcija prihoda

Opis stavke	**Vremensko razdoblje povrata**					**Ukupno**
	1.	**2.**	**3.**	**4.**	**5.**	
Palačinke	230.400,00	200.000,00	180.500,00	259.200,00	230.400,00	1100500,00
Sokovi	80.000,00	72.000,00	90.000,00	83.000,00	80.000,00	405.000,00
Ukupno	310.400,00	272.000,00	270.500,00	342.200,00	310.400,00	**1 505500,00**

3.10.7.Projekcija rashoda

Tabela 7:Projekcija rashoda

Opis stavke	**Vremensko razdoblje povrata**					**UKUPNO**
	1.	**2.**	**3.**	**4.**	**5.**	
Najam prostora	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	180.000,00
Bruto plaće	200000,00	200000,00	200000,00	200000,00	200000,00	1000000,00
Režije	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	60.000,00
Nabava robe	48.000,00	40.000,00	36.000,00	42.000,00	40.000,00	206.000,00

Internet(Facebook)	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	6000,00
Ostali troškovi	8.000,00	6.000,00	6.000,00	4.000,00	6.000,00	30.000,00
UKUPNO	305.200,00	295.200,00	291.200,00	295.200,00	295.200,00	**1482000,00**

3.10.8.Projekcija računa dobiti i gubitka

Tabela 8:Projekcija računa dobiti i gubitka

Opis stavke	**Vremensko razdoblje povrata**					**UKUPNO**
	1.	**2.**	**3.**	**4.**	**5.**	
Ukupni prihodi	310.400,00	272.000,00	270.500,00	342.200,00	310.400,00	**1505500,00**
Ukupni rashodi	305.200,00	295.200,00	291.200,00	295.200,00	295.200,00	**1482000,00**
Dobit/gubitak	5.200,00	(23.200,00)	(20.700,00)	47.000,00	15.200,00	**23.500,00**
PDV (20%)	1.040,00	-	-	9.400,00	3.040,00	13.480,00
UKUPNO	4.160,00	(23.200,00)	(20.700,00)	37.600,00	12.160,00	**10.020,00**

3.11.Marketing strategija

Strategija marketinga fundamentalan je okvir sadašnjih i planiranih ciljeva, resursa, interakcija poduzeća s tržištima, konkurentima i ostalim faktorima okruženja.[12]

Marketinški miks pomaže poduzeću da ostvari sve svoje ciljevei da zadovolji sve potrebe i želje koje zahtijeva tržište.

Sastoji se od 4 elementa, odnosno 4P:

- proizvod (product)
- cijena (price)
- prodaja ili distribucija (place)
- promocija (promotion)

Slika 2.Prikaz 4P



Izrada autora

[12] Renko N., *Strategije marketinga*, Ekonomski fakultet Zagreb, 2009

3.11.1. Proizvod

Kako i sam naziv palačinkarnice kaže, u ponudi će biti slatke i slane palačinke, različitih okusa i kombinacija. Klijenti će moći izabrati neku od ponuđenih palačinki ili pak složiti sami svoju idealnu kombinaciju. Palačinke će nositi nazive karakteristične za sinjsko područje da budu što slikovitije prikazane. U ponudi će biti i različiti prirodni sokovi koji će upotpunjavati palačinke koje će se moći jesti u ugodnom okruženju ili ponijeti kući.

3.11.2.Cijena

Cijene će varirati ovisno o sadržaju palačinke. Kretat će se u rasponu od 15kn kao najjednostavnija pa do 35kn s brojnim dodacima. Prirodni sokovi će imati cijenu od 15kn. Dostava po samom gradu neće se naplaćivati, a relacije udaljene više od 2km će se naplaćivati po 5kn. Postojat će i različiti popusti, npr.3+1 gratis te „happy hour“ svaki dan od 17h do 18h.

3.11.3.Prodaja

Proizvodi palačinkarnice će se distribuirati samo na području grada Sinja kao njihove temeljne i ciljne lokacije.

3.11.4.Promocija

Promocija palačinkarnice „Slano i slatko“ ponajviše će biti usmjerena na informiranje putem Facebook stranice gdje će biti vidljiva ponuda palačinki. Također će postojati i plakati po gradu koji će na sebi sadržavati ponudu i putokaz do nje te radio oglasi.

3.11.5.Projekcija troškova marketinga

Tabela 9:Projekcija troškova marketinga

PRORAČUN TROŠKOVA MARKETINGA	
1.TROŠKOVI PROMOCIJE	**1600kn**
1.Oglašavanje	1100kn
1a) Oglašavanje na radiu	500kn
1b) Oglašavanje na internetu	600kn
2.Troškovi unapređivanja prodaje	500kn
2a) Izrada plakata i letaka	500kn
2.IZRADA LOGA	**1000kn**
UKUPNO (I+II)	**2600kn**

Izrada autora

4.Tehničko-tehnološki i ekonomski aspekti realizacije palačinkarnice „Slatko i slano“

4.1.Izbor lokacije

Palačinkarnica „Slatko i slano“ bit će u Glavičkoj ulici, jednoj od tri glavne u centru grada. Lokacija bi trebala biti pun pogodak jer se tu kreće najveći broj ljudi i twško da će objekt takvog karaktera ostati nezamijećen među kafićima.

4.2.Organizacija zaposlenih

Za početak rada predviđeno je 5 zaposlenika, uključujući i vlasnika. Cilj je postići dobro poslovanje i ostvarivati dovoljne prihode kako bi u budućnosti moglo doći do proširenja poslovanja i povećanja broja zaposlenika. Zaposlenici će biti raspoređeni kao 2 konobara koji će posluživati goste, 2 osobe koje će pripremati palačinke te dostavljač.Bitan je timski rad među zaposlenicima te da postoji dobra komunikacija među njima tako da tijek poslovanja ni u jednom trenutku ne dođedo zastoja.

4.3.Razdoblje izvedbe

Razdoblje izvedbenekog projekta je razdoblje od samog investiranja u neku ideju do početka obavljanja djelatnosti u koju se ta ideja realizira. Vrijeme koje će biti potrebno da se ta poduzetnička ideja provede u djelo je 6 mjeseci. To razdoblje bi trebalo biti dovoljno da se iznajmi odgovarajući prostor i pripremi za početak rada te da se pronađu kvalitetni zaposlenici. Za pretpostaviti je da sredtsva koja su uložena u projekt neće biti odmah vraćena, nego da će proći neko vrijeme do povrata svih uloženih sredstava. Kriterij za ocjenjivanje uspješnosti poduzetničkog pothvata je duljina razdoblja povrata sredstava koji smo uložili. Što je vrijeme povrata kraće, pohvata će biti prihvatljiviji, i obrnuto.

5.Zaključak

Poduzetništvo je kreativna djelatnost u kojoj se pomoću različitih resursa proizvodi određeni proizvod ili usluga za zadovoljenje ljudskih potreba. Poduzetnička ideja je temeljno polazište svega za koju je ipak ključna njena realizacija za koju je zadužen sam poduzetnik. To je osoba koja ulaže vlastiti ili tuđi kapital s ciljem pokretanja određene djelatnosti i ostvarivanja profita. Bitno je da se dobro procjeni i istraži svaka prilika, ali i određeni rizik koji se pojavljuje u od samog početka realizacije nekog projekta. Stalnim ulaganjem u obrazovanje, spremnošću na preuzimanje rizika, kreativnošću samog poduzetnika, zadani ciljevi se lakše postižu.

Dobar poduzetnički plan sastoji se od pravilnog i objektivnog predviđanja eksternih faktora. Prilikom sastavljanja poslovnog plana, poduzetnik je obvezan navesti pojedine eksterne faktore kao što su utjecaj novog, odnosno izmijenjenog pravnog okvira. Na početku svakog projekta nalazi se ideja, odnosno stupanj objektivizacije volje. Nadalje, može se reći kako je put od ideje do uspjeha jako dug, a kao velika pomoć na tom putu pojavljuje se poslovni plan koji nam postupno pokazuje na ispravnost pokretanja poduzetničkog projekta.

Pregledom financijskog dijela poslovnog plana pretpostavka je da će palačinkarnica ostvarivati pozitivne rezultate nakon 5 godina poslovanja. Naime, pozitivni rezultati će ostvariti redovito plaćanje, odnosno vraćanje posuđenih sredstava.

Organizacija poduzeća bi trebala biti funkcijska, jer je najprikladnija poduzećima koja su mali početnici, imaj mali broj zaposlenika te ograničenu ponudu proizvoda.

Palačinkarnica ima prednost poslovanja zbog svoje lokacije jer će biti prvi objekt takvog karaktera u Sinju. Smatra se kako će objekt sa deset stalno zaposlenih izvrsno funkcionirati te će biti zadovoljene sve financijske stavke poslovanja. Jedan od najvažnijih ciljeva je da ostvari pozitivne rezultate svog poslovanja i postane omiljeni slatko slani kutak za sve uzraste.

Literatura

Knjige

1. Buble M, Kružić D.. *Poduzetništvo-realnost sadašnjosti i izazov budućnosti.,* Ekonomski fakultet Split, 2006
2. Goić, S. *Biznis plan*. Ekonomski fakultet Split, Split, 2006.
3. Hisrich, R., Peters, M., Shepherd, D. *Poduzetništvo*. Mate, Zagreb, 2011.
4. Kružić D., *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana,* Ekonomski fakultet Split, 2007.
5. Renko N., *Strategije marketinga*, Ekonomski fakultet Zagreb, 2009.
6. Vidučić Lj., 2004, *Financijski menadžment*, Rrif, Zagreb.; Orsag S., 1997, Financiranje emisijom vrijednosnih papira, RIFIN, Zagreb.

Pravilnik

1. Narodne novine, (2014): Zakon o zaštiti na radu , Narodne novine, broj 71.

Grafički prilozi

Slika 1.Struktura zaposlenika unutar poduzeća..... 16
Slika 2.Prikaz 4P 24

Popis tablica

Tabela 1:Struktura poslovnog plana..... 9
Tabela 2:Podaci o poduzetniku 12
Tabela 3:SWOT analiza 15
Tabela 4:Projekcija stalnih sredstava 18
Tabela 5:Potrebna ulaganja 19
Tabela 6:Projekcija prihoda..... 22
Tabela 7:Projekcija rashoda 22
Tabela 8:Projekcija računa dobiti i gubitka..... 23
Tabela 9:Projekcija troškova marketinga 26

Sažetak

Poduzetništvo predstavlja gospodarsku aktivnost pojedinca i grupe ljudi da uz određena ulaganja i preuzimanje rizika uđu u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita. Kada je poduzetništvo u pitanju, s pravom se kaže da sve kreće od ideje. Naime, imati dobru ideju je preduvjet uspjeha, a traganje za idejom predstavlja prvi korak koji se mora poduzeti kako bi se uopće zakoračilo u svijet poduzetništva. Za dolazak do novih ideja posebno su važni kreativnost, stvaralaštvo i domišljatost. U današnje vrijeme, uspješnost predstavlja najvažniji aspekt poslovanja te se izražava pomoću prihoda, rashoda i rezultata poslovanja. Također, uspješnost se može izraziti i kao preduvjet za opstanak na tržištu rada. Kao sastavni dio poduzetništva, biznis plan se izrađuje kako bi se poduzetnici što je moguće bolje pripremili za poslovanje poduzeća u narednom vremenskom razdoblju. Dobro pripremljen biznis plan stvorit će povjerenje kod korisnika, dok loš biznis plan može stvoriti dojam o neiskustvu i neprofesionalnosti. U današnjem suvremenom poslovanju, biznis plan služi poduzetniku kao analiza pothvata te služi za uočavanje svih potrebnih elemenata za uspješno ostvarenje. Sukladno sastavljanju biznis plana, temeljni cilj sastavljanja biznis plana odnosi se na istraživanje isplativosti i opravdanosti ulaganja u novi poduzetnički pothvat na primjeru palačinkarnice „Slatko i slano“. Ideja se razvila iz ljubavi prema palačinkama, kako pripremanju tako i degustiranju te želji da se i Sinju ponudi nešto novo i drugačije nego dosad.

Ključne riječi: biznis plan, poduzetnik, poduzetništvo

Summary

Entrepreneurship is the economic activity of individuals and groups of people that with certain investments and underwriting enter into a business venture with the aim of making a profit. When it comes to entrepreneurship, rightly says that everything starts from the idea. In fact, a good idea is a prerequisite for success, and the pursuit of the idea is the first step that must be taken to even take a step into the world of entrepreneurship. For coming up with new ideas are particularly important creativity and ingenuity. Today, success is the most important aspect of the business, and is shown by the income, expenses and results of operations. Also, the success rate can be expressed as a prerequisite for survival in the labor market. As an integral part of entrepreneurship, business plan is developed to entrepreneurs as possible to better prepare for the company's business in the coming period. A well – prepared business plan will create a trust with users, while bad business plan can create the impression of inexperience and lack of professionalism. In today's modern business, a business plan serves as an entrepreneur venture analysis, and is used to detect all the necessary elements for a successful achievement. In accordance with the business plan drawn up, the fundamental objective of drawing up a business plan relates to the study of profitability and feasibility of investing in a new venture in the case of creperie called „Sweet and salty“. The idea came from the love of making and degustating pancakes and the desire to offer something new in the city.

Keyword: business plan, entrepreneur, entrepreneurship