

# Poslovni plan na primjeru konzultantske tvrtke

---

**Strahinec, Darko**

**Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:422571>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-23**

*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Specijalistički diplomski stručni studij**  
**Projektni menadžment**

**DARKO STRAHINEC**

**POSLOVNI PLAN NA PRIMJERU KONZULTANTSKE**  
**TVRTKE**

**SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD**

**Zaprešić, 2021. godine**

**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Specijalistički diplomski stručni studij**  
**Projektni menadžment**

**SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD**

**POSLOVNI PLAN NA PRIMJERU KONZULTANTSKE**  
**TVRTKE**

**Mentor:**  
**dr. sc. Dragutin Funda, prof. v. š.**

**Naziv kolegija:**  
**STRATEGIJSKI MENADŽMENT**

**Student:**  
**Darko Strahinec**

**JMBAG studenta:**  
**0160137710**



---

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD .....</b>	<b>3</b>
<b>2. VAŽNOST PLANIRANJA U REALIZACIJI PODUZETNIČKOG PODHVATA...4</b>	
2.1 Poduzetnička ideja.....	4
2.2 Poslovna prigoda.....	5
2.3 Poduzetnički pothvat .....	5
2.4 Poduzetnički proces.....	6
<b>3. POKRETANJE VLASTITOG BIZNISA.....8</b>	
3.1 Izgled poduzetničko osamostaljivanja.....	9
3.2 Izbor pravnog ustrojstva .....	10
3.3 Troškovi osnivanja poduzeća / obrta.....	11
<b>4. POSLOVNI PLAN .....</b>	<b>13</b>
4.1.1 Namjena i struktura poslovnog plana.....	13
4.2 Poduzetništvo .....	2
4.3 Poduzetnik .....	3
4.4 Marketing.....	4
4.4.1 Promidžba malog biznisa.....	5
<b>5. IZRADA POSLOVNOG PLANA NA PRIMJERU KONZULTANTSKE TVRTKE „D CONS“.....6</b>	
5.1 Sumarni sažetak .....	6
5.2 Polazište.....	8
5.2.1 Nastanak poduzetničke ideje .....	8
5.2.2 Razlozi osnivanja .....	9
5.2.3 Podaci o investitoru.....	10
5.2.4 Vizija i zadaća poduzetničkog podhvata .....	10
5.3 Opis usluga.....	10
5.4 Tržišna opravdanost .....	12
5.4.1 Analiza tržišta .....	12
5.4.2 Marketinške i prodajne strategije.....	12
5.4.3 Projekcija prodaje.....	15
5.5 Operacijska procedura .....	16

5.5.1	Makroekonomsko okruženje.....	16
5.5.2	Lokacija .....	16
5.6	Pravni i regulativni zahtjevi.....	16
5.7	Financijski plan .....	17
5.7.1	Struktura troškova .....	17
5.7.2	Proračun amortizacije.....	20
5.7.3	Struktura i broj zaposlenih.....	22
5.7.4	Investicija u obratna sredstva.....	23
5.7.5	Izvori financiranja .....	23
5.7.6	Račun dobiti i gubitaka.....	24
5.8	SWOT Analiza.....	25
5.9	Zaključak .....	26
<b>6.</b>	<b>OSTVARIVANJE PODUZETNIČKE IDEJE .....</b>	<b>28</b>
<b>7.</b>	<b>ZAKLJUČAK.....</b>	<b>30</b>
<b>8.</b>	<b>IZJAVA .....</b>	<b>32</b>
<b>9.</b>	<b>POPIS LITERATURE .....</b>	<b>33</b>
9.1	KNJIGE I ČLANCI.....	33
9.2	INTERNETSKI IZVORI.....	34
<b>10.</b>	<b>POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA .....</b>	<b>35</b>
10.1	Tablica slika.....	35
10.2	Popis tablica.....	35
10.3	ŽIVOTOPIS.....	37



## **SAŽETAK**

Poduzetništvo je gospodarska aktivnost od koje korist ima cijelo društvo, a dakako i sam poduzetnik. Složen i vrlo zahtjevan proces koji zahtjeva mnoge vještine i znanja koji pretvara samu ideju u detaljno razrađeni poslovni poduhvat. U tome procesu poduzetnik preuzima određeni rizik a svrhu ostvarivanja profita. Sam poslovni plan jedan je od najbitnijih segmenata u tome cijelome procesu. Treba biti detaljan i kvalitetno izrađen jer on daje uvid u ideju investitorima i svim korisnicima. Pruža sve potrebne informacije kako bi se mogla ispitati opravdanost ulaganja te isplativost projekta.

U ovome diplomskom radu prikazan je poslovni plan za otvaranje konzultantske tvrtke „D cons“. Cilj je bio dokazati opravdanost ulaganja u projekt, te detaljno prikazati sve potrebne informacije o projektu. Kroz financijsku analizu dolazi se do zaključka o samoj isplativosti poslovnog projekta te se očekuju pozitivni rezultati u poslovanju.

**Ključne riječi: poslovni plan, poduzetnik, poduzetništvo.**



**Title in English: Business plan on example of consulting business**

**ABSTRACT**

Entrepreneurship is the economic activity benefiting the whole society and, of course, the undertaking itself. A complex and very demanding process that requires many skills and knowledge that turns the idea into a detailed business venture. In this process, the entrepreneur assumes a certain risk and the purpose of achieving profit. The business plan itself is one of the most important segments in this whole process. It should be made in detail and quality because it provides insight into the idea to investors and all users. It shall provide all necessary information to test the justifiability of the investment and the cost-effectiveness of the project.

This graduate paper presents a business plan for the opening of the consulting firm D Cons. The aim was to prove the justifiability of investing in the project, and to detail all necessary information about the project. The financial analysis leads to the conclusion on the very cost-effectiveness of the business project and positive business results are expected.

**Key words: business case, entrepreneur, entrepreneurship,**

## 1. UVOD

Diplomski rad bavit će se izradom poslovnog plana za otvaranje konzultantske tvrtke „D Cons“. Sam pojam poduzetništva podrazumijeva poduzimanje određenih poslovnih aktivnosti, uz preuzimanje rizika i ulaganje kapitala, u svrhu postizanja profita i poslovnog uspjeha.

Poduzetnici su ključni faktori u napredovanju, oni razvijaju i implementiraju nove tehnologije, utječu na društvo u cjelini te generiraju nove usluge i proizvode.

Poslovni plan vrlo je važan dokument prvenstveno namijenjen poduzetniku ili članu poduzetničkog tima. Također je namijenjen i poslovnim partnerima i bankarima u kojem se poslovna ideja potkrepljuje vrlo konkretnim financijskim partnerima. To je pisani dokument u kojem se jasno iznosi ideja, očekivanje, namjera i način provođenja u djelo. Poslovni plan mora biti razvijen kako bi se mogla eksploatirati definirana prilika.

Kvalitetan poslovni plan realno ocjenjuje isplativost planiranog projekta, upozorava na potencijalne rizike te ih pokušava svesti na minimum. Osim toga, ukoliko se ne raspolaže sa dovoljnim novčanim sredstvima za pokretanje novog posla ili proširenje postojećeg, javlja se potreba obraćanja financijskim institucijama ili drugim poslovnim subjektima koji su, pod određenim uvjetima, spremni uložiti sredstva. Stoga, kvalitetno izrađen poslovni plan olakšava posao poduzetniku pri dobivanju kredita kod banaka ili drugih potencijalnih partnera.

Poslovni plan nije samo puka formalnost, već je temeljna okosnica svakog poduzetničkog pothvata, jer tek detaljnim i pažljivim planiranjem i analiziranjem svih detalja budućeg pothvata, može se uvidjeti da li je opravdano i realno pristupiti realizaciji ideje. Oblik poslovnog plana nije unificiran i ovisi o njegovoj primarnoj namjeni te o zamršenosti samog poduzetničkog pothvata. Poslovni plan uvijek mora sadržavati sve nužne dijelove koji omogućuju donošenje kvalitetne ocjene pothvata.

Poduzetništvo je temelj za razvoj boljeg društva. Zahtjeva znanje, umrežavanje, vještine, prilagodbu, istraživanje, hrabrost, te težnju konstantnom napredovanju.

## 2. VAŽNOST PLANIRANJA U REALIZACIJI PODUZETNIČKOG PODHVATA

Planiranje je splet aktivnosti koje se poduzimaju u svrhu definiranja poduzetničkih ciljeva i misije, te određivanja strategija za njihovo postizanje. To je proces utvrđivanja i definiranja misije, vizije i ciljeva poduzeća. Isto tako važno je planirati način na koji te ciljeve želimo ostvariti (strategije i planovi). Planiranjem utvrđujemo gdje se naše poduzeće nalazi danas, a gdje želimo da se nalazi u budućnosti. Gledajući sa stajališta vremenskog razdoblja za koje se izrađuje neki plan, obično postoje četiri vrste planova:

- **Kratkoročni plan** – često se nazivaju i godišnjim planovima jer pokrivaju razdoblje od jedne poslovne godine
- **Srednjoročni plan** – drugi naziv mu je taktičko-poslovni plan koji pokrivaju neko plansko razdoblje koje je kraće od pet poslovnih godina, a duže od jedne poslovne godine
- **Dugoročni plan** – To je strategijski plan koji pokrivaju plansko razdoblje koje je dulje od pet godina
- **Operativni plan** – Plan koji pokriva najkraće plansko razdoblje tipa jedan dan, jedan tjedan, jedan mjesec, tromjesečje ili pola godine

Samo planiranje je nužno zbog ograničenih resursa i nepredvidive okoline. Samo planiranje definira smjerove aktivnosti koje se trebaju poduzeti kako bi se ostvarili zacrtani ciljevi i da bi se pridonijelo uspjehu poduzeća. Kvalitetno planiranje donosi brojne prednosti, dok isto tako izostanak planiranja uzrokuje brojne nedostatke poput neodlučnosti u donošenju odluka, poduzimanje krivih koraka, ne pravovremeno reagiranje, loše komunikacije i koordinacije, što u krajnosti dovodi do slabijih poslovnih rezultata. (Kuvačić,2010.)

Proces stvaranja nove vrijednosti ili poduzetnički proces rezultat je međudjelovanja triju pokretačkih snaga: poduzetnika, poduzetničke prilike, potrebnih resursa. (Funda, 2011)

### 2.1 Poduzetnička ideja

Prvobitna zamisao o tome što netko želi raditi (proizvoditi, trgovati, usluživati) s ciljem ostvarivanja profita i zadovoljavanjem neke potrošačke potrebe je poduzetnička ideja. To je i

svaka zamišljena poduzetnikova skica o bavljenju nekim trgovačkim, uslužnim ili proizvodnim biznisom. U procesu do svoje realizacije i tržišne verifikacije poduzetnička ideja mora proći određene procese. To su procesi raščlambe njezinih tržišnih, financijskih, pravnih, tehnološki, tehničkih, kadrovskih aspekata. Moraju se i sagledati mogući vanjski i unutarnji čimbenici koji bi mogli utjecati na realizaciju ideje. Nakon tih procesa ideja se može proglasiti poslovnom prigodom. (Kuvačić,2010)

## **2.2 Poslovna prigoda**

Tržišno izgledna poduzetnička ideja koja još mora proći niz analitičkih etapa, da bi bila tržišno verificirana. To je ideja koja prođe sve etape od same poduzetničke ideje do komercijalizacije te pokaže visoku stopu vjerojatnosti tržišne odnosno profitne verifikacije. Razlika između poduzetničke ideje i poslovne prigode je u tome što se poduzetničke ideje stvaraju, a poslovne prigode mogu se i ukazati zahvaljujući različitim neočekivanim tržišnim okolnostima ili promjenama u gospodarsko-društvenom okruženju. Poslovnu prigodu valja razlikovati od poduzetničke ideje i po tome što svaka poduzetnička ideja nije istodobno i poslovna prigoda niti tržišno izgledna šansa.

Za uspjeh poduzeća važna je realizacija poslovne prilike. Mnogo je iskustava, primjera i uputa na koji način uspješno realizirati priliku. Primjerice, putem investitora ili banaka. Razvijena potporna infrastruktura poduzetnicima pomaže u određivanju poslovne prilike i izvođenju projekata, što u znatnoj mjeri pridonosi povećanju uspjeha poduzetničkog procesa. (Funda, 2011)

Poduzetničkih ideja ima mnogo, ali je vrlo malo zanimljivih i kvalitetnih, odnosno onih koje se mogu pokazati kao tržišno izgledne poslovne prigode. (Kuvačić,2010)

## **2.3 Poduzetnički pothvat**

Spoj dobre poduzetničke ideje u obličju poslovne prigode i kapitala naziva se poduzetničkim pothvatom. Početak poduzetničkog pothvata je da poduzetnik ima ili pribavlja neku ideju, koju smatra dobrom poslovnom prigodom, nakon toga on u tu ideju investira novac (vlastiti ili pozajmljeni), nabavlja stalna i obrtna sredstva, zapošljava ljude, organizira i vodi biznis prema ostvarenju svoje poduzetničke vizije, i ostvarenju poduzetničkih misija i ciljeva. Spojem

ideje i kapitala poduzetnik realizira zamišljeni pothvat. Glede samog spoja ideja i kapitala poduzetnik ima četiri opcije spajanja ideje i kapitala:

- Vlastita ideja sa vlastitim kapitalom
- Tuđa ideja sa vlastitim kapitalom
- Vlastita ideja s tuđim kapitalom
- Tuđa ideja sa tuđim kapitalom

Cilj poduzetničkog pothvata je ostvarivanje prihoda. Izostanak dobiti poduzetnik drži svojom odgovornošću. Svaki neuspjeh poduzetnika pogađa trostruko:

- Materijalno – gubljenje novca
- Socijalno – gubitak društvenog statusa
- Psihološki – gubitak duševnog mira i samopouzdanja

Svaka poduzetnička ideja nije istodobno i dobra poslovna prigoda, niti je kapital isključivi čimbenik njezine učinkovite realizacije. Tako imamo nekih dobrih ideja koje se mogu realizirati sa vrlo malim kapitalom, a ima i onih ideja u koje možemo uložiti milijune pa se na kraju ispostave da su poduzetnički promašaji.

Dobra ideja je svaka ideja baš vama, na temelju raspoloživih resursa, u određeno vrijeme, na određenome mjestu omogućava zadovoljiti vaše ambicije sa objektivnim mogućnostima, odnosno omogućiti povrat uloženih novaca i ostvarenje profita. (Kuvačić,2010)

## **2.4 Poduzetnički proces**

Ključno pitanje u uspješnom poduzetništvu ne čini samo izbor poslovne ideje, već i odlučnost da se ona primijeni na odabranom tržištu. Poduzetnici u težnji za osiguravanjem svih potrebnih sredstava gube vrijeme za tržišni plasman poslovne ideje. Učinkovitiji je organizirati poslove čak i s oskudno raspoloživim sredstvima, pri čemu prvi pozitivni rezultati mogu predstavljati argument za privlačenje investitora i povećanje obujma poslova (Timmons, 1989)

Poduzetnički proces je splet aktivnosti različitih sudionika koji sudjeluju u realizaciji nekog konkretnog poduzetničkog pothvata, odnosno u realizaciji neke poduzetničke ideje. Gledajući na realizaciju ostvarenja poduzetničkog procesa, u razvijenim gospodarstvima nalazimo veći broj sudionika bez kojih nema sustavnog i učinkovitog poduzetništva. Sudionici poduzetničkog procesa su:

- Poduzetnici: spajaju poduzetničke ideje sa potrebnim kapitalom, organiziraju poduzetnički pothvat, pokušavajući zadovoljiti neku određenu potrošačku potrebu, te samim time povratiti uloženi kapital i kontinuirano zarađivati željeni, odnosno što veći profit. Osobno preuzimaju sve rizike i odgovornosti glede dobiti ili gubitaka svoje poduzetničke aktivnosti
- Investitori: Pokušavaju plasirati svoj ili tuđi kapital u različite poduzetničke pothvate s temeljnim ciljem da ga što bolje oplode.
- Inovatori: Posjeduju osobita znanja za smišljanje i osmišljavanje novih tehnoloških rješenja, te različitih noviteta u području proizvodnje, prodaje ili usluživanja.
- Menadžeri: Visoko educirani stručnjaci koje poduzetnici angažiraju za različite stručne poslove iz područja marketinga (istraživanje tržišta, praćenje tržišta, razvoj proizvoda, nabava, prodaja, distribucija, komunikacija sa tržištem, promidžba), te iz ostalih područja (proizvodnja, financije, analize...)
- Država: Na svim razinama od općine, gradova, županije te same države, upravne i samoupravne administracije, primjerenom pravnom regulativom podupire poduzetništvo kao temelj sveopćeg razvitka gospodarstva i dobrobiti svih građana.

### 3. POKRETANJE VLASTITOG BIZNISA

Prilikom razmišljanja o pokretanju vlastitog biznisa poduzetnik se nalazi pred nizom ekonomskih, financijskih, profesionalnih, egzistencijalnih dilema. Postavljaju se pitanja o tome :

- Što?
- Kako?
- Za koga?
- Kada?
- Gdje?
- Zašto?

proizvoditi, tržiti ili usluživati. Poduzetnik razmišlja i o pravnom-organizacijskom obliku svoga biznisa.

Poduzetničko upravljanje novog poduzeća treba uključivati sljedeće uvjete:

- tržišnu usmjerenost
- poduzetnički duh i inovativnost
- postavljanje ciljeva
- kvalitetan poslovni plan, uključujući i financijsko predviđanje
- odabir primjerenog menadžmenta
- definiranje vlastite uloge u novoutemeljenom poduzeću. (Deželjin i sur. 1999).

Poduzetnicima kod pokretanja vlastitog biznisa nude se razne mogućnosti oko izgleda poduzetničkog osamostaljivanja načina, izbora pravnog ustrojstva biznisa (Kuvačić,2010)

U cilju što kvalitetnijeg početka poslovanja poduzetnik treba prikupiti sljedeće informacije:

- definiranje poslovnog koncepta - ima li netko već ciljani proizvod/uslugu
- analiza tržišta proizvoda - postoji li tržište za ciljani proizvod/uslugu

- financijsko planiranje – realno predviđanje potrebnih sredstva za ulaganje, veličinu očekivanog profita i tijeka gotovine
- implementacija pred početak - osiguranje resursa, angažman ljudi i opreme, provođenje akcije reklame, organiziranje računovodstva i pribavljanje svih potrebnih suglasnosti (Halt, 1992)

### **3.1 Izgled poduzetničkog osamostaljivanja**

U pokretanje biznisa možemo krenuti na više različitih načina:

- Vlastiti pothvat – poduzetnik koji ima poduzetničkog duha, te vlastitu ili pribavljenu poduzetničkom ideju koju drži kao dobru poslovnu priliku, ulaže vlastiti ili pozajmljeni novac, nabavlja obratna i stalna sredstva, zapošljava ljude, organiziraju i vode biznis prema zadanim poslovnim ciljevima, vizijama i misijama.
- Partnerstvo – Kao vlasnici se pojavljuju dvije ili više osoba, i to je najčešće kada netko ima vrlo dobru ideju, ali nema dovoljno kapitala za njezinu realizaciju, a nije u mogućnosti zadužiti se. Svaki partner u biznis unosi svoja određena znanja i vještine. Prednost partnerstva je u tome što lako nastaje i lako se likvidira, dobit se određuje samo jednom, a slabosti su mu u neograničenoj odgovornosti partnera, sporazumno i skupnom odlučivanju.
- Preuzimanje obiteljskog biznisa – To je oblik pokretanja vlastitog biznisa u slučaju kada u obitelji postoji nasljednik koji će ga nastaviti. Taj nasljednik postaje poduzetnik koji ima osigurane uvjete za nastavak poslovanja, dobio je tvrtku bez ikakvih ulaganja, svi su spremni podijeliti stečena iskustva sa novim vlasnikom. U svijetu su nasljeđivanjem, kroz nekoliko naraštaja razvijene mnoge velike kompanije. To je značajan oblik jačanja poduzetništva, jer se tako sva iskustva prenose i osigurava se sam kontinuitet biznisa.
- Aktivizacija biznisa – Pokretanje vlastitog biznisa putem preuzimanja i stjecanja postojećeg posla. Jedna od prednosti toga načina pokretanja biznisa je ta što je posao već uhodan, a poduzetnik može na temelju stvarnih podataka saznati gotovo sve o uspješnosti posla. Preuzimanje se najčešće obavlja uz plaćanje, vlasnik nudi svoju tvrtku na prodaju.



- Izdvajanje iz biznisa – Nova tvrtka se osniva odvajanjem od postojeće tvrtke, tako što jedan ili više zaposlenika kupuju udjele ili dionice koje im omogućuju postati suvlasnicima nove tvrtke. (Kuvačić,2010)

### 3.2 Izbor pravnog ustrojstva

Pravno-organizacijski ustroj označava obavezno pravni odnos koji je utvrđen zakonom, odnosno pravni ustroj. Poduzetnici u tome pravnom ustroju mogu obavljati zakonom dopuštenu gospodarsku djelatnost. Za izbor pravnog ustroja svi građani koji žele biti poduzetnici nalaze se u jednakom pravnom položaju, svi mogu pod istim uvjetima osnovati svoj biznis. Temeljni čimbenici koji ovise o izboru pravnog ustrojstva su djelatnost biznisa, veličina biznisa, obilježja kapitalnih dobara, raspoloživ kapital, broj potrebnih kadrova... Poduzetnicima su na raspolaganju sljedeće mogućnosti: (Kuvačić,2010)

Trgovačko društvo – pravna osoba čiji je ustroj i osnivanje određen Zakonom o trgovačkim društvima, mogu se podijeliti na društva osoba i društva kapitala

Društva osoba:

- Javno trgovačko društvo (j.t.d.) – to je udruženje dviju ili više osoba radi trajnog obavljanja djelatnosti pod zajedničkom tvrtkom. Niti jedan član društva ne može samostalno, bez suglasnosti ostalih članova raspolagati svojim udjelom u društvu. Svaki član društva odgovara vjerovnicima društva solidarno i neograničeno cijelom svojom imovinom (Zagrebački inovacijski centar, n.d.)
- Komanditno društvo (k.d.) – vrsta trgovačkog društva, u koje se udružuju dvije ili više osoba radi trajnog obavljanja neke djelatnosti, pod zajedničkom tvrtkom. Najmanje jedna osoba odgovara za obaveze društva solidarno i neograničeno cijelom svojom imovinom, a najmanje jedan odgovara za obaveze društva samo do onog iznosa koji je određen imovinskim ulogom u društvo. (Zagrebački inovacijski centar, n.d.)
- Gospodarsko interesno udruženje (GIU) – to je pravna osoba koju osnivaju dvije ili više fizičkih ili pravnih osoba radi promicanja ili olakšanja obavljanja neke gospodarske djelatnosti. Cilj im je poboljšati ili povećati učinkovitost poslovanja. Takvo udruženje se može osnovati bez kapitala, tako da se prava članova ne mogu izraziti vrijednosnim papirima. Članovi mogu biti osobe koje obavljaju gospodarsku

djelatnost, a u udruženje se također mogu uključiti osobe koje se bave slobodnim zanimanjima. (Zagrebački inovacijski centar, n.d.)

- Društvo kapitala je jedno od mogućih izbora trgovačkog društva, odnosno pravnog ustrojstva biznisa. Društvo kapitala ima definirani svoj temeljni kapital. U tome društvu nema osobne odgovornosti članova društva ili dioničara, već za obaveze društva odgovaraju do visine svojih temeljnih uloga, dijeli se na dioničko društvo (d.d.) te na društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.) (Zagrebački inovacijski centar, n.d.)
- Društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.) – jedna ili više pravnih osoba ulažu temeljne uloge sa kojima sudjeluju u unaprijed dogovorenom temeljnom kapitalu. Ti temeljni ulazi ne moraju biti jednako podijeljeni. Ni jedan osnivač ne može na početku preuzeti više temeljnih uloga ali kasnije ih on može steći. To je najčešći oblik trgovačkog društva u Republici Hrvatskoj. (Zagrebački inovacijski centar, n.d.)
- Dioničko društvo (d.d.) – Osnovati ga može i samo jedna osoba. To je pravna osoba. Članovi dioničkog društva ili dioničari, sudjeluju s ulozima u temeljnom kapitalu podijeljenom na dionice. Statut je temeljni akt dioničkog društva, temeljni akt još može biti i izjava o osnivanju (ako je samo jedan osnivač). Dioničari ne odgovaraju za obaveze društva, društvo odgovara za svoje obaveze svojom imovinom. (Zagrebački inovacijski centar, n.d.)

Obrt – samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti od strane fizičkih osoba. Svrha je postizanje dobiti koja se ostvaruje pružanjem usluga, proizvodnjom, ili prometom. (Zagrebački inovacijski centar, n.d.)

### **3.3 Troškovi osnivanja poduzeća / obrta**

- Poduzeće- Kod osnivanja potrebno je platiti troškove javnog bilježnika, odvjetnika, naknade za trgovački sud, biljegi...Ti troškovi se prosječno kreću oko 3500 kuna. Ukoliko se odlučite za osnivanje jednostavnog trgovačkog društva tada su troškovi osnivanja manji, u prosjeku oko 800 kuna. Bitna razlika između osnivanja društva sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.) ili jednostavnog društva sa ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.) je u tome što za osnivanje društva sa ograničenom odgovornošću trebamo početni kapital u iznosu od 20 000 kuna. Za jednostavno

društvo sa ograničenom odgovornošću početni kapital iznosi 10 kuna, ali zato na kraju godine od ostvarene neto dobiti trebate izdvojiti jednu četvrtinu dobiti, dok se ne popuni minimalna vrijednost početnog kapitala koji iznosi 20 000 kuna.

- Obrt- troškovi osnivanja obrta iznose oko 450 kuna. (Plavi ured, n.d.)

## **4. POSLOVNI PLAN**

### **4.1.1 Namjena i struktura poslovnog plana**

Poslovni plan je jedan od specifičnih planova ili izvedbeni plan jedne aktivnosti povezan prvenstveno uz poduzetnički, inovacijski, marketinški ili investicijski poduhvat pojedinca ili poduzeća. (Jurina, 2008)

Poslovni plan je jedan od važnijih dokumenata, odnosno strukturiran elaborat, koji sadrži cjelovito i precizno obrađeno obrazloženje o ulaganjima koje firma planira, s definiranim očekivanjima i alternativama u slučajevima kada se situacija mijenja. Poslovni plan i planiranje vezano je već uz prve početke razvoja poduzetništva, ali je i danas, razvojem informatičke tehnologije, rastom dinamičkog tržišta, opće nesigurnosti i neizvjesnosti, za poduzetnika važniji nego ikad prije.

Zato što poslovni plan omogućuje poduzetniku da sagleda moguće prilike, ali i teškoće i troškove potrebne za odlučivanje, tj. donošenje odluke o biznisu, o utemeljenju poduzeća i njegovu poslovanju. Ali pored toga treba naglasiti da je upravo poslovni plan najefikasniji instrument interne kontrole poslovanja svakog poduzetnika, jer najprije ukazuje na odstupanja planiranog i ostvarenog u svakom trenutku poslovnog procesa.

Poslovni plan predstavlja pisani projekt koji analizira sve važne čimbenike poslovne politike, pravce predviđenog razvoja, kao i očekivane pokazatelje uspješnog poslovanja. Stoga poslovni plan može biti različitog opsega, a što ovisi o različitim karakteristikama i ciljevima poslovnog pothvata i potreba poduzetnika. Ne postoji matrica za sastavljanje poslovnog plana, jer je poznato da su karakteristike poslovnih aktivnosti specifične, dinamika njihove realizacije različita, potrebni inputi za realizaciju poslovnog pothvata uvjetovani tržištem, institucionalnim, političkim i drugim aspektima poslovnog svijeta, pa je iz navedenih razloga svaki poslovni plan specifičan i individualan.

Ipak, postoje standardi i protokoli koji poslovni plan čine realnijim, razumljivim i jasnim, ali prije svega poslovni plan treba biti u funkciji preciznog analiziranja poslovnih ideja, resursa koji uvjetuju poslovni rezultat, rizika koji prate svaki biznis, financijskih sredstava, kadrova, opreme i uređaja i to ne samo opširno već kvantitativno i dokumentirano utemeljeni.

Poslovni plan uključuje: pribavljanje potrebnih sredstava, investiranje, organizaciju posla, marketing i prodaju, sve do ostvarivanja dobiti. Poduzetniku daje cjelovitu analizu pothvata i njegovih dijelova te uočavanje potrebnih elemenata za njegovo uspješno ostvarivanje. (Funda, 2011)

Prema Bangsu (1998) razlozi za pisanje poslovnog plana su sljedeći:

- uočavanje slabih, odnosno jakih područja
- uočavanje opasnosti poslovanja
- nove mogućnosti zarade
- postizanje planiranih poslovnih ciljeva
- uočavanje i izbjegavanje problema
- učinkovito pronalaženje poslovnih rješenja
- informiranje drugih u cilju prosudbe poslovne ideje, osobito ako je potrebno financiranje.

Formalno plan treba obuhvaćati do tridesetak stranica s pregledom sadržaja, sažetkom, čitljivim jasnim i informativno oblikovanim tekstom uz korištenje grafikona, dijagrama i karata. Vrijednost poslovnog plana kao pisanog dokumenta mjeri se stupnjem njegove izvodljivosti i realnosti očekivanih učinaka, a ne opsegom i vanjskim izgledom. (Funda, 2011)

Poslovni plan treba proizaći iz strategije, pa bi trebao obuhvaćati buduće razdoblje od 5 do 10 godina. Pritom, poslovanje u prvoj godini treba planirati na mjesečnoj i kvartalnoj razini. Godišnji plan omogućuje poduzetniku da točno odredi financijske potrebe, a mjesečno planiranje i njegova kontrola omogućava mu da za svaku stavku plana proanalizira zašto nije ostvarena, koja su odstupanja i da pravodobno poduzme korektivne radnje. Poduzetnik mora biti svjestan toga da ako ne izradi poslovni plan, neće znati kamo ide niti kada je tamo dospio.

Poduzetnik mora uspješno upravljati svojim troškovima i na vrijeme angažirati sva potrebna sredstva. Ukoliko poduzetnik pažljivo ne planira utrošak financijskih sredstava i ne prati priljev istih, lako može zapasti u probleme s nelikvidnošću i dovesti se u situaciju da ne može doći do novih sredstava. Naime, banke vole da poduzeća kvalitetno prate svoja sredstva i ostvaruju zacrtane planove, a spremne su odobravati sredstva samo kada poduzeće uspješno posluje njegova likvidnost nije upitna. Poslovni plan je zato alat koji se redovito koristi,

omogućava poduzetniku da predvidi budući problem likvidnosti i unaprijed poduzme mjere za njihovo izbjegavanje.

Sam proces pisanja poslovnog plana, počevši od prvobitne ideje prisiljava poduzetnika da svoj projekt sagleda objektivno, nekritički i neomotivno sagleda svoj projekt. Poslovni plan je vrlo učinkovit alat koji će poduzetniku služiti kao pomoć da uspješno vodi svoj projekt. Prije početka izrada poslovnog plana trebali bi proći kroz tri temeljna koraka koji nas vode do poslovnog plana.

U prvom koraku trebamo si postaviti sljedeća pitanja

- a) Čime se bavi vaše poduzeće?
- b) Što prodajete?
- c) Zašto će ljudi kupovati (kupuju) od vas?
- d) Zbog čega je po vašem mišljenju to dobar posao?
- e) Po čemu bi željeli da Vaše poduzeće bude prepoznatljivo?
- f) Tko su vaše konkurentske tvrtke?
- g) Po čemu se razlikujete od konkurencije? (Kuvačić,2010)

Sljedeći korak su kupci, u tom koraku odgovaramo na pitanja:

- a) Tko će biti vaši kupci?
- b) Kako će saznati za vas?
- c) Koliko kupca trebate?
- d) Gdje vaši kupci sada kupuju?
- e) Kakvu korist im pružate? (Kuvačić,2010)

Zadnji korak vezan je uz novac, i tu slijede pitanja:

- a) Koliko početnog kapitala trebate?
- b) Koliko obrtnog kapitala trebate?

- c) Kako će te održati likvidnost?
- d) Kako će te kontrolirate svoje financijske aktivnosti?
- e) Koje ste proračune napravili? (Kuvačić,2010)

Poslovni plan (biznis plan, poduzetnički projekt) je plansko poslovni elaborat u kojem poduzetnik ili poduzeće prikazuje svoje planove, ideje i/ili ambicije. To je vrlo važan dokument kojeg prvenstveno trebamo raditi zbog sebe, a tek onda zbog zahtjeva okoline. Omogućava nam realan prikaz poslovnog pothvata te očekivane rezultate. Sadrži razrađenu analizu o ulaganju u posao, o budućim rezultatima poslovanja, te o mogućim rješenjima za moguće rizične situacije. Izrađuju se da bi se poduzetnici i poslovni ljudi što bolje pripremili za poslovanje u nadolazećem vremenu, da bi se predvidjela buduća događanja, a ponekad i zbog toga što to neka druga strana traži od njih (banka, budući ulagači...)

Izrada poslovnog plana traži vrijeme i novac, ali sve to se višestruko vraća. Što je poslovni plan bolje razrađen to je očekivani uspjeh ideje izvjesniji. Plan sadrži najvažnije podatke o poduzeću, djelatnosti te njegovim ciljevima. Detaljno opisuje poduzetničku ideju, određuje ciljano tržište te potencijalne potrošače, istražuje se konkurencija. Potrebno je predočiti informacije o lokaciji poduzetničkog projekta, tehnologiji koja će se koristiti te izraditi projekciju potrebnih ulaganja. Jasno moraju biti čitljivi svi odgovori na pitanja planiranja, financiranja, pokretanja, vođenja, organiziranja, razvijanja i nadzora samog plana kroz njegov životni vijek. Na kraju poduzetnik uočava rezultate uspješnog ulaganja i koliko će se poduzeće potencijalno proširiti, a time i povećati vrijednost samog ulaganja.

Poslovni plan ponajprije treba biti analiza sposobnosti poduzeća za određeni poslovni pothvat, i u skladu s tim treba sadržavati jasnu strategiju, ciljeve, organizaciju, marketing, pravne aspekte i financije. (Griffin, 1990)

Imamo više zainteresiranih osoba koje neposredno ili posredno imaju koristi od pisanja poslovnih planova. Najčešći su:

- a) Sami poduzetnici, vlasnici poduzeća – oni u poslovnom planu nalaze odgovore na sva pitanja oko financiranja, pokretanja, vođenja, razvijanja, upravljanja i kontrole poduzetničkog pothvata

b) Mogući partneri/suulagači – sam poslovni plan je referentna slika poslovnog i financijskog ugleda tvrtke, pa se na temelju njega mogu pronaći mogući partneri, radi različitih oblika udruživanja, razvoja i širenja postojeće djelatnosti

c) Potencijalni ulagači i dioničari – to im je pokazatelj koliko im se isplati i zašto im se isplati uložiti u baš taj poduzetnički pothvat

d) Kreditori i financijeri – poslovni plan služi kao podloga za financijsku procjenu poduzetničkog zahvata, ali i kredibiliteta osoba kojima kane posuditi novac

e) Dobavljači, distributeri, kupci – predstavlja polazište za djelotvornije pregovore sa budućim kupcima, distributerima, dobavljačima, kooperantima i drugima radi sklapanja ugovora i uspostavljanja poslovnih veza. (Kuvačić,2010)

Sadržaj poslovnog plana može uključivati (Cingula, Hunjak, Ređep, 2004):

- temeljne podatke o poduzeću
- prikaz proizvoda i usluga
- analizu konkurencije
- marketinšku strategiju
- proizvodnju i distribuciju
- financije
- podatke o menadžerskom timu.

Elementi poslovnog plana prema HBOR-u jesu sljedeći.





## **1. PODACI O PODUZETNIKU**

- 1.1. O OSOBI PODUZETNIKA
- 1.2. PROCJENA PODUZETNIČKE SPOSOBNOSTI

## **2. POLAZIŠTE**

- 2.1. NASTANAK PODUZETNIČKE IDEJE
- 2.2. RAZLOZI OSNIVANJA
- 2.3. VIZIJA I ZADAĆA PODUZETNIČKOG POTHVATA

## **3. PREDMET POSLOVANJA (PROIZVODI ILI USLUGE)**

## **4. TRŽIŠNA OPRAVDANOST**

- 4.1. TRŽIŠTE NABAVE
- 4.2. TRŽIŠTE PRODAJE

## **5. TEHNOLOŠKO-TEHNIČKI ELEMENTI POTHVATA**

- 5.1. OPIS TEHNOLOGIJE
- 5.2. STRUKTURA TROŠKOVA
- 5.3. STRUKTURA I BROJ ZAPOSLENIH

## **6. LOKACIJA**

## **7. ZAŠTITA OKOLINE**

## **8. FINACIJSKI ELEMENTI POTHVATA**

- 8.1. INVESTICIJE U OSNOVNA SREDSTVA
- 8.2. PRORAČUN AMORTIZACIJE
- 8.3. KALKULACIJA CIJENA
- 8.4. TROŠKOVI POSLOVANJA
- 8.5. INVESTICIJE U OBRтна SREDSTVA
- 8.6. IZVORI FINANCIRANJA
- 8.7. RAČUN DOBITI (DOHOTKA)
- 8.8. POKAZATELJI UČINKOVITOSTI
- 8.8.1. FINACIJSKI TOK (PRIMICI I IZDACI)

## **9. ZAKLJUČAK**

Slika 1: Poslovni plan prema HBOR-u

Izvor: <http://www.hbor.hr/poslovni-plan/>

## 4.2 Poduzetništvo

Najjednostavnije rečeno, poduzetništvo je sposobnost pokretanja, razvijanja i vođenja poslovnog pothvata. Poduzetništvo je splet poslovnih aktivnosti. To je svaka proizvodna, uslužna, trgovačka ili mješovita aktivnost poduzetnika, pojedinca ili skupine ljudi koja je usmjerena na zadovoljavanje nekih potreba te stvaranja dobiti ili profita. Poduzetništvo možemo promatrati s individualnog i društvenog aspekta.

- Individualni aspekt: Poduzetnik pokreće neku konkretnu poduzetničku aktivnost, u kojoj koristi svoje prednosti (splet znanja i vještina, ideja, kreativnost, informiranost, hrabrost i druge odrednice sposobnosti) za ostvarivanje svojeg poduzetničkog pothvata iz koje ostvaruje dobit kojom osigurava svoju egzistenciju
- Društveni aspekt: Poduzetnik plaća državi poreze i doprinose, zapošljava i plaća druge osobe, potiče druge osobe na ulazak i ulaganje u nove poslove i tako svi zajedno utječu na sveukupni gospodarski razvoj zemlje (Kuvačić,2010)

Jedno od najčešćih pitanja koje dobi svaki student je „Što želiš raditi nakon završetka studija?“. Stoga sam proveo istraživanje među studentima različitih smjerova, kojima je postavljeno isto to pitanje. U istraživanju je sudjelovalo 115 studenata. Odgovori koji su bili ponuđeni su :

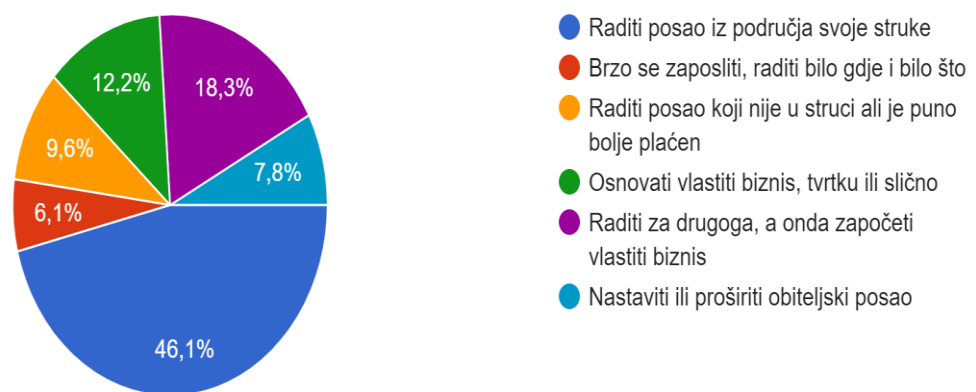
- Raditi posao iz svoje struke
- Brzo se zaposliti, raditi bilo gdje i bilo što
- Raditi posao koji nije u struci ali je puno bolje plaćen
- Osnovati vlastiti biznis, tvrtku ili slično
- Raditi za drugoga, a onda započeti vlastiti biznis
- Nastaviti ili proširiti obiteljski posao

Najveći broj studenata 46,1% odnosno 53 studenata odgovorilo je kako bi željeli raditi posao iz svoje struke. 18,3% studenata tj. 21 student na pitanje je odgovorilo da bi u početku radili za drugoga dok ne steknu određeno iskustvo te nakon toga bi željeli započeti vlastiti biznis. Nakon toga odgovor koji je izabrao 12,2 % studenata (14 studenata) je da bi odmah željeli

osnovati vlastitu tvrtku ili pokrenuti vlastiti biznis. 9,6% ili 11 studenata željeli bi raditi posao koji nije u njihovoj struci ali je zato bolje plaćen. Nastaviti ili proširiti obiteljski posao planira 7,8% studenata (odnosno 9 studenata). Na posljednjem mjestu po odabiru studenata je odgovor brzo se zaposliti, raditi bilo gdje i bilo što, taj odgovor je izabralo 6,1% ili 7 studenata. Na slici broj NN možemo vidjeti grafikon koji pokazuje dobivene rezultate istraživanja.

Što želite raditi nakon završetka studija?

115 odgovora



Slika 2: Rezultati anketnog upitnika

Izvor: Autor

### 4.3 Poduzetnik

Poduzetnici su osobe koje znaju učinkovito spojiti nove ideje, znanstvene spoznaje i njihove tehnološke aplikacije, ljude, kapital i sastavnice poduzetničkog procesa te najvjerojatnije zamisli inovatora, sanjara pretvoriti u proizvode i usluge kojima će zadovoljiti ljudske potrebe i želje i na tome profitirati. Može se naći puno definicija poduzetnika, meni najdraža je navedena u knjizi Nikole Kuvačića „Biznis Plan ili Poduzetnički projekt“ (2005) u kojoj autor navodi da je poduzetnik kao i korov, jer uspijeva u svim uvjetima.

Poduzetnik (engl. Entrepreneur) može se definirati kao osoba nadarena poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna da preuzme rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja ili kao poslovni

čovjek koji ulaže svoj novac u određeni poslovni pothvat nadajući se zaradi, odnosno dobiti. (Škrtić, 2008)

Za poduzetnike koji su vođeni profitom, novčana nagrada igra veliku ulogu, ali također novac je pokazatelj postignuća i samog uspjeha. Preuzimanje rizika jedan je od najvažnijih i najtežih aspekata poduzetništva. Samo stvaranje se odvija s relativno nepoznatom perspektivom, te je stoga sam ishod nesiguran. Ta nesigurnost je dodatno pojačana novinama koje su potrebe za prave poduzetničke akcije, kao što su stvaranje novog proizvoda, nove usluge, novi pothvati itd. Poduzetnici svjesno preuzimaju rizik, suočavaju se sa nesigurnošću svoje djelatnosti te počinju djelovati. Prema svemu ovome možemo zaključiti da poduzetnici odgovaraju na promjene, ali je također i stvaraju kroz svoje poduzetne djelatnosti, koje se odvijaju u atmosferi nesigurnosti konačnog rezultata.

Ako izaberete poduzetničko zanimanje morate zapamtiti da to nikako neće biti dosadna obaveza već pustolovina. U taj posao unesti će te osjećaj preživljavanja, uvijek će te težiti nečem novom, nečem boljem. Svaki dan je nova pustolovina, drugačiji put. (Kuvačić,2010)

#### **4.4 Marketing**

U poslovnom planu poglavlje o marketingu uglavnom se temelji na aktivnostima istraživanja tržišta. Ustvari to je opis aktivnosti usmjerenih na što kvalitetniju i učinkovitiju prezentaciju i prodaju određenog proizvoda ili usluge na ciljanome tržištu. Marketingom se želi stvoriti što kvalitetnija slika, što bolji imidž same tvrtke u potrošačkoj javnosti.

Sam početak pokretanja vlastitog biznisa već ima doticaj sa marketinškom strategijom. Kako izabrati naziv tvrtke i kako oblikovati logo tvrtke? Svaki poduzetnik koji je krenuo u pokretanje vlastitog biznisa susreo se sa tim istim problemom. Prema imenu i logu tvrtke, tvrtka će biti prepoznatljiva. (Kuvačić,2010)

Marketinška strategija pokazuje kako se strategija za ciljna tržišta i pozicioniranje temelje na razlikovnim prednostima tvrtke. Kod izrade marketinške strategije koristimo sve prethodno prikupljene i analizirane informacije tijekom procesa istraživanja tržišta, SWOT analize i segmentacije tržišta. U marketinškoj strategiji razvijamo marketinški splet (4p) te definiramo grupe ciljanih potrošača naših proizvoda, segmente tržišta u kojima poslujemo, pozicioniranje

poduzeća i njihovih proizvoda spram konkurencije, strategiju cijena s osvrtom na konkurenciju, promidžbenu strategiju i strategiju troškova za istraživanje tržišta.

#### **4.4.1 Promidžba malog biznisa**

Za donošenje marketinških odluka neophodne su informacije kojima je cilj smanjivanje rizika. U svakoj poslovnoj situaciji, zbog promjenjivih okolnosti, postoji rizik koji menadžeri trebaju svesti na prihvatljivu razinu. Osnovni izvor informacija su razna istraživanja. Namjena tržišnih istraživanja je pružiti informacije kako bi se smanjili rizici pri donošenju poslovnih odluka. Tržišna ispitivanja je moguće promatrati na razne načine ali s upravljačke razine ispravan način je onaj koji govori o informaciji vezano za poslovni problem.

Promidžba malog biznisa je specifična. Mali poduzetnici obično ciljaju na relativno ograničena tržišta i ciljanu potrošačku skupinu. Znači trebali bi inzistirati na izravnim, osobno-prodajnim i usmenim oblicima promidžbe na ciljanom tržištu. U svrhu promidžbe malog biznisa nije potrebno zapošljavati promidžbene stručnjake ali bi bilo vrlo korisno redovito se konzultirati sa znalcima. Kod malih poduzetnika kod promidžbe uvijek dolazi najbitnije pitanje koliko novaca izdvojiti za promidžbu. Tako najčešće koriste kriterij raspoloživa novca, a zatim metodu postotka od prodaje ili kopiranje konkurenata koji su najčešće lideri u njihovoj branši.

Promidžbena aktivnost trebala bi se isplanirati na samom početku, već kod izrade poslovnog plana, konkretan promocijski program podloga je za svakodnevno djelovanje u području promidžbe odnosno komuniciranjem s ciljanim tržištem. (Kuvačić,2010)

## 5. IZRADA POSLOVNOG PLANA NA PRIMJERU KONZULTANTSKE TVRTKE „D CONS“

U ovome poglavlju koristi se metodologija izrade poslovnog plana na primjeru konzultantske tvrtke „D Cons“.

### 5.1 Sumarni sažetak

U tablici 1 prikazani su najvažniji podaci o investitoru, nazivu projekta, spektru djelatnosti, karakteristikama ponude, te su navedena ukupna ulaganja i izvori financiranja.

Tablica 1: Sumarni sažetak poslovnog plana

Izvor: autor

<b>INVESTITOR</b>	Darko Strahinec
<b>NAZIV PROJEKTA</b>	Konzultantska tvrtka za poslovno savjetovanje „DS Cons“
<b>LOKACIJA</b>	Radoboj 83a
<b>DJELATNOST</b>	Pružanje usluga pripreme i izrade prijavne dokumentacije za osiguranje dokumentacije za osiguranje sredstava iz EU fondova i nacionalnih fondova te provođenje investicijskih projekata.
<b>CILJ</b>	Pružanje kompletne usluge izrade i provedbe projekata financiranih iz EU fondova.
<b>TRŽIŠTE PONUDE</b>	Djelatnost tvrtke uključivala bi uslugu pisanja projekata u koju bi bilo uključeno oblikovanje projektnog prijedloga, savjetovanje, pisanje projekta, prikupljanje dokumentacije, kontaktiranje projektnih partnera i slanje projektnog paketa. Također tvrtka bi nudila pojedinačne usluge:

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pisanja projekata</li> <li>2. Provjera projektne dokumentacije i pomoć pri slanju projekata</li> <li>3. Provedba projekata</li> <li>4. Evaluacija projekata</li> <li>5. Projektno planiranje</li> </ol>
<b>BROJ ZAPOSLENIH</b>	1 (vlasnik)
<b>UKUPNA ULAGANJA</b>	75.000,00 kuna
<b>IZVORI FINANCIRANJA</b>	100% iz potpore za samozapošljavanje.
<b>VRIJEME POVRATKA UKUPNIH ULAGANJA</b>	2 godine

Na tržištu postoji mnogo konkurentnih tvrtki. Brendovi pomažu stvoriti preferanse za određenu tvrtku. Ključni segment svakog brenda je prepoznatljivost, a logo osigurava tu prepoznatljivost između konkurencije. Sam logo širi granice prepoznatljivosti na novu razinu, zbog toga što daje određen vizualan efekt te ne poznaje jezične barijere. Tvrtke troše mnogo novaca da bi stvorile efektivan i prepoznatljiv logo. Logo pomaže stvaranju brenda na dva načina. Prvo može biti povezan sa samim imenom tvrtke. Slika može poboljšati pamtljivost imena brenda. Drugo logo se može koristiti u samom marketingu gdje smo ograničeni ili prostorom ili vremenom. Kao naprimjer promocija preko bilborda, gdje nemamo baš mogućnost opširnog predstavljanja. (Kohli,Suri,Thakor,2002)





Slika 3: Logo konzultantske tvrtke D Cons

Izvor: Izrada autora

## 5.2 Polazište

### 5.2.1 Nastanak poduzetničke ideje

Nakon završetka srednje škole smjera poljoprivredni tehničar upisao sam preddiplomski studij održivog razvoja. Nakon preddiplomskog studija upisao sam tečaj za Voditelja izrade i provedbe EU projekata financiranih iz EU fondova. Tečaj me je jako zainteresirao za EU projekte. Nedugo nakon toga upisao sam diplomski studij Projektni menadžment na Veleučilištu Baltazar u Zaprešiću. U sadašnjoj sve većoj dinamici poslovanja, koju prate nastojanja za postizanjem veće konkurentnosti, rastu potrebe za uspješnim izvođenjem projekata. I tako se rodila ideja za otvaranjem vlastite tvrtke.

Postavši punopravnom članicom Europske unije, Republika Hrvatska stekla je i obavezu u sudjelovanju u zajedničkom proračunu, a time i pravo sudjelovanja u svim programima EU i korištenja strukturnih instrumenata:

- Europski socijalni fonda
- Kohezijski fond
- Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj
- Europski fond za regionalni razvoj
- Europski fond za pomorstvo i ribarstvo

EU fondovi su predviđeni za županije, gradove, udruge, poduzetnike, obrtnike, obrazovne institucije te ostale javne i državne ustanove, stoga pravo na povlačenje sredstava iz EU fondova imaju sve vrste organizacija iz javnog, privatnog i civilnog sektora, te građani pojedinci i njihove inicijative.

Djelatnost tvrtke uključivala bi uslugu pisanja projekata u koju bi bilo uključeno oblikovanje projektnog prijedloga, savjetovanje, pisanje projekta, prikupljanje dokumentacije, kontaktiranje projektnih partnera i slanje projektnog paketa. Također tvrtka bi nudila pojedinačne usluge:

1. Pisanja projekata
2. Provjera projektne dokumentacije i pomoć pri slanju projekata
3. Provedba projekata
4. Evaluacija projekata
5. Projektno planiranje.

### **5.2.2 Razlozi osnivanja**

Kako sam nedavno završi tečaj za Voditelja izrade i provedbe EU projekata financiranih iz EU fondova, te uskoro završavam diplomski studij Projektnog menadžmenta stekao sam kompetencije za rad na tome području. Trenutna epidemiološka situacija uveliko je otežala pronalazak posla. Posao u struci je jako teško pronaći, te sam odlučio da je pravo vrijeme za privatni poduzetnički pothvat, da radim ono što volim i da iskoristim svoje znanje da pokušam pomoći drugim poduzetnicima.

Ciljana skupina potrošača su poduzetnici te OPG-ovi kojima će moja tvrtka omogućiti kompletnu uslugu izrade i provedbe svih projekata.

### 5.2.3 Podaci o investitoru

Osnivač konzultantske tvrtke „D cons“ je Darko Strahinec.

Tablica 2: Podaci o investitoru

Izvor: Izrada autora

Ime i prezime:	Darko Strahinec
Datum rođenja:	06.08.1995.
Mjesto stanovanja:	Radoboj
Studij:	Preddiplomski studij: Održivi razvoj Diplomski studij: Projektni menadžment
Poduzetničke vještine:	Komunikativan, marljiv, inovativan, odlučan, ambiciozan, odgovoran

### 5.2.4 Vizija i zadaća poduzetničkog podhvata

Misija tvrtke „DS Cons“ je u tome da korisnicama omogući konzultantske usluge koje su potrebne za osmišljavanje, realizaciju i promociju projekata financiranih iz EU fondova, ministarstva i ostalih izvora financiranja. Tvrtka vas vodi kroz složene procese EU natječaja od samog početka. Od ideje, uvjeta prihvatljivosti, odabira natječaja najprikladnijeg za Vaše potrebe pa sve do faze pisanja projekta, investicijske studije i faze provedbe projekata. „DS Cons“ je tu za vas od ideje do realizacije.

Cilj nam je pomoći ljudima raditi kvalitetnije kako bi bili uspješniji od konkurencije.

### 5.3 Opis usluga

Djelatnost tvrtke uključivala bi uslugu pisanja projekata u koju bi bilo uključeno oblikovanje projektnog prijedloga, savjetovanje, pisanje projekta, prikupljanje dokumentacije, kontaktiranje projektnih partnera i slanje projektnog paketa. Također tvrtka bi nudila pojedinačne usluge:

1. Pisanja projekata
2. Provjera projektne dokumentacije i pomoć pri slanju projekata
3. Provedba projekata
4. Evaluacija projekata
5. Projektno planiranje

DS Cons nudi uslugu pisanja projekata u koju bi bilo uključeno oblikovanje projektnog prijedloga, savjetovanje, pisanje projekta, prikupljanje dokumentacije, kontaktiranje projektnih partnera i slanje projektnog paketa. Također tvrtka bi nudila pojedinačne usluge:

Pisanja projekata – pisanje projekata zahtjeva posebna znanja iz područja EU legislative, preporuka, poznavanja projektne logike i metodologije implementacije projekata. Mi za vas možemo preuzeti posao pisanja projekta ili Vas pak možemo samo savjetovati prilikom pisanja projekta te ukazati na greške i neka moguća poboljšanja projektnog prijedloga.

Provjera projektne dokumentacije i pomoć pri slanju projekata – zbog velikog broja administrativnih pravila koja u potpunosti nisu razumljiva budućim klijentima, dio poslanih prijavi koje klijenti šalju sami nije odobren u fazi administrativne provjere projekata. Stoga nam možete povjeriti slanje projektnog paketa ili od nas zatražiti dodatnu kontrolu prije samog slanja projekta Ugovornom tijelu.

Provedba projekata – obuhvaća pružanje stručne pomoći u provedbi projekata. Podrazumijeva pomoć u aktivnosti usmjerenih na upravljanje projektom, koordinaciju partnera i suradnika, pripremu zahtjeva za nadoknadom sredstava, financijsko i administrativno praćenje provedbe projekta te pomoć u sadržajnoj provedbi projektnih aktivnosti. Osim vještina upravljanja projektom, potrebno je poznavati posebne procedure i pravila koja se odnose samo na EU projekte, a koje ćete teško moći sami naučiti.

Evaluacija projekata – procjenjujemo utjecaj projekta na ciljne skupine, analiziramo provedbu projekata te dajemo preporuke za poboljšanje. Usluga evaluacije projekta uglavnom se naplaćuje iz samog projekta u provedbi.

Projektno planiranje – savjetovanje prilikom oblikovanja projektnih ideja, usmjeravanje k okvirima objavljenog natječaja.

Cilj je klijentima omogućiti sve usluge od izrade do provedbe projekta.

## **5.4 Tržišna opravdanost**

### **5.4.1 Analiza tržišta**

Usluge koje nudi D Cons koriste različite strukture korisnika. Od malih poduzetnika, većih poduzetnika, OPG-ova, te budućim poduzetnicima.

Uočeno je da korisnici najviše koriste usluge nakon što se objavi neki natječaj za financiranje projekata iz EU fondova. U znatno manjem postotku korisnici traže usluge za neki projekt koji nije financiran iz EU fondova.

Prema rezultatima poslovanja poduzetnika Krapinsko-zagorske županije iz 2019. godine koje je objavila Fina, u Krapinskoj-zagorskoj županije je 2019. godine bilo 2344 poduzetnika, što je 1,7 % udjela od broja poduzetnika pa području cijele Republike Hrvatske. Od tih 2344 poduzetnika u županiji, 321 poduzetnik registriran je u Gradu Krapini, 130 poduzetnika registrirano je na području Općine Sveti Križ Začretje. Ta dva mjesta su najbliža lokaciji tvrtke D Cons. (FINA,2019.)

### **5.4.2 Marketinške i prodajne strategije**

Usporedivši provizije konkurencije, kreirali smo cjenik za usluge.

Putem brojnih udruženja dobili smo adrese malih i srednjih poduzetnika, te korisnika poticaja koji dobivaju OPG-ovi. Pri tome, ponudili smo i akcijske popuste za prvih 5 korisnika.

Postoji li bilo kakva organizacija na ovom svijetu koja ne treba nikakvu potrebu za marketingom. Čak i neprofitne organizacije trebaju određenu marketinšku strategiju.

Sam marketing je jedan od najbitnijih segmenata prodaje. Ukoliko se napravi dobra marketinška strategija to će se kasnije pozitivno odraziti na rezultate prodaje.

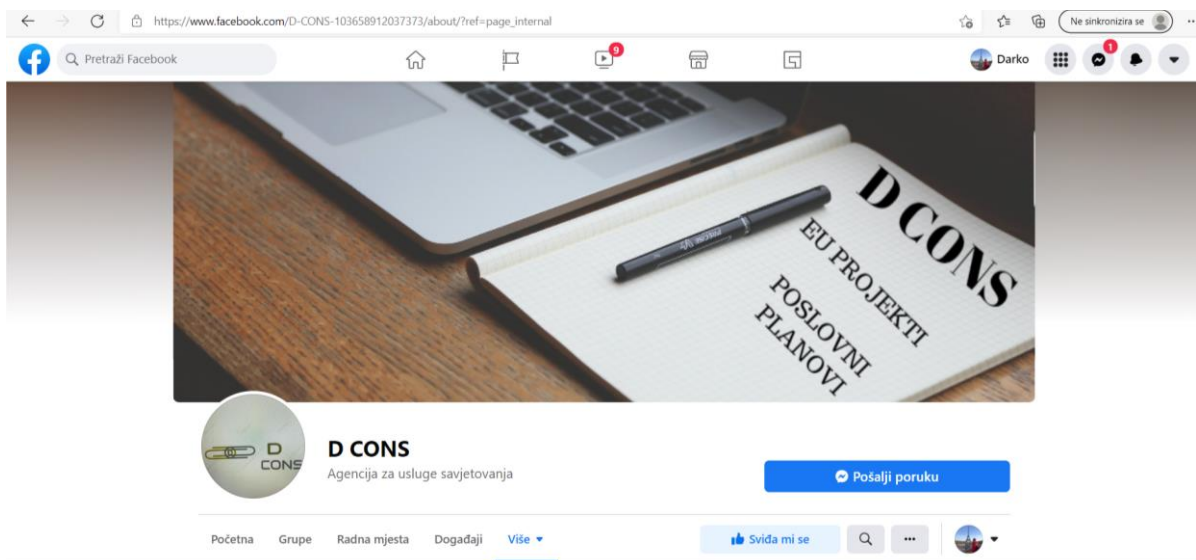
U prvoj fazi otvaranja reklamirat ćemo se putem društvenih mreža (Facebook, LinkedIn, Instagram). Otvorit ćemo profile na tim društvenim mrežama putem kojeg će svi zainteresirani moći dobivati sve najnovije informacije. Objavljivat ćemo sve projekte koji se trenutno provode na koje se korisnici mogu prijaviti. U toj fazi reklamirat ćemo se i putem banera te letaka. Planirano je postavljanje jednog banera uz staru Zagorsku cestu prema Zagrebu. Ta lokacija je izabrana zbog najgušćeg prometa te najveće cirkulacije ljudi. Dijelit

ćemo i promo letke na području tri grada u Krapinsko-zagorskoj županiji (Krapina, Zabok, Zlatar). Također letke ćemo poslati na određen broj OPG-ova na području županije.

Druga faza promocije bit će izrada web stranice tvrtke.

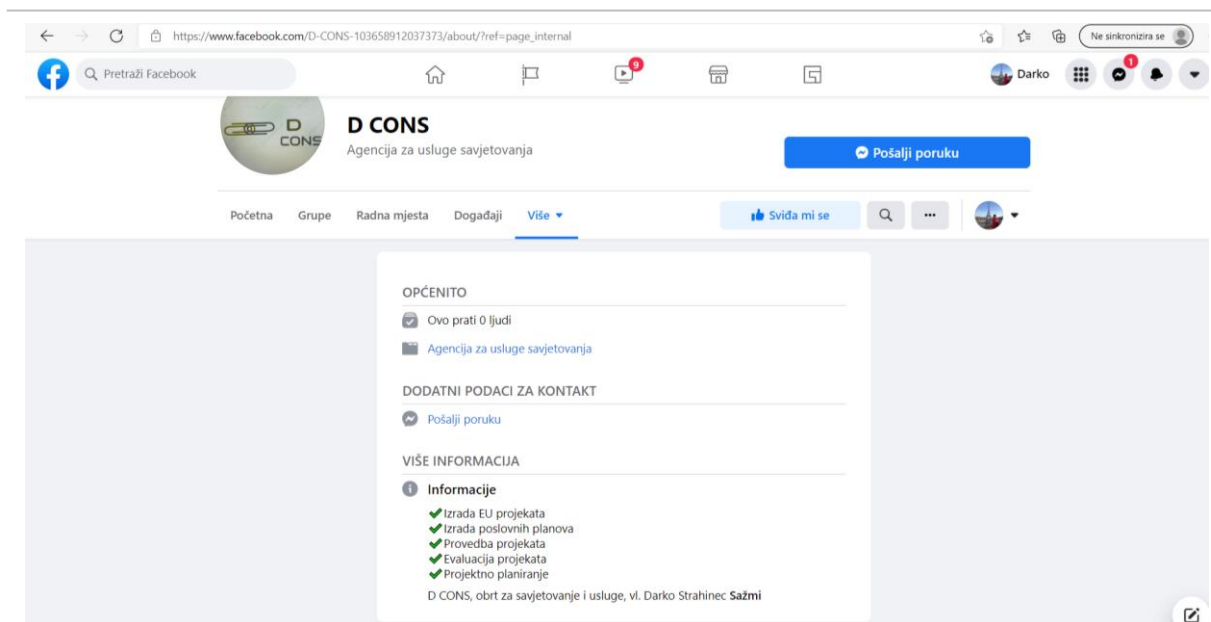
Samo otvaranje tvrtke medijski će popratiti Zagorje International, koje će promovirati tvrtku.

Ciljana skupina su OPG-ovi te mali i srednji poduzetnici, za početak sa područja Krapinsko-zagorske županije. Kasnije nakon otvaranja web stranice planira se proširenje na ostatak Hrvatske.



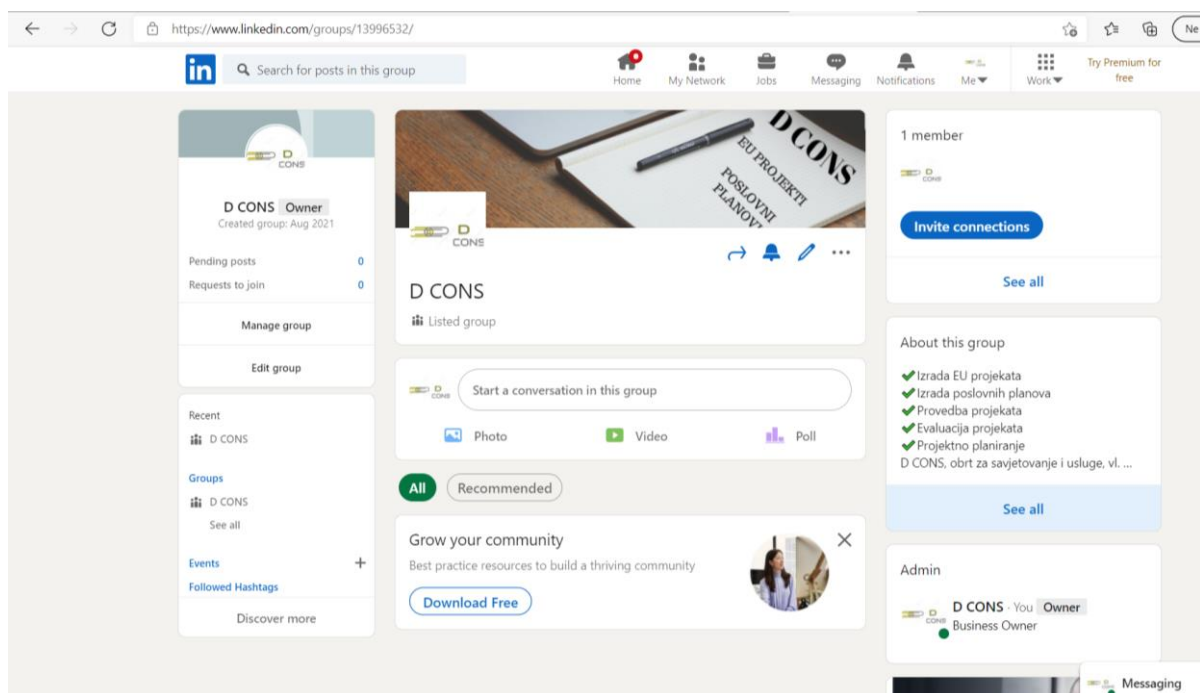
Slika 4: Facebook stranica D Cons

Izvor: Izrada autora



Slika 5: Facebook stranica D cons

Izvor: Izrada autora



Slika 6: LinkdIn stranica D cons

Izvor: Izrada autora

### 5.4.3 Projekcija prodaje

U okviru strategije istraživanja tržišta, provedene su ankete prema mogućoj potražnji budućih korisnika (mali i srednji poduzetnici te OPG-ovi). Temeljem provedene analize tržišta, procjenjuje se da u prvoj godini rada najveći dio korisnika bili bi OPG-ovi. Mjesečni broj korisnika usluga najviše ovisi o terminima raspisivanja novih natječaja.

Na temelju provedene analize, napravljena je projekcija cijena i petogodišnji plan prodaje usluga, kako slijedi u nastavku (tablica 3. – plan prodaje).

Tablica 3: Plan prodaje

Izvor: izrada autora

Proizvod/ usluga	Jed.mj.	Količina/god					Ukupna količina	Cijena(kn)	Vrijednost (kn)					Ukupno
		1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
Kompletna usluga pisanja projekta (od početka do kraja)	kom	5	9	10	11	12	47	11.500,00 kn	57.500,00 kn	103.500,00 kn	115.000,00 kn	126.500,00 kn	138.000,00 kn	540.500,00 kn
Pisanje projekta	kom	3	4	6	7	9	22	5.000,00 kn	15.000,00 kn	20.000,00 kn	30.000,00 kn	35.000,00 kn	45.000,00 kn	145.000,00 kn
Provjera projektne dokumentacije i pomoć pri slanju projekta	kom	2	4	3	5	5	10	1.500,00 kn	3.000,00 kn	6.000,00 kn	4.500,00 kn	7.500,00 kn	7.500,00 kn	28.500,00 kn
Provedba projekta	kom	1	1	2	2	2	2	3.000,00 kn	3.000,00 kn	3.000,00 kn	6.000,00 kn	6.000,00 kn	6.000,00 kn	24.000,00 kn
Evakuacija projekta	kom	1	1	1	2	3	8	2.500,00 kn	2.500,00 kn	2.500,00 kn	2.500,00 kn	5.000,00 kn	7.500,00 kn	20.000,00 kn
Projektno planiranje	kom	1	2	2	2	3	10	1.500,00 kn	1.500,00 kn	3.000,00 kn	3.000,00 kn	3.000,00 kn	4.500,00 kn	15.000,00 kn
UKUPNO		13	21	24	29	34	99		82.500,00 kn	123.500,00 kn	145.000,00 kn	183.000,00 kn	208.500,00 kn	742.500,00 kn



## **5.5 Operacijska procedura**

### **5.5.1 Makroekonomsko okruženje**

Makroekonomsko okruženje za otvaranje konzultantske tvrtke na ovom području izuzetno je povoljno iz više razloga. Zbog velikog broja OPG-ova na području Krapinsko-zagorske županije postoji velika potražnja za pisanje projekata. Također tome pridonosi i činjenica da se na području županije nalaze mnogi mali i srednji poduzetnici.

Velika prednost je prostor u vlasništvu čime nemamo troškove najma ili kredita koji bi bili u slučaju neimanja vlastitog prostora. Iz tog razloga su i fiksni mjesečni troškovi prilično niži nego što bi bili u suprotnom.

Povoljna lokacija zemljišta na kojem se nalazi ured isto tako pridonosi većem broju korisnika.

### **5.5.2 Lokacija**

Lokacija za rad nalazi se na području Općine Radoboj. Općina Radoboj je smještena negdje u sredini krajnjeg sjevernog dijela Krapinsko-zagorske županije. Nalazi se vrlo blizu Grada Krapine. Dobro je povezana sa ostalim dijelovima županije, cestovnim i javnim prijevozom.

Predviđeni radni prostor se sastoji od 200 metara kvadratnih, podijeljen na 3 dijela:

- ured
- hodnik,
- sanitarni čvor

Na vanjskom dijelu tvrtke osigurano je i parkiralište za korisnike od ukupno 3 mjesta.

## **5.6 Pravni i regulativni zahtjevi**

Prostor namijenjen za otvaranje ureda za konzultantske tvrtke nalazi se u mješovitoj stambeno – poslovnoj zoni.

Pri izradi i dovršetku prostora biti će poštovane su sve mjere zaštite od požara predviđene zakonom, te će biti pribavljen certifikat ovlaštene ustanove da su električne i ostale instalacije izvedene sukladno svim propisima.

Poslovna banka biti će Privredna banka Zagreb u kojoj će biti otvoren žiro-račun i uplaćen temeljni kapital za osnivanje.

## **5.7 Financijski plan**

### **5.7.1 Struktura troškova**

Obzirom da je objekt u vlasništvu poduzetnika, nema dodatnih troškova lokacije (najam, kredit). Prostor se trenutno koristi kao skladišni prostor pa će se vrlo lako uz manje modifikacije interijera prenamijeniti u ured.

Za tu namjenu potrebno će biti ulaganje određenih sredstava u nabavu osnovnih sredstava (tehničke opreme, namještaja). Troškovi opreme procjenjuju se na 22.350 kn odnosno kako je navedeno u tablici 4 - trošak opreme.

Indirektni troškovi režija te potrošnog uredskog materijala u iznosu od 772,53 kn potrošni uredski materijal i troškove (režije, troškovi vozila i dr.) u iznosu od 650 kn. Ukupni indirektni troškovi godišnje iznose 17.076 kn.

Tablica 4: Trošak opreme

Izvor: izrada autora

Specifikacija opreme	Količina	Jedinična cijena (kn)	Iznos
Uredski stol	1	3.500,00 kn	3.500,00 kn
Uredski stolac	3	750,00 kn	2.250,00 kn
Ormar	2	1.250,00 kn	2.500,00 kn
Laptop	1	6.000,00 kn	6.000,00 kn
Miš	1	200,00 kn	200,00 kn
Printer/skener	1	2.000,00 kn	2.000,00 kn
Radna lampa	1	150,00 kn	150,00 kn
Tepih	1	500,00 kn	500,00 kn
Tipkovnica	1	250,00 kn	250,00 kn
Mobitel	1	5.000,00 kn	5.000,00 kn
<b>UKUPNO</b>			<b>22.350,00 kn</b>

Obrazloženje nabave potrošnog materijala. Uredski materijal je potreban za rad u uredu. Najbolja opcija za kupnju uredskih materijala je Makro mikro grupa. Materijali su: A4 papir (paket 500 kom)x3, kemijske olovke( 10 kom), drvene olovke(5 kom), korektor (3 kom), toner za pisač (1 kom), spjalice (100kom)x2, klamerica (1 kom), municije za klamanje (5 paketa) , kuverte (50kom), samoljepljivi papirni blokići x 5, fascikl (paket 10 kom) x 2, registratora (3 kom), košuljice (paket 50 kom) x 2,selotjep (6 kom), stalak za selotejp (1 kom), gumica (3 kom)

### Izračun prosječne količine uredskog pribora u jednom tromjesečju

Tablica 5: Plan indirektnih troškova

Izvor: Izrada autora

Uredski pribor	Količina	Jedinice	Jedinični iznos (kn)	Ukupna cijena
Papir za printanje (A4)	3	Kom	31,99 kn	95,97 kn
Registrator	3	Kom	14,99 kn	44,97 kn
Kemijske olovka	10	Kom	1,25 kn	12,50 kn
Košuljica za papir (A4)	2	Kom	18,38 kn	36,76 kn
Spajalice	2	Kom	2,63 kn	5,26 kn
Klamerica	1	Kom	16,13 kn	16,13 kn
Mine za klamericu	40	Kom	1,15 kn	46,00 kn
Toner	1	Kom	350,00 kn	350,00 kn
Korektor	3	Kom	3,20 kn	9,60 kn
Fascikli	2	Kom	16,99 kn	33,98 kn
Samoljepljivi papirnati blokići	5	Kom	18,80 kn	94,00 kn
Drvene olovke	5	Kom	0,90 kn	4,50 kn
Selotejp	6	Kom	1,20 kn	7,20 kn
Stalak za selotejp	1	Kom	11,13 kn	11,13 kn
Gumica	3	Kom	1,51 kn	4,53 kn
<b>Ukupno</b>				<b>772,53 kn</b>

### 5.7.2 Proračun amortizacije

Kod proračuna amortizacije primijenjena je proporcionalna metoda (NV/vijek trajanja).

Tablica 6: Proračun amortizacije

Izvor : izrada autora

STRUKTURA	Nabavna vrijednost
OPREMANJE UREDA	8.900,00 kn
RAČUNALO I ELEKTRONSKI UREĐAJI	13.450,00 kn
UKUPNO	22.350,00 kn

Tablica 7: Proračun amortizacije

Izvor: izrada autora

STRUKTURA	Nabavna vrijednost	Godine ekonomskog vijeka projekta						Vrijednost na kraju vijeka
		0	1	2	3	4	5	
Opremanje ureda	8.900,00 kn		2.300,00 kn	1.840,00 kn	1.380,00 kn	920,00 kn	460,00 kn	2.000,00 kn
RAČUNALO I ELEKTRONSKI UREĐAJI	13.450,00 kn		3.150,00	2.520,00	1.890,00	1.260,00	630,00	4.000,00
UKUPNO	22.350,00 kn		5.450,00	4.360,00	3.270,00	2.180,00	1.090,00	6.000,00

Tablica 8: Proračun amortizacije

Izvor : izrada autora

STRUKTURA	Nabavna vrijednost	Godine ekonomskog vijeka projekta					Vrijednost na kraju vijeka
		1	2	3	4	5	
Opremanje ureda	8.900,00 kn	2.300,00 kn	1.840,00 kn	1.380,00 kn	920,00 kn	460,00 kn	2.000,00 kn
RAČUNALO I ELEKTRONSKI UREĐAJI	13.450,00 kn	3.150,00	2.520,00	1.890,00	1.260,00	630,00	4.000,00
UKUPNO	22.350,00 kn	5.450,00	4.360,00	3.270,00	2.180,00	1.090,00	6.000,00

### 5.7.3 Struktura i broj zaposlenih

Vlasnik, Darko Strahinec bi bio jedini zaposlenik u tvrtki D Cons. Mjesečna neto primanja vlasnika iznose 5.000 kn. Djelatnik je zaposlen na puno radno vrijeme. Mjesečni troškovi plaća iznose 6.600 kn odnosno ukupno godišnje 79.200,00 kn.

Tablica 9: Projekcija zaposlenika

Izvor: izrada autora

Godina	radno mjesto	Broj djelatnika	Mjesečna bruto plaća	Godina	Godišnja bruto plaća
1	Vlasnik/radnik	1	6.600,00 kn	1	79.200,00 kn
2	Vlasnik/radnik	1	6.600,00 kn	2	79.200,00 kn
3	Vlasnik/radnik	1	6.600,00 kn	3	79.200,00 kn
4	Vlasnik/radnik	1	6.600,00 kn	4	79.200,00 kn
5	Vlasnik/radnik	1	6.600,00 kn	5	79.200,00 kn

#### 5.7.4 Investicija u obratna sredstva

Mjesečne investicije u obrtna sredstva odnose se na troškove plaća zaposlenika u iznosu od 6.600 kn i indirektno troškove (režije, troškovi vozila i dr.) u iznosu od 650 kn, odnosno ukupno mjesečno 7.250 kn. Ukupno godišnje troškovi iznose 89.321,59 kn.

Tablica 10: Obrtna sredstva

Izvor: izrada autora

Vrsta troška	Iznos u kn				
	1	2	3	4	5
Bruto plaće	79.200,00 kn	79.200,00 kn	79.200,00 kn	79.200,00 kn	79.200,00 kn
Energenti	3.600,00 kn	3.600,00 kn	3.600,00 kn	3.600,00 kn	3.600,00 kn
Materijal	2.321,59 kn	2.321,59 kn	2.321,59 kn	2.321,59 kn	2.321,59 kn
Putni troškovi	4.200,00 kn	4.200,00 kn	4.200,00 kn	4.200,00 kn	4.200,00 kn
UKUPNO	89.321,59 kn	89.321,59 kn	89.321,59 kn	89.321,59 kn	89.321,59 kn

#### 5.7.5 Izvori financiranja

Ulaganje u osnovna sredstva (trošak opreme) i obrtna sredstva (plaće zaposlenika i indirektni troškovi) financirat će se dobivenim sredstvima. Nakon toga financirat će se iz dobivenih poslovnih prihoda.



### 5.7.6 Račun dobiti i gubitaka

Projekciju računa dobiti i gubitka radimo na temelju prethodne projekcije prihoda i rashoda.

Tablica 11: Račun dobiti i gubitka

Izvor: izrada autora

POZICIJA / RAZDOBLJE	0	1	2	3	4	5	UKUPNO
PRIHOD		82.500,00 kn	123.500,00 kn	145.000,00 kn	183.000,00 kn	208.500,00 kn	742.500,00 kn
UKUPNI RASHODI		90.571,59 kn	89.481,59 kn	88.391,59 kn	87.301,59 kn	86.211,59 kn	441.957,95 kn
1. Materijalni i nematerijalni troškovi		5.921,59 kn	5.921,59 kn	5.921,59 kn	5.921,59 kn	5.921,59 kn	29.607,95 kn
2. Amortizacija		5.450,00 kn	4.360,00 kn	3.270,00 kn	2.180,00 kn	1.090,00 kn	16.350,00 kn
3. Troškovi osoblja		79.200,00 kn	79.200,00 kn	79.200,00 kn	79.200,00 kn	79.200,00 kn	396.000,00 kn
DOBIT PRIJE OPOREZIVANJA		-8.071,59 kn	34.018,41 kn	56.608,41 kn	95.698,41 kn	122.288,41 kn	300.542,05 kn
POREZ NA DOBIT		-968,59 kn	4.082,21 kn	6.793,01 kn	11.483,81 kn	14.674,61 kn	36.065,05 kn
DOBIT NAKON OPOREZIVANJA		-7.103,00 kn	29.936,20 kn	49.815,40 kn	84.214,60 kn	107.613,80 kn	264.477,00 kn

Iz prethodne tablice očituje se ukupno pozitivno financijsko poslovanje projekta u promatranim godinama ekonomskog vijeka projekta, ali negativno financijsko poslovanje prvoj godini. Nakon toga neto dobit je pozitivna i relativno visoka i osigurava pokrivanje svih troškova. To znači da je projekt ekonomski i financijski efikasan i da ga treba realizirati.

## 5.8 SWOT analiza

SWOT analiza dobila je ime tako da je uzeto prvo slovo engleskih riječi koje označavaju dio analize. Jakosti (*eng. Strengths*), Slabosti (*eng. Weaknesses*), Prilike (*eng. Opportunities*) i Prijetnje (*eng. Threats*).

Sama analiza sastoji se od unutarnjih i vanjskih čimbenika. Ti najvažniji čimbenici za budućnost poduzeća nazivaju se još i strateški čimbenici. SWOT analiza sumira te čimbenike. Vanjsko okruženje sastoji se od prilika i prijetnja, one nisu unutar kratkoročne kontrole menadžmenta i one se nalaze izvan poduzeća. Unutarnje okruženje sadrži jakosti i slabosti. U konačnosti u SWOT analizi možemo vidjeti pozitivne i negativne segmente. SWOT analiza ne bi trebala sadržavati previše stavki jer ju to čini nepreglednom i zbunit će one kojima je namijenjena.

Ova SWOT analiza pokazuje dobre i one manje dobre čimbenike koji utječu na poslovanje tvrtke, a do tih podataka tvrtka je došla prateći sveukupno stanje u poduzetništvu. (Gonan Božac, 2007.)

Tablica 12: SWOT analiza

Izvor: izrada autora

JAKOSTI	SLABOSTI
-povoljna lokacija	-razvijena konkurencija
-niža cijena od konkurencije	-nepovjerenje korisnika usluga prema novoj tvrtki
-Online pristup i dobra marketinška strategija	- težak proboj na šire tržište
-velik broj OPG-ova na području Krapinsko-zagorske županije	
- veliki broj poduzetnika na području Krapinsko-zagorske županije	
PRILIKE	PRIJETNJE
-proširenje na šire tržište	-mogući korisnici usluga biraju već dokazane i iskusne tvrtke
-iskoristiti opću zainteresiranost za prijavu na natječaje za dobivanje bespovratnih sredstava iz EU fondova	-jaka konkurencija i uhodana konkurencija
-dokazivanje kvalitete usluga pomoću raznovrsnih nagrada kvalitete	

## 5.9 Zaključak

Ovaj poslovni plan svakako pokazuje da je projekt profitabilan, te da su mogući rizici svedeni na minimum.

Nakon izrade poslovnog plana i nakon proučavanja svih financijskih pokazatelja, dolazi se do zaključka da ovaj projekt, uz sve rizike i promjenjivosti tržišta i uvjeta poslovanja ima šanse za uspjeh te da je profitabilan. Potpunim angažmanom svih čimbenika ovog poslovnog projekta, vjeruje se da uspjeh neće izostati.

Velika prednost je da za pokretanje ove konzultantske tvrtke nema potrebe za zaduživanjem kod banka, što uvelike smanjuje troškove i rizik poslovanja. Sva ulaganja financiraju se iz vlastitih sredstava te dobivenih sredstava. S druge strane, postoji mogućnost proširenja djelatnosti što pruža mogućnost dodatne zarade.

Vizija ovog poduzetničkog pothvata jest u kratkom roku privući korisnike usluga te stvoriti vlastiti prepoznatljiv brand u kojeg će korisnici imati puno povjerenje za realizaciju svojih ideja. Na taj način smatramo projekt održivim, posebno ako istaknemo prednost koju imamo u odnosu na konkurenciju odnosno nižu cijenu.

Na temelju svega navedenog, može se zaključiti kako nema velikog rizika glede toga da se ovaj projekt neće održati.

## 6. OSTVARIVANJE PODUZETNIČKE IDEJE

Nakon uspješno napisanog poslovnog plana te temeljne analize o poduzetničkom pothvatu vidi se da je projekt isplativ te održiv. Projekt koji sam predstavio u budućnosti planiram i realizirati. Plan realizacije bi bio na početku otvorim obrt. „D Cons“ obrt za savjetovanje i usluge.

Obrt je samostalno i trajno obavljanje dopuštenih društvenih djelatnosti od strane fizičkih osoba. Cilj je postizanje dobiti koja se ostvaruje pružanjem usluga, proizvodnjom ili prometom. Sa obzirom na djelatnost postoje tri vrste obrta

- Slobodni obrt – za obavljanje se ne traži nikav dokaz o stručnoj spremi ili majstorskome ispitu
- Vezani obrt – za obavljanje se traži dokaz o stručnoj spremi, dokaz o položenom majstorskom ispitu, ili dokaz o srednjem strukovnom obrazovanju
- Povlaštenu obrt – smije se obavljati samo na temelju povlastice tj. dozvole. Dozvolu izdaje nadležno ministarstvo, ili neko drugo tijelo čija je nadležnost propisana posebnim propisom ove djelatnosti. (Poslovni plan, n.d.)

Prvi korak kod otvaranja obrta je odabir naziva pod kojim će obrt biti osnovan. Naziv ima oznaku obrta, ime i prezime obrtnika, sjedište obrta. Naziv obrtnika određuje obrtnik. Može postojati više obrta sa istim nazivom. Službeni naziv obrta mora biti istaknut na ulazu u poslovni prostor, na web stranici, na poslovnim papirima (računi, dopisi), na pečatu obrta. Sjedište obrta je mjesto u kojem se obavlja obrt. Ako je prostor u vlasništvu obrtnika ili članova obitelji nije potreban ugovor o zakupu (nema dohotka i poreza), samo je potrebno priložiti izjavu vlasnika i vlasnički list. (Poslovni plan, n.d.)

Djelatnost obrta obrtnik određuje sam prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti. U skladu sa odabranom djelatnosti moramo odrediti o kojoj se vrsti obrta radi (slobodnom, vezanom ili povlaštenom obrtu). U tablici možemo vidjeti primjer za vlastitu poslovnu ideju.

Tablica 13: D cons obrt za savjetovanje i usluge

Izvor: izrada autora

Naziv obrta:	D Cons obrt za savjetovanje i usluge, vl. Darko Strahinec
Sjedište obrta:	Radoboj 83a, 49232 Radoboj

Pisanim zahtjevom ispostavi županijskog ureda za gospodarstvo u kojoj se nalazi sjedište obrta pokreće se postupak otvaranja obrta. Zahtjevu za izdavanje obrtnice potrebno je priložiti popunjene obrasce (OR obrazac uz koji se treba predložiti osobna iskaznica ili putovnica), dokaz o pravu korištenja prostora, dokaz o uplati upravnih pristojbi ( iznosi 250 kuna). Obrtnikom se postaje upisom u Obrtni registar. Fizička osoba mora ispunjavati uvjete za obavljanje obrta. O registriranom obrtu obrtnik dobiva obrtnicu i Rješenje o upisu u Obrtni registar.

Nakon otvaranja obrta potrebno je izraditi pečat, koji služi za ovjeravanje računa i drugih dokumenata koji nastaju u poslovanju obrta. Potrebno je i otvoriti žiro račun u banci (za otvaranje je potreba osobna, rješenje, obrtnica i pečat).

Obrt je potrebno prijaviti na poreznu upravu (u roku od 8 dana od početka obavljanja djelatnosti), Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje (u roku od 24 sata od početka obavljanja djelatnosti), Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje ( u roku od 8 dana od početka obavljanja djelatnosti) (Poslovni plan,n.d.)

## 7. ZAKLJUČAK

Temeljno pitanje koje si svaki budući poduzetnik treba postaviti bilo bi kako napisati što bolji poslovni plan. To je ključan faktor u budućnosti poslovanja. Sam poslovni plan je prikaz budućeg poslovanja, stoga bi svaki poduzetnik osobno trebao biti uključen u izradu poslovnog plana i potpuno razumjeti o čemu plan govori. Poslovni plan nam pomaže da poslovnu ideju pretvorimo u poduzetnički poduhvat.

Poslovni plan je dokument koji sadrži cjelovito i potanko razrađeno obrazloženje o ulaganjima u posao s ocjenom očekivanih učinaka i varijantnih rješenja za različite situacije, što ih donosi buduće vrijeme.

Investicijski projekt ili poslovni plan, nije samo puka formalnost, već je temeljna okosnica svakog poduzetničkog pothvata, jer tek detaljnim i pažljivim planiranjem i analiziranjem svih detalja budućeg pothvata, može se uvidjeti da li je opravdano i realno pristupiti realizaciji ideje.

Poslovni plan mora biti temeljen na nekoliko načela: da je lako čitljiv i razumljiv, orijentiran prema tržištu, a ne prema tehnologiji rada ili kapacitetu poduzetnika, da sadrži procjenu utjecaja konkurencije i da ima uvjerljivu i realnu razvojnu viziju.

Na prikazanom primjeru konzultantske tvrtke „D Cons“ prikazani su aspekti poslovanja koji su ključni za uspješno buduće poslovanje. „D Cons“ osnovati će se kao obrt za savjetovanje i usluge. Osnovna djelatnost obrta uključivala bi uslugu pisanja projekata u koju bi bilo uključeno oblikovanje projektnog prijedloga, savjetovanje, pisanje projekta, prikupljanje dokumentacije, kontaktiranje projektnih partnera i slanje projektnog paketa. Ideja o otvaranju nastala je tijekom studija, za vrijeme korona krize. U sadašnjoj sve većoj dinamici poslovanja, koju prate nastojanja za postizanjem veće konkurentnosti, rastu potrebe za uspješnim izvođenjem projekata.

Dobrim istraživanjem i proučavanjem tržišta i konkurencije izrađen je poslovni plan. Prve informacije o uspješnosti poslovnog pothvata može se vidjeti iz proračuna dobiti i gubitaka.

Ovaj poslovni plan svakako pokazuje da je projekt profitabilan, te da su mogući rizici svedeni na minimum.

Nakon izrade poslovnog plana i nakon proučavanja svih financijskih pokazatelja, dolazi se do zaključka da ovaj projekt, uz sve rizike i promjenjivosti tržišta i uvjeta poslovanja ima šanse za uspjeh te da je profitabilan.



## 8. IZJAVA

### Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

**Ime i prezime studenta: Darko Strahinec**

**Matični broj studenta: 02-026/19-I**

**Naslov rada: Poslovni plan na primjeru konzultantske tvrtke**

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

Potpis studenta

---

---

## 9. POPIS LITERATURE

### 9.1 KNJIGE I ČLANCI

1. Bangs, D., H. Jr. (1998). Kako napraviti poslovni plan, Jakubin i sin, Zagreb & Centar za poduzetništvo, Osijek.
2. Božac Gonan M. (2008). SWOT analiza ili TOWS matrica – sličnosti i razlike, Ekonomska istraživanja, Vol 21, No 1, str. 19-34, Fakultet za ekonomiju i turizam „Mijo Mirković“, Pula.
3. Cingula, M., Hunjak, T., Ređep, M. (2004). Poslovno planiranje, RRiF, Zagreb.
4. Deželjin, J., Deželjin, J., Dujanić, M., Tadin, H., Vujić, V. (1999). Poduzetnički menadžment; izazov, rizik, zadovoljstvo, 1999., Alineja, Zagreb.
5. Funda, D. (2011). Menadžment malog poduzeća, Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprrešić.
6. Griffin, W.R. (1990). Management, 3rd edition, Houghton Mifflin Company, Boston.
7. Halt, H., D.. (1992). Entrepreneur, Engelwood, Cliffs, Prentice Hall, New York.
8. Hyung-Jin Park M.(2005) The essence of marketing strategy.
9. Jurina, M. (2008). Organizacija i menadžment, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti «Baltazar Adam Krčelić» , Zaprrešić.
10. Kohli C., Suri R., Thakor M. (2002) Creating effective logos: Insight from theory and practice, svibanj-listopad, 58-64., Business Horizons.
11. Kuvačić N. (2010) Biznis-plan ili poduzetnički projekt. Split: Beretin
12. Rešetar Z. (2020), Presentacija na kolegiju Poduzetništvo ili poslovni plan.
13. Škrtić, M. (2008). Osnove poduzetništva i menadžmenta, 2. dopunjeno i izmjenjeno izdanje, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac.
14. Timmons, J., A. (1989).: The Entrepreneurial mind, Brick House Publishing Company, Andover, Massachusetts.

## 9.2 INTERNETSKI IZVORI

1. HBOR,n.d.d, *Preporučeni sadržaj poslovnog plana*, Preuzeto sa:<http://www.hbor.hr/poslovni-plan/> (12.siječnja 2021.)
2. Plavi ured (n.d.), *Najčešća pitanja poduzetnika početnika: Što osnovati – poduzeće ili obrt? Koliko iznose troškovi osnivanja?* Preuzeto sa: Najčešća pitanja poduzetnika početnika: Što osnovati – poduzeće ili obrt? Koliko iznose troškovi osnivanja? – Plavi ured (02. svibnja 2021.)
3. Zagrebači inovacijski centar, n.d., *Poduzetnički pojmovnik - Zagrebački inovacijski centar (zicer.hr)*, Preuzeto sa: <https://www.zicer.hr/Poduzetnički-pojmovnik/> (10 lipnja 2021.)
4. FINA (2019.) *Rezultati poslovanja poduzetnika Krapinsko-zagorske županije u 2019. godini*, [www.fina.hr.doc](http://www.fina.hr/doc) (live.com)
5. Poslovni plan (n.d.) , *Otvaranje obrta*, Otvaranje obrta | Poslovni Plan (poslovni-plan.hr)
6. Anketa. (n. d.). U Hrvatskoj enciklopediji Leksikografskog zavoda Miroslav Krleža. Preuzeto s <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=2842> (31. svibnja 2019.)

## **10. POPIS SLIKA I TABLICA**

### **10.1 Popis slika**

Slika 1: Poslovni plan prema HBOR-u.....	1
Slika 2: Rezultati anketnog upitnika.....	3
Slika 3: Logo konzultantske tvrtke D Cons.....	8
Slika 4: Facebook stranica D Cons.....	13
Slika 5: Facebook stranica D cons .....	14
Slika 6: LinkedIn stranica D cons.....	14

### **10.2 Popis tablica**

Tablica 1: Sumarni sažetak poslovnog plana.....	6
Tablica 2: Podaci o investitoru.....	10
Tablica 3: Plan prodaje .....	15
Tablica 4: Trošak opreme .....	18
Tablica 5: Plan indirektnih troškova.....	19
Tablica 6: Proračun amortizacije.....	20
Tablica 7: Proračun amortizacije.....	20
Tablica 8: Proračun amortizacije.....	21
Tablica 9: Projekcija zaposlenika.....	22
Tablica 10: Obrtna sredstva .....	23
Tablica 11: Račun dobiti i gubitka .....	24
Tablica 12: SWOT analiza.....	26

Tablica 13: D cons obrt za savjetovanje i usluge .....29

## ŽIVOTOPIS

### Darko Strahinec

**Državljanstvo** hrvatsko

**Datum rođenja:** 06/08/1995

**Spol:** Muško

**E-adresa:** [darko.strahinec@gmail.com](mailto:darko.strahinec@gmail.com)

**Adresa:** Radboj, (Hrvatska)

### RADNO ISKUSTVO

CNC operater

*Ferostil mont* [ 2017 – 2018 ]

**Mjesto:** Zabok

**Zemlja:** Hrvatska

Terenski komercijalist

*Einhell Croatia* [ 2019 – 2020 ]

**Mjesto:** Sveti Križ Začretje **Zemlja:** Hrvatska

Voditelj smjene u proizvodnji

*Eko-flor plus* [ 2020 – Trenutačno ]

**Mjesto:** Oroslavje

**Zemlja:** Hrvatska

### OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

---

Prvostupnik održivog razvoja

*Međimursko veleučilište u Čakovcu* [ 2016 – 2018 ]

## Stručni specijalist projektnog menadžmenta

*Većeučilište Baltazar Zaprešić* [ 2019 – Trenutačno ]

---

Materinski jezik/jezici:

**hrvatski**

Drugi jezici: **engleski**

SLUŠANJE C1 ČITANJE C1 PISANJE B2

GOVORNA PRODUKCIJA C1

GOVORNA INTERAKCIJA C1

**DIGITALNE VJEŠTINE**

AutoCAD / MS Office

**njemački**

SLUŠANJE B1 ČITANJE B1 PISANJE B1

GOVORNA PRODUKCIJA B1

GOVORNA INTERAKCIJA B1