

Analiza poduzetničkog procesa na primjeru poduzeća eKonTo

Jelenić, Josip

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:288585>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-22**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Josip Jelenić

**ANALIZA PODUZETNIČKOG PROCESA NA PRIMJERU
PODUZEĆA eKonTo**

Završni rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Josip Jelenić

**ANALIZA PODUZETNIČKOG PROCESA NA PRIMJERU
PODUZEĆA eKonTo**

Završni rad

Kolegij: Poduzetništvo

JMBAG: 0010236851

e-mail: jjelenic@efos.hr

Mentor: doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics and Business in Osijek
University Undergraduate Study Business Economics and Economics


Josip Jelenić

**ANALYSIS OF THE ENTREPRENEURIAL PROCESS ON
THE EXAMPLE OF COMPANY eKonTo**

Final paper

Osijek, 2024.

**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 završni rad (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 visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
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: Josip Jelenić

JMBAG: 0010236851

OIB: 85557423965

e-mail za kontakt: jjelenic@efos.hr

Naziv studija: Ekonomija i poslovna ekonomija

Naslov rada: Analiza poduzetničkog procesa na primjeru eKonTo

Mentor/mentorica rada: doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric

U Osijeku, 2.9.2024. godine

POTPIS 

Analiza poduzetničkog procesa na primjeru poduzeća eKonTo

SAŽETAK

Završni rad se sastoji od teorijskog i empirijskog dijela. U teorijskom dijelu su obrađeni poduzetništvo i faze poduzetničkog procesa, a u empirijskom dijelu rada napravljena je analiza poduzetničkog procesa na primjeru poduzeća eKonTo putem intervjua. Poduzetništvo je pojava koja je bila prisutna od prvih ljudskih civilizacija, ali sam pojam poduzetništva se pojavilo između 12. i 15. stoljeća. Poduzetništvo je osnova gospodarstva svake zemlje. Kroz poduzetništvo se definiraju određene ljudske osobine te je poduzetništvo orijentirano prema ulaganju, stvaranju i potrazi za novim klijentima. Postoje četiri faze poduzetničkog procesa koje uključuju odluku o poduzetničkoj karijeri, razvijanje uspješne poslovne ideje, kretanje od ideje do poduzetničkog pothvata te upravljanje i rast poduzetničkog pothvata. Prema tomu, poduzetnički proces se sastoji od nekoliko faza kroz koje prolaze poduzetnici. Kako bi se shvatio poduzetnički proces napravljen je Timmonsov model koji započinje s prilikom, a za pokretanje poduzetničkog pothvata potrebni su određeni resursi. Kako se poduzeće razvija tako dolazi do potrebe za timom koji će biti dio poduzeća. eKonTo je knjigovodstveni servis koji nudi razne usluge financijskog vođenja knjiga od strane poduzetnice Željke Bažančik. Ovaj obrt je prošao kroz svoj poduzetnički proces na način da je vlasnica poduzeća dobivala preporuke od klijenata koji su je doveli do toga da otvori svoj obrt, a klijente je privlačila marketingom i preporukama klijenata. Početak je bio težak, ali stvari su se sada stabilizirale te se uskoro očekuje ulazak u vlastiti poslovni prostor i proširenje tima.

Ključne riječi: poduzetnički proces, poduzetnik, Timmonsov model

Analysis of the Entrepreneurial Process on the Example of Company eKonTo

ABSTRACT

The final thesis consists of a theoretical and an empirical part. The theoretical part covers entrepreneurship and the stages of the entrepreneurial process, while the empirical part includes an analysis of the entrepreneurial process using the example of the company eKonTo through interviews. Entrepreneurship has been present since the earliest human civilizations, but the concept of entrepreneurship itself emerged between the 12th and 15th centuries. Entrepreneurship is the foundation of every country's economy, as it defines certain human qualities and focuses on investment, creation, and the pursuit of new clients. There are four stages of the entrepreneurial process that include deciding on an entrepreneurial career, developing a successful business idea, moving from idea to entrepreneurial venture, and managing and growing the venture. Therefore, the entrepreneurial process involves several phases that entrepreneurs go through. In order to understand the entrepreneurial process, the Timmons model was created, which starts with an opportunity, and certain resources are needed to start an entrepreneurial venture. As the business grows, there is a need for a team to be part of the company. eKonTo is an accounting service offering various financial bookkeeping services by entrepreneur Željka Bažančik. This business went through its entrepreneurial process by the owner receiving client recommendations, which led her to open her own business, attracting clients through marketing and word-of-mouth referrals. The beginning was challenging, but things have now stabilized, and the company is soon expected to move into its own office space and expand the team.

Key words: entrepreneurial process, entrepreneur, Timmons model

SADRŽAJ

<u>1. UVOD</u>	1
<u>2. METODOLOGIJA</u>	2
<u>3. PODUZETNIŠTVO</u>	3
<u>3.1 Povijesni razvoj</u>	3
<u>3.2 Definiranje pojma</u>	5
<u>3.3 Poduzetnik i osobine poduzetnika</u>	7
<u>4. FAZE PODUZETNIČKOG PROCESA</u>	9
<u>4.1 Odluka o poduzetničkoj karijeri</u>	9
<u>4.2 Razvijanje uspješne poslovne ideje</u>	10
<u>4.3 Kretanje od ideje do poduzetničkog pothvata</u>	11
<u>4.4 Upravljanje i rast poduzetničkog pothvata</u>	12
<u>4.5 Timmonsov model</u>	13
<u>5. ANALIZA PODUZETNIČKOG PROCESA NA PRIMJERU POKRETANJA <u>PODUZEĆA eKonTo</u></u>	16
<u>5.1 Poduzeće eKonTo</u>	16
<u>5.2 Intervju</u>	18
<u>5.3 Analiza intervjua</u>	20
<u>6. ZAKLJUČAK</u>	24
<u>7. LITERATURA</u>	25
<u>POPIS SLIKA</u>	27

1. UVOD

Nakon određenog vremena ljudi više ne žele raditi za nekoga ili se žele baviti poslovnim aktivnostima koje su im zanimljive, a istovremeno im te poslovne aktivnosti mogu donijeti određeni profit. Upravo se tu očituje pojam poduzetništva, gdje ljudi na vlastitu inicijativu započinju poslovni pothvat, odnosno samozapošljavaju se. Poduzetništvo nosi određene rizike, ali nudi i mogućnost odabira čime će se baviti i način na koji će to obavljati. Kako bi ljudi postali poduzetnici moraju imati određene osobine na temelju kojih će graditi vlastitu poslovnu aktivnost. Odabrana tema završnog rada je „Analiza poduzetničkog procesa na primjeru poduzeća eKonTo“.

Poduzetnički proces se sastoji od nekoliko faza, a započinje s donošenjem odluke o poduzetničkoj karijeri. Nakon što se ljudi odluče upustiti u poduzetništvo moraju razviti svoju poslovnu ideju koja mora biti uspješna kako bi poduzeće funkcioniralo. Nakon dobivene ideje započinje se s pokretanjem poduzetničkog pothvata, a kako bi poduzeće opstalo potrebno je znati kvalitetno upravljati s istim te napredovati konstantno zbog izuzetno jake konkurencije.

Upravo je u ovom završnom radu napravljena analiza poduzetničkog procesa na primjeru malog poduzeća eKonTo. U radu je opisana djelatnost poduzeća te je proveden intervju s vlasnicom poduzeća. Na temelju provedenog intervjua napravljena je analiza koja je utvrdila kroz koje faze i na koje načine je vlasnica poduzeća prošla kroz poduzetnički proces prilikom pokretanja poduzeća.

2. METODOLOGIJA

Završni rad obuhvaća teorijski i empirijski, odnosno istraživački dio rada.

Zelenika (2000) navodi kako postoje razne metode i postupci koji se upotrebljavaju pri pisanju, a u ovom završnom radu za teorijski dio obrade korištena je metoda prikupljanja podataka te analize i deskripcije za povijesni razvoj i definiranje pojma poduzetništva te su prikazani osnovni pojmovi i osobine koje određuju i karakteriziraju ponašanje poduzetnika. Također su ove metode korištene i za poglavlje koje obuhvaća faze poduzetničkog procesa jer je pojašnjen Timmonsov model i navedene su sve faze poduzetničkog procesa. Osim navedenog, za teorijski dio završnog rada korištena je i metoda i analize za opisivanje procesa i činjenica. Teorijski dio završnog rada je izrađen pomoću odgovarajuće i odabrane stručne literature.

U empirijskom dijelu rada korištena je induktivna metoda – proveden je intervju s poduzetnicom te na temelju intervju napravljena analiza karakteristika poduzetnice i bitnih koraka poduzetničkog procesa. Također je u empirijskom dijelu završnog rada korištena kvalitativna metodologija iz razloga što se kroz dubinski intervju s vlasnicom poduzeća dobio uvid o načinu poslovanja poduzeća, ali su i prikazane faze kroz koje je poduzeće moralo proći kako bi danas bilo na postojećoj razini.

3. PODUZETNIŠTVO

Za poduzetništvo se ne može reći da predstavlja jednostavnu aktivnost ili proces, štoviše može se reći da je poduzetništvo izuzetno složen proces koji obuhvaća nekoliko različitih aktivnosti i koraka u kreiranju, razvoju i vođenju.

Ljudi se uobičajeno upuštaju u poduzetništvo jer su nezadovoljni s primanjima koje imaju kao zaposlenici u određenom poduzeću ili se upuštaju zbog usmjerenja prema određenoj profesiji koja im istovremeno može donijeti zadovoljstvo pri obavljanju poslovnih aktivnosti i ostvarenja profita. Kada ljudi prepoznaju prilike koje im se čine realnim za ostvariti upuštaju se u poduzetništvo svjesni rizika da postoji mogućnost za neuspjehom zbog različitih čimbenika. No, postavlja se pitanje je li to uistinu tako? Ukoliko poduzetnici ne uspiju u svom naumu da imaju vlastito poduzeće, to može imati jako veliku negativnu posljedicu u smislu gubitka novca i vremena. Danas velik broj država kao poticaj za samozapošljavanje nudi razne pomoći u vidu subvencija, tako da osobe koje i ne uspiju nisu izgubile puno toga jer se uvijek mogu vratiti i raditi za nekog. No, tako nije bilo od samih početaka pa je iz tog razloga potrebno objasniti razvoj poduzetništva kroz povijest što će biti obrađeno u sljedećem poglavlju.

3.1 Povijesni razvoj

Trgovci i vojskovođe su bili prvi poduzetnici, a oni su po vlastitoj prirodi bili avanturističkih karakteristika jer su bili spremni na rizik, a također su bili vođeni željom kako bi uspostavili nove puteve proširenja osobnih utjecaja, a ujedno i tržišnih promjena (Tubić i sur., 2016:11).

Na temelju prethodnog, može se uočiti kako prvi poduzetnici nisu pojam suvremenog doba, odnosno pojamo koji se pojavio u novije vrijeme, nego je riječ o postojanosti poduzetnika kroz dugačku povijest čovječanstva. Poduzetnički način razmišljanja je u čovjekovoj prirodi, a prema tomu poduzetništvo je prisutno od prvih civilizacija. Iako pojam poduzetništva nije bio poznat tada prvim ljudskim civilizacijama, može se vidjeti da se poduzetništvo u početku pojavljivalo kao poslovna djelatnost bez obzira što ljudi nisu bili svjesni tada pojma poduzetništva.

Škrtić i Vouk (2006) navode da su u 12. stoljeću na području Italije zabilježeni prvi znakovi trgovačkih poduzeća. Uobičajeno, prva trgovačka poduzeća obavljala su poslovne aktivnosti

koje se vežu za trgovanje životinjama, robovima i proizvodima od životinja poput meda, krzna i ostalog.

Dolazi se do zaključka da su poduzeća ključna za postojanost poduzetništva jer bez samih poduzeća ne bi došlo do poduzetništva. Prije 12. stoljeća nema službeno zabilježenih podataka koji mogu prepoznati poduzeća, ali jasno je kako su ljudi prije toga bili neslužbeno poduzetnici jer su se bavili određenim poslovnim aktivnostima s ciljem ostvarenja profita u različitim segmentima. S obzirom da su prve poslovne aktivnosti bile vezane za trgovanje raznim stvarima, može se uočiti kako se radi o preživljavanju, a ne o ostvarenju profita iz razloga što su ljudi tada nastojali preživjeti trgovanjem, odnosno robnom razmjenom. Sukladno tomu, resursi su bili znatno važniji od novca.

Poduzetništvo se po tim pojmom prvi put pojavljuje između 12. i 15. stoljeća u srednjem vijeku. Kao što je prethodno navedeno, poduzetništvo je u početku obuhvaćalo trgovanje, ali i ostale djelatnosti koje uključuju brodarstvo, gusarstvo, kreditne i mjenjačke poslove te osvajanje novih područja. Uobičajeni tipovi poduzetnika u tom vremenu bili su trgovci, feudinci, obrtnici, gusari, špekulanti i državni činovnici. Marko Polo se smatra prvim poduzetnikom iz razloga što je dokazao trgovački put koji vodi prema Dalekom Istoku. Marko Polo je prije svog polaska potpisao ugovore s bankarima i trgovcima da će im prodati njihovu robu (Šipić, 2024:9). Put prema Dalekom Istoku donio je određene benefite jer je Marko Polo za Europu otkrio Kinu i na taj način su se povezali Europa i Azija. Otkriće Azije je bilo od velike važnosti jer su Europljani dobili novu robu s kojom se prije nisu susreli, ali isto tako su proizvodi iz Europe stigli u Aziju.

Za vrijeme kasnog srednjeg vijeka poduzeća su postala samostalni gospodarski subjekti pod vlastitim nazivom, odnosno imenom. Do masovne pojave poduzetništva se čekalo do 17. stoljeća jer su se tada razvila mnogobrojna trgovačka poduzeća i razni oblici obrta. Otkrićem novih kontinenata je došlo do povećanja međunarodne trgovine, a nakon toga i preko oceanske. U 18. stoljeću dolazi do pojave specijalizacija u bankarstvu i trgovini. Novi razvoj poduzetništva dogodio se između 19. i 20. stoljeća nakon pojave industrijske revolucije jer se poduzetništvo primijenilo na nove industrije. No, nakon završetka industrijske revolucije, uloga poduzetništva se mijenjala kako se masovna proizvodnja razvijala. U tom vremenu su države imale plan da se smanji mogućnost za razvoj individualnih poduzetničkih aktivnosti (Šipić, 2024:9-10).

Šipić (2024) navodi kako je poduzetništvo dobilo na velikom intenzitetu u suvremenom dobu za vrijeme pojave tehničko tehnološke revolucije koja se dogodila krajem 20. stoljeća jer je došlo do razvoja informacijsko komunikacijske tehnologije. Osim toga, poduzetništvo je značajna ojačalo zbog propadanja socijalno društvenih uređenja te zbog toga poduzetništvo postaje osnovna gospodarska djelatnost.

Vidljivo je da je poduzetništvo kroz povijest prolazilo kroz različite faze, odnosno procese jer su pojam poduzetništva mnogobrojni autori gledali na različite načine. Moralo je proći dugo vremena da bi se došlo do pojma suvremenog poduzetništva koje ne uključuje samo trgovinske i bankarske poslove, nego i sve ostale poslove iz kojih se mogu očitati karakteristike poduzetništva. Na samom kraju dolazi se do zaključka da je poduzetništvo okosnica gospodarstva svake zemlje te je od velike važnosti jačati poduzetništvo kako bi gospodarstvo napredovalo.

3.2 Definiranje pojma

Poduzetništvo kao poslovna aktivnost prouzrokuje promjenu nadogradnjom nad postojećim vrijednostima ili novim stvaranjima, a to se ne mora nužno odnositi na ekonomiju nego može imati i širu primjenu (Šošić, 1995:9). Na poduzetništvo se treba gledati kao niz od nekoliko koraka, odnosno na neku vrstu procesa koja sadrži nekoliko faza koji uključuju osmišljavanje, pokretanje poslovne ideje, organizaciju i provedbu poslovne ideje. Poduzetnički projekti se pokreću kroz poduzeća, nebitno koliko ta poduzeća bila velika (Šošić, 1995:9). Određeni dio autora ističe kako poduzetništvo definira načine gospodarskih djelovanja, to jest što, na koji način i za koga je potrebno nešto stvoriti. Na samom kraju je to potrebno realizirati na tržištu. No, to je ovisno o poduzetniku koji na vlastitu odgovornost ulazi u posao kako bi ostvario određenu dobit.

Poduzetništvo predstavlja dinamičan proces koji omogućuje da se unaprijede i kreiraju nove vrijednosti. Ključno je prepoznati da se poduzetništvo sastoji od nekoliko procesa koji uključuje korake od dobivanja poslovne ideje, pokretanja iste, a u konačnici i njene provedbe. Poduzetnici moraju biti svjesni da se prilikom upuštanja u svijet poduzetništva nose s određenom dozom rizika, ali taj rizik je vrijedan s obzirom da ukoliko je ideja realna i ostvariva postoji mogućnost za postizanjem zadanih ciljeva koji se uobičajeno vežu za ostvarenje dobiti.

Kroz proces poduzetništva dolazi do sposobnosti razvijanja osobnog potencijala, ali i potencijala relevantnog okruženja (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011:8). Na ovaj način poduzetništvo se pretvara u pokretačku snagu koja ima utjecaj na trenutnu strukturu iz razloga što donosi inovacije na tržištu koje će zadovoljiti želje i potrebe kupaca, odnosno potrošača. Kao što je prethodno navedeno, poduzetništvo nije jednostavna poslovna aktivnost nego je to proces, a unutar tog procesa se stvara nešto vrijedno i novo na način da se posvećuje određeno vrijeme, zalaganje, trud i rad. Uz to je važno pretpostaviti da postoje mnogobrojni rizici poput financijskog, društvenog i fizičkog, ali konačna nagrada može biti u obliku novčanog zadovoljstva, neovisnosti i osobnog zadovoljstva (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011:8).

Može se uočiti kako je proces poduzetništva složen, ali u konačnici nagrada može biti od velikog značaja jer poduzetnici imaju mogućnost ostvariti veću zaradu, biti samostalni i postići osobno zadovoljstvo u smislu zadovoljstva.

Osim prethodno navedene definicije, postoje i ostali načini definiranja poduzetništva jer kako je prethodno navedeno, stručnjaci se nisu mogli dogovoriti oko formiranja jedinstvene definicije jer svaka osoba razmišlja na drugačiji način, no važno je za znati da definicije manje-više sadrže iste ključne komponente.

Škrtić i Mikić (2011) poduzetništvo definiraju kao aktivnost na osnovu koje gospodarstvo napreduje te se pridonosi stvaranju blagostanja u državi. Poduzetništvo obuhvaća nekoliko djelatnosti od kojih su najznačajnija proizvodnja, raspodjela, razmjena i potrošnja. Zbog djelovanja poduzetništva je olakšan rad poduzeća, a svakoj državi bi u cilju trebalo biti poticati razvoj poduzetništva.

Unutar pojma poduzetništva uključene su različite poslovne djelatnosti koje su orijentirane prema ulaganju i kombiniranju potrebnih resursa, stvaranju novih proizvoda, širenju na nova tržišta, pronalasku novih kupaca, upotrebe novih tehnologija i ostalog. Poduzetništvo je usko povezano s dostupnim resursima zato što dostupni resursi te ljudska inovativnost i kreativnost utječu na nivo proizvodnje određenih proizvoda i pružanja usluge (Vajić, 1994:43).

Poduzetništvo uključuje prepoznavanje prilika, prikupljanje resursa za njihovu realizaciju te stvaranje i distribuciju nove vrijednosti. U tom procesu poduzetnik je osoba koja preuzima rizik u smislu financija, vremena i ugleda (Hunjet i Kozina, 2014:6).

Poduzetništvo se može definirati kao poslovna aktivnost koju se ne povezuje s gospodarskom djelatnošću. Osim toga, pojam poduzetništvo definira određene ljudske osobine. Još jedna od čestih definicija poduzetništvo opisuje kao gospodarsku djelatnost koja na temelju

kombinacije nekoliko činitelja za posljedicu ima ostvarenje određenog rezultata (Tkalec, 2011:41).

Dolazi se do zaključka da autori, odnosno stručnjaci razmišljaju na različite načine i da pojam poduzetništva definiraju na svoj poseban način. No, može se reći da je opće prihvaćeno kako se poduzetništvo sastoji od nekoliko faza kroz koje se mora proći kako bi poduzeće konstantno napredovalo te da bi se ostvarila stabilnost poduzeća na tržištu. Osim toga, poduzeća obavljaju razne poslovne djelatnosti kako bi opstali na tržištu, a glavna karakteristika poduzetništva je da poduzetnici ulaze u svijet poduzetništva s određenom dozom rizika kako bi ostvarili svoje ciljeve.

3.3 Poduzetnik i osobine poduzetnika

S obzirom da je definiran pojam poduzetništva sada je potrebno objasniti i pojam glavne osobe koja je zaslužna za poduzetništvo – poduzetnika. Bez poduzetnika ne bi postojala ni poduzeća, a samim time ni poduzetništvo kao djelatnost. Jasno je kako je poduzetnik ključna osoba u poduzetništvu jer oni su ti koji prepoznaju prilike i preuzimaju rizike pri pokretanju poslovnih pothvata.

Poduzetnik je uobičajeno pojedinac, ali može postojati i tim ljudi koji pokreće zajedno poslovni pothvat kao tim. Važna karakteristika poduzetnika je da imaju ideju koja će biti inovativna, a poduzetnici moraju biti spremni napraviti sve kako svoju ideju pretvorili u realnu priliku. Riječ, odnosno pojam poduzetnik potječe od francuskih riječi *entre* i *prendre* što se na hrvatski jezik može prevesti kao „između“ i „uzeti“. Taj pojam (entrepreneur) se koristi za opisivanje osobe koja je spremna preuzeti rizik, odnosno koristi se za osobu koja poduzima određene poslovne radnje (Barringer i Ireland 2010:6).

Može se uočiti kako su poduzetnici osobe koje preuzimaju odgovornost za svoje postupke obavljanju određenih poslovnih aktivnosti kako bi ostvarili svoje ciljeve. Već iz prvog definiranja pojma poduzetnika se mogu vidjeti karakteristike poduzetnika koje je potrebno imati za početak upuštanja u poduzetništvo.

Prema Vukoviću (1999), poduzetnik je osoba koja je inovator te je karakteristična po tome što je hrabra, ali oprezna osoba koja je spremna ući u rizik jer ga pokreću motivi koji uključuju vjeru u uspjeh i ostvarenje dobiti. Poduzetnik također predstavlja osobu koja je inicijator novih poslovnih pothvata jer ulaže svoje vrijeme i kapital, zapošljava radnike, smišlja projekte i provodi kontrolu s ciljem maksimiziranja dobiti.

Ljudi se zbog različitih razloga odlučuju na pokretanje poslova. Određeni poduzetnici žele imati vlastitu neovisnost, neki želje učiniti svijet boljim mjestom, neki imaju odličnu poslovnu ideju koju žele ostvariti, a neki počinju iz nužde (Barringer i Ireland, 2010:7).

Gotova svaka osoba se može upustiti u poduzetništvo i postati poduzetnik. No, potrebno je ispuniti određene uvjete kako bi to poduzeće funkcioniralo. Kako bi to bilo validno, potrebno je da poduzetnik ima određene osobine koje će mu pomoći u ostvarenju svojih ciljeva. Prema tomu, ključne osobine poduzetnika za održavanje i razvoj vlastitog poslovanja su sljedeće (Kuvačić, 1998:25):

- Inovativnost,
- Uloženo vrijeme,
- Uporan rad i trud,
- Preuzimanje određene doze rizika,
- Samouvjerenost,
- Postavljanje realnih ciljeva.

Kuvačić (1998) je naveo ključne osobine poduzetnika, a kao prva osobina se navodi inovativnost jer bez inovativne i kreativne ideje poduzetnici će se teško izboriti na tržištu. Osim kreativne ideje važno je puno ulagati u početku poslovanja na način da se provodi velik broj sati rada unutar poduzeća kako bi se poduzeće istaknulo među konkurencijom. Svaki ulazak u poduzetništvo je preuzimanje rizika, ali upravo iz tog razloga poduzetnici moraju biti samouvjereni jer ukoliko poduzetnici ne vjeruju u svoju poslovnu ideju i svoje sposobnosti to može dovesti do propasti iako poduzetnik ima dobru ideju i određena znanja. Prema tomu, samouvjerenost i uloženo vrijeme su važniji od same poslovne ideje jer bez vjere u sebe te napornog rada i truda poduzeće nema mjesta na dinamičnom tržištu. Osim toga, vrlo je važno postaviti realne ciljeve koji se mogu ostvariti u određenom vremenskom razdoblju.

4. FAZE PODUZETNIČKOG PROCESA

Poduzetnički proces predstavlja proces rada na nekom poslovnom pothvatu, bilo da se radi o plasiranju postojećih proizvoda na nova tržišta, plasiranju novih proizvoda na postojeća tržišta, pružanju različitih vrsta usluga i stvaranja nove organizacije (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011:9). Kroz jedan poduzetnički proces su obuhvaćeni pronalazak, ocjena i razvijanje prilike za kreiranje novog pothvata (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011:9).

Može se reći da se poduzetnički proces sastoji od faza kroz koje prolazi poduzetnik, a fazama poduzetničkog procesa se može pristupi na linearan način ili praktično redosljedom po želji. Dolazi se do zaključka da je poduzetnički proces središte svakog poslovanja jer se pomoću poduzetničkog procesa mogu pojednostavniti individualne aktivnosti, a istovremeno se osigurava da se resursi upotrebljavaju na optimalan način. Kako bi se ostvarili zadani ciljevi, poduzetnički proces predstavlja putovanje koje će jedno poduzeće proći od trenutka kad se stvori ideja za poslovni pothvat.

Barringer i Ireland (2010) navode da su faze poduzetničkog procesa:

- Odluka o poduzetničkoj karijeri,
- Razvijanje uspješne poslovne ideje,
- Kretanje od ideje do poduzetničkog pothvata,
- Upravljanje i rast poduzetničkog pothvata.

Obradom i prolaskom kroz ove četiri faze poduzetničkog procesa poduzetnicima se omogućava da postepeno pristupe pokretanju i vođenju uspješnog poduzeća jer se na ovaj način smanjuje doza rizika, a šanse za uspjeh se povećavaju.

4.1 Odluka o poduzetničkoj karijeri

U današnjem suvremenom dobu poduzetništvo se sve više razvija, a posljedica toga je odluka ljudi da pokrenu svoja poduzeća i postanu poduzetnici, odnosno da uđu u svijet poduzetništva. Razlozi odlaska u svijet poduzetništva su mnogobrojni te variraju od osobe do osoba, no svi poduzetnici imaju isti cilj, a to je ostvarenje osobnih ciljeva koji ih vode u svakodnevne izazove.

Odluka da se postane poduzetnik može u velikoj mjeri promijeniti karijeru osobe, a prema Barringeru i Irelandu (2010:7), glavni razlozi zašto se ljudi upuštaju u svijet poduzetništva su sljedeći:

- Ostvarenje vlastitih ideja,
- Neovisnost u smislu da su sami svoji šefovi,
- Povećanje i ostvarenje dobiti,
- Nasljeđivanje značajne količine novca,
- Gubitak posla i odluka na samostalnost u zapošljavanju,
- Prepoznavanje prilike.

Barringer i Ireland (2010) su naveli samo neke od razloga zašto ljudi postaju poduzetnici i upuštaju se u poduzetništvo, no osim navedenih razloga ljudi ulaze u poduzetništvo jer imaju strast prema određenom zanimanju, žele stvoriti nešto novo, potrebno im je fleksibilno radno vrijeme, žele unaprijediti svoje vještine, imaju želju da stvore nova radna mjesta i na taj način omoguće drugim ljudima posao, žele se osobno razvijati te žele imati kontrolu nad odlukama. Nakon donese odluke da se osobe upuste u poduzetničku karijeru potrebno je imati poduzetničku ideju ili uočiti poduzetničku priliku. No, važno je znati da su ideja i prilika dva različita pojma jer poduzetnička ideja uobičajeno podrazumijeva razmišljanje o nečemu što će u budućnosti predstavljati osnovu i prvi korak pri ulasku u poduzetništvo. Poduzetnička prilika se može definirati kao skup okolnosti unutar okruženja na temelju kojih se stvara potreba za određenim proizvodom ili uslugom, to jest potreba za pokretanjem novog poslovanja (Vinšalek Stipić, 2023:33).

Dolazi se do zaključka da je glavna razlika između poduzetničke ideje i prilike u tome što poduzetnička ideja predstavlja novu zamisao za određeni proizvod, uslugu ili poslovni pothvat, a poduzetnička prilika predstavlja mogućnost za poduzimanjem određenih radnji kako bi se ostvarile vrijednosti koje vode prema ostvarenju ciljeva

4.2 Razvijanje uspješne poslovne ideje

Nakon što se donese odluka o upuštanju u poduzetničku karijeru potrebno je definirati čime se baviti, odnosno važno je za znati radi li se o stvaranju nove ideje koja će biti potrebna ili pokretanju poslovanja koje je trenutno potrebno ili će biti potrebno u nekom trenutku na tržištu.

Ključan faktor u razvoju uspješne poslovne ideje je generiranje poduzetničkih ideja i prepoznavanje poduzetničkih prilika. Kako bi se pokrenulo vlastito poslovanje potrebno je imati ideju koja će istovremeno poduzetniku donijeti zadovoljstvo i zaradu (Vinšalek Stipić, 2023:36).

Ljudi su mišljenja da poslovna ideja mora biti unikatna ili nikad prije viđena, no u realnosti ta tvrdnja nije istinita. Prava istina je da je samo mali broj poduzetničkih pothvata koji su rezultat pokretanja na temelju novih inovativnih ideja, a veliki broj poduzetničkih pothvata započinje kao ideja koja je temelja na starim provjerenim i prilagođenim idejama (Alpeza i sur., 2015:4).

Dolazi se do zaključka da se razvoj poslovne ideje može postići kroz inovativne prilagodbe postojećih rješenja, a ne nužno kroz potpuno nove i neviđene koncepte. Ključno je prepoznati poslovnu priliku i na uspješan način implementirati poslovnu ideju koja će donijeti smisao poslovanju.

Kada je riječ o razvoju poslovne ideje ne radi se samo o profesionalnoj kompetenciji, nego veliku ulogu ima i samopouzdanje. No, osim toga vrlo važnu ulogu u razvoju poslovne ideje ima situacija na tržišta jer bez obzira koliko poslovna ideja bila dobra ona neće doživjeti svoj vrhunac i propasti će zbog nezadovoljenja potrebe i interesa potrošača. Kako bi se poslovna ideja razvijala u dobrom smjeru potrebno je imati odgovor na sljedeća pitanja (Delić, Oberman Peterka i Perić, 2016:4):

- Koji proizvod ili uslugu pružiti potrošačima?
- Koja će biti ciljana grupa potrošača na tržištu?
- Hoće li i na koji način će proizvod ili usluga zadovoljiti potrebe i interese kod potrošača?
- Gdje će proizvod biti prodavan, odnosno na koji način će se usluga pružati potrošačima?

Može se uočiti kako je kombinacija profesionalne kompetencije, samopouzdanja i detaljnog istraživanja na tržištu osnova za razvoj poslovne ideje. No, također je važno za shvatiti da bez obzira koliko god poslovna ideja bila kvalitetna, njezin uspjeh će biti ovisan o sposobnostima poduzetnika koji mora imati adekvatne odgovore na prethodno navedena pitanja kako bi se prilagodio konkurentnom i dinamičnom tržištu.

4.3 Kretanje od ideje do poduzetničkog pothvata

Prema Alpeza i sur. (2014), u prošlosti, ali i u današnjem modernom vremenu velik broj ideja propadne jer ne doživi svoju realizaciju. No, glavni razlog ne ostvarenja poslovne ideje

uglavnom ne bude u poduzetniku i njegovom radu, nego u njegovoj ideji jer od samih početaka nije postojao potencijal da poslovna ideja postane poslovna prilika (Alpeza i sur., 2014). Prepoznati ideju koja ima potencijal postati poslovna prilika dolazi iz vještina poduzetnika i poduzetnog djelovanja.

Prepoznavanje i realizacija poslovnih prilika predstavlja srž poduzetničkog pothvata. Inovacija je uvijek važna, ali jednako važnu ulogu igra i kritičko razmišljanje koje će poduzetnicima omogućiti procjenu realnog potencijala. Kako bi se ostvario poduzetnički pothvat važno je da poduzetnici kombiniraju svoju radnu etiku sa strategijom i planiranjem kako bi povećali svoje šanse u realizaciji poslovne ideje.

Treća faza poduzetničkog procesa predstavlja kretanje ideje prema konačnom cilju poduzetničkog pothvata, odnosno poduzeću. Na putu prema pokretanju poduzetničkog pothvata uglavnom je potrebno imati određene izvore financiranja koji su ključni za rast poduzeća, razvoj novih ideja i nove investicijske projekte (Barringer i Ireland, 2010:299). Ulagači i zajmodavci imaju velik interes za kompanije koje financiraju što za posljedicu dovodi do toga da su u velikoj mjeri uključeni u pružanje pomoći za poduzeća koja financiraju (Barringer i Ireland, 2010:299).. Oni imaju ulogu pružati upute i smjernice, podršku, pratiti rad i nadgledati financijski dio poduzeća.

Vidljivo je kako treća faza poduzetničkog procesa naglašava važnost financiranja koja će u budućnosti biti ključna za rast i razvoj poduzeća. Osim što ulagači i zajmodavci imaju važnu ulogu u ovom procesu kroz osiguranje potrebnih sredstava, također imaju važnu ulogu i u pružanju stručne podrške.

4.4 Upravljanje i rast poduzetničkog pothvata

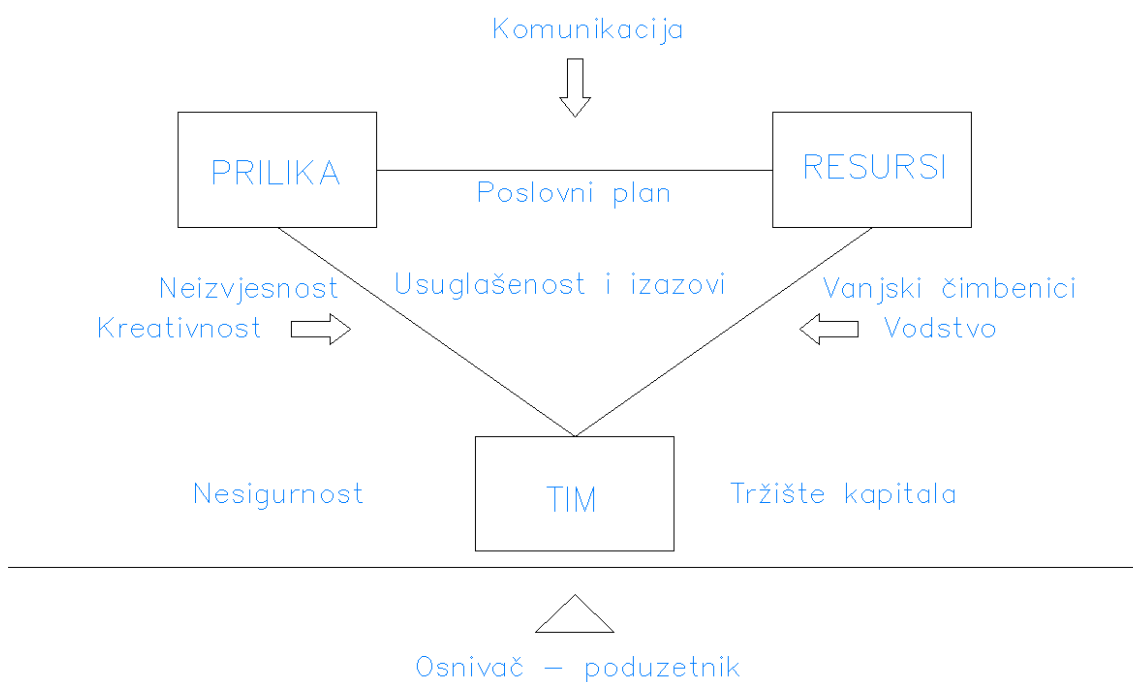
Nakon što poduzetnici službeno pokrenu svoj poduzetnički pothvat, odnosno otvore svoje poduzeće naredni korak u poduzetničkom procesu je upravljanje poduzetničkim pothvatom. Poduzetnik je dužan efikasno upravljati poduzetničkim pothvatom kroz upravljanje ljudima, procesima i rastom. Kako bi se to ostvarilo potrebno je imati određene sposobnosti kao što su vođenje, donošenje odluka, kontroliranje, izvršavanje i ostale menadžerske vještine (Vinšalek Stipić, 2023:43).

Barringer i Ireland (2010), smatraju da je posljednji čimbenik poduzetničkog procesa upravljanje i rast poduzetničkog pothvata. Za dugoročan opstanak poduzeća je ključan rast. To se može definirati kao proces koje poduzeće provodi s ciljem poboljšanja vlastitih strategija i postizanja uspjeh u određenim segmentima prema svojim trenutnim ciljevima ili potrebama. Barringer i Ireland (2010) navode da poslovni rast poduzeća predstavlja potragu za poboljšanjem te fokusiranje na ostvarenje dobiti i budućnosti poduzeća, a poslovni rast se veže za strategije i procese na osnovu kojih se konstantno poboljšava poslovanje te poticanje poduzeća na ostvarenje unaprijed zadanih ciljeva. Kako bi poslovni rast bio kontinuiran i uspješan, važno je da poduzeće napravi dobru pripremu, detaljno analizira i upozna svoje okruženje te odabere i implementira strategiju koja će donijeti rast poduzetničkog pothvata.

Upravljanje poduzetničkim pothvatom je ključan proces od trenutka osnutka poduzetničkog pothvata. Prethodno navedene menadžerske vještine su ključne za upravljanje ljudima, procesom i rastom poduzetničkog pothvata. Zbog svojih vještina poduzetnici imaju mogućnost učinkovito upravljati svojim resursima i prilagoditi se svim promjena unutar poslovnog okruženja. Potrebno je dodatno naglasiti važnost inovacija i prilagodbu promjenama za vrijeme procesa poslovnog rasta. Poduzetnici će osigurati dugoročno održivost i konkurentnost na tržištu nakon što detaljno analiziraju okruženje u kojem posluju i nakon što odaberu strategiju koja će im pomoći u ostvarenju ciljeva koji vode do rasta poduzeća.

4.5 Timmonsov model

Svako poduzeće prolazi kroz faze poduzetničkog procesa koje su prethodno navedene, a Timmonsov model poduzetništva je jedan od najpoznatijih modela za shvaćanje poduzetničkog procesa. Sljedećom slikom prikazan je Timmonsov model poduzetničkog procesa.



Slika 1. Timmonsov model poduzetničkog procesa (izvor: izrada autora prema Timmons, 1999).

Na Slici 1 vidljiv je Timmonsov model poduzetničkog procesa koji započinje s prilikom, a ne strategijom, novcem, poslovnim planom ili timom. Izvorne prilike su uobičajeno znatno veće od kapaciteta i talenta tima. Poduzetnici imaju važnu ulogu jer upravljaju raznim elementima unutar okruženja. Poduzetnik koji ima pravi tim, priliku će tražiti svjesno i na svoju volju, a kada ju pronađe oblikovati će ju u potencijal za komercijalni uspjeh (Širola, 2014:44). Kako bi se pokrenuo poduzetnički pothvat i realizirala poduzetnička prilika potrebno je da poduzetnik prikupi određene resurse koji su mu potrebni. Svi ulagači ulaze svjesno u rizik, ali za nagradu mogu ostvariti dobit. Za vrijeme pokretanja poduzetničkog pothvata poduzetnik preuzima velik rizik po pitanju osobnih sredstava, imovine, karijere, vremena i ostalog. Za vrijeme životnog vijeka poduzeća može doći do neravnoteže unutar poduzeća jer je poduzetnička prilika u početku znatno veća od početnih resursa i sposobnosti cijelog tima (Širola, 2014:44). Kroz vrijeme se tim širi i napreduje te se na taj način postiže ravnoteža između poduzetničke prilike, tima i resursa.

Timmonsov model naglašava poduzetničku priliku kao polaznu točku, a poduzetnička prilika se nalazi u središtu Timmonsovog modela kako bi ukazala prilagodljivu i dinamičnu prirodu poduzetništva. Kroz Timmonsov model poduzetničkog procesa može se na realan način razumjeti poduzetništvo jer u samom početku poduzetničkog pothvata treba postići balans između poduzetničke prilike, tima i resursa što nije jednostavno. No, kroz određeno

vremensko razdoblje kako poduzeće raste i razvija se dolazi do smanjenja neravnoteže u Timmonsovom modelu.

Timmons (1999) ističe da poduzetnik zajedno sa svojim timom mora imati vjeru u svoju ideju kako bi se ostvarili zadani ciljevi. Timmonsov model se još naziva model 4 sidra, a na temelju Timmonsovog modela se može vrednovati je li poslovna ideja uistinu prava poslovna prilika. Pitanja koja se postavljaju u Timmonsovom modelu, a na koja treba dati adekvatan odgovor koji će pomoći u boljoj analizi poduzetničkog procesa su sljedeća:

1. Kako poslovna ideja pridonosi inovaciji u vrijednosti? Na koji način poslovna ideja ima utjecaj na ciljanog potrošača?
2. Hoće li poslovna ideja riješiti određeni problem, to jest hoće li zadovoljiti neku potrebu potrošača koja do sad nije bila zadovoljena? Koju cijenu su potrošači spremni platiti?
3. Kakvo je tržište, to jest kakva se profitabilnost očekuje od poslovne ideje?
4. Ima li poduzeće zajedno sa svojim timom sve potrebne poduzetničke osobine koje će biti dovoljne za pokretanje poslovnog pothvata?

Kako bi poduzetniku bilo jasno radi li se o efikasnom poduzetničkom procesu mora imati spreman odgovor na postavljena pitanja kako bi se moglo vidjeti u kojem smjeru će se poduzetnički pothvat kretati. Kroz ova pitanja iz Timmonsovog modela može se vidjeti cjelokupni zaključak o poduzetničkom pothvatu, to jest vrijedi li poslovnu ideju pretvoriti u poslovnu priliku.

5. ANALIZA PODUZETNIČKOG PROCESA NA PRIMJERU POKRETANJA PODUZEĆA eKonTo

Kroz prethodna poglavlja teorijski je prikazano kako upuštanje u poduzetništvo sa sobom nosi prolazak kroz četiri faze poduzetničkog procesa od trenutka gdje se donosi odluka o poduzetničkoj karijeri pa sve do upravljanja i rasta poduzetničkog pothvata. Upravo će se na primjeru poduzetnice Željke Bažančik i poduzeća eKonTo napraviti analiza poduzetničkog procesa kroz provođenje intervjua s vlasnicom poduzeća i analizu istog.

5.1 Poduzeće eKonTo

Poduzeće eKonTo je knjigovodstveni servis, koji nudi razne usluge financijskog vođenja knjiga. Poduzeće obavlja profesionalne računovodstvene usluge za trgovačka društva, obrte, male poduzetnike i udruge. Prilagođava se potrebama klijenata, te pruža informacije i savjete koji olakšavaju rad klijentu uz predanost i jasnu komunikaciju. Usluge koje se pružaju su u rasponu od računovodstvenih do modernih digitalnih knjigovodstvenih usluga, izrada poslovnih planova, financijska i poslovna savjetovanja te educiranja svojih klijenata. Vlasnica poduzeća ima preko 15 godina iskustva i preko 30 stalnih klijenata (Mrežne stranice: eKonTo, 2024).

Računovodstveni obrt se nalazi u Vinkovcima, a u vlasništvu je Željke Bažančik koja ima titulu magistra ekonomije. U računovodstvenom uredu eKonTo pružaju sljedeće usluge (Mrežne stranice: eKonTo, 2024):

- a) Računovodstvene usluge – organizacija računovodstva u poslu, izrada financijskih izvješća, računovodstva malih i mikro poduzetnika, prijave novih poduzeća na poreznu i mirovinsko, izrada dokumentacije za poslovanje s inozemstvom i ostale računovodstvene usluge.
- b) Knjigovodstvene usluge – izrada financijskih izvještaja, vođenje poslovnih knjiga, porezno savjetovanje i priprema poreznih prijava, savjetovanje o poslovnim financijama te ostale financijske i knjigovodstvene usluge prema potrebama klijenata.
- c) Poslovno savjetovanje – usluga savjetovanja od strane poduzeća eKonTo je neprocjenjivanja za postojeća poduzeća i ona koja su u procesu osnivanja. Stručnjaci poduzeća pružaju detaljne smjernice i podršku koja klijentima pomaže u razvijanju i ostvarenje svoje poslovne vizije. Putem analize tržišta, strategijskog planiranja i

financijskih projekcija, eKonTo omogućuje poduzećima da postignu održiv rast i uspješno poslovanje.

- d) Porezno savjetovanje – pružaju pomoć i savjete u vezi s poreznim obvezama i propisima. Optimiziraju i planiraju porezno opterećenje te zastupaju i rješavaju sporove s poreznim tijelima.
- e) Poslovni planovi – izrađuje poslovne planove projekta s ciljem osiguranja bespovratnih sredstava i sufinanciranja što omogućuje njihovim klijentima da unaprijede vlastite poslovne aktivnosti i ostvare održivi rast. Pišu poslovne planove za kredite, samozapošljavanje, poticaje i projekte koji se financiju iz EU fondova za visoku prolaznost. Svojim klijentima nude da iskoriste priliku i ostvare poticaj od Hrvatskog zavoda za zapošljavanje u trenutku otvaranja obrta ili tvrtke.
- f) Prijava na natječaj – prate sve aktualne natječe te pripremaju dokumentaciju i prijavu. U eKonTo računovodstvenom uredu pronalaze razne mogućnosti za financiranje poslovanja poduzeća klijenta.

Priča eKonTo računovodstvenog ureda započinje 2023. godine kada je ovaj ured osnovan u Vinkovcima. Kao što je prethodno navedeno, vlasnica i voditeljica ureda je Željka Bažančik koja ima preko 15 godina radnog iskustva na poslovima voditelja računovodstva u raznim sektorima. Osim toga, vlasnica ovog računovodstvenog ureda ima certifikat voditeljice izrade i provedbe projekta koji se financiraju iz EU fondova te ima izuzetno bogato iskustvo u pisanju poslovnih planova za samozapošljavanje.

Poduzetnica Željka Bažančik se dugi niz godina bavila računovodstvom, a zbog kvalitetno obavljanog posla došle su preporuke koje su Željki omogućile dodatnu zaradu uz posao. Strast prema poslu je oduvijek postojala, a zbog povećanja prihoda, osobnog rasta i razvoja i neovisnosti otvorila se prilika za ulaskom u svijet poduzetništva.

Priča ovog računovodstvenog ureda započinje kada je Željka Bažančik odlučila pokrenuti vlastiti obrt nakon što je dugi niz godina uz radni odnos kod poslodavca pružala računovodstvene usluge obitelji i prijateljima. Vizija eKonTo računovodstvenog ureda je da se prepoznaju kao vodeći računovodstveni ured u regiji koji će svojim klijentima ponuditi prilagođena i inovativna rješenja. Klijenti su najveće zadovoljstvo i vrijednost unutar poduzeća, a u eKonTu žele pružiti najbolju uslugu uz poštivanje povjerljivosti podataka i etičkih načela (eKonTo: O nama).

5.2 Intervju

U svrhu izrade empirijskog dijela završnog rada proveden je intervju sa Željkom Bažančik, vlasnicom poduzeća eKonTo. Intervju se sastoji od 18 dubinskih pitanja.

Prvi važan korak poduzetničkog procesa je i odluka o započinjanju poduzetničke karijere. Iz tog razloga poduzetnici je postavljano pitanje o motivacija pokretanja pothvata. Kao glavnu motivaciju izdvojila je strast prema poslu, mogućnost ostvarivanja prihoda kao i mogućnost osobnog rasta i razvoja te nezavisnost. Željka Blažančik je još kao djevojčica od 15 godina bila sigurna da se želi baviti računovodstvom, a sada ima vlastiti obrt te je postigla da radi ono što voli te smatra da je posao znatno više od same obaveze.

Različiti autori su kao ključne osobine za uspjeh u poduzetništvu naveli inovativnost, uloženo vrijeme, naporan rad i trud, preuzimanje određene doze rizika, samouvjerenost, postavljanje realnih ciljeva, fleksibilnost, strast prema poslu i sposobnost donošenja odluka. Od navedenih osobina, Željka Blažančik bi u vlastitom primjeru za ulazak, ali i uspjeh u poduzetništvu istaknula naporan rad i trud, uloženo vrijeme i strast prema poslu. No, osim toga istaknula bi još tri osobine koje uključuju upornost, otpornost i financijsku pismenost.

Prije nego što se Željka odlučila na pokretanje računovodstvenog ureda, surađivala je s 15-ak klijenata kojima je pružala usluge poslovnog savjetovanja, izrade poslovnih planova te prijave na javne pozive i natječaje.

Pri osnivanju eKonTo računovodstvenog ureda, Željka nije imala neku posebnu ideju. Godinama je uz radni odnos kod poslodavca pružala usluge računovodstva najčešće prijateljima i obitelji. Ubrzo nakon toga dolazile su preporuke prema klijentima, a danas računovodstveni ured ima široku mrežu zadovoljnih klijenata, koji imaju povjerenje u njihov rad i preporučuju ih dalje.

Kao što je prethodno navedeno, ideja za otvaranje računovodstvenog ureda razvila se prirodno iz dugogodišnjeg iskustva i strasti prema računovodstvu, a Željka je imala razvijenu ideju od kad je bila djevojčica, a uz dugogodišnji rad prepoznala je priliku kada je vidjela kontinuirani rast broja klijenata i pozitivne povratne informacije.

Poduzetnica je u svom radnom odnosu kod poslodavca izrađivala poslovne planove, a isti je imala pri pokretanju poduzetničkog pothvata. Željka smatra da je poslovni plan ključan alat za uspješno pokretanje i vođenje poduzetničkog pothvata jer uključuje financijske projekcije, što pomaže u planiranju prihoda, troškova i profitabilnosti.

Pokretanje poslovanja može biti zahtjevno zbog visokih početnih troškova, no računovodstvo je djelatnost koja ima niske startne troškove pokretanja poslovanja. Za početak poslovanja bilo je potrebno osigurati uredski prostor ili barem mirnu sobu u sklopu stambenog prostora, radni stol i stolicu, računalo, pisač, skener, knjigovodstveni softver te je bilo potrebno uložiti u marketing za dobivanje prvih klijenata.

Prije samog pokretanja posla, istraživanje tržišta i konkurencije ključno je za uspješno pokretanje poslovanja. Željka je to učinila na način da je analizirala tržište, identificirala ciljnu publiku, analizirala konkurenciju, a zatim napravila SWOT analizu kako bi uvidjela snage, slabosti, prilike i prijetnje u poslovanju.

Pri pokretanju posla, Željka nije htjela preuzimati klijente od konkurencije nego se fokusirala na nove klijente koji tek ulaze u svijet poduzetništva jer je taj način pomagala novim poduzetnicima od samog početka. Upravo je na taj način ostvarila priliku za izgradnju dugoročnih odnosa.

Svaki poduzetnik pri pokretanju poduzetničkog pothvata se susreće s određenim izazovima i prilikama, a Željka se u početku suočila s financijskim izazovima, pronalasku klijenata te osobnom stresu i upravljanju s vremenom.

Niti jedan poduzetnik ne prolazi kroz isti put od razvijanja ideje do pokretanja poduzetničkog pothvata, a kod Željke se taj sastojao od sljedećih koraka

- Prepoznavanje prilike
- Pisanje poslovnog plana
- Ugovaranje suradnje s trenutnim poslodavcem na način umjesto poslodavca postane klijent
- Osiguravanje financijskih sredstava
- Registracija poslovnog subjekta
- Zapošljavanje prvog radnika

Za vrijeme pokretanja poduzeća, Željka je koristila financijske, materijalne i ljudske resurse. Ljudi kada vide uspješno poduzeće nisu svjesni kolika je odgovornost u tome. U vlastitom obrtu konstantno postoje pritisci i stresovi, a kako bi to savladala, Željka ističe da je od velike važnosti potrebno kvalitetno organizirati i planirati, delegirati zadatke te imati tjelesnu aktivnost svakodnevno.

Uspješno i kvalitetno poslovanje poduzeća nije jednostavno jer zahtjeva puno vremena i truda. Osim toga, računovodstveni ured kao što je eKonTo zahtjeva pažljivo planiranje i organizaciju.

Kako bi se zadržali postojeći i privukli novi klijenti, Željka koristi strategiju personalizirane usluge prema svakom klijentu te dodatno u cijeni računovodstvenih usluga klijentima nudi informiranje o javnim pozivima, natječajima i EU fondovima. Ključno je imati zadovoljnog klijenta jer Željka navodi da prosječno jedan zadovoljan klijent godišnje dovede 2-3 nova klijenta.

Poduzetnicima je postizanje ravnoteže između poslovnog i privatnog života je vrlo zahtjevno. No, Željka navodi da kada se posao u potpunosti uhoda da planira educirati jednog zaposlenika i na taj način sebi omogućiti više slobodnog vremena.

Željka se kao poduzetnica susrela s raznim situacijama iz kojih je izvukla brojna iskustva. Preporučuje svim novim poduzetnicima da budu spremni na rizike, uče iz pogrešaka, fokusiraju se na klijente, razmišljaju o inovativnosti, budu korak ispred konkurencije, dobro se organiziraju i kontinuirano educiraju.

5.3 Analiza intervjua

Kroz provedeni intervju prvo se može uočiti kako Željka Bažančik pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata povezuje s nekoliko čimbenika koji uključuju strast prema poslu, prihode, osobni rast i razvoj te neovisnost. Strast prema poslu u velikom broju slučajeva igra veliku ulogu iz razloga što na taj način poduzetnici imaju mogućnost ostvariti dugoročno zadovoljenje i uspjeh. Iz teorijskog dijela je dobiveno saznanje kako su prihodi i neovisnost jedni od glavnih faktora koji utječu na pokretanje poduzetničkog pothvata, a upravo to su bi jedni od čimbenika koji su motivirali Željku Bažančik na pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata.

Različiti autori su definirali mnogobrojne osobine koje su ključne za uspjeh u poduzetništvu, a od prethodno navedenih osobina, Željka Bažančik ističe naporan rad i trud, uloženo vrijeme i strast prema poslu. Strast prema poslu je upravo i jedan od razloga zašto se Željka Bažančik odlučila na upuštanje u poduzetništvu, a strast je od velike važnosti za održavanje motivacije. Vrijeme koje se uloži te naporan rad i trud su vrlo važni, a izrazito je to slučaj kada osoba ima samo znanje bez određenih resursa. No, osim toga Željka Bažančik također ističe upornost i otpornost te financijsku pismenost jer su to osobine koje su kritične za savladavanje svih prepreka i izazova te vođenja poslovanja.

Željka Bažančik pružala je usluge poslovnog savjetovanje, izrade poslovnih planova te prijave na javne pozive i natječaje s oko 15 klijenata kroz nekoliko godina prije nego što je pokrenula vlastiti obrt. Dobre preporuke od strane klijenata imale su za posljedicu povećani broj klijenata te je to dovelo do toga da se upusti u svijet poduzetništva. Shodno tomu, sama ideja za otvaranje računovodstvenog ureda došla je prirodnim putem ponajviše zbog strasti prema računovodstvu i dugogodišnjeg iskustva.

Prema Željki Bažančik, poslovni plan je ključan segment u uspješnom pokretanju i vođenju poduzetničkog pothvata. S obzirom da Željka Bažančik djeluje u području računovodstva, poslovnog savjetovanja i izrade poslovnih planova za klijente može se zaključiti kako izrada poslovnog plana za pokretanje vlastitog obrta nije bio kompleksan zadatak. Napisan je velik broj poslovnih planova za svoje klijente pri samozapošljavanju što je dodatno olakšalo proces izrade istog za vlastite potrebe.

Za pokretanje računovodstvenog ureda nisu potrebna velika novčana sredstva kao što je slučaj s nekim drugim poslovnim djelatnostima iz razloga što je potrebno imati samo uredski prostor ili sobu koja je dovoljno mirna za obavljanje poslovnih djelatnosti, radni stol i stolu, potrebnu opremu za obavljanje poslova koja uključuje računalo, pislač i skener, knjigovodstveni servis i ulaganje u marketing za dobivanje prvih klijenata. Trenutno se posao obavlja iz prostora uz obiteljsku kuću, a cilj je uskoro preseliti u poslovni prostor. Kako bi se to ostvarilo bilo je potrebno koristiti 30% sredstava iz kredita, 20% sredstava iz raznih potpora, a ostatak polovice iz vlastitih sredstava.

Za razvoj poduzetničkog pothvata od velike je važnosti znati koje klijente privući, a upravo je to Željka Bažančik napravila da način da je prepoznala njihove potrebe i preferencije. No, vrlo važnu ulogu igrala je SWOT analiza pomoću koje su se utvrdile snage, slabosti, prilike i prijetnje poduzetničkog pothvata. Ciljalo se na nove poduzetnike koji su tek ulazili u svijet poduzetništva, a upravo iz tog se htjela ostvariti pozitivna reputacija koja će za posljedicu imati rast i razvoj poduzeća.

Svaka osoba koja ulazi u svijet poduzetništva se suočava s određenim izazovima, a Željka Bažančik se suočila s financijskim izazovima na način da je bila primorana raditi od kuće zbog manjka financijskih sredstava. Osim toga izazovi su bili pronalazak klijenata te osobni stres i upravljanje s vremenom. Kroz postepeni rast poslovanja došlo je savladavanja izazova jer je ubrzo planiran ulazak u novi prostorni prostor, a glavni razlog tomu je odgovarajući pronalazak klijenata koji donosi profit.

Željka Bažančik navela je određene korake pri pokretanju poduzetničkog pothvata, a temelj su bili prepoznavanje prilike i pisanje poslovnog plana. Nakon dobro ostvarene podloge stigao je i prvi zaposlenik što govori o napretku poduzetničkog procesa jer je došlo do toga da sav posao vlasnica poduzeća nije mogla samostalno obavljati.

Najveći izazov za Željku Bažančik pri pokretanju poslovanju je bio vremenski rok jer bilo potrebno ugovoriti suradnju i prelazak na obrt s postojećim klijentima. Ključne karakteristike za rješavanje ovog izazova su bilje priprema dokumentacije i dobra organizacija što se može povezati s kvalitetnim osobinama jednog poduzetnika.

Vođenje poduzeća nije jednostavan zadatak, a vrlo je važno organizirati se i planirati unaprijed kako ne bi došlo do velikog pritiska i stresa. Osim toga, Željka Bažančik navodi da je važno baviti se određenom tjelesnom aktivnošću minimalno 1h dnevno.

Kako bi poduzeće opstalo važno je zadržati klijente, ali i privući nove. Željka Bažančik to ostvaruje na način da se nude personalizirane usluge klijentima, a ukoliko su klijenti zadovoljni to će za posljedicu imati preporuku koja će dovesti nove klijente, a samim time će doći i do povećanja profita.

Poduzetnici provode jako puno vremena u obavljanju raznih poslovnih djelatnosti, a Željka Bažančik ističe da je klijentima dostupna svakodnevno u bilo koje doba. No, tako što ne može trajati zauvijek te je plan educirati zaposlenike i ograničiti radno vrijeme kako bi vlasnica poduzeća imala više vremena za svoj privatni život.

Na temelju provedenog intervjua dolazi se do zaključka kako svaki poduzetnik ima određene izazove i prepreke koje mora savladati kako bi opstao na tržištu. Pogreške su sastavni dio poslovanja te je iz njih potrebno učiti kako bi se moglo razvijati. Kvalitetna organizacija i planiranje predstavljaju osnovu za svaki poduzetnički pothvat. Jedan od ključnih, a možda i glavnih čimbenika za uspjeh u poduzetništvu je strast prema poslu jer poduzetnici koji obavljaju svoj posao s guštom imaju veće šanse za dugoročni uspjeh. Također se kroz ovaj intervju može vidjeti put vlasnice poduzeća koja je započela s vlastitim znanjem i iskustvom, bez novčanih sredstava, a kroz priču Željke Bažančik se mogu uočiti osobine kao što su strast, upornost, financijska pismenost, organizacije, planiranje i odricanje.

6. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je prisutno od davnina, a trgovina je bila među prvim poduzetničkim aktivnostima jer su ljudi razmjenjivali određena dobra. Sam pojam poduzetništva nije složen, ali poduzetništvo kao pojava, odnosno djelatnost je izuzetno kompleksna jer procesi kroz koje poduzetnici prolaze su složeni. No, glavni razlozi za upuštanje većine poduzetnika se očituju u ostvarenju veće zarade, samostalnosti i postizanju osobnog zadovoljstva. Poduzetnici imaju određene osobine koji im pomažu da savladaju određene izazove i prepreke koji stoje na njihovom putu prema ostvarenju ciljeva. Svaki poduzetnik ima svoj poduzetnički put koji je jedinstven. Željka Bažančik, vlasnica računovodstvenog ureda eKonTo je upravo jedna od vlasnica koja je imala svoj specifičan poduzetnički put. Krenula je od nule po pitanju novčanih sredstava. No, prema ostvarenju svojih ciljeva po pitanju neovisnosti, ostvarenja profita te osobnog rasta i razvoja vodili su ju strast prema poslu, velika motiviranost i upornost. Zbog kvalitetnog obavljanja poslovanja s klijentima dolazile su preporuke koje su za posljedicu imale povećan broj klijenata što je dovelo do prelaska iz zaposlenja u vlastiti posao. U početku je bilo izazova i prepreka koje je Željka na uspješan način savladala zahvaljujući kvalitetnom planiranju, organizaciju, napornom radu i financijskoj pismenosti. Kroz određeno vrijeme dogodio se rast poslovanja što će uskoro omogućiti prelazak iz rada od kuće u ulazak u vlastiti poslovni prostor. Dolazi se do zaključka kako je sami početak svakog poduzetnika najteži jer je jako velik broj sati rada koji poduzetnici ulažu kako bi opstali na tržištu. Nakon što je to Željka ostvarila cilj je zaposliti još nekoliko osoba koje će ona educirati kako bi mogla imati ograničeno radno vrijeme i kako bi se mogla posvetiti privatnom životu. Shodno tomu, može se uočiti kako upuštanje u svijet poduzetništva ima svoje prednosti i mane jer iako poduzetništvo donosi bolju zaradu, veću neovisnost te mogućnost za obavljanjem posla koji osoba voli na način koji joj odgovara, poduzetništvo također nosi znatno veći napor, broj sati, ulaganja, stres, odricanja i slično.

7. LITERATURA

1. Alpeza, M., Delić, A., Oberman Peterka, S., Kristić, D. i Marković, N., (2014). Osmislite i provjerite svoju poduzetničku ideju; Vodič za sve one koji razmišljaju o ulasku u poduzetničke vode. Osijek: Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet.
2. Barringer, B. R. i Ireland, R. D. (2010). *Poduzetništvo: Pokretanje poslovnog poduhvata*. Tuzla: OFF-SET.
3. Delić, A., Oberman Peterka, S. i Perić, J. (2014). *Želim postati poduzetnik*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet. Dostupno na: <https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Želim%20postati%20poduzetnik.pdf>
4. Hisrich, R. D., Peters, M. P. i Shepherd, D.A. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Naklada MATE d.o.o.
5. Hunjet, A. i Kozina, G. (2014). *Osnove poduzetništva*. Varaždin: Sveučilište Sjever.
6. Kuvačić, N. (1998). *Počela poduzetništva i test poduzetničke sklonosti*. Split: Beretin.
7. Mrežne stranice poduzeća eKonTo, Dostupno na: <https://ekonto-ru.hr/> [pristupljeno 5.7.2024.]
8. Šipić, N. (2024). *Osnovne poduzetništva*. Zagreb: Poslovno veleučilište Zagreb. Dostupno na: <https://pvzg.hr/wp-content/uploads/2024/02/Osnove-poduzentistva-1.-izdanje.pdf> [pristupljeno 22.8.2024.]
9. Širola D. (2014). *Poduzetništvo*. Rijeka: Veleučilište u Rijeci.
10. Škrtić, M., Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija nakladništvo d.o.o.
11. Škrtić, M. i Vouk, R. (2006). *Osnove poduzetništva i menadžmenta*. Zagreb: Katma d.o.o.
12. Šošić, H. (1995). *Poduzetništvo*. Zagreb: Birotehnika.
13. Timmons, J.A. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Irwin-McGraw-Hill, Homewood, IL, USA.
14. Tubić, D., Bakan, R., Ciriković, E., Tolušić, E. i Špeh, I. (2016). *Uvod u poduzetništvo*. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici.
15. Vajić I. (1994). *Management i poduzetništvo*. Zagreb: Mladost d.o.o.

16. Vinšalek Stipić, V. (2023). *Poduzetničko planiranje i poslovni plan*. Gospić: Veleučilište Nikola Tesla u Gospiću.
17. Vuković, I. (1999). *Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu*. Zagreb: Dalmatina.
18. Zelenika, R. (2000). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Rijeka: Ekonomski fakultet u Rijeci.

POPIS SLIKA

[Slika 1. Timmonsov model poduzetničkog procesa](#)

14