

POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA NA PRIMJERU POSLOVNOG POTHVATA U INDUSTRIJI ČIŠĆENJA

Komar, Mario

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:348686>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-22**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Diplomski studij Poduzetništvo i poduzetnički menadžment

Mario Komar

**POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA NA PRIMJERU
POSLOVNOG POTHVATA U INDUSTRIJI ČIŠĆENJA**

Diplomski rad

Osijek, rujan 2022.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Diplomski studij Poduzetništvo i poduzetnički menadžment

Mario Komar

**POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA NA PRIMJERU
POSLOVNOG POTHVATA U INDUSTRIJI ČIŠĆENJA**

Diplomski rad

Kolegij: Pokretanje poslovnog pothvata

JMBAG:00102192388

e-mail: 22mkomar22@gmail.com

Mentor: prof.dr.sc. Sunčica Oberman Peterka

Osijek, rujan 2022.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Graduate study of Entrepreneurship and entrepreneurial management

Mario Komar

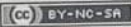
**STARTING A NEW BUSINESS VENTURE - THE EXAMPLE OF
NEW VENTURE IN THE CLEANING INDUSTRY**

Graduate paper

Osijek, September 2022.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je Diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Mario Komar

JMBAG: 00102192388

OIB: 79874813674

e-mail za kontakt: 22mkomar22@gmail.com

Naziv studija: Poduzetnički menadžment i poduzetništvo

Naslov rada: Pokretanje poslovnog pothvata na primjeru poslovnog pothvata u industriji čišćenja

Mentor/mentorica diplomskog rada: prof.dr.sc. Sunčica Oberman Peterka

U Osijeku, 28.09.2022. godine

Potpis _____



IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je _____ diplomski _____ (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.

Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska.

Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).

izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta: Mario Komar

JMBAG: 00102192388

OIB: 79874813674

e-mail za kontakt: 22mkomar22@gmail.com

Naziv studija: Poduzetnički menadžment i poduzetništvo

Naslov rada: Pokretanje poslovnog pothvata na primjeru poslovnog pothvata u industriji čišćenja

Mentor rada: prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka

U Osijeku, 26.9.2022. godine

Potpis _____ Mario Komar _____

Pokretanje poslovnog pothvata na primjeru industrije čišćenja

SAŽETAK

Mala i srednja poduzeća velika su većina u gotovo svim gospodarstvima svijeta, a zapošljavaju više od 60% od ukupnog broja zaposlenih. Inovativnim idejama doprinose razvoju inovativnosti u društvu. Mala su poduzeća sklonija prihvaćanju promjena i lakše se prilagođavaju promjenama. Kako bi se pokrenuo poslovni pothvat koji će imati uspješno poslovanje, potrebno je prije započinjanja poslovnog pothvata napisati poslovni plan, koji je ključan za provođenje poslovnog pothvata jer donosi temeljit prikaz ideja i ciljeva koji se namjeravaju realizirati. Iako je ovaj plan od najveće koristi poduzetniku, on je često i obveza koji poduzetnik mora ispuniti prije no što krene s pokretanjem poslovnog pothvata. Investitor poslovnog pothvata opisanog u radu pokreće obrt koji će se baviti djelatnostima čišćenja. Specifičnost ovog servisa je korištenje visokotlačnih čistača u svojim poslovnim aktivnostima. Servis za čišćenje visokotlačnim čistačem će pružati usluge temeljitog čišćenja svih površina i predmeta, kao i dezinfekcije i održavanja.

Ključne riječi: poslovni plan, industrija čišćenja, pokretanje poslovnog pothvata

Starting a new business venture - the example of the cleaning industry

ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises are the vast majority in almost all economies of the world, and they employ more than 60% of the total number of employees. With innovative ideas, they contribute to the development of innovation in society. Small businesses are more inclined to accept changes and adapt to changes more easily. In order to start a business venture that will have successful operations, it is necessary to write a business plan before starting the business venture, which is crucial for the implementation of the business venture because it provides a thorough presentation of the ideas and goals that are intended to be realized. Although this plan is of the greatest benefit to the entrepreneur, it is often also an obligation that the entrepreneur must fulfill before starting a business venture. The investor of the business venture described in the paper starts a business that will deal with cleaning activities. The specificity of this service is the use of high-pressure cleaners in its business activities. The high-pressure cleaning service will provide thorough cleaning of all surfaces and objects, as well as disinfection and maintenance.

Keywords: business plan, cleaning industry, new venture creation,

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Metode rada.....	1
1.3. Struktura i sadržaj rada.....	2
2. PODUZETNIČKI PROCES	3
2.1. Važnost poduzetništva i malih i srednjih poduzeća za razvoj društva	5
2.2. Faze poduzetničkog procesa.....	7
2.3. Poslovno planiranje kao dio poduzetničkog procesa	13
3. POSLOVNI PLAN	15
3.1. Općenito o poslovnom planu.....	15
3.2. Važnost poslovnog plana	15
3.3. Karakteristike poslovnog plana	16
3.4. Sadržaj poslovnog plana.....	17
4. POSLOVNI PLAN ZA POTHVAT U INDUSTRIJI ČIŠĆENJA	22
4.1. Podaci o poduzetniku	24
4.2. Polazište	25
4.3. Predmet poslovanja (čišćenje visokotlačnim peraćem)	25
4.4. Tržišna opravdanost	27
4.6. Tehnološko-tehnički elementi pothvata	28
4.6. Lokacija.....	30
4.7. Zaštita okoline	31
4.8. Financijski elementi pothvata.....	32
ZAKLJUČAK.....	36
LITERATURA	37
POPIS SLIKA	41
POPIS TABLICA.....	42

1. UVOD

Poduzetništvo kreira nove vrijednosti kroz pokretanje i razvoj novih poduzeća i zbog toga predstavlja važan čimbenik u razvoju gospodarstva. Poduzetničke aktivnosti obuhvaćaju čitav niz djelatnosti usmjerenih na ulaganje i kombiniranje resursa koji su pri tome potrebni. Rad je strukturiran u dva dijela: prvi, teoretski dio rada objašnjava osnovne pojmove, važne za ovaj rad: poduzetnički proces, poslovno planiranje, poslovni plan, a drugi, empirijski dio rada prikazuje primjer poslovnog plana. Pri tome će kao primjer biti naveden plan pokretanja posla čišćenja površina i prostora visokotlačnim peraćem.

1.1. Predmet i cilj rada

Poslovno planiranje i poslovni plan, kao rezultat tog procesa pomažu poduzetniku sagledati sve potrebne elemente za pokretanje uspješnog poslovnog pothvata. Tema diplomskog rada je pokretanje poslovnog pothvata u industriji čišćenja. Ciljevi rada su opisati proces pokretanja poslovnog pothvata i pisanja poslovnog plana, te na konkretnom primjeru pokretanja poduzetničkog pothvata u industriji čišćenja napisati poslovni plan i sagledati sve potrebne elemente za uspješno pokretanje ovog poslovnog pothvata. Tema rada je odabrana zbog važnosti poslovnog plana prilikom pokretanja poslovnog pothvata i zbog želje za izradom konkretnog poslovnog plana za pokretanje poduzetničkog pothvata u industriji čišćenja.

1.2. Metode rada

Metode korištene u radu su metoda opisivanja, koja se koristi za opisivanje poduzetništva kao pojma, poduzetničkog pothvata i procesa planiranja poslovnog pothvata. Metoda opisivanja, odnosno deskripcije, je znanstvena metoda koja se ograničava „samo na opisivanje građe“ (Žugaj, 1979: 115). Također su korištene metode analize i sinteze, pri čemu je analiza korištena za raščlambu složenijih pojmova, a sinteza za njihovo povezivanje. Analiza se definira kao „postupak pri kome se putem razlaganja, razdvajanja itd. djelatnost subjekta postepeno razvija od neke kompleksne cjeline, kao polazne točke istraživanja, k iznalaženju i utvrđivanju elemenata, sadržaja, činilaca danog objekta i odnosa tih činilaca u njemu.“ (Žugaj, 1979: 119), dok je sinteza „proces

uopćavanja u kome nastaju sve apstraktniji pojmovi u usporedbi s prethodnim pojmovima.“ (Žugaj, 1979: 131) Upotrijebljena je i metoda dedukcije. Kako navodi Žugaj (1979), „deduktivna metoda je sistematska i dosljedna primjena deduktivnog načina zaključivanja s ciljem da se otkrije ili dokaže istina. Ova metoda nasuprot induktivnoj polazi od izvjesnih općih stavova i najčešće se sastoji u tome da se ustanovi kako ono, što važi uopće, važi i u jednom određenom posebnom slučaju“ (Žugaj, 1979: 119). Također je korištena metoda izrade poslovnog plana, odnosno metodologija poslovnog planiranja, prema HBOR (<https://www.hbor.hr/poslovni-plan/?fbclid=IwAR3wW69qFtIH2nG-IqfjwSJSfIad2xdd0N6GbVUpIpy3wAjzs-4TZKTMpsg>, 2022).

1.3. Struktura i sadržaj rada

Prvo se poglavlje odnosi na poduzetnički proces te se ovdje definira navedeni pojam i ističe se važnost poduzetništva za gospodarstvo i društvo u cijelosti. Ističu se faze poduzetničkog procesa i poslovno planiranje kao dio navedenog procesa. Ističe se što je ključno za poduzetničku aktivnost i što je sve potrebno za uspjeh i rast poduzeća. Slijedi opis poduzetničkog ekosustava u Republici Hrvatskoj, koji se odnosi na set aktera i čimbenika, koji imaju utjecaj na poduzetništvo nekog područja.

Sljedeće poglavlje opisuje poslovni plan te se govori općenito o poslovnom planu i njegovoj važnosti, kao i karakteristikama i sadržaju poslovnog plan..

U drugom dijelu rada, koji predstavlja empirijski dio rada, izrađen je konkretan poslovni plan za pokretanje poslovnog pothvata u industriji čišćenja. Prvo se navode podaci o poduzetniku, i polazište plana, a slijede predmet poslovanja i tržišna opravdanost te lokacija. Istaknuti su i tehnološko-tehnički elementi pothvata te njegovi financijski elementi, vezani uz procjenu prihoda i troškova rada.

Na kraju rada navodi se zaključak rada.

2. PODUZETNIČKI PROCES

Kako navodi Kružić (2007), poduzetnički proces „naglašava sposobnost i aktivnost (pojedinačnih aktera i društva u cjelini) da koristeći se promjenama, inovativnošću i prosudbom, sve u uvjetima novih kombinacija ograničenih proizvodnih čimbenika, kreira i izvede takav poduhvat koji će rezultirati profitom (i ostalim društvenim koristima)“ (Kružić, 2007: 174).

Poduzetnički proces se odnosi na iskorištavanje prilike te na sav rad vezan uz izgradnju i razvoj te prilike. Poduzetnik mora tijekom poslovnog procesa uočiti, procijeniti i razviti povoljnu priliku. Poduzetnički je proces u užem smislu početna etapa istraživačkih i poslovnih aktivnosti, u kojoj se traži način korištenja otkrivene prilike (Buble, Kružić, 2006: 93), a u širem se smislu odnosi na etape generiranja ideja i prepoznavanja prilika, određivanja i grupiranja resursa, pokretanja novog podhvata, izgradnje i realizacije tržišnog uspjeha te ubiranje nagrada (Baron, Shane, 2007:65).

Prema Hisrich, Peters i Shepherd (2011), poduzetnički se proces sastoji od sljedećih faza:

- a) identifikacije i procjene prilike –poslovna se prilika mora prepoznati i shvatiti, a ujedno je potrebno percipirati i njezin potencijal ili potencijalnu nesuvislost,
- b) razvoja poslovnog plana –razvoj poslovnog plana temelj je za dobro postavljen posao,
- c) utvrđivanja potrebnih resursa –moraju se identificirati potrebni resursi i modaliteti njihovog pribavljanja kako bi tijek proizvodnog procesa bio neometan,
- d) menadžmenta poduzeća –mora postojati sustav kontrole i upravljanja svih procesima (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011: 9-13).

Uspješnost poduzetničkog procesa je također podložna daljnjim kritičnim sadržajima:

- poduzetničkim prilikama - odnose se na postojanje tržišnih pogodnosti i na percepciju tržišnih prilika,
- poduzetničkom kapacitetu – pruža mogućnost pokretanja novih poslova kako bi se zadovoljile tržišne prilike (Kružić, 2007: 177).

Gibb (2005) definira poduzetništvo skupom ponašanja, atributa i vještina, koje pojedincima omogućuju stvaranje promjena i inovacija, kao i upravljanje u visokim razinama neizvjesnosti i složenosti u svim aspektima života. Poduzetništvo je, u najširem smislu, životna vještina koja je potrebna svima za osobni i profesionalni razvoj (European Commission, <https://education.ec.europa.eu/hr/focus-topics/improving-quality-equity/key-competences->

[lifelong-learning/entrepreneurship](#), 2022). Poduzetništvo se u užem smislu definira kao „ukupnost organizacijskih nadzornih, usmjeravajućih, voditeljskih i upravljačkih funkcija poslovnog čovjeka.“ (Hrvatska enciklopedija, 2022) Poduzetništvo je stoljećima bilo identificirano kao ključni doprinositelj zapošljavanju, inovacijama i održivom gospodarskom rastu i razvoju, navode Acs i Audretch (2005). Prema Klaiću (2005), poduzetnik je osoba koja zna i spremna je prihvatiti određeni pothvat pravodobno, snalažljiva je i vješta u praktičnom provođenju ideja. Kroz aktivnost poduzetništva unapređuje se gospodarstvo i dolazi do pozitivnog utjecaja na ekonomski rast. Poduzetništvo kreira nove vrijednosti kroz pokretanje i razvoj novih poduzeća. Nadalje, poduzetništvo je usmjereno i na proširivanje prema novim tržištima te na inovacije u vidu stvaranja novih proizvoda i usluga. Za poduzetnika se može reći kako je zapravo riječ o inovatoru koji svojim djelovanjem uvodi promjene na tržištu, provedbom novih aktivnosti, drugačijih proizvoda, zbog novog načina proizvodnje itd., navodi (Smoljić, 2011). Može se reći kako je širi smisao poduzetništva u aktivnostima koje uključuju kreativnost i inovativnost, no tu je vrlo važna i dosljednost te odgovornost. Prema tome, uži bi smisao poduzetništva bio sam proces kreiranja vrijednosti „kombinacijom resursa u svrhu iskorištavanja prilika uz razumno preuzimanje rizika“ (Tkalec, 2011: 38). Poduzetništvo je „razvojna i pokretačka snaga svakog gospodarstva“ (Rajsman i sur., 2013). Cilj suvremenih poduzetničkih aktivnosti je razviti poduzetničku klimu koju prije svega karakterizira usmjerenost na inicijativu pojedinca te na kreativnost i inovativnost. Zadatak poduzetništva je kombiniranje i koordiniranje drugih proizvodnih čimbenika na najpovoljniji način. Za poduzetnike je poslovni projekt način na koji se stvaraju vrijednosti kroz prihvaćanje rizika i inovativnosti (Hrvatska enciklopedija, 2022). Postoje brojna poduzetnička načela, kao što su upornost, inovativnost, jasno postavljanje ciljeva, ostvarivanje financijskih i društvenih vrijednosti, unapređenje kvalitete življenja itd. (Škrtić, Mikić, 2011: 24). Kroz poduzetništvo se kombiniraju aktivnosti i sposobnosti zajedno s proizvodnim čimbenicima te se pokreće pothvat s ciljem zarađivanja profita. Poduzetništvo djeluje pozitivno na jačanje ekonomije, kako nacionalne, tako i svjetske te na taj način osigurava veći društveni napredak, ističe Kružić (2007).

Posebni uvjeti djeluju na poduzetnički proces i širenje novih poduzeća, a to su, prema Kružiću (2007) uvjeti poduzetničkog djelovanja:

- „dostupnost financijskih resursa,
- vladine politike,
- programi poticanja novih poslovnih pothvata,

- obrazovanje i obučenosť kadrova za poduzetništvo i u poduzetništvu,
- pristup uslugama podrške - osobito komercijalnoj i pravnoj infrastrukturi,
- unutarnja tržišna otvorenost etabliranih poduzeća prema poduzetništvu,
- pristup fizičkoj infrastrukturi,
- kulturne i društvene norme“(Kružić, 2007: 177).

2.1. Važnost poduzetništva i malih i srednjih poduzeća za razvoj društva

U cjelokupnom ekonomskom razvitku poduzetništvo igra značajnu ulogu, a tu se najviše ističu mala i srednja poduzeća. Suvremeno se gospodarstvo temelji na malim poslovnim jedinicama, jer upravo ovakva gospodarstva omogućuju stvaranje velikog broja radnih mjesta, navode Cvijanović, Marović, Sruk (2008). Mala se poduzeća najčešće nalaze u privatnom vlasništvu, radna snaga je mala, a prodaja i obujam zaliha su ograničeni. Malo poduzeće je u prednosti zbog relativno niskog početnog kapitala jer su, za pokretanje poslovnog pothvata najčešće dovoljne financije u obliku osobne štednje i malih potpora koje nude vlada, banke i mikrofinancijske institucije, uz prethodno predan adekvatan poslovni plan. Pregled operacija je bolji u malim poduzećima, a to ujedno i cijelo poslovanje čini transparentnijim, a donošenje odluka je lakše nego što je to slučaj u velikim poduzećima. Ova poduzeća karakteriziraju fleksibilnost i prilagodljivost. Sklonija su prihvaćanju promjena i lakše se prilagođavaju promjenama na tržištu i u društvu. Velika poduzeća zbog vremena koje je potrebno za promjenu nisu u stanju izmijeniti svoje poslovanje na način koji to mogu manja poduzeća. Neke od dodatnih prednosti ovakvih poduzeća su i neovisnost i inovativnost koju imaju te mogućnost obiteljskog zapošljavanja, koje doprinosi pozitivnom moralu i motivaciji vlasnika i zaposlenika.

Tablica 1. Kriteriji definiranja mikro, malog i srednjeg poduzeća

Kategorija poduzeća	Broj zaposlenih	i	Godišnji promet	ili	Aktiva / Dugoročna imovina
Mikro	< 10		≤ 2 milijuna EUR		≤ 2 milijuna EUR
Malo	< 50		≤ 10 milijuna EUR		≤ 10 milijuna EUR
Srednje	< 250		≤ 50 milijuna EUR		≤ 43 milijuna EUR

Izvor: Hrvatska gospodarska komora, dostupno na:

<https://www.hgk.hr/documents/vodiczadefinicijumalogisrednjegpoduzetnistvaunatjecajimazadodjelusredstavaizfondovaeuhgkanaliza0120144457b5747dec0a7.pdf>(22.08.2022.)

Poduzeće se može definirati prema više kriterija, a jedan od njih su broj zaposlenih i godišnji promet ili aktiva/dugoročna imovina, prema kojemu su mala poduzeća ona koja broje manje od pedeset osoba zaposlenih, promet im je jednak ili manji od 10 milijuna EUR te ako se gleda aktiva, onda su mala poduzeća ona čija aktiva iznosi jednako ili manje od 10 milijuna EUR. Srednja poduzeća broje između 50 i 250 zaposlenih te njihov promet iznosi između 10 i 50 milijuna EUR. Aktiva kod poduzeća srednje veličine iznosi između 10 i 43 milijuna EUR. Broj zaposlenih je, kada se gleda veličina poduzeća, obavezna kategorija uz koju se promatraju još kategorija ili godišnjeg prometa ili aktive/dugoročne imovine.

Tablica 2. Struktura poduzeća u Republici Hrvatskoj s obzirom na veličinu (2016. do 2020.)

	2016.		2017.		2018.		2019.		2020.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	114.156		119.752		130.757		135.890		138.618	
Mikro poduzeća	102.764	99,7	107.635	99,7	117.942	99,7	122.403	99,7	124.348	99,7
Mala poduzeća	10.045		10.717		11.317		11.962		12.638	
Srednja poduzeća	1.347		1.400		1.498		1.525		1.632	
Velika poduzeća	327	0,3	329	0,3	360	0,3	370	0,3	391	0,3
Ukupno	114.483	100	120.081	100	131.117	100	136.260	100	139.009	100

U tablici 2 je vidljivo kako je u Hrvatskoj tijekom 2020. godine poslovalo nešto manje od 140.000 poduzeća. Ukoliko se gleda petogodišnje razdoblje od 2016. do 2020. godine, vidljivo je kako se ukupan broj poduzeća povećao za 21%. U Hrvatskoj sektor malih i srednjih poduzeća ima značajno najveći udio u ukupnom broju poduzeća (99,7%), a trend rasta nije zaustavila niti pandemija koronavirusa te je zabilježen rast za nešto više od 2% u odnosu na godinu prije (Singer, Alpeza, 2022: 15).

U Hrvatskoj su tijekom 2019. godine mala i srednja poduzeća imala ostvaren udio od preko 60% ukupnih prihoda gospodarstva, a oko 74% svih zaposlenika poslovnih subjekata su bili djelatnici malih i srednjih poduzeća. Prema tome, važnost ovih malih te srednjih poduzeća u Hrvatskoj je očigledna, kao i potreba da im osigura odgovarajuća poduzetnička okolina, kao i da se potiče njihov rast i razvoj (Singer i sur., 2021: 9).

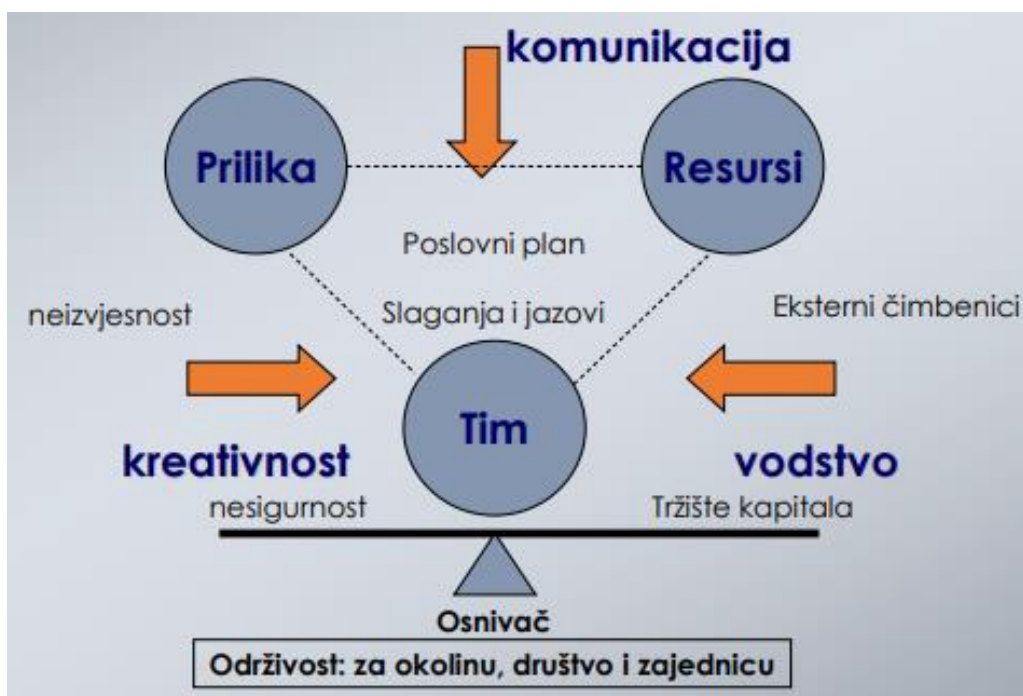
2.2. Faze poduzetničkog procesa

Moguće je izdvojiti četiri glavne fazepoduzetničkog pothvata, koje obuhvaćaju sve one aktivnosti kroz koje ideja poprima oblik i osobine poslovnog pothvata. To su, prema Bolfek i Sigurnjak (2011):

- Odluka o ulasku u poduzetništvo – upravo se donošenjem odluke o bavljenju poduzetništvom ulazi u cjelokupan proces poduzetničkog pothvata. Poduzetništvo u sebi obuhvaća potencijalne rizike i nagrade te su brojni čimbenici koji mogu djelovati na pokretanje ove vrste karijere, poput individualnih osobina, faktora prilika iz okruženja, faktora prijatni te faktora organizacije. Osim toga, na ovu odluku utječu i različiti interni (unutarnji) te eksterni (vanjski) faktori. Unutarnji su faktori karakteristike samog pojedinca ili pojedinaca koji se odluče na pokretanje poslovnog pothvata, a to su osobine poput inovativnosti, kreativnosti, odgovornosti, strpljenja, upornosti itd. Vanjski čimbenici koji utječu na pokretanje poslovnog pothvata su financijska okolina, poticaji koji su na raspolaganju, poslovne mogućnosti itd. (Učilište Studium – ustanova za obrazovanje odraslih, 2015: 27-29);

- Razvijanje uspješne poslovne ideje - pojedini autori, kao što su Bolfek i Sigurnjak (2011) navode kako za poslovni pothvat nije uputno imati samo jednu poslovnu ideju, nego se preporučuje osmisliti nekoliko takvih ideja i iste uobličiti kako bi imale jedinstven cilj, a to je najbolje moguće iskorištavanje potencijalne poslovne prilike. „Pronalaženje dobre ideje prvi je korak potreban za preobrazbu kreativnosti poduzetnika u priliku.“ (Timmons, 1999: 76), nakon kojeg slijedi cijeli niz postupaka za izgradnju poduzetničkog pothvata. Za razvoj uspješne poslovne ideje potrebno je proći nekoliko etapa, a to su:
 - prepoznavanje prilike,
 - analiza industrije,
 - izrada poslovnog plana,
 - razvijanje uspješnog poslovnog modela.
- Razvijanje ideje do poduzetničkog pothvata – ova etapa obuhvaća postupke poput osnivanje tima te procjene financijske jakosti pothvata i njegove održivosti, nakon čega slijedi promišljanje i odlučivanje o pravnom obliku organizacije, potencijalna prilagodba poslovnog plana i pronalazak izvora financiranja kako bi cjelokupan poslovni pothvat uopće mogao započeti s djelovanjem.
- Upravljanje i rast poduzetničkog pothvata – u ovoj etapi poduzetnik nastoji proširiti svoju ponudu i pokriti još veći prostor na tržištu, a ova etapa ponekad zahtijeva i zapošljavanje dodatne radne snage (Škrtić, 2006: 1).

Slika 1. Timmonsov model poduzetničkog procesa



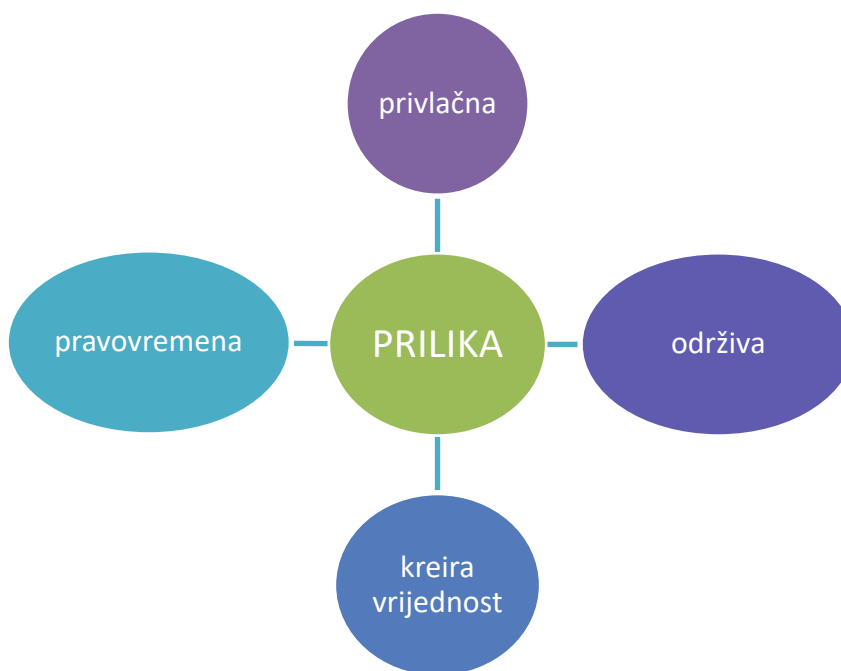
Izvor: Timmons, Spinelli, 2009: 110

Na slici 1. prikazan je poduzetnički model, često nazivan i Timmonsov model. Poduzetnički proces kreće od prilike, koje zajedno s timom i resursima čine ključne elemente u okruženju koje može biti nepredvidljivo i promjenjivo. Tim čini mali broj ljudi s komplementarnim znanjima i vještinama, sa zajedničkom svrhom djelovanja. Svaki poslovni pothvat ne mora imati tim, no tim je zaslužan za osiguravanje rasta poduzeća i poboljšanu produktivnost, ističe Timmons (2003).

Poslovna je prilika srž poslovnog pothvata, a odnosi se na ukupne okolnosti koje na tržištu kreiraju nužnost za određenim dobrom, koje se ranije nije koristilo. Poslovna prilika se u pravilu može bez poteškoća uskladiti s drugim važnim faktorima poduzetništva te je vrlo važno da je i sam poduzetnik u skladu s ovom prilikom (Timmons, 1999: 85).

Prilike se ponekad izjednačava s pojmom ideja, no ova dva pojma nisu sinonimi jer se ideja odnosi na misao i dojam o nečemu, dok prilika predstavlja sveukupne okolnosti koje kreiraju potrebu za stvaranjem novog proizvoda ili usluge. Priliku karakteriziraju atraktivnost, pravovremenost, trajnost te vrijednost koju dodaje korisniku ili kupcu, navodi Kirzner (1997).

Slika 2. Osnovna svojstva prilike



Izvor: Barringer, Ireland, 2010: 43

Na slici 2 prikazana su svojstva poduzetničke prilike, a to su pravovremenost, kreiranje vrijednosti i privlačnost, a osim toga prilika mora biti i održiva. Pravovremenost označava karakteristiku prilike uočene prije no što ju netko drugi iskoristi. Svaki ulaz na tržište koje je prije odgovarajućeg vremena ili koji se dogodi prekasno može rezultirati neuspjehom, čak i propadanjem poduzeća. Prilika koja je privlačna ima i potencijal profitabilnosti i visok razvojni potencijal. Ovakva prilika ima na raspolaganju tržište koje je dostatne veličine i uklapa se u želje poduzetnika.

Za poduzetničku je aktivnost ključna prilika, bez koje nema niti poduzetništva (Alsos, Kaikkonen, 2004: 1). Prepoznavanje poslovne prilike predstavlja umijeće koje može činiti razliku i diferencirati uspješnog od neuspješnog poduzetnika, jer su upravo najuspješniji oni poduzetnici koji su uspjeli uočiti nišu u tržištu koja je dovoljna za omogućavanje zadovoljenja njihovih potreba. Za prepoznavanje poslovne prilike je važan stav (no i osobina) budnosti poduzetnika, koja se odnosi na namjeru za otkrivanjem ideje i prilike te na sposobnost osobe da istu iskoristi (Kirzner, 1997: 75). Može se reći kako do prepoznavanja prilike dolazi u onom trenu kada poduzetnik postane svjestan vlastite okoline i njezinih problema te nedostataka (Allen, 1999: 116).

Kako bi poduzeće uspjelo i dalje raslo, ključno je pratiti promjene unutar okruženja i predviđati iste. „U sustavu slobodnog tržišta, prilike nastaju kada se okolnosti mijenjaju, kada nastane kaos, zbunjenost, kad se uoče nedosljednosti, zaostajanje ili vodstvo, kada imate znanje ili manjak informacija i kada nastanu različite praznine u nekoj industriji ili na nekom tržištu“ (Timmons, Spinelli, 2009: 150-151).

Tek nakon što se uoči prilika, ili nakon što poduzetnik dobije ideju, kreće razvoj poslovnog koncepta na temelju uočenog, nakon čega započinje testiranje ovog koncepta uz pomoć analize izvedivosti. U slučaju da se analizom ustanovi da se radi o povoljnoj prilici, tada započinje realizacija poslovnog koncepta i izrađuje se poslovni plan. O odabiru odgovarajuće poslovne prilike ovisi hoće li se novo poduzeće uspjeti održati, a proces identificiranja poslovne prilike nema stroga pravila, no ipak je moguće izdvojiti određene znakove, poput(Allen, 1999: 116-117):

- spoznaje o značajnoj neučinkovitosti tržišta,
- identificiranja uspješnih poslovnih modela na srodnim tržištima,
- novog pristupa već provjerenoj ideji,
- postojanja potrebe za određenim proizvodom ili uslugom,
- postojanja prilike za ažurno djelovanje.

Najučinkovitiji način za prepoznavanje prilika je promatranje problema u vlastitoj zajednici. Na taj je način, otkrićem problema, moguće doći do spoznaje o kakvoj znatnoj neučinkovitosti tržišta. Identificiranje uspješnih poslovnih modela na srodnim i sličnim tržištima omogućuje uvođenje ideje ili proizvoda koji je provjereno uspješan na drugim tržištima. Koncept nekog proizvoda se tada treba pokušati prenijeti na lokalno tržište (Rupčić, 2022: 53).

Kada se radi o novom pristupu već provjerenoj ideji, postojanje potrebe za određenim proizvodom ili uslugom koji trenutno nije u ponudi odražava interese kupaca, stoga je važno pratiti želje i potrebe osoba oko sebe. Postojanje prilike za ažurno djelovanje omogućuje brzo reagiranje onima koji prepoznaju priliku i poremećaj na tržištu. Kada netko prvi ponudi kakav proizvod ili uslugu na tržištu, tada ima veliku mogućnost postati lider na tom istom tržištu.

Slika 3. Proces razvijanja ideje do poslovnog plana



Izvor: prilagođeno prema Allen, 1999: 117

Slika 3 prikazuje proces razvoja ideje u poslovni plan te je vidljivo kako je prepoznavanje prilike zapravo tek početak ovog procesa, nakon kojeg slijedi razvijanje poslovnog koncepta i testiranje koncepta uz analiziranje provedivosti (Allen, 1999: 117). Ovom se analizom provjerava postoji li odgovarajuće tržište za određeni poslovni pothvat te se, u slučaju da se ispostavi da je riječ o povoljnoj prilici, pokreće pothvat. Kada rezultati analize budu suprotni, odnosno kada analiza pokaže da ovaj koncept nije moguće provesti, tada poduzetnik ne bi trebao smjesta odustati od svoje zamisli nego treba pokušati prilagoditi svoju ideju uvjetima na tržištu. Pritom treba pokušati svesti slabosti na najmanju moguću mjeru te maksimalno pojačati prednosti svog koncepta. Nakon toga je poželjno izraditi poslovni plan. Otkrivanje prilike najčešće inzistira na angažmanu resursa, a tu se radi o:

- vremenu poduzetnika,
- materijalnim resursima (ured, informatički sustav i sl.),
- osobnosti poduzetnika,
- znanju, iskustvu i sposobnostima poduzetnika,
- svijesti i želji poduzetnika za iskorištavanjem znanja kojeg ima. (Hulbert, Berman Brown, Adams, 1997: 68)

Svaka poslovna prilika, prema određenim autorima kao što su Hulbert, Berman Brown i Adams (1997), temeljena je na promjenama koje se odvijaju unutar poslovnog okruženja ili se

temelji u uočavanju praznine koja je već prisutna, no nije iskorištena. Poduzetnici iskorištavaju promjene kao prilike. (Drucker, 1985: 26) Zapravo se, kada je riječ o prepoznavanju poslovne prilike, radi o kognitivnom procesu kojim pojedinac dolazi do zaključka o poslovnom prilici. (Baron, 2004: 1) Može se reći kako se poduzetničko ponašanje odlikuje sljedećim obilježjima:

- budnošću,
- slušanjem vlastite intuicije, i
- neprestanim prepoznavanjem poslovnih prilika. (Hulbert, Berman Brown, Adams, 1997)

2.3. Poslovno planiranje kao dio poduzetničkog procesa

Poslovno planiranje se odnosi na sve aktivnosti, koje vode ka postizanju određenog cilja poduzeća i iz tog je razloga vrlo važno za poslovanje istog u budućnosti. Planiranje obuhvaća strateške odluke za ispunjenje ciljeva poduzeća. Strateškim odlukama se na jasan način pokušavaju definirati dugoročni koncepti, misija i vizija poduzeća. Poslovno planiranje predstavlja osnovnu funkciju menadžera te kroz poslovno planiranje poduzeće vodi od stanja u kojemu se sada nalazi prema stanja u kojemu želi biti u budućnosti. Planiranje ukazuje na ono što poduzeće mora učiniti i koji je najbolji način da to učini. Poslovno planiranje definira sve ono što organizacija treba realizirati te je to vrlo zahtjevan proces koji prisiljava poduzeće tj. poduzetnika da unaprijed promišlja o svojim postupcima i nadolazećim uvjetima poslovanja (Sikavica, Bahtijarević-Šiber, Pološki, 2008).

Slika 4. Poslovni plan nastao kao rezultat proces planiranja



Izvor. Gulin et al., 2011: 183

Poslovni je plan krajnji rezultat planiranja poslovnog pothvata. Dugoročno planiranje djeluje vrlo poticajno na inovatore i na poduzetnike da sustavno razmišljaju o ideji i načinu implementiranja iste. Dobar poslovni plan iz tog razloga mora naglasiti prednosti pokretanja određenog poslovnog pothvata i istaknuti njegove slabosti, i na taj način će omogućiti kvalitetniju odluku koja će biti donesena o pokretanju poslovnog pothvata ili o odustajanju od pothvata.

3. POSLOVNI PLAN

S obzirom da se poduzetnički pothvati pokreću s namjerom stvaranja nove vrijednosti, to razumijeva i dugoročan rad na unapređivanju i usavršavanju poduzeća, kako bi se kreirao proizvod čija je konačna vrijednost veća od vrijednosti sveukupnih sirovina upotrijebljenih prilikom procesa stvaranja. (Hernaus, Aleksić, 2016: 1) Poslovni je plan plansko-poslovni elaborat poduzetnika sa temeljnim prikazom ideja, ambicija i s ciljevima koji se namjeravaju ostvariti. Iako je ovaj plan od najveće koristi poduzetniku, on je često i obveza koji poduzetnik mora ispuniti prije no što krene s pokretanjem poslovnog pothvata. Ono što poslovni plan treba predstavljati je opis realizacije poslovne ideje poduzetnika, treba biti vidljivo planiranje ciljeva te načini na koje će se ti ciljevi ostvariti. Dobar će plan biti onaj koji daje odgovor na pitanja o tome gdje se poduzetnik nalazi u ovom trenutku, gdje poduzetnik želi biti, tj. koji su mu ciljevi i na koji način ostvariti željene rezultate (Grubišić i sur., 2008).

3.1. Općenito o poslovnom planu

Poslovni je plan pisana izjava koja opisuje i analizira poslovanje i daje detaljne projekcije o vlastitoj budućnosti. Poslovni je plan ukupan plan poduzeća (Gulin et al., 2012: 186). Poslovni plan također pokriva financijske aspekte pokretanja ili proširenja poslovanja, točnije koji je novčani iznos potreban za pokretanje poslovnog pothvata te na koji će se način taj novac vratiti. Postupak pisanja poslovnog plana je složen i zahtijeva veliku angažiranost osobe koja ga kreira. Razlozi za pisanje poslovnog plana su brojni, a koristi od ovog procesa su, za početak, pomoć za vraćanje uloženog u poslovni pothvat. Većina će zajmodavaca ili ulagača zahtijevati pisani dokument poslovnog plana prije nego što ozbiljno razmotre prijedlog poslovnog pothvata (McKeever, 2011: 6-7).

3.2. Važnost poslovnog plana

Proces poslovnog planiranja započinje definiranjem osobnih i/ili poslovnih ciljeva koji se nastoje ostvariti. Poslovni plan predstavlja finalnu etapu procesa poslovnog planiranja (Gulin 2012: 183). Poslovni plan je ključan za potvrdu opravdanosti ulaganja (Žanić, 1999: 16). Poduzetniku je

ovaj plan najvažniji zbog njega samoga, jer uz dobro razrađen poslovni plan poduzetnik može donijeti kvalitetne poslovne odluke. Premda poslovni plan nije nužan kao takav za pokretanje poslovnog pothvata, on je važan kako bi se dobio financijski zajam te kako bi poduzetnik kroz sastavljanje i pregled poslovnog plana mogao unaprijediti i ispraviti nedostatke koje uoči (Bolfek, Sigurnjak, 2011: 88). Naime, važno je kritički promišljati o pitanjima s kojima se poduzetnik može potencijalno susresti, a time se ujedno osiguravaju velike šanse za uspjeh poduzeća. Temeljito promišljen poslovni i financijski plan pokazuje vjerojatnost uspjeha, premda ponekad ovaj proces može trajati i dulje od očekivanog. Pisanje poslovnog plana omogućuje poboljšavanje poslovnog koncepta jer se kroz proces izrade navedenog povećava mogućnost za uočavanjem potencijalnih nedostataka koje je potrebno mijenjati (McKeever, 2011: 6-7).

3.3. Karakteristike poslovnog plana

Poslovni plan karakterizira sustavan prikaz planiranih ciljeva i aktivnosti određenog poduzeću određenom razdoblju (Baletić, 1995: 696). Njegove su karakteristike utvrđivanje mjerljivih učinaka koji predstavljaju osnovicu za potvrdu opravdanosti nekog ulaganja, čime se mogu privući i potencijalni partneri i brzo realizirati kreditni zahtjevi (Žanić, 1999: 16). Dakle, riječ je o nacrtu budućeg poslovanja poduzetnika te je važno da poduzetnik osobno sudjeluje u njegovoj izradi kako bi u potpunosti razumio i uvidio potencijalne propuste. Kvalitetan poslovni plan se oblikuje prema odgovorima na pitanja o tome koji će se proizvod proizvoditi, tj. koje će se usluge nuditi, tko će biti klijenti, na koji će se način proizvod/usluga nuditi, razlog zbog kojeg će kupci kupiti proizvod, količine koje se planiraju prodati, podaci o troškovima proizvodnje, prodaje i marketinga, podaci o potrebnim sredstvima i način financiranja te podaci o zaradi. Poslovni plan mora biti čitljiv i razumljiv, orijentiran prema tržištu i mora sadržavati procjenu utjecaja konkurencije te mora imati razvojnu viziju koja je uvjerljiva, održiva i realna (Erste, <https://plaviured.hr/documents/erste-banka-upute-izradu-poslovnog-plana.pdf>, 2022).

Za izradu poslovnog plana je potrebno imati realnu procjenu prihoda i rashoda te usporediti očekivane marže s drugim poduzećima koja se bave istom djelatnošću. Nadalje, važno je unaprijed dobro isplanirati troškove kao što su, između ostalog, troškovi zaposlenika, te biti realan glede rokova za povrat kredita. Kako bi poslovni plan bio održiv, nužno je sudjelovanje samog poduzetnika prilikom izrađivanja poslovnog plana te je potreban i kvalitetan proizvod za koji

postoje kupci. Vrlo je važno objektivno procijeniti ideju i potencijal za uspjeh na tržištu. Također je uputno u izradu uključiti i konzultanta koji ima znanje o određenoj djelatnosti te može biti vrlo koristan u planiranju (HPB, <https://www.hpb.hr/hr/5-pravila-za-izradu-poslovnog-plana/3767>, 2022).

Poslovni pothvat ima svoj tzv. životni vijek, koji se može podijeliti u sljedeća razdoblja (Kuvačić, 2001):

- aktivizacijsko razdoblje,
- pokusno razdoblje,
- eksploatacijsko razdoblje.

Aktivizacijsko razdoblje se odnosi na vrijeme u vrijeme kojeg se ulaže, investira ili angažira vlastiti novac kako bi se provelo profitno efektiviranje u postupku proizvodnje. Pod pokusnim se razdobljem podrazumijeva vrijeme uhadavanja temeljnih tehničko-tehnoloških i organizacijsko-radnih sastavnica poslovnog pothvata. Eksploatacijsko razdoblje se odnosi na vrijeme obavljanja procesa redovite proizvodnje ili usluživanja. Dakle, radi se o procesu redovnog poslovanja, navodi Kuvačić (2001).

3.4. Sadržaj poslovnog plana

Plan poslovanja mora obuhvaćati sljedeće:

- podatke o poduzetniku,
- polazište,
- predmet poslovanja,
- tržišnu opravdanost,
- tehničko-tehnološke elemente pothvata,
- podatke o lokaciji,
- podatke o zaštiti okoline,
- financijske elemente pothvata,
- zaključak o planu. (HBOR, <https://www.hbor.hr/poslovni-plan/?fbclid=IwAR3wW69qFtIH2nG-IqfjwSJStIad2xdd0N6GbVUpIpy3wAjzs-4TZKTMpsg>, 2022)

Kada je riječ o podacima o poduzetniku, oni se odnose na podatke o osobi poduzetnika te o procjeni poduzetničke sposobnosti pojedinca koji započinje s pokretanjem poslovnog pothvata. U ovom dijelu se navodi razvojni put poduzetnika u vidu obrazovanja i prethodnog poslovnog iskustva. Polazište obuhvaća podatke o nastanku poduzetničke ideje i razloge osnivanja poduzeća. Ovdje se navode hobiji poduzetnika, njegove sposobnosti i talenti te sposobnost prepoznavanja prilika. Polazište obuhvaća i viziju i zadaće poduzetničkog pothvata. Kod predmeta poslovanja navode se proizvodi ili usluge, dok se kod tržišne opravdanosti navode podaci o tržištu nabave i tržištu prodaje. Tehnološko-tehnički elementi pothvata donose opis tehnologije koja će se koristiti, strukturu troškova i strukturu zajedno s brojem zaposlenih. Osim lokacije (koja se odnosi na navođenje adrese sjedišta, opis prostora i mogućnost dolaska vozila i sl.) i zaštite okoline, navode se i financijski elementi pothvata, kojima su obuhvaćene investicije u osnovna sredstva, proračun amortizacije, kalkulacija cijena, troškovi poslovanja, investicije u obrtna sredstva, izvori financiranja, račun dobiti, pokazatelj učinkovitosti i financijski tok. Na kraju se navodi zaključak cjelokupnog poslovnog plana (HBOR, <https://www.hbor.hr/poslovni-plan/?fbclid=IwAR3wW69qFtIH2nG-IqfjwSJSfIad2xdd0N6GbVUpIpy3wAjzs-4TZKTMpsg>, 2022).

Za poduzetnika je vrlo važno pitanje i pravni oblik njegova poslovnog pothvata. Upravo će pravni oblik poslovanja imati značajan utjecaj „na troškove pokretanja poslovnog pothvata, financijske rizike vlasnika, mogućnost udruživanja i prenošenja poslovanja, način donošenja odluka, oporezivanja, ali i troškove samog upravljanja poslovanjem (Erceg, Oberman Peterka, Delić, 2016: 32). Svaki pravni oblik nudi svoje prednosti i nedostatke za poduzetnika te nema idealnog pravnog oblika za sva poduzeća. Prema pravnom obliku, mala i srednja poduzeća su najčešće društva s ograničenom odgovornošću (d.o.o.), obrti i jednostavna društva s ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.) (Erceg, Oberman Peterka, Delić, 2016: 33-34).

Prema Zakonu o trgovačkim društvima (Narodne novine, 111/93, 34/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22), trgovačka se društva mogu osnovati kako bi obavljala gospodarske ili druge djelatnosti, a odnose se na:

- javna trgovačka društva,
- gospodarska interesna društva,
- dionička društva,
- društva s ograničenom odgovornošću,

- gospodarska interesna udruženja (Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, 111/93, 34/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22, čl. 3).

Bez obzira na to obavlja li ono gospodarsku ili kakvu drugu djelatnost, trgovačko je društvo trgovac, odnosno „osoba koja samostalno trajno obavlja gospodarsku djelatnost radi ostvarivanja dobiti proizvodnjom, prometom robe ili pružanjem usluga na tržištu“ (Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, 111/93, 34/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22, čl. 3). Trgovačko društvo ima obilježje pravne osobe, a to svojstvo dobiva nakon što se upiše u sudski registar. Posljedično, brisanjem iz sudskog registra ujedno gubi svojstvo pravne osobe (Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, 111/93, 34/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22, čl. 4). Ovo društvo može djelovati kroz svoje podružnice, kojih može biti samo jedna ili više. U podružnicama trgovačko društvo obavlja svoje djelatnosti te se ono osniva odlukom nadležnog organa trgovačkog društva sukladno izjavi o osnivanju društva ili društvenim ugovorom (Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, 111/93, 34/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22, čl. 7). Dakle, trgovačko društvo je privatnopravna zajednica koja je nastala pravnim poslom kako bi se realiziralo postizanje zajedničkog cilja. U užem se smislu trgovačka društva smatraju društvima kojima je cilj ostvarenje dobiti. Trgovačko društvo nije isto što i udruženja, jer se kod udruženja radi o isključivo imovinskim zajednicama poput investicijskih fondova, zaklada i fundacija. Imovina je u ovim udruženjima povjerena drugomu na korist, kako bi se upotrebljavala u određene svrhe. Ipak, time ne dolazi do udruživanja (Hrvatska enciklopedija, 2022).

Obrt se definira kao „samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti na tržištu, koje se mogu obavljati kao proizvodnja, promet ili usluge. Obrt obavljaju u pravilu fizičke osobe, a samo iznimno i pravne osobe koje provode naukovanje za vezane obrte. Samostalnost u obavljanju obrta označava samostalno donošenje odluka u okvirima dozvoljenim zakonom i drugim propisima, i neovisnost u poslovanju o odlukama drugih gospodarskih subjekata.“ Kada se radi o obilježju trajnosti, ono se odnosi na namjeru obrtnika za kontinuiranim bavljenjem određenom djelatnošću. Podjela obrta se može navesti kao podjela na:

- slobodne – ovi obrti za svoje obavljanje zahtijevaju samo ispunjavanje općih uvjeta za otvaranje istog te se sukladno tome ne inzistira na propisanoj stručnoj spremi,

- vezane – za njihovo se obavljanje, uz opće uvjete, zahtijeva i ispit o stručnom osposobljavanju te se traži odgovarajuća stručna sprema ili položen majstorski ispit, i
- povlaštene – za njihovo je obavljanje potrebno imati povlasticu izdanu od strane ministarstva ili nekog drugog nadležnog tijela, sukladno djelatnosti te to može biti primjerice slatkovodno ribarenje, morsko ribarenje itd. (Hrvatska obrtnička komora, 2022)

Tradicijski obrti čine zasebnu kategoriju jer se radi o specifičnom poznavanju zanatskih vještina te se ta djelatnost pretežito svodi na ručni rad i na tradicijsku kulturu. Zasebna su kategorija i umjetnički obrti, čiji se proizvodi odlikuju visokom estetskom vrijednošću uz naglašenu individualnost umjetnika (Hrvatska obrtnička komora, 2022). Svaka je gospodarska djelatnost dopuštena ukoliko ista nije zabranjena zakonom (Zakon o obrtu, Narodne novine 143/13, 127/19, 41/20, čl. 2). Prema Zakonu o obrtu, fizička osoba može biti obrtnik ukoliko nema izrečenu sigurnosnu mjeru ili zaštitnu mjeru „zabrane obavljanja djelatnosti dok ta mjera traje“ (Zakon o obrtu, Narodne novine 143/13, 127/19, 41/20, čl. 8) te može koristiti prostor u slučaju da ima potrebu za istim radi obavljanja obrta. Kako bi se obavljao slobodan, vezani ili povlašteni obrt, nužno je da obrtnik posjeduje obrtnicu, čiji sadržaj i oblik propisuje nadležni ministar (Zakon o obrtu, Narodne novine 143/13, 127/19, 41/20, čl. 14).

Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću ima najviše 5 osnivača i jednog člana uprave, a za njegovo se osnivanje koriste obrasci sastavljeni od strane javnog bilježnika. U jednostavnom društvu s ograničenom odgovornošću najniži iznos temeljnog kapitala može iznositi 10,00 kn (Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19 i 34/22, čl. 390a). Predmet poslovanja se naznačava uz ime trgovačkog društva, a sastojci tvrtke ne smiju stvarati zabunu u vezi predmeta poslovanja trgovačkog društva (Zakon o trgovačkim društvima Narodne novine, 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19 i 34/22, čl. 13-14.). „Predmet poslovanja trgovačkoga društva može biti obavljanje svake dopuštene djelatnosti.“ (Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19 i 34/22, čl. 32). Predmet poslovanja utvrđuje se u dioničkom društvu statutom, dok se na propisan način za sklapanje društvenog ugovora donosi u ostalim trgovačkim društvima (Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19 i 34/22, čl. 33).

Prije no što se započne s pokretanjem poduzetničkog pothvata, potrebno je provjeriti tržišnu opravdanost istog. Tržišna opravdanost je jedan od dijelova poslovnog plana i obuhvaća stavke o tržištu nabave, tržištu prodaje, promociji, distribuciji i konkurenciji.

Financijski je plan plan prihoda i rashoda budućeg poslovnog pothvata za neko buduće razdoblje. Financijski plan prikazuje potrebna sredstva za pokretanje poslovnog pothvata, te definira izvore tih sredstava. Financijski plan također obuhvaća analizu i procjenu budućih prihoda. Na temelju procijenjenih prihoda i rashoda procjenjuje se i budući financijski rezultat poslovanja.

4. POSLOVNI PLAN ZA POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA U INDUSTRIJI ČIŠĆENJA

Industrija čišćenja se često mijenja, pogotovo u suvremenim uvjetima kada se neprestano osmišljavaju novi inovativni alati za čišćenje. Čišćenje je neophodno u svakom domu i uredu, a važnost čistog životnog i radnog okoliša se ne krije samo u praktičnim razlozima, nego i u utjecaju koji čistoća prostora u kojemu se živi i radi ima na mentalno stanje. Unutar industrije čišćenja postoji mnoštvo poslova i prilika na različitim tržištima. Servisi za čišćenje kućanstava čiste domove, dok su servisi za čišćenje poslovnih prostora usredotočeni na uredske zgrade, škole i druga javna područja. Fokus u ovoj industriji se trenutno nalazi na ekološki prihvatljivijim metodama i sredstvima za čišćenje. U posljednje vrijeme je velik trend u čišćenju tzv. zeleno čišćenje. Stoga je rad s ekološki prihvatljivim proizvodima postao ključnim čimbenikom za uspjeh poslovnog pothvata vezanog uz čišćenje. Najveći je pokretač industrije čišćenja stambenih objekata ograničeno vrijeme, jer klijenti koji najčešće traže usluge čišćenja žele svoje slobodno vrijeme provesti s obitelji, umjesto da se bave kućanskim poslovima. Osim u uvjetima vlastitoga doma, pogodan i čist radni prostor važan je i za dobrobit zaposlenika, a komercijalno čišćenje predstavlja najprofitabilniji i najperspektivniji segment industrije (Franchise Help, <https://www.franchisehelp.com/industry-reports/cleaning-industry-analysis-2020-cost-trends/>, 18.08.2022).

Najnoviji trendovi u industriji čišćenja su (Jobber Academy, <https://academy.getjobber.com/cleaning-industry-trends/>, 28.08.2022):

- čišćenje i dezinfekcija zbog virusa COVID-19 – posljednjih je godina porasla potražnja tvrtki za čišćenje koje nude certificirane usluge dezinfekcije kako bi zaštitili klijente od zaraze i smanjili rizik od obolijevanja
- specijalizirane usluge – sve više tvrtki za čišćenje dodaje prilagođene, specijalizirane ili dodatne usluge poput pranja rublja i čišćenja tepiha kako bi bolje zadovoljile potrebe svojih klijenata,
- smanjenje troškova - vlasnici tvrtki pokušavaju uštedjeti novac kupnjom artikala s popisa zaliha za čišćenje u velikim količinama ili ulaganjem u potrepštine više kvalitete koje se mogu rjeđe mijenjati,

- problemi s lancem opskrbe - tvrtke za čišćenje diljem svijeta suočavaju se s rastućim cijenama i sve teže dolaze do zaliha i opreme. Ovo je jedan od negativnijih trendova u poslovanju čišćenja,
- povećanje cijena - cijene usluga čišćenja rastu kako bi se nadoknadili dodatni troškovi poput rada, režijskih troškova, goriva i drugih troškova. Važno je paziti na tržišne troškove, u skladu s tim povisiti cijene usluga i obavijestiti korisnike o povećanju cijene,
- internetski marketing - mnoge tvrtke nastavljaju ulagati u oglase o uslugama čišćenja na društvenim medijima i na različitim digitalnim kanalima,
- održivost: trendovi u proizvodima za čišćenje su smanjenje plastičnog otpada, kupnja proizvoda za višekratnu upotrebu ili korištenje zaliha od recikliranih materijala,
- tehnologija - tvrtke za čišćenje istražuju tehnologiju i automatizaciju poput poslovnog softvera za čišćenje kako bi pomogle u upravljanju ponudama, rasporedom, fakturiranjem i odnosima s klijentima,
- briga za zaposlenike – ova se poduzeća sve više usmjeravaju na stvaranje pozitivnog iskustva i obučavanje čistača kako bi bili sigurniji u svoj posao.

Prilike koje postoje u industriji čišćenja su (Jobber Academy, 2022):

- specijalizirane usluge – mogućnost pružanja klijentima onoga što im drugi ne mogu ponuditi,
- dugoročni ugovori o poslovnoj suradnji – s klijentima je moguće ugovoriti čišćenje, osobito ako se radi o stalnim klijentima, koji na taj način ujedno pomažu u predviđanju budućeg novčanog toka, pa poduzetnik može planirati operacije sukladno tome,
- profesionalni razvoj poduzetnika – poslovanje se može dodatno razvijati kroz educiranje i usavršavanje poduzetnika, kroz uvođenje novih tehnologija i sl.,
- prisutnost poduzetnika i njegova poduzeća na društvenim mrežama – poduzetnici mogu vrlo lako i besplatno koristiti društvene mreže kao marketinški alat i tako promicati svoju tvrtku za čišćenje,
- više cijene energenata koje su često u porastu – potrebno je znati do koje se cijene može naplatiti usluga čišćenja na način da se detaljno istraži tržište,
- online plaćanje i plaćanje kreditnim karticama – korisno je imati za svoje klijente mogućnost online plaćanja ili plaćanja kreditnim karticama jer sve manje ljudi koristi

gotovinu prilikom plaćanja te se na ovaj način klijentima olakšava plaćanje usluge (Jobber Academy, <https://academy.getjobber.com/cleaning-industry-trends/>, 28.08.2022).

Prijetnje industriji čišćenja predstavljaju pojave poput (Jobber Academy, 2022):

- rastućih troškova poslovanja - troškove je moguće smanjiti skraćivanjem popisa dobavljača sredstava za čišćenje,
- jake konkurencije –na tržištu postoji mnogo drugih tvrtki za čišćenje koje nude iste usluge pa je poželjno pronaći način za istaknuti svoje poslovanje,
- nedostatka zaposlenika – zaposlenici će biti privučeni odličnim naknadama i pogodnostima.

U nastavku je prikazan poslovni plan za pokretanje poslovnog pothvata na primjeru industrije čišćenja, točnije čišćenja visokotlačnim čistačem.

Poslovni pothvat, koji će se baviti djelatnošću čišćenja prostora i površina pokreće M.K.,magistar ekonomije iz Osijeka. U tu svrhu, M.K. planira osnovati obrt. Središte poslovnog subjekta nalazi se u Osijeku. Specifičnost ovog servisa je korištenje visokotlačnih čistača. Servis za čišćenje visokotlačnim čistačem će pružati usluge temeljitog čišćenja svih površina i predmeta, kao i dezinfekcije i održavanja. Obrt će se baviti čišćenjem i pranjem zidova, podnih površina, vozila i ostalih objekata korištenjem visokotlačnog peraća i ekološki prihvatljivih sredstava za čišćenje. U ponudi se usluge održavanja ili redovnog čišćenja. Prema poslovnom planu, u prvoj godini poslovanja neće biti potrebe za drugim radnicima te će poduzetnik biti ujedno i jedini djelatnik ovog obrta.

4.1. Podaci o poduzetniku

Podaci o osobi poduzetnika: M.K. rođen je 01.01.1990. u Osijeku, gdje je završio i osnovno te srednjoškolsko obrazovanje. Završetkom Ekonomskog fakulteta u Osijeku stekao je zvanje magistra ekonomije.

Procjena poduzetničke sposobnosti: Poduzetnici koji djeluju u suvremenim uvjetima moraju biti svestrani te moraju biti brzi u reagiranju na konstantne promjene do kojih neprestano dolazi u turbulentnom poslovnom okruženju. Svakodnevno se donose poslovne odluke koje imaju velik utjecaj na poslovanje. Zbog nužne upotrebe suvremenih tehnologija, poduzetnici moraju imati visoku razinu informatičkih znanja, moraju biti uspješni u predviđanju i globalizaciji svog

poslovanja (Alpeza i sur., 2020: 6). M.K. ima sve potrebne karakteristike uspješnog poduzetnika. Na prepreke gleda kao na izazov te je posvećen cilju i svjestan vlastitih mogućnosti i sposobnosti. U poslu je odgovoran i samostalan te sklon preuzimanju rizika.

4.2. Polazište

Nastanak poduzetničke ideje: S obzirom da se u današnje vrijeme velik naglasak i važnost stavlja na slobodno vrijeme, osobe koje provedu veći dio dana u poslu žele svoje slobodno vrijeme iskoristiti na neki drugi način, a ne u čišćenju prostora. Stoga je sve učestalije angažiranje poduzeća za čišćenje kako bi taj posao bio obavljen temeljito i adekvatno. Još jedan od većih razloga za pokretanjem ovog posla je praćenje trendova na društvenim mrežama. Video uradci na temu čišćenja su vrlo popularni, što je trend došao iz Sjedinjenih Američkih Država. S obzirom da se radi o novijem trendu, u Hrvatskoj zasad još nema veliki broj ovakvih poduzeća.

Razlozi osnivanja: Na pokretanje poslovnog pothvata vezanog uz čišćenje visokotlačnim peraćem poduzetnik je potaknut zbog velike isplativosti ovakvog pothvata, željom za financijskom slobodom i samozaposlenjem.

Vizija i zadaća poduzetničkog pothvata: Vizija ovog poduzetničkog pothvata je omogućiti čist i uredan ambijent za sve svoje korisnike, te im omogućiti uživanje u slobodnom vremenu i ostalim segmentima života. Servis za čišćenje visokotlačnim čistačem će pružati usluge temeljitog čišćenja svih vanjskih površina, kao i dezinfekciju i održavanje. Usluge servisa obuhvaćaju čišćenje i pranje vanjskih zidova, podnih površina, fasada, krovnih površina i ostalih objekata korištenjem visokotlačnog čistača i ekološki prihvatljivih sredstava za čišćenje. Za obavljanje usluga upotrebljavat će se kvalitetna i profesionalna oprema, a usluge servisa će biti dostupne tijekom cijeloga tjedna.

4.3. Predmet poslovanja (čišćenje visokotlačnim peraćem)

Osnovne djelatnosti poslovnog subjekta biti će sljedeće:

- čišćenje i pranje vanjskih podova,
- temeljito čišćenje svih vanjskih površina (pranje fasada, krovnih površina),
- dezinfekcija,

- održavanje.

Poslovni će subjekt po pravnom obliku biti obrt, a strukturu vlasništva će činiti jedan vlasnik. Sjedište objekta nalazit će se u gradu Osijeku. Obrt će biti prijavljen za obavljanje sljedećih djelatnosti prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti:

- 81.2, Djelatnosti čišćenja
- 81.22, Ostale djelatnosti čišćenja zgrada i objekata
- 81.29, Ostale djelatnosti čišćenja

Obrt će se baviti održavanjem i čišćenjem svih vanjskih površina i predmeta, kao i dezinfekcije i održavanja za poslovne i privatne objekte. Izvor financijskih sredstava će činiti financijska sredstva potpore za samozapošljavanje i vlastita sredstva.

Visokotlačni čistači su alati koji su danas široko dostupni, a vrlo su korisni za čišćenje terasa, zidova i podova, za pranje automobila i po potrebi ostalih predmeta s tvrdokornim mrljama. Visokotlačni čistači mogu raditi na toplu ili na hladnu vodu. Prednost ovakvih čistača u odnosu na ostale je snažan pritisak, zbog kojeg se mrlje učinkovitije uklanjaju. Pojedini visokotlačni čistači imaju grijače, stoga je još jedna od prednosti ovakvih čistača i vruća voda, koja ima molekularno djelovanje i djeluje oslobađajuće na aktivne tvari u sredstvu za čišćenje, pa stoga vodeni mlazu ima djelotvorniji učinak kod dubinskog čišćenja masnih mrlja. Pritisak će ovisiti o količini vode i njezinu tlaku. Pritisak se može regulirati i dovoljno je snažan za čišćenje različitih površina. Sredstvo za čišćenje djeluje na način da kemijski uništava vezu između površine i prljavštine jer se prilikom uprljanja molekule ulja i masnoće pričvršćuju za površinu. Sredstva za čišćenje imaju djelovanje reagensa te dolazi do stvaranja emulzije ulja i vode, na koji se hvata preostala prljavština (Ealati, <https://www.ealati.hr/stanite-na-kraj-necistocama-7-razloga-zasto-je-visokotlacni-perac-najbolji-izbor/>, 28.08.2022.).

Slika 5. Visokotlačni čistač



Izvor: Kaercher, <https://www.kaercher.com/hr/home-garden/visokotlacni-cistaci.html>(22.08.2022.)

4.4. Tržišna opravdanost

Potencijalni klijenti ovog poslovnog pothvata će biti kućanstva sačinjena od obitelji koje žive u kućama i poslovni prostori u potrazi za pouzdanim, učinkovitim, održivim i ekološki prihvatljivim metodama čišćenja. Glavnu konkurenciju čine ostali servisi za čišćenje i održavanje, osobito oni koji svoju djelatnost obavljaju visokotlačnim čistačima. Ovaj će se pothvat razlikovati od konkurencije po ulaganju u vlastita znanja kako bi kvaliteta usluge bila visoka i na obostrano zadovoljstvo poduzetnika i klijenta. Razlika će biti vidljiva i u korištenju ekološki prihvatljivih proizvoda.

Kada se radi o tržištu nabave, potrebno je prikupiti informacije o postojećim i potencijalnim dobavljačima, predmetu nabave, cijenama, ekološkim zahtjevima i razvoju tehnologije. Aparati i uređaji će se nabavljati u specijaliziranim trgovinama. Poduzeće ne ovisi o određenim dobavljačima te će se isti birati sukladno kvaliteti usluge i cijeni.

Tržište prodaje poduzeća će se svoditi na lokalno (grad Osijek) i regionalno tržište (Osječko-baranjska županija). Razlog tome je što u poduzeću postoji jedan djelatnik kojemu je na

raspolaganju jedno vozilo i orijentiranje na veće tržište neće biti izvedivo. Suradnja s dobavljačima je već prethodno dogovorena, kao i s pojedinim budućim poslovnim partnerima, a sve je proizvode moguće nabaviti u Hrvatskoj te nema potrebe za nabavom pojedine robe u inozemstvu. U svom će radu poduzetnik ulagati u vlastita znanja kako bi se poduzeta djelatnost svela na najviši mogući nivo i na obostrano zadovoljstvo poduzetnika i klijenta.

Slika 6. Čišćenje prilaza visokotlačnim čistačem



Izvor: Pressurist, <https://pressurist.com/how-to-pressure-wash-a-driveway/>(20.09.2022.)

4.6. Tehnološko-tehnički elementi pothvata

Za obavljanje usluga upotrebljavat će se kvalitetna i profesionalna oprema Kärcher, od dobavljača Servis Košić, tvrtke čije se sjedište nalazi u Križevcima, a čija se poslovnica nalazi i u Osijeku, točnije u Gospodarskoj zoni Antunovac. Sredstva za čišćenje koja će se upotrebljavati su

u skladu s HACCP normom, odnosno sustavom kontrole kojim je moguća identifikacija, procjena i uspostava kontrole nad kemijskim, fizikalnim i biološkim opasnostima. Visokotlačno čišćenje omogućuje veći učinak uz manju potrošnju. Sredstva potrebna za nabavu opreme će se osigurati putem sredstava za samozapošljavanje ili pozajmicom. Struktura ulaganja prikazana je u tablici 3.

Tablica 3. Ukupno potrebno ulaganje

Vrsta ulaganja	Izvori i iznos financiranja	
	Nabavna vrijednost	Ostalo (druge potpore, vlastita sredstva, krediti)
Poslovni inventar	7.000 kn	
Repromaterijal (rezervni dijelovi i pomoćni materijali)	2.500 kn	
Visokotlačni čistač	6.800 kn	
Komplet visokotlačnog crijeva	700 kn	
Ručni parni čistač	1000 kn	
Puhalice za lišće	2.100 kn	
Površinski čistač	1.400 kn	
Podesiva mlaznica	500 kn	
Ostali materijalni inputi	2.000 kn	
Sredstva za čišćenje	2.000 kn	
Izrada web stranice i marketing za društvene mreže	2.000 kn	10.000 kn (ušteđevina)
Ukupno	28.000 kn	10.000 kn

Izvor: Autor, 2022.

Ulaganje poduzeća biti će usmjereno na opremu, odnosno uređaje za čišćenje i održavanje objekata te na dodatan pribor potreban u izvođenju navedene djelatnosti. Ulaganje u prijevozno sredstvo neće biti veliko u početku, jer poduzetnik već ima na raspolaganju odgovarajuće vozilo u svom vlasništvu, no troškove vozila će biti potrebno redovno pokrивati za nastavak poslovanja. Poduzeće u prvoj godini poslovanja neće biti u potrebi za dodatnim djelatnicima. Imat će jedno zaposlenog.

Potencijalni će se klijenti o uslugama obavještavati putem:

- posjetnica,
- usmene reklame i preporuke,
- brošura i letaka,
- natpisa na vozilima,
- plaćenih oglasa,
- poslovnih sajmova,
- društvenih mreža.

4.6. Lokacija

Obrt će poslovati u gradu Osijeku te se u budućnosti očekuje proširenje ciljanog tržišta na širu okolicu grada i županije. Na ovom se području relativno malen broj poduzeća za čišćenje. Točna adresa na koju će obrt biti prijavljen glasi Vukovarska cesta 3, 31000 Osijek. Mikrolokacija je prostor ispod stana u vlasništvu M.K., koji je prethodno imao ulogu garaže, a sada će se u njemu pohranjivati sva potrebna oprema i aparati potrebni za izvršavanje usluga čišćenja. Lokacija je odabrana zbog već postojećeg vlasništva nad istom i dobro je prometno povezana s ostatkom grada.

Konkurenciju čine ostali servisi za čišćenje i održavanje, osobito oni koji svoju djelatnost obavljaju visokotlačnim čistačima, a koji svoju djelatnost obavljaju u Osijeku. Na osječkom je području prisutno nekoliko poduzeća za čišćenje visokotlačnim peraćima. Tako postoje Plavi servis, Blue Clean obrt za čišćenje, Alteos, Bomato, Odred za čistoću, Econ, Orbis i Mikić servis. Plavi servis koristi isključivo Kränzle visokotlačne perače. Ovaj servis nudi i održavanje svih ostalih brendova visokotlačnih peraća, kao i usisavača i uređaja za pranje podova. Isporuka proizvoda ovog servisa je moguća na području cijele Hrvatske, što ima pozitivno djelovanje za poslovanje. Blue Clean obrt za čišćenje nudi kemijsko čišćenje namještaja te na svojim web stranicama najavljuje uskoro dostupnu uslugu čišćenja staklenih površina. Blue Clean za svoje klijente nudi i čišćenje nedjeljom, sukladno dogovoru. Plavi servis među svojim uslugama nudi čišćenje poslovnog prostora, apartmana, ureda, stubišta, garaža i podruma, lokala, održavanje eksterijera i sl. Osim toga, u ponudi se nalazi i najam uređaja za profesionalce te za pojedince kojima čišćenje nije osnovna djelatnost. Prednost ovog servisa je dugogodišnje iskustvo u ovoj industriji čišćenja. Plavi servis ima i objavljen cjenik svojih usluga na web stranici. Alteos je servis

za čišćenje koji također nudi usluge čišćenja i održavanja privatnih i poslovnih prostora. Prednost ovog servisa u odnosu na ostale je upotreba ekološki prihvatljivih sredstava za čišćenje te usluga održavanja nekretnina u odsutnosti vlasnika i održavanje grobnih mjesta. Ovaj servis ne radi nedjeljom. Servis ima vlastitu web stranicu na kojoj su navedene usluge no izostaje cjenik usluga. Bomato je profesionalni servis za čišćenje i održavanje, koji u svojoj ponudi ima čišćenje stambenih prostora, auta, održavanje zgrada i travnjaka itd. Bomato nudi popust na prvo čišćenje, no nedostatak je izostanak cjenika s web stranice. Odred za čistoću ima istaknut cjenik na svojoj web stranici koja je zanimljiva, estetski privlačna, a informacije se lako pronalaze. Odred za čistoću navodi kako primjenjuje minimalno 5 sati čišćenja po dolasku, a klijentu se preporuča da provjeri kvalitetu obavljenog posla, odmah po završetku rada djelatnika servisa. Orbis je obrt za čišćenje, upravljanje i održavanje stambenih i poslovnih objekata, koji posluje 22 godine. Ovaj obrt se izdvaja po tome što upravitelj organizira cjelodnevno, dvadesetčetverosatno, dežurstvo, što uključuje u neradne dane, u svrhu izvršenja poslova. Prilikom preuzimanja objekta Orbis vrši i besplatnu uslugu generalnog čišćenja. Cjenik nije izložen na web stranici. Econ se osim specijalnim čišćenjem, bavi i pjeskarenjem, antikoroziivnom zaštitom i restauracijom, međutim u svojoj ponudi nema usluge čišćenja visokotlačnim peraćem. Mikić servis vrši čišćenje stubišta, poslovnih prostora, privatnih stambenih objekata, ugostiteljskih objekata, teška čišćenja, održavanje grobnih mjesta, odštopavanje odvoda i kanalizacije, uređenje okućnica, dubinsko pranje madraca i tepiha, čišćenje snijega, kao i usluge glačanja, zbog čega se izdvaja u odnosu na prethodno navedene servise.

Ovaj će se obrt razlikovati od konkurencije u korištenju ekološki prihvatljivih proizvoda i po ulaganju u vlastita znanja kako bi se poduzeta djelatnost svela na najviši mogući nivo i na obostrano zadovoljstvo poduzetnika i klijenta.

4.7. Zaštita okoline

Ovo će poduzeće prilikom svoga rada koristiti proizvode koji su ekološki prihvatljivi i koji nemaju negativan utjecaj na ljudsko zdravlje ili okoliš. Rad s ekološki prihvatljivim proizvodima je postao ključnim čimbenikom za uspjeh poslovnog pothvata vezanog uz čišćenje, stoga će se i ovo poduzeće voditi tom premisom u svom radu. Sredstva za čišćenje koja će se upotrebljavati su

u skladu s HACCP normom, odnosno sustavom kontrole kojim je moguća identifikacija, procjena i uspostava kontrole nad kemijskim, fizikalnim i biološkim opasnostima.

4.8. Financijski elementi pothvata

Financijski elementi pothvata obuhvaćaju izvore financiranja, analizu prihoda i rashoda te eventualni profit (dobit) koji bi poduzeće ostvarivalo. Za pokretanje poslovnog pothvata potrebno je 28.000,00 kn, koje će se osigurati putem potpore za samozapošljavanje ili zajmom, a ostatak financijskih sredstava će se osigurati iz vlastite uštedevine, koja iznosi 10.000,00 kn. Cijene usluga servisa za čišćenje i održavanje objekata moraju pokriti troškove poslovanja tvrtke, moraju biti percipirane vrijednosti usluge na osnovi tržišnih iskustava te približno jednake potencijalnim konkurentnim cijenama, jer u suprotnome može izostati potražnja za istom.

Investicije u osnovna sredstvase odnose na investicije u opremu za čišćenje i to: visokotlačni čistač, komplet visokotlačnog crijeva, ručni parni čistači, podesivu mlaznicu, površinski čistač i puhalicu za lišće. Ovo su sredstva koja će se koristiti u dužem vremenskom razdoblju te će se postupno trošiti (amortizacija), a svojuće vrijednostprenositi na gotove usluge. Obrtna sredstva su predmeti rada, odnosno čine dio poslovnih sredstava koja se u jednom ciklusu u cijelosti utroše, a u ovom će slučaju to biti poslovni inventar, repromaterijal, ostali materijalni inputi, sredstva za čišćenje i marketing.

Tablica 4. Izvori financiranja

	Izvori financiranja		
1	Vlastita sredstva	10.000,00 kn	26.31%
2	Potpora za samozapošljavanje ili pozajmica	28.000,00 kn	73.68 %
	Ukupno	38.000,00 kn	

Izvor: Autor, 2022.

Tablica 5. Tablica s podacima o procjeni prihoda u prvoj godini poslovanja

1	2	3	4	5
Naziv usluge	Cijena pojedine usluge	Broj očekivanih prodaja u jednom mjesecu	Očekivani mjesečni prihod od prodaje (stupac 2 x stupac 3)	Očekivani godišnji prihod od prodaje u kn (stupac 4 x 12)
Čišćenje ograda visokotlačnim peraćem	350,00 kn h	10h	3.500,00 kn	42.000,00 kn
Čišćenje vanjskih površina visokotlačnim peraćem	350,00 kn/h	30 h	10.500,00 kn	126.000,00 kn
Čišćenje krovišta visokotlačnim peraćem	400,00 kn/h	15 h	6.000,00 kn	72.000,00 kn
Dezinfekcija prostora	30,00 kn/m ²	50 m ²	1500,00 kn	18.000,00 kn
Ukupno			21.500,00 kn	258.000,00 kn

Izvor: Autor, 2022

Tablica prikazuje podatke o procjeni prihoda u prvoj godini poslovanja. Navedene su usluge i cijene usluga te broj očekivanih prodaja u jednom mjesecu. Nadalje, u tablici su navedeni i očekivani mjesečni prihodi od prodaje i očekivani godišnji prihod od prodaje. Prema navedenim procijenjenim podacima, poduzeće će imati prihod u prvoj godini poduzeća u iznosu od 258.000,00 kn.

Tablica 6. Troškovi rada

Troškovi rada			
Naziv troška	Ukupni zaposlenici	Doprinosi u kn	Godišnje (kn)
Doprinosi za obrtnika	1	1.392,40 kn	16.708,00 kn
Ukupno	1	1.392,40 kn	16.708,00 kn

Izvor: Autor, 2022

Troškovi rada, koji obuhvaćaju stavku doprinosa za obrtnika, koji godišnje iznosi 16.708,80 kn. Bruto plaća za zaposlenike nije navedena iz razloga što poduzeće u prvoj godini poslovanja neće biti u potrebi za dodatnim djelatnicima.

Tablica 7. Tablica s podacima o ostalim troškovima

Ostali troškovi	Iznos mjesečni	Iznos godišnji
Usluge knjigovodstva	300,00 kn	3.600,00 kn
Trošak održavanja računa u banci	80,00 kn	960,00 kn
Troškovi vozila	600,00 kn	7.200,00 kn
Telekomunikacije (Internet i mobitel)	250,00 kn	3.000,00 kn
Troškovi potrošnog materijala	420,00 kn	5.040,00 kn
Troškovi goriva	2.200,00 kn	26.400,00 kn
Troškovi marketinga	475,00 kn	5.700,00 kn
Komorski doprinos	0,00 kn	0,00 kn
Ukupno	4.370,00 kn	52.440,00 kn

Izvor: Autor, 2022

Podaci o ostalim troškovima navedeni su u tablici 7, te obuhvaćaju usluge knjigovodstva, trošak održavanja računa u banci, troškove vozila, telekomunikacije, odnosno internet i mobitel, troškove potrošnog materijala, troškove goriva, troškove marketinga te komorski doprinos. Komorski se doprinos uplaćuje Hrvatskoj obrtničkoj komori od strane člana navedene Komore. Obveza plaćanja ovog doprinosa započinje danom upisa obrtnika u Obrtni registar. Međutim, plaćanja komorskog doprinosa se oslobađaju obrtnici novootvorenih obrta za prve dvije godine poslovanja (Hrvatska obrtnička komora, <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/obrnicka-pocetnica/komorski-doprinos>, 26.09.2022.). Ukupan godišnji iznos ostalih troškova iznosi 69.148,00 kn. Očekivana neto dobit poduzeća, odnosno zarada, iznosi 183.767,00 kn u prvoj godini poslovanja.

Tablica 8. Tablica o očekivanoj dobiti

1.	Godišnji prihodi od prodaje	258.000,00 kn
2.	Ukupni godišnji troškovi (godišnja plaća + ostali troškovi)	69.148,00 kn
3.	Očekivana dobit	188.852,00 kn
4.	Paušalni porez	5.085,00 kn
5.	Očekivana neto dobit	183.767,00 kn

Izvor: Autor, 2022

Očekivana dobit obrta je 183.767,00 kn. Potpora za samozapošljavanje se izdaje u iznosu od 28.000,00 kn. Vlastiti izvori financiranja iznose 10.000,00 kn, što rezultira ukupnim izvorim financiranja 38.000,00 kn.

ZAKLJUČAK

Poduzetništvo djeluje pozitivno na jačanje ekonomije, čime osigurava veći društveni napredak. Donošenjem odluke o pokretanju poslovnog pothvata poduzetnik kreće u poduzetnički proces. Kako bi se pokrenuo poslovni pothvat koji će imati uspješno poslovanje, potrebno je prije započinjanja poslovnog pothvata napisati poslovni plan, koji je ključan za provođenje poslovnog pothvata jer donosi temeljit prikaz ideja, ambicija i ciljeve koji se namjeravaju osvariti. Iako je ovaj plan od najveće koristi poduzetniku, on je često i obveza koji poduzetnik mora ispuniti prije no što krene s pokretanjem poslovnog pothvata.

Osim u uvjetima vlastitoga doma, pogodan i čist radni prostor važan je i za dobrobit zaposlenika, a komercijalno čišćenje predstavlja priliku za pokretanje uspješnog i pofitabilnog pothvata. Visokotlačni čistači su alati koji su vrlo korisni u industriji čišćenja, a njihova je prednost snažan pritisak. Investitor poslovnog pothvata opisanog u radu pokreće obrt koji će se baviti djelatnostima čišćenja. Središte poslovnog subjekta nalazi se u Osijeku. Specifičnost ovog servisa je korištenje visokotlačnih čistača u svojim djelatnostima. Servis za čišćenje visokotlačnim čistačem će pružati usluge temeljitog čišćenja svih površina i predmeta izvan prostora, kao i dezinfekcije i održavanja. Ovo će poduzeće prilikom svoga rada koristiti proizvode koji su ekološki prihvatljivi i koji nemaju negativan utjecaj na ljudsko zdravlje ili okoliš, a specifičnost ovog servisa je korištenje visokotlačnog perača u svojim djelatnostima. Iznos koji će biti dobiven u obliku potpore za samozapošljavanje je 28.000,00 kn. Vlastiti izvori financiranja iznose 10.000,00 kn, što rezultira ukupnim izvorim financiranja 38.000,00 kn. Očekivana dobit obrta je 183.767,00 kn. Obrt u prvoj godini poslovanja neće imati potrebe za dodatnim djelatnicima.

LITERATURA

1. Acs, Z.J., Audretsch, D. B. (2005). Entrepreneurship, innovation and technological change. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 1 (1), str. 149-195.
2. Ács Z.J., Szerb L. and Lloyd A. (2018). *Global Entrepreneurship Index 2018*. New York: Springer International Publishing.
3. Allen, K. R. (1999). *Growing and Managing an Entrepreneurial Business*. Boston: Houghton Mifflin Company.
4. Alpeza, M., Mandić, A., Medić, I., Oberman - Peterka, S. i Pulfer, N. (2007). *Osmislite i provjerite svoju poslovnu ideju: vodič za sve koji razmišljaju o ulasku u poduzetničke vode*. Osijek: Centar za poduzetništvo.
5. Alsos, G. A. and Kaikkonen, V. (2004). *Opportunity Recognition and Prior Knowledge: a Study of Experienced Entrepreneurs*, u knjizi: Bygrave, W. D.: *Frontiers of Entrepreneurship Research 2004*. Wellesley: Babson College, pp 301-314.
6. Baletić, Z. (ur.) (1995). *Ekonomski leksikon*. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža.
7. Baron, R. A. (2004). *Opportunity Recognition: A Cognitive Perspective*. New Orleans: Academy of Management Conference.
8. Baron, R.A. and Shane, S. A. (2007) *Entrepreneurship: A Process Perspective*. Ohio: Thomson South-western.
9. Barringer, B. R. i Ireland, R. D. (2010). *Poduzetništvo – uspješno pokretanje novih poduhvata*. Tuzla: OFF-SET.
10. Bebek, I. (ur.) (2014). *Vodič za definiciju malog i srednjeg poduzetništva u natjecajima za dodjelu sredstava iz fondova EU*. Zagreb: Hrvatska gospodarska komora.
11. Bev, H., Berman Brown, R. and Adams, S. (1997). Towards an Understanding of "Opportunity". *Marketing Education Review*, 7 (3), pp. 67-73.
12. Bolfek B. i Sigurnjak L. (2011). *Poduzetništvo*. Slavonski Brod: Veleučilište u Slavonskom Brodu.
13. Buble, M. i Kružić, D. (2006). *Realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Split: RRIF-plus d.o.o.
14. Cvijanović, V., Marović M. i Sruck B. (2008). *Financiranje malih i srednjih poduzeća*. Zagreb: Binoza press.

15. Dodd, S. D. i Anderson, A. R. (2007). Mumpsimus nad the Mything of the Individualistic Entrepreneur. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 25 (4), pp. 341-360
16. Drucker, Peter F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper&Row.
17. Erceg, A., Oberman Peterka, S. i Delić, A. (2016). *Pokretanje poduzetničkog pothvata (s naglaskom na kupovinu franšize)*, u knjizi: Oberman Peterka, S., Delić, A. i Perić, J. (ur.) *Poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima*. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, str. 29-49.
18. Gibb, A. (2005). *The future of entrepreneurship education – Determining the basis for coherent policy and practice?*, u knjizi: Kyrö, P. and Carrier, C. (ur.) *The dynamics of learning entrepreneurship in a cross-cultural university context*, *Entrepreneurship Education Series 2/2005*. Hämeenlinna: University of Tampere, Research Centre for Vocational and Professional Education, pp. 44-67.
19. Gonan Božac, M. (2008). SWOT analiza i TOWS matrica – sličnosti i razlike. *Economic research – Ekonomska istraživanja*, 21 (1), str. 19-34.
20. Grubišić, D., Goić, S., Kružić, D., Dragnić, D., Lozić, I., Bakotić, D., Pavić, I. (2008). *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana (Poduzetnička radionica)*. Split: Sveučilište u Splitu Ekonomski Fakultet.
21. Hall, D. i Bennett, D. (2006). *Osobitosti za uspješno poslovanje: praktični vodič za uspješan poslovni razvoj*. Osijek: Sveučilište J.J.Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku.
22. Hernaus, T. i Aleksić, A. (2016). *Unutarnji čimbenici organizacije*, u knjizi: Galetić, L.: *Unutarnji čimbenici organizacije*. Zagreb; Sinergija nakladništvo d.o.o.
23. Hisrich, R., Peters, M. i Shepherd, D. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate.
24. Isenberg, D. (2014). *What an Entrepreneurship Ecosystem Actually Is*. Boston: Harvard Business Publishing.
25. Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, 35 (1), pp. 60-85.
26. Klaić, V. (2005). *Veliki rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi liber.
27. Kružić, D. (2007). Poduzetništvo i ekonomski rast: Reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. *Ekonomska misao i praksa*, 16 (2), str. 167-191.

28. Kuvačić, N. (2001). *Poduzetnički projekt (kako sačiniti biznis plan)*. Split, Veleučilište u Splitu.
29. McKeever, M. (2011). *How to write a business plan*. 10th edition, Berkeley: Nolo.
30. Rajsman, M., Petričević, N. i Marjanović, V. (2013). Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski vjesnik*, 26 (1), str. 250-262.
31. Rupčić, N. (2022). *Stvaranje i razvoj inovativnih poslovnih modela*. Rijeka: Ekonomski fakultet, Sveučilište u Rijeci.
32. Sikavica, P., Novak, M. (1999). *Poslovna organizacija*. Zagreb: Informator.
33. Sikavica, P., Bahtijarević-Šiber, F. i Pološki Vokić, N. (2008). *Temelji menadžmenta*. Zagreb: Školska knjiga
34. Singer, S., Alpeza M., ur. (2020). *Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. uključujući dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu*. Zagreb: CEPOR.
35. Singer, S., Šarlija N., Pfeifer S. i Oberman Peterka, S. (2012). *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2002-2011*. Cepar: Zagreb.
36. Smoljić, M. (2011). *Obrazovni programi za usvajanje poduzetničke kompetencije. Znanstvena i tehnološka politika i inovativno poduzetništvo*, u knjizi: Tafrá V., Tafrá I. (ur.) *Učenje za poduzetništvo – Zbornik radova I. Međunarodne konferencije učenje za poduzetništvo*. Zagreb, Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski, str. 251-270.
37. Stam, E. and Spigel, B. (2016). Entrepreneurial Ecosystems. *USE Discussion Paper Series*, 16, pp. 1-18.
38. Szerb, L., Acs, Z. J., Komlósi, E., Márkus, G., Rappai, G., Vörös, Z. and Páger, B. (2018). *The Global Entrepreneurship Index (GEINDEX)*. Boston: Now: The essence of knowledge.
39. Širola, D. (2014). *Poduzetništvo*. Rijeka: Veleučilište u Rijeci.
40. Škrtić, M., Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija nakladništvo d.o.o.
41. Škrtić, M. (2006). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija nakladništvo d.o.o.
42. Timmons, J.A. and Spinelli, S. J. (2009). *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21. st Century*. New York: Mc Graw Hill
43. Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo*, Vol. 1, No. 1, str. 35-43.
44. Wehrich, H., (1982). The TOWS Matrix - A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15 (2), pp. 54-66.

45. Zakon o obrtu, Narodne novine, 143/13, 127/19, 41/20.
46. Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, Narodne novine, 29/02, 63/07, 53/12, 56/13 i 121/16.
47. Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, 111/93, 34/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22.
48. Žanić, V. (ur.) (1999). *Poslovni plan poduzetnika*. Zagreb: Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva.
49. Žugaj, M. (1979) Metode analize i sinteze (s osvrtom na organizaciju proizvodnje). *Journal of Information and Organizational Sciences*, 2-3, str. 113-139.

Internetski izvori

50. Addiko bank, dostupno na: <https://www.addiko.hr/poduzetnici-financijska-pismenost/financijski-plan-sto-je-to-i-zasto-je-vazan/> [pristupljeno 26. rujna 2022.]
51. Bosma, N., et al. (2020). Global Entrepreneurial Monitor 2018/2019 Global Report, dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443> [pristupljeno 22. kolovoza 2022.]
52. Erste, dostupno na: <https://plaviured.hr/documents/erste-banka-upute-izradu-poslovnog-plana.pdf/> [pristupljeno 18. kolovoza 2022.]
53. Ealati, dostupno na: <https://www.ealati.hr/stanite-na-kraj-necistocama-7-razloga-zasto-je-visokotlacni-perac-najbolji-izbor/> [pristupljeno 28. kolovoza 2022.]
54. Europska unija, dostupno na: https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/business-and-industry_hr [pristupljeno 18. kolovoza 2022.]
55. Franchise Help, dostupno na: <https://www.franchisehelp.com/industry-reports/cleaning-industry-analysis-2020-cost-trends/> [pristupljeno 18. kolovoza 2022.]
56. Poduzetnik.biz, dostupno na: <https://poduzetnik.biz/produktivnost/kako-prepoznati-dobru-poslovnu-priliku/> [pristupljeno 20. kolovoza 2022.]
57. HBOR, dostupno na: <https://www.hbor.hr/poslovni-plan/?fbclid=IwAR3wW69qFtIH2nG-IqfjwSjStIad2xdd0N6GbVUpIpy3wAjzs-4TZKTMpsg> [pristupljeno 14. rujna 2022.]
58. Hrvatska enciklopedija (2022). Leksikografski zavod Miroslav Krleža, dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=48956> [pristupljeno 20. kolovoza 2022.]
59. Hrvatska obrtnička komora, dostupno na: <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/registracija-obrta/obrt-i-oblici-obrta> [pristupljeno 28. kolovoza 2022.]

60. HPB,dostupno na: <https://www.hpb.hr/hr/5-pravila-za-izradu-poslovnog-plana/3767>[pristupljeno 18. kolovoza 2022.]
61. Jobber Academy,dostupno na: <https://academy.getjobber.com/cleaning-industry-trends/>[pristupljeno 28. kolovoza 2022.]
62. Kaercher,dostupno na:<https://www.kaercher.com/hr/home-garden/visokotlacni-cistaci.html>[pristupljeno 27. kolovoza 2022.]
63. Učilište Studium – ustanova za obrazovanje odraslih. (2015). *Priručnik za korisnike usluga i potencijalne stanare poduzetničkog inkubatora: Od poslovne ideje do osnivanja vlastitog startup poduzeća.* Vukovar: Grad Vuk. Preuzeto s: http://www.bicvukovar.hr/web/ink/images/BIC/dokumenti/BIC_1_Od_poslovne_ideje_do_osnivanja_vlastitog_startup_poduzeca.pdf (05.09.2022.)
64. Servis Košić d.o.o., dostupno na:<https://karcher-servis-kosic.hr/o-nama/>[pristupljeno 30. kolovoza 2022.]

POPIS SLIKA

Slika 1. Timmonsov model poduzetničkog procesa.....	9
Slika 2. Osnovna svojstva prilike	10
Slika 3. Proces razvijanja ideje do poslovnog plana	12
Slika 4. Poslovni plan nastao kao rezultat proces planiranja	14

Slika 5. Visokotlačni čistač	27
Slika 6. Čišćenje prilaza visokotlačnim čistačem	28

POPIS TABLICA

Tablica 1. Kriteriji definiranja mikro, malog i srednjeg poduzeća	6
Tablica 2. Struktura poduzeća u Republici Hrvatskoj s obzirom na veličinu (2016. do 2020.)	6
Tablica 3. Ukupno potrebno ulaganje	29
Tablica 4. Izvori financiranja	32
Tablica 5. Tablica s podacima o procjeni prihoda u prvoj godini poslovanja	33

Tablica 6. Troškovi rada.....	34
Tablica 7. Tablica s podacima o ostalim troškovima	34
Tablica 8. Tablica o očekivanoj dobiti	35