

# POSLOVNI PLAN NA PRIMJERU VEGETARIJANSKOG BISTROA "YUM"

---

Živković, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

*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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:785974>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-25**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
EKONOMSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

**POSLOVNI PLAN NA PRIMJERU  
VEGETARIJANSKOG BISTROA “YUM”**

**Mentor:**

**Izv. prof. dr. sc. Marina Lovrinčević**

**Student:**

**Petra Živković**

**Split, rujan, 2022.**

## Sadržaj

<b>1. UVOD</b> .....	4
<b>1.1. Definiranje problema istraživanja</b> .....	4
<b>1.2. Ciljevi rada</b> .....	4
<b>1.3. Metode rada</b> .....	4
<b>1.4. Struktura rada</b> .....	5
<b>2. ULOGA I VAŽNOST PLANIRANJA U REALIZACIJI PODUZETNIČKOG PODUHVATA</b> .....	6
<b>2.1. Poduzetništvo</b> .....	6
<b>2.2. Poduzetnik</b> .....	7
<b>2.3. Poduzetnički proces</b> .....	8
<b>2.4. Poslovni plan</b> .....	9
2.4.1. Sudionici poslovnog plana .....	10
<b>3. TRŽIŠNI ASPEKTI REALIZACIJE VEGETARIJANSKOG BISTROA „YUM“</b> .....	12
<b>3.1. Podatci o investitoru</b> .....	12
<b>3.2. Opis poduzetničke ideje</b> .....	12
3.2.1. Opis proizvoda .....	13
3.2.2. Poduzetničke referencije .....	13
<b>3.3. Analiza kupaca</b> .....	14
<b>3.4. Analiza konkurencije</b> .....	14
<b>3.5. SWOT analiza</b> .....	15
<b>3.6. Definiranje marketing strategije i promocije</b> .....	16
<b>3.7. Financijski podatci</b> .....	16
3.7.1. Stalna sredstva .....	16
3.7.2. Materijalni inputi .....	17
3.7.3. Projekcija potrebnih ulaganja .....	18
3.7.4. Izvori ulaganja .....	19
3.7.5. Projekcije prihoda .....	19
3.7.6. Projekcija rashoda .....	20
3.7.7. Projekcija računa dobiti i gubitka .....	21
<b>4. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI I EKONOMSKI ASPEKTI REALIZACIJE VEGETARIJANSKOG BISTROA „YUM“</b> .....	23
<b>4.1. Lokacija</b> .....	23
<b>4.2. Tehnologija poslovnog pothvata</b> .....	23
<b>4.3. Broj zaposlenih i njihova organizacija</b> .....	24
<b>4.4. Mjere zaštite na radu</b> .....	26

<b>4.5. Razdoblje izvedbe poslovnog pothvata .....</b>	<b>26</b>
<b>5. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>28</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>29</b>
<b>PRILOZI.....</b>	<b>30</b>
<b>SAŽETAK.....</b>	<b>31</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>32</b>

# 1. UVOD

## 1.1. Definiranje problema istraživanja

Problem istraživanja ovog završnog rada je izrada biznis plana i sagledavanje svih potrebnih aspekata koji su važni za pokretanja novog posla na primjeru vegetarijanskog bistroa "YUM". Završni rad će upravo na primjeru vegetarijanskog bistroa "YUM" prikazati i proučiti sve faze poslovnog planiranja.

## 1.2. Ciljevi rada

Glavni cilj završnog rada je prvenstveno istražiti isplativost i time opravdanost ulaganja u novi poduzetnički pothvat na primjeru vegetarijanskog bistroa "YUM". U cilju je napraviti i razraditi poslovni plan koji će predstavljati podlogu za uspješnu realizaciju i razvoj poslovanja bistroa.

## 1.3. Metode rada

Znanstvene metode koje su potrebne za izradu ovog završnog rada su:<sup>1</sup>

- **Metoda analize** – postupak pomoću kojeg se raščlanjivanjem složenih misaonih tvorevina stvaraju jednostavniji sastavni dijelovi i elementi
- **Metoda sinteze** – ujedinjuje jednostavne koncepte u složenije
- **Metoda indukcije** – na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica dolazi se do zaključka o općem sudu
- **Metoda dedukcije** – pomoću i iz općih stavova izvode se posebni i pojedinačni zaključci
- **Komparativna metoda** – uspoređuje iste ili slične činjenice, pojave, procese i odnose
- **Metoda kompilacije** – preuzimanje stranih opažanja, stavova, zaključaka i spoznaja
- **Metoda klasifikacije** – sistematska i potpuna podjela općega pojma na posebne
- **Metoda deskripcije** – jednostavno opisivanje ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu

---

<sup>1</sup> Zelenika R. (2000): Metodologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Sveučilište u Rijeci, str. 323.-325., str. 327.-329., str. 339.

#### **1.4. Struktura rada**

Ovaj završni rad se sastoji od šest cjelina koje su povezane.

U uvodnom dijelu se definira problem istraživanja, ciljevi rada, opravdanost ulaganja i znanstvene metode koje će se koristiti pri izradi samog rada.

U drugoj cjelini prezentira se uloga i važnost planiranja poslovnog poduhvata.

U trećoj cjelini se navode i daje se uvid u tržišne aspekte realizacije poslovnog poduhvata.

Četvrta cjelina se odnosi na tehničko-tehnološke i ekonomske aspekte realizacije poduzetničkog poduhvata.

Peta cjelina se odnosi na zaključak u kojem se donosi odluka o isplativosti ulaganja.

Na samom kraju rada se navodi popis literature koja se koristila, tablica, slika te sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

## 2. ULOGA I VAŽNOST PLANIRANJA U REALIZACIJI PODUZETNIČKOG PODUHVATA

### 2.1. Poduzetništvo

Poduzetništvo se definira kao ukupnost organizacijskih, inovacijskih, te upravljačkih sposobnosti. U praksi bi to zapravo bio proces stvaranja novih vrijednosti kroz iskorištavanje određenih resursa koji su na raspolaganju.<sup>2</sup>

Suvremeniji pristup poduzetništvu uključuje i niz faktora koji karakteriziraju poduzetništvo. Bit poduzetništva čine odrednice kao što su: dinamika, mašta, neizvjesnost, nestrpljivost, naporan rad, intuicija, postojanost, realnost, procjena, vještina, sposobnost, moral, motiviranost, borbenost i mnoge druge.<sup>3</sup>

Poduzetništvo je društvena aktivnost koja uključuje široki raspon značenja, te ono može biti:

- posebna ekonomska funkcija kombiniranja faktora proizvodnje i uvećanja postojećih potencijala
- proces samozapošljavanja i započinjanja vlastitog posla
- proces nastajanja i razvoja malih poduzeća
- kreativni proces
- preuzimanje poslovnog rizika
- način materijaliziranja proizvoda koji su kreativni
- nalaženje i uporaba novih mogućnosti
- vizionarska aktivnost i unošenje kreativnih promjena
- posebno zanimanje

---

<sup>2</sup> Šipić N., Najdanović Z. (2012): Osnove poduzetništva, Visoka poslovna škola Zagreb, Zagreb, str. 5.

<sup>3</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 7.

## 2.2. Poduzetnik

Postoje mnogobrojne definicije poduzetnika. Neke koje se izdvajaju u masi su sljedeće:

- to da je osoba koja stvara posao, upravlja resursima i preuzima rizik kako bi mogao ostvariti profit
- to je kreator koji procjenjuje rizik stvaranja povećanog bogatstva uz obvezu ubiranja vrijednosti proizvoda ili usluga <sup>4</sup>

Ključni elementi koji definiraju poduzetnika su:

1. Ostvarivanje povećanog bogatstva
2. Ubiranje vrijednosti
3. Preuzimanje rizika

Prema Frochlichu i Pichleru razlikujemo četiri tipa poduzetnika i tu spadaju univerzalac, pionir, organizator i rutiner.

**Tablica 1: Tipovi poduzetnika prema Frochlichu i Pichleru**

Dinamičko-stvaralački talent	Administrativno-izvršni talent	
	JAK	SLAB
JAK	UNIVERZALAC	PIONIR
SLAB	ORGANIZATOR	RUTINER

Izvor: Vlastoručna izrada na temelju materijala s predavanja, Poduzetništvo: Osobine i tipovi poduzetnika

Tipovi poduzetnika koji odgovaraju pojedinoj životnoj fazi poduzeća su pionir, stvaratelj, strateg i voditelj.<sup>5</sup>

**Pionir** - tipičan je za fazu izgradnje i on je sklon riziku i brzom odlučivanju

**Stvaratelj** - tipičan je primjer poduzetnika u fazi rasta. Brzo odlučuje, koristi temelje koje je postavio pionir, dobro je organiziran i okrenut je cilju poduzeća

<sup>4</sup> Kružić D., Lovrinčević M., Čačija Najev Lj., materijali s predavanja, Poduzetništvo: Osobine i tipovi poduzetnika

<sup>5</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 9.



**Strateg** – dominira u trećoj fazi, te ga karakterizira visoka svijest o riziku, fleksibilnost i orijentiranost na budućnost

**Voditelj** - u osnovi je koordinator. Kako bi postigao željeni učinak naglasak stavlja na unutrašnju ravnotežu u organizaciji. U cilju mu je motiviranje radnika, no njegovi nedostaci su manjak kreativnosti i sklonost riziku

Neke od važnijih karakteristika uspješnog poduzetnika su:<sup>6</sup>

- kreacija novog
- razumno preuzimanje rizika
- samouvjerenost
- uporan rad
- postavljanje ciljeva
- odgovornost

### 2.3. Poduzetnički proces

Poduzetnički proces je vrsta procesa koja ideju transformira u realnost zvanu poduzeće sa svim njezinim aktivnostima pomoću kojih se njihovim izvršenjem zadovoljava potreba kupaca. Moguće je poduzetnički proces promatrati u užem ali i u širem smislu.<sup>7</sup>

Poduzetnički proces u užem smislu predstavlja početnu fazu "podizanja" istraživačkih i budućih poslovnih aktivnosti. U fazi "start-up"-a se:

- generiraju ideje
- prepoznaju tržišne prilike
- istražuje dostupnost resursa
- određuju proizvodi ili usluge namijenjene tržištu
- razvija strategija ulaska na tržište
- ocjenjuje rizičnost pothvata

---

<sup>6</sup> Kružić D., Lovrinčević M., Čačija Najev Lj., materijali s predavanja, Poduzetništvo: Osobine i tipovi poduzetnika

<sup>7</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 19.

- definira organizacija
- oblikuje tim za implementaciju pothvata
- donosi odluka o korištenju prigode

Poduzetnički proces u širem smislu pored "start-up" faze još uključuje i fazu novog poduzeća u kojoj se:<sup>8</sup>

- 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

#### **2.4. Poslovni plan**

Poslovni plan predstavlja opis poslovne ideje u kojem poduzetnik prikazuje svoje planove i ambicije. Biznis plan omogućava prikaz poslovnog pothvata i njegove rezultate kako poduzetniku tako i svima drugima koji bi mogli biti uključeni u planirane poslovne aktivnosti.

Poslovni planovi se izrađuju kako bi se poduzetnici mogli što bolje pripremiti za poslovanje u vremenskom razdoblju koje im slijedi, te se svaki poslovni plan razlikuje.

---

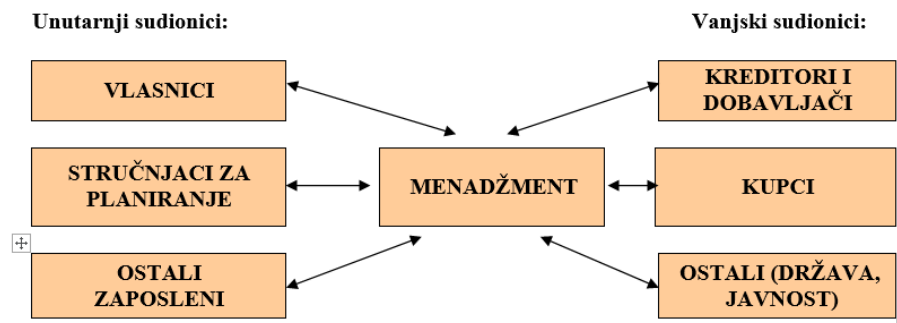
<sup>8</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 20.-21.

Iz poslovnog plana se trebaju dobiti odgovori na pitanja koja se odnose na planiranje, financiranje, pokretanje, organiziranje, vođenje, razvijanje i nadzor samog plana kroz njegov životni vijek.<sup>9</sup>

Tri su karakteristična razdoblja u koja se može svrstati cjelokupni životni vijek proizvodnih, trgovačkih, uslužnih ili mješovitih poduzetničkih pothvata:<sup>10</sup>

1. **Aktivizacijsko razdoblje** - razdoblje za vrijeme kojega se obavlja ulaganje ili investiranje vlastita novca i pozajmljivanje kapitala
2. **Pokusno razdoblje** - razdoblje tijekom kojega se uhodavaju tehničko-tehnološke i organizacijsko-radne sastavnice proizvodnoga, trgovačkoga ili uslužnoga procesa
3. **Eksploatacijsko razdoblje** - razdoblje tijekom kojega se obavlja proces redovite proizvodnje, trgovanja ili usluživanja

#### 2.4.1. Sudionici poslovnog plana



**Slika 1: Osobe koje su uključene u proces planiranja**

Izvor: Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 65.

<sup>9</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 61.

<sup>10</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 61.

Postoje unutarnji i vanjski sudionici koji sudjeluju u izradi i provođenju poslovnih planova, te neki od njih izravno, a neki samo posredno doprinose postupku planiranja.

Izrada i ostvarivanje poslovnih planova su različiti za pojedina poduzeća i to se uglavnom odnosi na veličinu i ustroj samog poduzeća što znači da ne sudjeluju uvijek iste osobe podjednako u postupku planiranja. Prilikom planiranja se najčešće polazi od menadžera jer su oni ti koji su najodgovorniji za poslovne rezultate.

### 3. TRŽIŠNI ASPEKTI REALIZACIJE VEGETARIJANSKOG BISTROA „YUM“

#### 3.1. Podatci o investitoru

Vegetarijanski bistro „YUM“ poduzetnički je pothvat koji je nastao od strane Petre Živković, rođene u Šibeniku 20.06.2000. godine, studentice Ekonomskog fakulteta u Splitu.

**Tablica 2: Podatci o investitoru**

PODATCI O INVESTITORU	
Ime i prezime	Petra Živković
Datum rođenja	20.06.2000.
Adresa stanovanja	Fra Jerolima Milete 25
Mjesto stanovanja	Šibenik
Studij	Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu
Poduzetničke vještine	Timski rad. odgovornost. inovativnost, kreativnost

Izvor: Vlastoručna izrada

#### 3.2. Opis poduzetničke ideje

Poduzetnička ideja se može definirati kao zamisao o tome što bi netko volio raditi s ciljem da ostvari profit. Također, svaka poduzetnička ideja predstavlja ujedno i početak svakog poduzetničkog poduhvata.

Poduzetnička ideja otvaranje vegetarijanskog bistroa „YUM“ je prvenstveno proizašla iz konkretnog pogleda na tržište gdje se može uočiti manjak ovakvih tipova restorana, a za kojima je potražnja svakim danom sve veća. Ovaj poduzetnički poduhvat se planira realizirati na području grada Šibenika upravo zbog nedostatka ponude vegetarijanskih restorana.

### 3.2.1. Opis proizvoda

Otvaranjem vegetarijanskog bistroa se želi promovirati zdravi način ishrane te se želi doprinijeti lokalnom i ekološkom gospodarstvu na način da će sve namirnice koje su potrebne za pravljenje jela i raznih smoothija biti od lokalnih OPG-ova. Osim što se želi omogućiti osobama koje su vegetarijanci da imaju mjesto gdje će rado doći pojesti i popiti nešto, isto tako je cilj privući i druge korisnike tj. kupce i približiti im drugačiju vrstu hrane koja im do sada nije bila poznata ili pak privlačna.

Bistro bi bio otvoren tijekom cijele godine odnosno nema se namjeru zatvoriti tijekom zime kao što to rade i drugi restorani već se planira udahnuti život za djelovanje preko cijele godine i tako produljiti trajanje turističke sezone i oživjeti staru gradsku jezgru.

Uz dobru lokaciju i raznovrstan meni goste bi privukli i lijepim uređenjem unutrašnjeg ali i vanjskog interijera restorana. Iako bistro predstavlja mali restoran, bio bi uređen minimalistički s naglaskom na moderne elemente te bi dodatno bio ukrašen s biljkama kako bi prostoru dali određenu dozu svježine i kako bi stvorili ugodan i opuštajući ambijent.

### 3.2.2. Poduzetničke referencije

Poduzetničke referencije su od velike važnosti za vrijeme osnivanja novog poslovnog poduhvata. Da bi se određeni poduhvat realizirao i da bi se mogao ostvariti uspjeh na tržištu, iziskuje se puno truda i rada od strane poduzetnika.

Za uspješnu realizaciju poslovnog pothvata bitne su sljedeće poduzetničke reference:

- Inovativnost
- Spremnost na timski rad
- Kreativnost
- Ambicioznost
- Želja za uspjehom

### **3.3. Analiza kupaca**

Pet pitanja koja se uvijek postavljaju pri analizi kupaca su: tko, kako, kada, gdje i zašto neko kupuje ili koristi određenu uslugu ili proizvod. Konkretno u vegetarijanski bistro „YUM“ može doći bilo tko tko želi isprobati nešto novo i drugačije, sve što je potrebno je doći u restoran i odabrati i naručiti si nešto za jelo. Restoran radi šest dana u tjednu osim blagdana i praznika i to u vremenskom razdoblju od dvanaest do osam navečer te se nalazi u staroj gradskoj jezgri na lokaciji Zlarinski prolaz 2 i razlog zašto bi došli u bistro je taj kako bi prvenstveno zadovoljili osnovnu potrebu za hranom.

Segmentaciju kupaca odnosno tržišta možemo podijeliti na geografsku, demografsku, bihevioralnu i psihografsku. Geografska se odnosi na ulice, kvartove, sela gradove, regije i države. Demografska se odnosi na spol (M/Ž), stare/mlade, visinu prihoda životni ciklus obitelji i slično. Bihevioralna obuhvaća stavove, vrijednosti te odnos prema proizvodu. Psihografska se odnosi na životni stil, interese, mišljenja i društveni status.

Korisnici vegetarijanskog bistroa „YUM“ bi mogli biti individualni i poslovni kupci. Bez obzira na spol, godište, etničku/vjersku pripadnost, geografsko određenje, stil života ili djelatnost kojom se bave, svi su dobrodošli.

### **3.4. Analiza konkurencije**

Kako bi poslovanje bilo uspješno i kako bi se ostvarila konkurentska prednost potrebno je uspješnije od konkurencije zadovoljavati potrebe ciljnih segmenata kupaca. Da bi se to moglo postići, najprije je potrebno upoznati konkurenciju i njihov način poslovanja.<sup>11</sup>

Konkurente dijelimo na direktne i indirektno. Na temelju prikupljenih podataka o konkurenciji na području djelovanja vegetarijanskog bistroa „YUM“, ne postoje podatci o direktnoj konkurenciji na području Šibenika.

---

<sup>11</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 80.

No, potencijalni konkurenti nam mogu biti restorani u Splitu kao što su Fig Split, Kat's Kitchen Deli i Pandora Green Box koji su dosta poznati i koji uspješno posluju već neko vrijeme.

### 3.5. SWOT analiza

**Tablica 3: SWOT analiza**

<b>SNAGE</b>	<b>SLABOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dobra lokacija objekta</li> <li>• raznolika ponuda hrane</li> <li>• cjenovno prihvatljiva ponuda</li> <li>• domaće namirnice</li> <li>• ugodni i opuštajući ambijent</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• novi na tom području</li> <li>• teško pronalaženje iskusnih i kvalitetnih radnika</li> <li>• visoki troškovi na početku poslovanja</li> </ul>
<b>PRILIKE</b>	<b>PRIJETNJE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• širenje poslovanja i na druge lokacije</li> <li>• odlična turistička sezona</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• potencijalna pojava konkurencije</li> <li>• smanjena kupovna moć gostiju</li> <li>• slaba turistička sezona</li> </ul>

Izvor: Vlastoručna izrada

Glavne snage vegetarijanskog bistroa „YUM“ su lokacija koja se nalazi u staroj gradskoj jezgri i raznolika ponuda vegetarijanskih jela kao što su salate s kvinojom i kus-kusom, snackova poput humusa s domaćim krekerima ili burrita s domaćom tortiljom napravljenih od domaćih i svježih namirnica iz lokalnih OPG-ova. Uz mnoga još različita jela koja su cjenovno prihvatljiva može se uživati u lijepom interijeru bistroa koji pruža ugodni i opuštajući ambijent.

Slabosti koje se javljaju su te što smo relativno novi na području Šibenika pa bi ljudi mogli biti skeptični prema hrani koju nudimo, ujedno bi mogli imati i problema s pronalaženjem kvalitetne radne snage ali i s visokim troškovima koji se mogu javiti na početku samog poslovanja.

Glavna prilika koja se može pružiti je ta da se proširimo na okolicu i druge gradove u Dalmaciji u budućnosti ukoliko poslovanje bude išlo dobro u Šibeniku, te će na sam uspjeh poslovanja rezultat imati i odlična turistička sezona.

Glavna i najveća prijetnja može biti pojava konkurencije koja će možda imati bolju ponudu hrane od nas pa će samim time dosta odskakati. Također, na poslovanje



može utjecati i slaba kupovna moć gostiju ali će veliki utjecaj na loše poslovanje imati i slaba turistička sezona.

### **3.6. Definiranje marketing strategije i promocije**

Definiranje marketing strategije pomoću koje se ostvaruju ciljevi koji su postavljeni, zajedno u skladu s misijom i vizijom te analizom unutrašnjeg i vanjskog okruženja, provodi se kroz odabir strategije, izbor ciljnog tržišta i kroz pozicioniranje.

Marketing strategija koja će se koristiti kod poslovanja vegetarijanskog bistroa „YUM“ je strategija fokusiranja. Ciljana skupina će nam prvenstveno biti vegetarijanci te ćemo se truditi što bolje udovoljiti im na način da ćemo uzeti u obzir njihove želje ali i kritike.

Promocija predstavlja oblik marketinške komunikacije kojoj je glavna uloga da informira ili podsjeti ljude o nekom proizvodu ili usluzi. Tri osnovna cilja promocije su da poveća zainteresiranosti potrošača za proizvod ili uslugu, da utječe na kupovnu odluku potrošača kao i na to da se određeni proizvod ili usluga izdvoji među konkurentima.

Kanali promocije vegetarijanskog bistroa „YUM“ su:

- društvene mreže (Instagram i Facebook)
- web stranica
- radio
- oglasi

### **3.7. Financijski podatci**

#### **3.7.1. Stalna sredstva**

Stalna sredstva obuhvaćaju materijalnu i nematerijalnu imovina poduzeća s vremenskim razdobljem duljim od jedne godine, odnosno to su sredstva koja se ne potroše za vrijeme jednog poslovnog ciklusa, već se troše kroz više ciklusa. Stalna sredstva su sredstva koja se amortiziraju, tj. dio njihove vrijednosti se svake godine priznaje kao trošak.

Stalna sredstva predstavljaju osnovu za rad te u nastavku slijedi prikaz stalnih sredstava koja su potrebna za rad vegetarijanskog bistroa „YUM“.

**Tablica 4: Stalna sredstva**

NAZIV	KOLIČINA	ULAGANJE (KN/KOM)	UKUPNA VRIJEDNOST (KN)
Namještaj	1	60.000,00	60.000,00
Kuhinja	1	42.000,00	42.000,00
Klima uređaj	2	3.299,00	6.598,00
Hladnjak 390 L	1	5.699,00	5.699,00
Zamrzivač	1	2.099,90	2.099,90
Blender 1.5 L	1	699,90	699,90
Računalo	1	2.599,00	2.599,00
Fiskalna blagajna	1	800,00	800,00
Telefon	1	150,00	150,00
<b>UKUPNA VRIJEDNOST (KN)</b>			<b>120.644,90</b>

Izvor: Vlastoručna izrada

### 3.7.2. Materijalni inputi

Materijalni inputi obuhvaćaju ona sredstva čiji je vijek trajanja kraći od jedne godine ili koja se potroše u cijelosti u jednom ciklusu proizvodnje, a koja služe za bezbrižno odvijanje proizvodnog ili uslužnog procesa. Materijalni inputi su inputi koji se u cijelosti potroše prilikom izrade proizvoda ili pružanja usluge, zbog čega se njihova vrijednost aplicira u prodajnu cijenu kalkulacijom.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 95.

U tablici broj 5 je prikazana procjena materijalnih inputa za vegetarijanski bistro „YUM“.

**Tablica 5: Prikaz materijalnih inputa za jedan mjesec**

NAZIV	MATERIJALNI INPUTI (KN)
Poslovni najam	25.000,00
Mjesečne režije	7.000,00
Promocija	2.300,00
Nabava hrane	27.000,00
Nabava pića	19.000,00
Bruto plaće	49.000,00
<b>UKUPNO</b>	<b>129.300,00</b>

Izvor: Vlastoručna izrada

### 3.7.3. Projekcija potrebnih ulaganja

Projekcija potrebnih ulaganja uključuje ulaganja u stalna sredstva ali i ulaganja u obrtna sredstva.

Ulaganja u stalna sredstva su ona sredstva koja podrazumijevaju svu materijalnu i nematerijalnu imovinu s vijekom trajanja duljim od jedne godine i ona se mogu svrstati u nekoliko karakterističnih skupina:<sup>13</sup>

- zemljište
- dugogodišnji nasadi, osnovno stado (ili jato)
- građevinski objekti
- oprema
- osnivački izdaci
- ostala stalna sredstva

Ulaganja u trajna obrtna sredstva obuhvaćaju ulaganja u sirovine, materijal, sitan inventar, energente, trgovačku robu, plaće svih zaposlenika, zakupnine,

---

<sup>13</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 107.

koncesijske naknade, razne usluge i ulaganja u druga sredstva koja su potrebna za početak i normalno odvijanje poslovnog procesa.<sup>14</sup>

**Tablica 6: Prikaz projekcije potrebnih ulaganja**

NAZIV	IZNOS (KN)
<b>Vlastiti izvori</b>	<b>238.000,00</b>
Gotovina	200.000,00
Vlastita oprema	23.000,00
Ostali izvori	15.000,00
<b>Vanjski izvori</b>	<b>53.000,00</b>
Pozajmice	20.000,00
Dobavljači	18.000,00
Ostali izvori	15.000,00
<b>UKUPNO</b>	<b>291.000,00</b>

Izvor: Vlastoručna izrada

Sredstva potrebna za realizaciju projekta vegetarijanskog bistroa „YUM“ ukupne su vrijednosti od 291.000,00 kn. Vlastiti izvori iznose 238.000,00 kn, a vanjski izvori iznose 53.000,00 kn.

#### 3.7.4. Izvori ulaganja

Izvori za financiranje mogu biti vlastiti i tuđi. Vlastiti izvori mogu biti u novcu, naravi, vlastitom radu ili pravima, dok u tuđa sredstva spadaju krediti, pozajmice, dobavljači, avansi kupaca i mnoga druga sredstva.

Otvaranje vegetarijanskog bistroa „YUM“ će se realizirati uz pomoć vlastitih izvora financiranja odnosno sav dio ulaganja će se odnositi na vlastiti novac i uštedevinu.

#### 3.7.5. Projekcije prihoda

Prihodi predstavljaju svako povećanje ekonomske koristi tijekom određenog vremenskog razdoblja u obliku povećanja imovine ili smanjenja glavnice. U

---

<sup>14</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 108.

projekciju prihoda bi trebalo uključiti sve prihode koji se očekuju da će se ostvariti prodajom proizvoda ili pružanjem usluge na tržištu.

U tablici broj 7 je prikazana projekcija prihoda koja se ostvaruje pružanjem usluge u vegetarijanskom bistrou „YUM“ kroz vremensko razdoblje od pet godina.

**Tablica 7: Prikaz projekcije prihoda**

STAVKE	VREMESNKO RAZDOBLJE POSLOVANJA					UKUPNO
	Prva godina	Druga godina	Treća godina.	Četvrta godina	Peta godina	
Juhe	200.000,00	222.000,00	250.000,00	286.000,00	354.000,00	<b>1.312.000,00</b>
Glavna jela	1.090.000,00	1.115.000,00	1.300.000,00	1.336.000,00	1.440.000,00	<b>6.281.000,00</b>
Zdravi deserti	129.000,00	129.000,00	131.000,00	149.000,00	151.000,00	<b>689.000,00</b>
Smoothiji	50.000,00	53.000,00	54.000,00	60.000,00	61.000,00	<b>278.000,00</b>
Pića	380.000,00	410.000,00	465.000,00	478.000,00	500.000,00	<b>2.233.000,00</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>1.849.000,00</b>	<b>1.926.000,00</b>	<b>2.200.000,00</b>	<b>2.309.000,00</b>	<b>2.506.000,00</b>	<b>10.790.000,00</b>

Izvor: Vlastoručna izrada

U prvim godinama poslovanja je za očekivati da neće odmah biti dostignut maksimalni obujam poslovanja. Prihodi će također postepeno rasti dok ne dostignu svoj planirani obujam i to se obično događa u trećoj ili četvrtoj godini poslovanja i ta se godina može uzimati kao „reprezentativna godina“.

### 3.7.6. Projekcija rashoda

Rashodi predstavljaju smanjenje ekonomske koristi tijekom određenog obračunskog razdoblja u obliku odljeva imovine ili zaduživanjem koje potom rezultira smanjenjem kapitala.

U projekciju rashoda uz direktne troškove, troškove amortizacije i troškove zaposlenih treba uključiti i druge troškove. To mogu biti različiti troškovi koji

najčešće imaju karakter općih i fiksnih troškova i oni se često javljaju u iznosima koji prelaze prvobitno očekivane.<sup>15</sup>

U tablici broj 8 je prikazana projekcija rashoda koja se ostvaruje pružanjem usluge u vegetarijanskom bistrou „YUM“ kroz vremensko razdoblje od pet godina.

**Tablica 8: Prikaz projekcije rashoda**

STAVKE	VREMESNKO RAZDOBLJE POSLOVANJA					UKUPNO
	Prva godina	Druga godina	Treća godina	Četvrta godina	Peta godina	
Najam poslovnog prostora	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	<b>1.500.000,00</b>
Mjesečne režije	84.000,00	84.800,00	85.800,00	85.900,00	86.000,00	<b>426.500,00</b>
Promocija	27.600,00	26.200,00	26.200,00	26.350,00	26.550,00	<b>132.900,00</b>
Nabava hrane	324.000,00	330.000,00	356.000,00	358.000,00	410.000,00	<b>1.778.000,00</b>
Nabava pića	228.000,00	231.000,00	236.000,00	300.000,00	303.500,00	<b>1.298.500,00</b>
Bruto plaće	588.000,00	588.000,00	595.100,00	602.200,00	602.200,00	<b>2.975.500,00</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>1.551.600,00</b>	<b>1.560.000,00</b>	<b>1.599.100,00</b>	<b>1.672.450,00</b>	<b>1.728.250,00</b>	<b>8.111.400,00</b>

Izvor: Vlastoručna izrada

### 3.7.7. Projekcija računa dobiti i gubitka

Račun dobitka i gubitka prikazuje prihode i rashode te financijski rezultat ostvaren u određenom vremenskom razdoblju.

<sup>15</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 119.

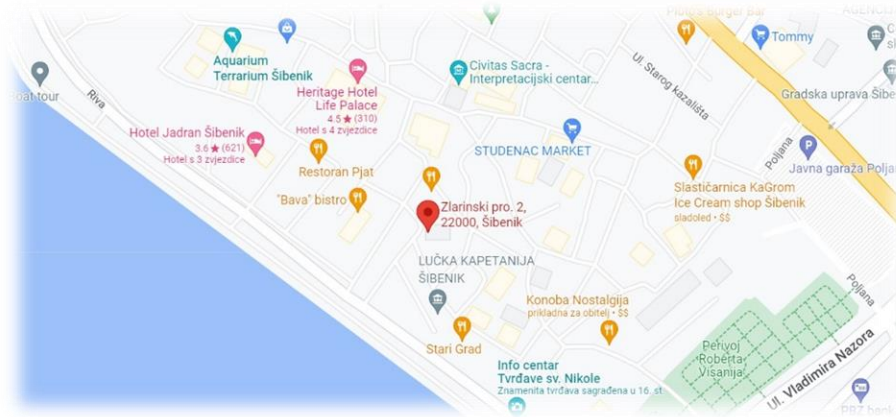
**Tablica 9: Prikaz računa dobiti i gubitka**

STAVKE	VREMENSKO RAZDOBLJE POSLOVANJA					UKUPNO
	Prva godina	Druga godina	Treća godina	Četvrta godina	Peta godina	
Ukupni prihodi	1.849.000,00	1.926.000,00	2.200.000,00	2.309.000,00	2.506.000,00	<b>10.790.000,00</b>
Ukupni rashodi	1.551.600,00	1.560.000,00	1.599.100,00	1.672.450,00	1.728.250,00	<b>8.111.400,00</b>
Ukupna dobit/gubitak	297.400,00	366.000,00	600.900,00	636.550,00	777.750,00	<b>2.678.600,00</b>
Porez na dobit (18%)	53.532,00	65.880,00	108.162,00	114.579,00	139.995,00	<b>482.148,00</b>
Čista dobit/gubitak	<b>243.868,00</b>	<b>300.120,00</b>	<b>492.738,00</b>	<b>248.971,00</b>	<b>637.755,00</b>	<b>2.196.452,00</b>

Izvor: Vlastoručna izrada

## 4. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI I EKONOMSKI ASPEKTI REALIZACIJE VEGETARIJANSKOG BISTROA „YUM“

### 4.1. Lokacija



**Slika 2: Lokacija vegetarijanskog bistrea „YUM“**

Izvor: Google karte

Vegetarijanski bistro „YUM“ će se nalaziti u Republici Hrvatskoj, u Šibensko-kninskoj županiji tj. u gradu Šibeniku u samoj gradskoj jezgri na adresi Zlarinski prolaz 2. Ova lokacija je izvrsna zato što se nalazi u centru gradu i u neposrednoj je blizini šibenske rive, autobusnog stajališta i trajektne luke, te se u blizini objekta nalazi i veliko parkiralište za sve goste bistrea.

### 4.2. Tehnologija poslovnog pothvata

Tehnologija označava niz procesa, sredstava, metoda, postupaka i opreme koji se koriste za proizvodnju roba i usluga.

Razlikujemo dvije vrste tehnologije:<sup>16</sup>

- klasičnu radno intenzivnu i klasičnu kapitalno intenzivnu
- suvremena - primjena sofisticiranih tehnoloških rješenja u proizvodnji

<sup>16</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 94.



Odluke o tehnologiji bi donijela uz savjetovanje sa stručnjacima iz ugostiteljskih djelatnosti. Tehnologija koja će se koristiti u poslovanju vegetarijanskog bistroa „YUM“ je moderna tehnologija tj. koristili bi najnoviju i najkvalitetniju oprema koja se nalazi na tržištu. Također bi u radu koristili klasičnu radnu intenzivnu tehnologiju umjesto kapitalno intenzivne zato što ona zahtijeva veću razinu ulaganja i veći iznos financijskih sredstava, te se kapitalno intenzivna proizvodnja uglavnom oslanja na strojeve i opremu.

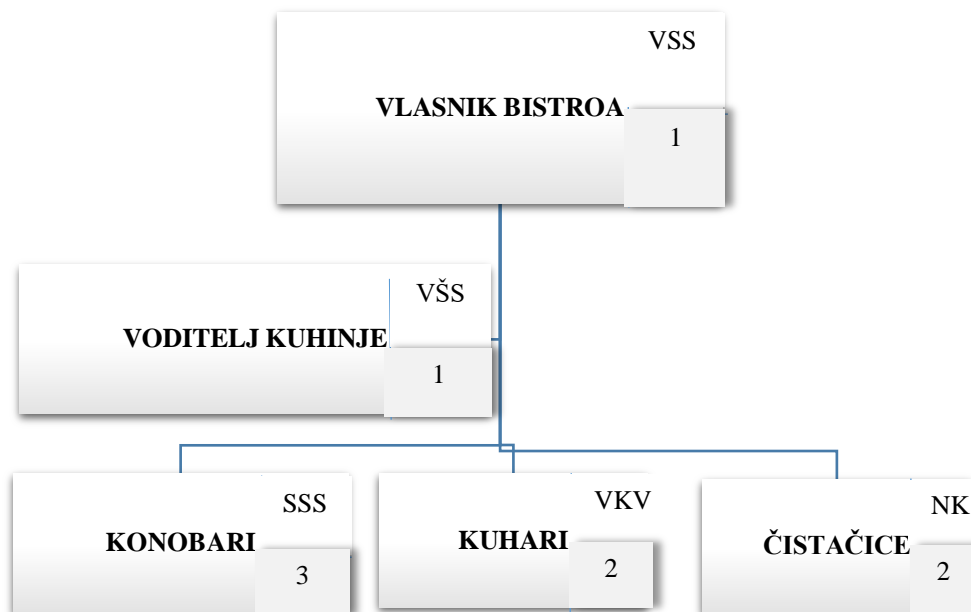
#### **4.3. Broj zaposlenih i njihova organizacija**

Za poslovanje bilo koje vrste objekta je potrebno utvrditi radnu snagu. Radna snaga označava sve ljude koji obavljaju određeni posao u nekom poduzeću i pri tome trebaju biti plaćeni za svoj rad.

Broj zaposlenih se može razlikovati ovisno o sezoni i razdoblju izvan sezone. U Republici Hrvatskoj turizam nije prisutan tokom cijele godine već najveći broj turista u Hrvatskoj dolazi tijekom ljetnih mjeseci (šesti, sedmi, osmi i deveti mjesec) pa će se u tom periodu udvostručiti i broj radne snage.

Vegetarijanski bistro „YUM“ će biti otvoren tijekom cijele godine. Radit će se šest dana u tjednu po osam sati svaki dan osim nedjelje koja je slobodna te osim blagdana i praznika, u jednoj smjeni u vremenskom razdoblju od dvanaest do osam sati navečer.

Izvan sezone će u vegetarijanskom bistrou „YUM“ biti zaposlena dva konobara od kojih je jedan šanker dok će drugi konobar posluživati goste unutar bistroa i na terasi. U kuhinji će biti zaposlena također dva kuhara tj. jedan od njih je kuhar, a drugi je voditelj kuhinje, te će biti zaposlena i jedna čistačica. Za vrijeme sezone broj potrebnih radnika će se povećati. Umjesto dva konobara radit će tri od kojih će jedan raditi kao šanker a druga dva će konobariti, te će jedan konobar biti zaslužen za posluživanje gostiju unutar bistroa, dok će drugi biti zaslužen za posluživanje gostiju na terasi. Tijekom sezone će u kuhinji raditi dva kuhara i jedan voditelj kuhinje i umjesto jedne čistačice radit će dvije.



**Slika 3: Organizacija zaposlenih**

Izvor: Vlastoručna izrada

Hijerarhijski gledano na čelu ugostiteljskog objekta se nalazi vlasnik bistroa i on je ujedno zadužen za nabavu svih potrebnih materijalnih inputa. Ispod vlasnika se nalazi voditelj kuhinje i njemu odgovaraju kuhari, no svi konobari, kuhari i čistačice koje su zaposlene u objektu direktno i jedino odgovaraju vlasniku bistroa zato što je on taj koji se zadužen za vođenje i nadgledanje poslovanja.

**Tablica 10: Popis zaposlenih i potrebna stručna sprema**

POZICIJA	OBRAZOVANJE	
	RAZINA OBRAZOVANJA	DIPLOMA
Vlasnik bistroa	VSS	DA
Voditelj kuhinje	VŠS	DA
Konobari	SSS/VKV/KV	NE
Kuhari	VKV/KV	NE
Čistačice	NK	NE

Izvor: Vlastoručna izrada

Pri izboru radne snage bitno je da su svi potencijali zaposlenici prvenstveno voljni raditi i da žele dodatno usavršavati svoje znanje i vještine kako bi bili još bolji u svom radu, također je važno i da su odgovorni te da su timski nastrojani.

#### **4.4. Mjere zaštite na radu**

Obavljanje određenih poslova ili profesija odvija se u uvjetima koji nisu sigurni za zdravlje zaposlenih te je zbog toga potrebno provoditi zaštitu na radu primjenom zaštitnih mjera i sredstava.

Zbog povreda i oboljenja zaposlenih nastaju štete za poduzeće u obliku: <sup>17</sup>

- naknada koje treba isplatiti zaposlenima
- izgubljenog radnog vremena
- nematerijalne štete u vidu nezadovoljstva zaposlenih, lošeg image-a u javnosti i sl.

Svako poduzeće za cilj ima da izbjegne ili da smanji rizik nastanka povreda. Stoga je potrebno urediti radni proces na način da se maksimalno smanji rizik povreda i oboljenja, također je potrebno opremiti zaposlenike sredstvima za osobnu zaštitu, obučiti zaposlenike da rade na maksimalno siguran način te kontrolirati pridržavanje mjera koje su propisane.

Sanitarna iskaznica predstavlja obavezan dokument za svakog zaposlenika u ugostiteljstvu i bez nje se ne može raditi. Sanitarnom iskaznicom zaposlenik potvrđuje da je zdrav odnosno da nije kliconoša i simptomatski bolesnik.

#### **4.5. Razdoblje izvedbe poslovnog pothvata**

Razdoblje izvedbe poslovnog pothvata obuhvaća vremensko razdoblje od početka realizacije neke poduzetničke ideje do početka njezine redovite proizvodnje, trgovanja ili pružanja usluge. Ovaj vremenski period ujedno uključuje i sve pripremne radnje koje su potrebne.<sup>18</sup>

Aktivizacijsko razdoblje vegetarijanskog bistroa „YUM“ će trajati gotovo šest mjeseci, te se u tom razdoblju predviđa obavljanje aktivnosti koje se nalaze u tablici u nastavku.

---

<sup>17</sup> Goić S., materijali s predavanja, Menadžment ljudskih resursa: Zaštita i unaprjeđenje uvjeta rada i života zaposlenih

<sup>18</sup> Grubišić D., Goić S., Kružić D. (urednik), Draganić D., Lozić I., Bakotić D., Pavić I. (2008): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Split, str. 105.

**Tablica 11: Aktivizacijsko razdoblje vegetarijanskog bistroa „YUM“**

<b>REDNI BROJ</b>	<b>AKTIVNOSTI</b>	<b>POČETAK AKTIVNOSTI</b>	<b>KRAJ AKTIVNOSTI</b>
<b>1</b>	Izrada poslovnog plana	01.02.2023.	15.02.2023.
<b>2</b>	Najam prostora	17.02.2023.	19.02.2023.
<b>3</b>	Prijava poduzeća	19.02.2023.	23.03.2023.
<b>4</b>	Opremanje prostora	25.03.2023.	05.05.2023.
<b>5</b>	Realizacija jelovnika	06.05.2023.	10.05.2023.
<b>6</b>	Raspisivanje natječaja za posao	12.05.2023.	30.05.2023.
<b>7</b>	Selekcija i izbor potrebnih zaposlenika	03.06.2023.	09.06.2023.
<b>8</b>	Promocija i oglašavanje	10.06.2023.	20.06.2023.
<b>9</b>	Početak poslovanja	23.06.2023.	23.06.2023.

Izvor: Vlastoručna izrada

## 5. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo označava aktivnost pojedinca da uz određenu svotu kapitala i preuzimanje rizika uz neizvjesnost uđe u poslovni poduhvat s ciljem ostvarivanja profita. Svakom poduzetniku je u cilju da svoju ideju realizira u poduzetnički poduhvat koji će biti uspješan, ali pri tom putu treba biti spreman na moguće poteškoće koje će mu potencijalno otežati tu realizaciju.

Da bi svaki poslovni pothvat bio uspješno realiziran potrebno je prvenstveno napraviti dobar i detaljan poslovni plan koji će pomoći u realizaciji poslovne ideje. Najvažnije je temeljito napraviti i proučiti financijske projekcije jer se iz njih iščitava odluka o isplativosti ulaganja u poslovni projekt.

Kao zaključak ovog završnog rada navodi se uspješno poslovanje vegetarijanskog bistroa „YUM“ što se može uočiti iz financijskog dijela poslovnog plana koji je napravljen za vremensko razdoblje od pet godina. Pozitivni rezultati se mogu vidjeti već u prvoj godini, te se rast prihoda nastavlja i kroz ostale četiri godine poslovanja. Prihodi koji se ostvaruju poslovanjem vegetarijanskog bistroa pokrivaju i rashode koji nastaju za vrijeme rada bistroa, te se na temelju toga predviđa i uspješno poslovanje u budućnosti.

## LITERATURA

### Knjige:

1. Grubišić, D., Goić, S., Kružić, D., Dragnić, D., Lozić, I., Bakotić, D., Pavić, I. (2008), Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Sveučilište u Splitu, Ekonomski Fakultet, Split
2. Zelenika, R. (2000), Metodologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Sveučilište u Rijeci, Rijeka
3. Buble M., (2006): Menadžment, Ekonomski fakultet u Splitu
4. Buble M., Kružić D., (2006), Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, Ekonomski fakultet Split

### Nastavni materijali:

1. Lovrinčević M., Osobine i tipovi poduzetnika, nastavni materijali iz kolegija Poduzetništvo
2. Goić S., Zaštita i unaprjeđenje uvjeta rada i života zaposlenih, nastavni materijali iz kolegija Menadžment ljudskih resurs

### Izvori s Interneta:

1. <https://hr.strephonsays.com/labour-intensive-and-vs-capital-intensive-12633>
2. [http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni\\_mat/1\\_godina/metodologija/metode\\_znanstvenih\\_istrzivanja.pdf](http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrzivanja.pdf)

## **PRILOZI**

### **Slike**

Slika 1: Osobe koje su uključene u process planiranja

Slika 2: Lokacija vegetarijanskog bistroa "YUM"

Slika 3: Organizacija zaposlenih

### **Tablice**

Tablica 1: Tipovi poduzetnika prema Frochlichu i Pichleru

Tablica 2: Podatci o investitoru

Tablica 3: SWOT analiza

Tablica 4: Stalna sredstva

Tablica 5: Prikaz materijalnih inputa za jedan mjesec

Tablica 6: Prikaz projekcije potrebnih ulaganja

Tablica 7: Prikaz projekcije prihoda

Tablica 8: Prikaz projekcije rashoda

Tablica 9: Prikaz računa dobiti i gubitka

Tablica 10: Popis zaposlenih i potrebna stručna sprema

Tablica 11: Aktivizacijsko razdoblje vegetarijanskog bistroa „YUM“

## **SAŽETAK**

Pojam poduzetništvo se odnosi na sposobnost pokretanja tj. poduzimanja određene aktivnosti sa svrhom da se postigne željeni cilj, podrazumijevajući spremnost na neizvjesnost ishoda i rizik. Uz pojam poduzetništvo usko je vezan i pojam poduzetnik. Poduzetnik označava osobu koja riskira sve što ima kako bi mogao razviti inovativan proizvod ili uslugu koristeći se svojom kreativnošću.

Kako bi se poslovni poduhvat mogao ostvariti tj. realizirati potrebno je izraditi poslovni plan koji je kvalitetan i koji investitorima daje uvid u poduzetničku ideju. Kod poslovnog plana najvažniji je onaj dio koji se odnosi na financijski aspekt zato što se iz njega može iščitati hoće li projekt biti isplativ ili neće.

Ovaj završni rad prikazuje poslovni plan za otvaranje vegetarijanskog bistroa "YUM". Glavni razlog za pokretanje ovog poduzetničkog poduhvata je prvenstveno manjak ove vrste restorana na području grada Šibenika te je cilj rada bio dokazati isplativost ulaganja u ovu vrstu pothvata. Kroz analizu financijskog dijela dolazi se do zaključka o isplativosti projekta.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnički pothvat, vegetarijanski bistro



## **SUMMARY**

The term entrepreneurship refers to the ability to initiate, i.e. undertake a specific activity with the aim of achieving the desired goal, implying readiness for uncertainty of the outcome and risk. The term entrepreneur is closely related to the term entrepreneurship. An entrepreneur means a person who risks everything he has in order to develop an innovative product or service using his creativity.

In order for a business venture to be realized, it is necessary to create a business plan that is of high quality and that gives investors an insight into the entrepreneurial idea. The most important part of the business plan is the part related to the financial aspect, because it can be read from it whether the project will be profitable or not.

This thesis presents a business plan for opening a vegetarian bistro "YUM". The main reason for starting this entrepreneurial venture is primarily the lack of this type of restaurant in the area of the city of Šibenik, and the aim of the work was to prove the profitability of investing in this type of venture. Through the analysis of the financial part, a conclusion is reached about the profitability of the project.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial venture, vegetarian bistro