

SAMOSTALNI PODUZETNIČKI POTHVATI I DRŽAVNE POTPORE NA PRIMJERU PODUZEĆA WOODZ PRODUCTION D.O.O.

Stepić, Ivica

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac
University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:183195>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-21**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied
Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ POSLOVNO UPRAVLJANJE

IVICA STEPIC

**SAMOSTALNI PODUZETNIČKI POTHVATI I DRŽAVNE
POTPORE NA PRIMJERU PODUZEĆA WOODZ
PRODUCTION D.O.O.**

**INDEPENDENT ENTREPRENEURIAL UNDERTAKINGS AND
STATE SUBSIDIES FOR THE EXAMPLE OF THE COMPANY
WOODZ PRODUCTION D.O.O.**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2023.

IVICA STEPIĆ

SAMOSTALNI PODUZETNIČKI POTHVATI I DRŽAVNE POTPORE NA
PRIMJERU PODUZEĆA WOODZ PRODUCTION D.O.O.

ZAVRŠNI RAD

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU

POSLOVNI ODJEL

STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ POSLOVNO UPRAVLJANJE

Kolegij: Ekonomika poduzetništva

Mentor: Andreja Primužak, dip.oec, viši predavač

Matični broj studenta: 0248036999

Karlovac, rujan 2023.

Zahvala

Zahvaljujem mentorici profesoricu Andreji Primužak, dipl.oec na mentorstvu tijekom pisanja rada i na prenesenom znanju tijekom školovanja.

Također se zahvaljujem poduzeću Woodz production na svim ustupljenim podacima koji su obrađeni u ovom završnom radu.

Sažetak

Samostalni poduzetnički pothvati igraju ključnu ulogu u gospodarskom razvoju, a državne potpore mogu biti ključno sredstvo u njihovu uspjehu. Na primjeru poduzeća Woodz Production d.o.o., može se vidjeti kako je samostalni poduzetnik omogućen da pokrene svoj posao u sektoru produkcije medija. Državne potpore, uključujući subvencije za razvoj malih i srednjih poduzeća te porezne olakšice, omogućene su tvrtki da se lakše suoči s izazovima rasta i konkurentnosti na tržištu. Ovaj primjer ilustrira važnost suradnje između privatnog sektora i države u poticanju poduzetničkih pothvata i stvaranju održivih poslovnih modela.

Ključne riječi: poduzeće, državne potpore, proizvodnja, suradnja, razvoj

Summary

Independent entrepreneurial ventures play a pivotal role in economic development, and government support can be a crucial means to their success. Using the example of the company Woodz Production Ltd., it can be observed how an independent entrepreneur was enabled to initiate their business in the media production. Government support, including subsidies for the development of small and medium-sized enterprises and tax incentives, was provided to the company to help it better address the challenges of growth and competitiveness in the market. This example illustrates the significance of collaboration between the private sector and the government in fostering entrepreneurial endeavors and creating sustainable business models.

Keywords: company, government support, manufacturing, collaboration, development

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Predmet rada | 1 |
| 1.2. Problem i cilj rada | 1 |
| 2. DRŽAVNE POTPORE ZA SAMOZAPOŠLJAVANJE | 3 |
| 2.1. Teorijski aspekt državnih potpora | 4 |
| 2.2. Državne potpore u Republici Hrvatskoj | 6 |
| 2.3. Potpore za samozapošljavanje | 9 |
| 3. MIKRO I MALO PODUZETNIŠTVO | 16 |
| 3.1. Prednosti i nedostaci | 18 |
| 3.2. Potpore mikro i malom poduzetništvu | 19 |
| 3.3. Žene poduzetnice | 21 |
| 4. SAMOSTALNI PODUZETNIČKI POTHVAT NA PRIMJERU PODUZEĆA WOODZ PRODUCTION D.O.O. | 25 |
| 4.1. Opis poduzetničkog pothvata | 25 |
| 4.2. Prijavni obrazac za primanje male potpore u svrhu samozapošljavanja | 28 |
| 4.3. Prikaz poslovnog plana | 39 |
| 4.3.1. Analiza tržišta | 40 |
| 4.3.2. Proizvodi i usluge | 47 |
| 4.3.3. Organizacija i upravljanje | 48 |
| 4.3.4. Marketing i prodaja | 50 |
| 4.3.5. Financije | 52 |
| 4.3.6. Rizici i prilike | 54 |
| 5. ZAKLJUČAK | 59 |
| POPIS LITERATURE | 61 |
| POPIS ILUSTRACIJA | 62 |

1. UVOD

Samostalni poduzetnički pothvati predstavljaju ključnu snagu gospodarstva, potičući inovacije, stvarajući nova radna mjesta i doprinoseći ekonomskom razvoju. Oni su temelj poduzetničke kulture koja potiče pojedince da pokrenu vlastite poslovne ideje i preuzmu rizik kako bi ostvarili svoje poduzetničke vizije. Biti samostalni poduzetnik zahtijeva hrabrost, odlučnost i upornost. Osoba koja se odluči krenuti u samostalni poduzetnički pothvat preuzima odgovornost za sve aspekte poslovanja – od razvoja poslovne ideje, osiguravanja financijskih sredstava, upravljanja resursima, do prodaje proizvoda ili usluga i zadovoljenja potreba klijenata. Jedna od najvećih prednosti samostalnih poduzetničkih pothvata je fleksibilnost i mogućnost brze prilagodbe promjenama na tržištu. To omogućuje poduzetnicima da reagiraju na nove trendove i zahtjeve klijenata, te da budu konkurentni na dinamičnom tržištu.

Kroz podršku i poticanje samostalnih poduzetničkih pothvata, društvo može promicati poduzetničku kulturu i stvarati održivo i dinamično poslovno okruženje. Tako se stvaraju uvjeti za razvoj novih ideja, tehnologija i poslovnih modela koji će oblikovati budućnost i donijeti koristi svima.

1.1. Predmet rada

U suvremenom poslovnom okruženju, samostalni poduzetnički pothvati igraju ključnu ulogu u poticanju gospodarskog rasta i razvoja. Ovaj diplomski rad posvećuje se proučavanju samostalnih poduzetničkih pothvata s naglaskom na primjeru poduzeća "Woodz Production d.o.o." – audiovizualne producerske tvrtke specijalizirane za filmsku produkciju, TV reklame i korporativne videozapise. Kroz analizu ovog primjera, istražuje se kako državne potpore mogu utjecati na poslovanje i rast malih i srednjih poduzeća u industriji audiovizualne produkcije.

1.2. Problem i cilj rada

Razvoj samostalnih poduzetničkih pothvata predstavlja ključan izazov za ekonomski napredak i stvaranje novih radnih mjesta. Međutim, poduzetnici se suočavaju s raznim preprekama, uključujući financijske teškoće, konkurenciju, promjene u tehnologiji i regulativi, te poteškoće u pristupu financiranju. U ovom radu istražujemo kako državne potpore i poticaji mogu olakšati poslovanje poduzeća "Woodz Production d.o.o." i potaknuti njihov rast i razvoj.

Cilj ovog diplomskog rada je analizirati različite oblike državnih potpora i poticaja koje su dostupne malim i srednjim poduzetnicima u Hrvatskoj, s posebnim fokusom na područje audiovizualne produkcije. Također, istražit će se kako su te potpore iskorištene u primjeru poduzeća "Woodz Production d.o.o.", te kako su utjecale na njihovu konkurentnost, inovativnost i tržišni položaj.

Kroz analizu relevantne literature, istraživanje slučaja poduzeća "Woodz Production d.o.o." i intervjuiranje ključnih dionika, ovaj rad ima za cilj pružiti dublje razumijevanje samostalnih poduzetničkih pothvata i uloge državnih potpora u poticanju njihovog uspjeha. Očekuje se da će dobiveni rezultati dati vrijedne uvide u važnost državne potpore za razvoj poduzetništva u audiovizualnoj industriji te doprinijeti daljnjem razvoju politika poticanja poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj.

2. DRŽAVNE POTPORE ZA SAMOZAPOŠLJAVANJE

Državne potpore za samozapošljavanje predstavljaju financijsku podršku koju vlade i druge institucije pružaju pojedincima koji žele pokrenuti vlastiti poslovni pothvat ili obrt te postati samozaposleni. Ove potpore imaju za cilj potaknuti poduzetništvo, stvaranje novih radnih mjesta i smanjenje stope nezaposlenosti. Pomoć za samozapošljavanje obično uključuje financijsku pomoć, obuku, savjetovanje i druge resurse kako bi se olakšalo uspješno pokretanje i vođenje poslovanja.¹

Neki od uobičajenih oblika državnih potpora za samozapošljavanje su²:

1. Start-up potpore: Mnoge države nude financijske potpore za osnivanje novih poduzeća. To može uključivati subvencije za kapitalno ulaganje, troškove registracije, kupovinu opreme, marketing i druge početne troškove.
2. Povoljni krediti: Države često pružaju mogućnost povoljnih kredita za samozaposlene poduzetnike kako bi im olakšale pristup kapitalu i smanjile financijski rizik u početnoj fazi poslovanja.
3. Obuka i edukacija: Poduzetnicima se često pružaju besplatni ili subvencionirani tečajevi, radionice i obuke kako bi se osposobili za vođenje poslovanja, razvili poduzetničke vještine i upoznali s relevantnim zakonima i propisima.
4. Mentorstvo i savjetovanje: Mnoge države nude mentorske programe i poslovno savjetovanje kako bi novim poduzetnicima pružile podršku i vodstvo u vođenju njihovog poslovanja.
5. Potpore za posebne skupine: Neki programi potpore usmjereni su na posebne skupine, kao što su mladi, žene, osobe s invaliditetom ili pripadnici manjinskih skupina, kako bi im se olakšalo započinjanje vlastitog posla i povećala njihova ekonomska inkluzija.
6. Porezne olakšice: Države mogu pružiti različite porezne olakšice i smanjenje poreznog tereta za samozaposlene poduzetnike, kako bi potaknule ulaganje u poslovanje i potaknule gospodarski rast.

¹ Kersan – Škabić, I. (2015) Ekonomija Europske unije, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“.

² Ibidem.

7. Podrška za inovacije: Ako je samozaposleni poduzetnik uključen u inovativni sektor ili tehnološke industrije, može imati pristup posebnim potporama za istraživanje i razvoj, tehnološke inovacije i komercijalizaciju novih proizvoda i usluga.

2.1. Teorijski aspekt državnih potpora

U mjeri u kojoj utječe na trgovinu između država članica Europske unije, državna potpora je definirana kao svaki stvarni ili potencijalni izdatak ili smanjenje državnog prihoda od strane davatelja državne potpore koji narušava ili prijeti narušiti tržišno natjecanje davanjem prednosti određenom poduzetniku ili proizvodnju određenog dobra ili usluge. Prema definiciji Europske unije, državna potpora definirana je kao potpora koja narušava ili prijeti narušavanjem tržišnog natjecanja davanjem prednosti određenim proizvođačima ili određenim proizvodima i time utječe na trgovinu između država članica. Državne potpore podliježu uredbi Europske unije o "načelnoj zabrani potpora". Ova uredba ima za cilj zaustaviti države članice u davanju subvencija koje bi ugušile tržišno natjecanje unutar EU-a i imale negativan utjecaj na ekonomske prilike građana.³

Radi zaštite potrošača, sniženja cijena roba i usluga, očuvanja unutarnjeg tržišta Europske unije te poticanja trgovine među državama članicama ovo je područje uređeno. Kao članica Europske unije, Republika Hrvatska bila je dužna uskladiti strukturu potpore s postojećim okvirom EU. Ovaj dugoročni proces usklađivanja podrazumijeva postupno ukidanje diskriminirajućih ili sektorskih subvencija i oslanjanje na horizontalne subvencije koje ne idu u korist niti jednom proizvođaču ili proizvodu.⁴

Državne potpore su metode kojima država daje financijsku pomoć određenim poduzećima ili sektorima gospodarstva, pri čemu se vodi računa o značajnim učincima državnih potpora na poslovnu konkurenciju. Državna potpora je u ovoj situaciji općenito opravdana samo ako određeni tržišni nedostatak tržište (privatni sektor) ne može uspješnije otkloniti ili ga tržište (javni sektor) ne može izravno ispraviti.

Primarni cilj državne potpore je promicanje gospodarskog rasta, osobito u industrijama koje bi bez nje teško napredovale. Državne potpore dio su politike Europske unije za očuvanje tržišnog

³ Cerovac, M. (2010) Državne potpore u Europskoj Uniji. U: Mintas Hodak, L.J., ur Europska unija, Zagreb: MATE d.o.o.

⁴ Kersan – Škabić, I.: op. cit., str. 13.

natjecanja. Područje državnih potpora uređuju akti pravne stečevine Europske unije koji su izravno primjenjivi i nadređeni hrvatskom pravu. Zakon o zadržanim potporama (Narodne novine, br. 47/2014.) uređuje državne potpore u Republici Hrvatskoj bez utjecaja na način njihova uređenja.⁵

Državne potpore imaju ključnu važnost u poduzetništvu jer pružaju potrebnu podršku i poticaj za razvoj i rast gospodarstva. One su sredstvo kojim vlade širom svijeta potiču poduzetnike i tvrtke na ulaganja, inovacije, stvaranje novih radnih mjesta te poticanje konkurentnosti na tržištu. Neki od ključnih razloga za važnost državnih potpora u poduzetništvu uključuju sljedeće⁶:

1. Poticanje ekonomske aktivnosti: Državne potpore potiču poduzetnike da investiraju u nove projekte, proizvode i usluge. To doprinosi povećanju gospodarske aktivnosti, stvaranju novih radnih mjesta i povećanju BDP-a.
2. Potpora inovacijama: Poticanje inovacija ključno je za unaprjeđenje konkurentske prednosti poduzeća i cjelokupnog gospodarstva. Državne potpore mogu financirati istraživanje i razvoj novih tehnologija i proizvoda te potaknuti implementaciju inovativnih praksi.
3. Pomoć malim i srednjim poduzećima: Državne potpore imaju poseban značaj za mala i srednja poduzeća koja često nemaju dovoljno resursa za financiranje svojih projekata. Ove potpore mogu im pomoći u prevladavanju početnih financijskih prepreka i pružiti priliku za rast i razvoj.
4. Podrška zapošljavanju: Poticanje poduzetništva znači i poticanje zapošljavanja. Državne potpore mogu potaknuti tvrtke da zapošljavaju nove radnike, što ima pozitivan utjecaj na smanjenje nezaposlenosti i povećanje životnog standarda.
5. Smanjenje regionalnih razlika: Državne potpore mogu se ciljano usmjeriti prema manje razvijenim regijama kako bi se smanjile regionalne ekonomske razlike i potaknulo ravnomjernije gospodarsko rast.
6. Potpora održivosti i zaštiti okoliša: Državne potpore mogu biti usmjerene prema projektima i inicijativama kojima se promiče održivost i zaštita okoliša. To uključuje

⁵ Cerovac, M.: op. cit., str. 21.

⁶ Arambašić, S., Čalić, A., Rupčić, L. (2013). Poduzetništvo 1. Zagreb: MATE d.o.o.

potporu projektima koji smanjuju emisije stakleničkih plinova, potiču korištenje obnovljivih izvora energije i unaprjeđuju energetska učinkovitost.

7. Povećanje konkurentnosti: Kroz pružanje potpora, države mogu poticati razvoj konkurentnih industrija i sektora. To dovodi do jačanja pozicije zemlje na međunarodnom tržištu i povećanja njezine konkurentne sposobnosti.

2.2. Državne potpore u Republici Hrvatskoj

U ovom odjeljku rada prikazat će se podaci prikupljeni sa službenih stranica Ministarstva financija Republike Hrvatske o državnim potporama od 2016. do 2020. godine. Podaci o razdobljima iza 2020. godine još uvijek nisu službeno objavljeni.

Tablica 1. Podaci o državnim potporama za zapošljavanje u Hrvatskoj od 2016. do 2020.

| Zapošljavanje | 2016 (u mil EUR) | 2017 (u mil EUR) | 2018 (u mil EUR) | 2019 (u mil EUR) | 2020 (u mil EUR) |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| A1 subvencije | 22,2 | 24,2 | 38,2 | 36,8 | 45,3 |
| UKUPNO | 22,2 | 24,2 | 38,2 | 36,8 | 45,3 |
| udio (%) u horizontalnim ciljevima | 7,65 | 8,5 | 13,76 | 13,68 | 4,69 |
| udio (%) u ukupnim potporama (bez poljoprivrede i ribarstva) | 2,59 | 2,49 | 3,28 | 3,2 | 2,54 |
| udio (%) u ukupnim potporama | 1,47 | 1,45 | 1,91 | 1,8 | 1,62 |
| udio (%) u BDP - u | 0,05 | 0,05 | 0,07 | 0,07 | 0,09 |

Izvor: Obrada autora prema podacima Ministarstva financija Republike Hrvatske

U 2020. godini, u Republici Hrvatskoj, udio potpora za zapošljavanje u ukupnim dodijeljenim potporama iznosio je 1,6 posto. Međutim, u sektoru industrije i usluga taj udio je bio nešto veći, iznosio je 2,5 posto. Horizontalne potpore u "užem smislu" činile su 4,7 posto od ukupnih potpora. Osim toga, udio potpora za zapošljavanje u BDP-u iznosio je 0,09 posto. U 2020. godini, Hrvatski zavod za zapošljavanje dodijelio je potpore u iznosu od 268,5 milijuna kuna, dok je Zavod za vještačenje, profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom dodijelio potpore u iznosu od 72,7 milijuna kuna. Oba davatelja potpora temeljila su svoje programe na Uredbi 651/2014 i njenim izmjenama i dopunama.⁷

⁷ Izvor: Ministarstvo financija Republike Hrvatske, <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/koncesije-i-drzavne-potpore/drzavne-potpore/godisnja-izvjescja-o-drzavnim-potporama/464> (Pristupljeno; 1. kolovoza 2023.)

U 2019. godini, u Republici Hrvatskoj, udio potpora za zapošljavanje u ukupnim dodijeljenim potporama iznosio je 1,80 posto. Također, udio tih potpora u sektoru industrije i usluga bio je 3,20 posto, dok je u horizontalnim ciljevima iznosio 13,68 posto. Udio potpora za zapošljavanje u BDP-u iznosio je 0,07 posto. Hrvatski zavod za zapošljavanje je u 2019. godini dodijelio ukupno 248,3 milijuna kuna subvencija za zapošljavanje. Program potpora za zapošljavanje i usavršavanje, koji je razvio Europska komisija u skladu s Uredbom 651/2014, sukladno broju prijave SA.47715, dodijelio je iznos od 17.968,50 kuna potpora u obliku subvencija samo jednom korisniku, a to je poduzetnik pod nazivom "Moja Tvoja priča."⁸ Uz to, Hrvatski zavod za zapošljavanje je temeljem Programa državnih potpora za zapošljavanje i usavršavanje, u razdoblju od 2018. do 2020. godine, dodijelio 600.382,26 kuna potpora u obliku subvencija u 2019. godini.

U 2018. godini udio potpora za zapošljavanje u ukupno dodijeljenim potporama u Republici Hrvatskoj iznosio je 1,91 posto. Udio tih potpora u ukupno dodijeljenim potporama u sektoru industrije i usluga bio je 3,28 posto, dok je u horizontalnim ciljevima iznosio oko 13,76 posto. Udio u BDP-u iznosio je 0,07 posto. Hrvatski zavod za zapošljavanje je u 2018. godini dodijelio ukupno 213,1 milijun kuna subvencija. Temeljem Programa potpora za zapošljavanje i usavršavanje u nadležnosti Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, u 2017. godini dodijeljeno je 11 milijuna kuna.⁹

U 2017. godini, udio potpora za zapošljavanje u ukupno dodijeljenim potporama u Republici Hrvatskoj bio je 1,4 posto. U sektoru industrije i usluga, taj udio iznosio je 2,42 posto. Horizontalne potpore imale su udio od oko 8 posto, dok je udio u BDP-u te godine iznosio 0,05 posto. Hrvatski zavod za zapošljavanje dodijelio je u 2017. godini 114,1 milijun kuna subvencija. To se odnosi na potpore temeljem Programa potpora za zapošljavanje i usavršavanje u nadležnosti Hrvatskog zavoda za zapošljavanje za istu godinu. Neki od korisnika ovih potpora uključuju tvrtke Bonavia d.o.o., Galeb d.d., Geodist d.o.o., Izo - Montaža d.o.o., Magma d.o.o., Metal dekor d.o.o., Metal Obad d.o.o., Pana stolarija d.o.o., Pro wood d.o.o., Rasnek d.o.o., To-ka-bu d.o.o. i Znanje d.o.o.¹⁰

U tijeku 2016. godine, Hrvatski zavod za zapošljavanje je dodijelio ukupno 118,9 milijuna kuna subvencija. Ta sredstva su uključivala iznos od 243.220,00 kuna kroz Nacionalni program za

⁸ Ibidem.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Izvor: Ministarstvo financija Republike Hrvatske, <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/koncesije-i-drzavne-potpore/drzavne-potpore/godisnja-izvjesca-o-drzavnim-potporama/464>, (Pristupljeno; 1. kolovoza 2023.)

Rome i Akcijski plan Desetljeća za uključivanje Roma 2005.-2015. Nadalje, dodijeljeno je 401.655,06 kuna na temelju Programa potpora za zapošljavanje i usavršavanje u nadležnosti Hrvatskog zavoda za zapošljavanje u 2015. godini. Također, putem Programa potpora za zapošljavanje i usavršavanje u nadležnosti Hrvatskog zavoda za zapošljavanje u 2016. godini, dodijeljen je iznos od 118,3 milijuna kuna.¹¹

Državne potpore u Hrvatskoj predstavljaju financijsku pomoć i podršku koju Vlada Republike Hrvatske pruža određenim sektorima, industrijama i poduzetnicima kako bi potaknula gospodarski razvoj, povećala konkurentnost i potaknula investicije. Ove potpore su oblik javne potrošnje i koriste se za ostvarivanje ciljeva nacionalne politike, kao što su otvaranje novih radnih mjesta, poticanje izvoza, razvoj ruralnih područja, promicanje istraživanja i inovacija te održivog razvoja.

Državne potpore u Hrvatskoj mogu se odnositi na različite sektore i industrije, a neke od najvažnijih vrsta potpora uključuju¹²:

1. Potpore za poduzetnike: Vlada pruža financijsku pomoć malim i srednjim poduzetnicima kako bi poboljšala njihovu konkurentnost i potaknula inovacije. Ovo može uključivati subvencije za otvaranje novih radnih mjesta, potpore za investicije u opremu i tehnologiju te povoljne kredite za razvoj poslovanja.
2. Potpore za istraživanje i razvoj: Hrvatska potiče istraživanje i inovacije kroz različite programe i potpore za istraživačke projekte. Ova vrsta potpore pomaže u razvoju novih tehnologija, proizvoda i usluga, te povećava konkurentnost hrvatskih tvrtki na globalnom tržištu.
3. Potpore za izvoz: Vlada pruža potpore izvozniciima kako bi povećala izvoz i proširila tržišta za hrvatske proizvode i usluge. Ovo može uključivati financijsku potporu za sudjelovanje na međunarodnim sajmovima, subvencije za marketing i promociju na stranim tržištima te potpore za razvoj i certificiranje proizvoda za izvoz.
4. Potpore za ruralni razvoj: Vlada pruža potpore za razvoj ruralnih područja kako bi potaknula gospodarsku aktivnost i očuvala ruralno naslijeđe. Ovo može uključivati

¹¹ Ibidem.

¹² Štavlić, K. (2016). Čimbenici uspješnosti mikro poduzeća u Republici Hrvatskoj, (Doctoral dissertation, Sveučilište JJ Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku).

potpore za poljoprivredu, razvoj turističke infrastrukture, podršku malim obrtnicima i poljoprivrednicima te potpore za razvoj lokalnih inicijativa i projekata.

5. Potpore za zapošljavanje i obrazovanje: Vlada pruža potpore za smanjenje nezaposlenosti i povećanje razine obrazovanja radne snage. Ovo može uključivati subvencije za zapošljavanje mladih, potpore za osposobljavanje i obuku radnika te financijsku podršku za programe obrazovanja i stručnog usavršavanja.
6. Potpore za energetska učinkovitost: Hrvatska promiče energetska učinkovitost i održivost kroz potpore za energetska obnovu zgrada, korištenje obnovljivih izvora energije i smanjenje emisija stakleničkih plinova. Ove potpore pomažu smanjenju troškova energije i očuvanju okoliša.

2.3. Potpore za samozapošljavanje

Samostalni poduzetnički pothvat predstavlja pokretanje i vođenje poslovnog projekta od strane pojedinca ili male skupine ljudi, bez formalnog zaposlenja kod drugih poslodavaca. Ova vrsta poduzetništva obuhvaća različite vrste poslovnih aktivnosti i može se odnositi na razne sektore i industrije. Samostalni poduzetnici, poznati i kao freelanceri, mikro poduzetnici, ili solo poduzetnici, preuzimaju ulogu vlasnika i operatera svog poslovanja, što im omogućuje veću autonomiju i kontrolu nad svojim radom. Pokretanje samostalnog poduzetničkog pothvata često zahtijeva hrabrost, inicijativu i poduzetnički duh. Osoba koja se odluči za ovakav pothvat mora biti samostalna, fleksibilna i spremna na preuzimanje različitih odgovornosti kako bi osigurala uspjeh svog poslovanja.¹³

Jedna od najvećih prednosti samostalnog poduzetništva je fleksibilnost. Poduzetnici mogu raditi od kuće ili iz bilo kojeg mjesta s pristupom internetu, što pruža veću radnu mobilnost. Također, mogu sami odabrati s kojim klijentima će surađivati i koji projekti im najbolje odgovaraju, što omogućuje stvaranje personaliziranog radnog okruženja. Osim toga, samostalni poduzetnici imaju mogućnost da sami odrede svoje cijene i postavljaju vlastiti raspored rada. To im omogućuje da maksimalno iskoriste svoje vještine i resurse, te ostvare potencijalno veći prihod nego što bi to bilo moguće kao zaposlenik kod drugih.¹⁴

¹³ Štavlić, K.: op. cit., str. 54.

¹⁴ Štavlić, K.: op. cit., str. 56.

Međutim, samostalno poduzetništvo također nosi i određene izazove. Na samostalnom poduzetniku je odgovornost za sve aspekte poslovanja, uključujući marketing, financije, administraciju i pružanje usluga ili proizvoda. To može zahtijevati puno vremena, truda i rada kako bi se osiguralo održavanje uspješnog poslovanja. Još jedan izazov je nesigurnost. Samostalni poduzetnici često imaju nepravilne prihode, jer ovise o projektima i klijentima koji mogu varirati u količini i frekvenciji. Stoga, važno je pažljivo upravljati financijama i imati rezervu za razdoblja s manjim prihodima.¹⁵

Važan dio uspješnog samostalnog poduzetništva je i izgradnja i održavanje mreže klijenata i poslovnih partnera. To se postiže kroz marketing, osobne preporuke i dobru reputaciju. Zadovoljstvo klijenata ključno je za dugoročni uspjeh, jer zadovoljni klijenti često dovode do ponovnih poslovnih prilika i preporuka novih klijenata. Samostalni poduzetnici moraju biti spremni i kontinuirano učiti i razvijati svoje vještine kako bi ostali konkurentni na tržištu. Brze promjene u tehnologiji, industriji i društvu zahtijevaju da poduzetnici ostanu informirani i prilagodljivi kako bi iskoristili nove prilike i izazove.

Kada nezaposlena osoba odluči pokrenuti vlastiti posao, država će joj dodijeliti potpore za samozapošljavanje, što se evidentira u evidenciji zavoda. Ova vrsta potpore usklađena je s Uredbom Komisije 1407/2013 o potporama male vrijednosti i uvrštena je u kategoriju potpora male vrijednosti. Mali iznosi bespovratnih sredstava su oni koji se daju pojedinačnim vlasnicima poduzeća tijekom trogodišnjeg razdoblja, a ne prelaze 200.000 eura, ili, u slučaju industrije cestovnog prijevoza, 100.000 eura.¹⁶

Kao jedna od devet mjera aktivne politike zapošljavanja iz djelokruga HZZ-a, potpore za samozapošljavanje namijenjene su nezaposlenim osobama iz evidencije zavoda koje su obavljale djelatnost samozapošljavanja u suradnji sa savjetnikom za samozapošljavanje, nezaposlenim osobama. koji se odluče pokrenuti vlastiti posao ulaskom u nove poslovne subjekte te poslovni subjekti koji su već dobili potporu za samozapošljavanje, a čiji su kontingent radnici nezaposleni.¹⁷

Mjera stručnog osposobljavanja za rad može se koristiti i kod korištenja potpore za samozapošljavanje. Ova mjera može se primijeniti na najviše dvije osobe koje su upisane u sustav višeg obrazovanja i dopunskih zanimanja i čije stečeno zvanje odgovara djelatnosti koju

¹⁵ Ibidem., str. 57.

¹⁶ Cerovac, M.: op. cit., str. 27.

¹⁷ Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, <https://mjere.hr/app/uploads/2022/11/PROGRAM-DRZAVNIH-POTPORA-ZA-ZAPOSLJAVANJE-I-USAVRSAVANJE-2021.-2023..pdf> (Pristupljeno: 31. srpnja 2023.)

korisnik potpore obavlja. Podnositelj je dužan u poslovnom planu obrazložiti zašto je ova mjera potrebna. Troškovnik je potrebno promijeniti kako bi odražavao propisani iznos. Nakon potpisivanja ugovora o dodjeli potpore za samozapošljavanje, odnosno u roku od šest mjeseci od potpisivanja, objavljuje se natječaj za stručno osposobljavanje.¹⁸

Primatelj potpore za samozapošljavanje može koristiti i mogućnost osposobljavanja uz rad za najviše dva zaposlenika. Korisnik također ima mogućnost korištenja potpore za zapošljavanje osposobljenih osoba nakon isteka mjere osposobljavanja na radnom mjestu. Ovo je relevantno za one s nižim obrazovanjem. Osobe sa ili bez osnovnog ili srednjeg obrazovanja. Osobe sa završenom osnovnom ili srednjom školom. Primatelj potpore za samozapošljavanje može koristiti obje navedene strategije odjednom, ali samo jednom po strategiji.¹⁹

Prije podnošenja zahtjeva za potporu male vrijednosti provodi se postupak pripreme i savjetovanja za samozapošljavanje. Nezaposlene osobe koje dobiju ovo savjetovanje dobivaju potrebnu pomoć u izradi poslovnog plana i prikupljanju potrebne dokumentacije.

Osoba koja želi koristiti sredstva potpore za samozapošljavanje mora Zavodu dostaviti sljedeću dokumentaciju²⁰:

1. Poslovni plan koji detaljno opisuje planiranu djelatnost, izvore financiranja, troškovnik i druge relevantne informacije potrebne za donošenje odluke o odobrenju.
2. Izjavu kojom potvrđuje da će koristiti potpore male vrijednosti.
3. Izjavu u kojoj navodi da nema nepodmirenih obveza prema drugim dužnicima.
4. Izjavu u kojoj prihvaća moguće posljedice ovrhe, uključujući i postojeće blokade na tekućim računima, kako bi spriječila ovrhu nad sredstvima potpore i omogućila realizaciju poslovne ideje.
5. Izjavu kojom potvrđuje da će registrirati poslovni subjekt prije nego što dobije odobrenje zahtjeva. Također, naglašava da pokretanjem postupka registracije preuzima financijski rizik u slučaju da sredstva potpore ne budu odobrena.
6. Ako je potrebno prema troškovniku, priložiti ponude ili predračune za određene stavke.

¹⁸ Kersan – Škabić, I.: op. cit., str. 30.

¹⁹ Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, <https://mjere.hr/app/uploads/2022/11/PROGRAM-DRZAVNIH-POTPORA-ZA-ZAPOSJAVANJE-I-USAVRSAVANJE-2021.-2023..pdf> (Pristupljeno: 31. srpnja 2023.)

²⁰ Cerovac, M.: op. cit., str. 60.

7. Ako je primjenjivo na vrstu djelatnosti, priložiti izjave ili predgovore o budućoj poslovnoj suradnji. Napominje se da ove dvije stavke nisu obvezna dokumentacija i ne smatraju se sastavnim dijelom potpunog zahtjeva.

Prilikom spajanja u jednu poslovnu cjelinu, svaka strana podnosi zahtjev u svoje ime koji je povezan sa zahtjevima drugih putem klase veze. Svaka nezaposlena osoba mora izraditi zaseban troškovnik koji je obavezan, a uz zahtjev prilaže i poslovni plan. Samozaposlena osoba mora uvijek držati veliku većinu poslovanja. Trgovačko društvo može imati najviše četiri člana, a zadruga najviše pet članova. Najčešći poslovni udjeli su 51% i 49% jer je udruživanje dvoje ljudi najčešći scenarij u praksi.

Osobe koje su imale registrirani obrt, trgovačko društvo ili samostalnu djelatnost dužne su prilikom podnošenja zahtjeva priložiti potvrdu o stanju neplaćenih poreza i doprinosa. Potvrda ne može biti starija od 30 dana. Zahtjev podnositelja zahtjeva za preuzimanjem postojećeg subjekta Zavod će ocijeniti na isti način kao da se radi o novom subjektu (osim OPG-a i udruga), uz uvjet da podnositelj zahtjeva postane 100% vlasnik istog subjekta i podnijeti molbu za zasnivanje radnog odnosa.²¹

Ukoliko se podnositelj zahtjeva nalazi na popisu Zavoda i sukladno Zakonu o posredovanju pri zapošljavanju (Narodne novine 16/17) ima poslovni udjel do 25% u trgovačkom društvu i želi koristiti potporu za samozapošljavanje da ga preuzme u cijelosti se potpora može dodijeliti u okviru propisanih kriterija. Zahtjeve za dodjelu bespovratnih sredstava mogu podnijeti i osobe koje žele registrirati novi poslovni subjekt ili preuzeti postojeći u kojem nisu suvlasnici uz zadržavanje dosadašnjih i zakonom dopuštenih poslovnih udjela.²²

Ukoliko je podnositelj zahtjeva obnašao funkciju direktora, odnosno bio ovlašten za zastupanje poslovnog subjekta koji želi preuzeti ili je bio zaposlenik tog poslovnog subjekta prije ulaska u evidenciju Zavoda, potpora se ne može dodijeliti. Članovi obitelji mogu stjecati postojeće poslovne subjekte samo ako sadašnji vlasnik ode u mirovinu i samo pod uvjetom da podnositelj zahtjeva stekne 100% vlasništvo nad istim subjektom.

Osoba koja želi koristiti potpore za samozapošljavanje za proširenje poslovanja mora Zavodu dostaviti sljedeću dokumentaciju²³:

²¹ Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, <https://mjere.hr/app/uploads/2022/11/PROGRAM-DRZAVNIH-POTPORA-ZA-ZAPOS LJAVANJE-I-USAVRS AVANJE-2021.-2023..pdf> (Pristupljeno: 31. srpnja 2023.)

²² Cerovac, M.: op. cit., str. 55.

²³ Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, <https://mjere.hr/app/uploads/2022/11/PROGRAM-DRZAVNIH-POTPORA-ZA-ZAPOS LJAVANJE-I-USAVRS AVANJE-2021.-2023..pdf> (Pristupljeno: 31. srpnja 2023.)

1. Popunjen zahtjev za proširenje poslovanja.
2. Izjavu kojom potvrđuje da će koristiti potpore male vrijednosti za proširenje poslovanja.
3. Izjavu u kojoj navodi da nema nepodmirenih obveza prema drugim dužnicima.
4. Izjavu kojom prihvaća moguće posljedice ovrhe u slučaju neizvršenja obveza.
5. Izjavu poslodavca koja sadrži informacije o broju zaposlenih, provedenim inspekcijskim i drugim nadzorima u proteklih 12 mjeseci te eventualnim izrečenim kaznenim mjerama, kao i kretanju broja zaposlenih unazad 12 mjeseci.
6. Popunjen obrazac poslovnog plana za proširenje poslovanja.
7. Potvrdu o stanju nepodmirenih obveza po osnovi poreza i doprinosa na dan podnošenja zahtjeva, koja ne smije biti starija od 30 dana, a mora biti ovjerena na poreznoj upravi ili sklopljen je Upravni ugovor s Poreznom upravom, ako korisnik potpore ima nepodmirenih obveza prema posebnom propisu.
8. Financijsku dokumentaciju, koja se razlikuje ovisno o obvezniku poreza:
 - Ako je obveznik poreza na dobit (trgovačka društva i fizička osoba po izjavi - obrtnici i samostalne djelatnosti), mora priložiti Godišnji financijski izvještaj poduzetnika (GFI-POD obrazac).
 - Ako je obveznik poreza na dohodak (obrnici i samostalne djelatnosti), treba priložiti Prijavu poreza na dohodak s pregledom poslovnih primitaka i izdataka, ovjerenu na poreznoj upravi.

U obrascu Troškovnik prijavitelj je dužan navesti sve troškove koje želi podmiriti bespovratnim sredstvima, a oni moraju biti u skladu s prihvatljivim troškovima. Procjena troškova ključna je komponenta poslovnog plana i trebala bi uključivati samo troškove koje podnositelj zahtjeva namjerava platiti novcem bespovratnih sredstava. Ostali troškovi koji će se plaćati samostalno ili na drugi način trebaju biti navedeni u dijelu poslovnog plana koji je za to namijenjen. Troškovnik se ne može izraditi na način da se samo navede ili izabere dio mogućih stavki koje budućem poduzetniku mogu biti potrebne tijekom godine dana.²⁴

²⁴ Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, <https://mjere.hr/app/uploads/2022/11/PROGRAM-DRZAVNIH-POTPORA-ZA-ZAPOSLJAVANJE-I-USAVRSAVANJE-2021.-2023..pdf> (Pristupljeno: 31. srpnja 2023.)

Povjerenstvo za samozapošljavanje regionalnog ureda će na temelju poslovnog plana ocijeniti održivost poslovnog koncepta i odlučiti je li trošak vozila opravdan ili ne, pod uvjetom da je takav trošak naveden u troškovniku. Poslovni subjekt primatelja subvencije za samozapošljavanje mora biti naveden na registraciji svakog vozila koje kupuje uz subvenciju. Prema Uredbi Europske komisije br. 1407/2013 potpora za kupnju vozila za cestovni teretni prijevoz nije dostupna vlasnicima tvrtki koje obavljaju prijevoz robe uz najam ili plaćanje.²⁵

Radno iskustvo u djelatnosti iz poslovnog plana prva je komponenta ocjene. Pravo na 3 boda ostvaruje osoba koja ima više godina radnog iskustva u osnovnoj djelatnosti iz poslovnog plana. Ima pravo na bod manje, odnosno dva boda ako je staž bio kraći od 24 mjeseca. Ako se radi o iskustvu u drugim djelatnostima, pristupnici mogu ostvariti samo jedan bod ako nemaju iskustva u traženoj djelatnosti. Podnositelj zahtjeva može u poslovni plan uključiti i radno iskustvo stečeno bavljenjem hobbijem, uz uvjet da to potkrijepi pisanim ili usmenim putem.

Obrazovanje ili daljnje obrazovanje u djelatnosti iz poslovnog plana još je jedan faktor koji treba uzeti u obzir pri ocjeni zahtjeva. Osobe koje imaju obrazovanje ili dodatno obrazovanje koje je usko povezano s dodatnom djelatnošću iz poslovnog plana imaju pravo na 2 boda, a osobe koje nemaju takvo obrazovanje ili dodatno obrazovanje samo na 1. Bodovi se neće dodjeljivati nikome bez obrazovanja ili obrazovanja relevantnog za djelatnost. Prilikom ocjenjivanja uzimaju se u obzir i dodatno neformalno obrazovanje i formalno obrazovanje stečeno stečenom kvalifikacijom.

Prednost pri dodjeli ove vrste potpore imaju oni koji se prvi put samozapošljavaju, dok se oni s prethodnim iskustvom u poduzetništvu negativno boduju zbog prethodnog iskustva s neodrživim poduzetništvom. Onaj tko nema prethodnog poduzetničkog iskustva dobiva dva boda. Ako je podnositelj zahtjeva imao poduzetničko iskustvo prije manje od godinu dana, izgubio bi dva boda. Osoba dobiva jedan negativan bod za svako poduzetničko iskustvo koje se dogodilo prije više od 12 mjeseci, ali prije manje od 24 mjeseca, a niti jedan za bilo koje iskustvo koje se dogodilo prije više od 24 mjeseca.

Suradnja zavoda spominje se u četvrtoj komponenti ocjene zahtjeva. Ocjenom ovog elementa promatra se sklonost stranke suradnji, razumijevanje dobivenih uputa, izvršavanje zadanih obveza, poštivanje dogovorenih uvjeta i rokova, zainteresiranost za informacije i ispitivanje, ovisnost o savjetniku prilikom ispunjavanja obrasca te općenito neovisnost. Moguće je zaraditi bodove u rasponu od -1 do 3. Poslovnim planom se utvrđuje hoće li se potpora dati, pa je on i

²⁵ Ibidem.

temelj na kojem se dodjeljuje određeni broj bodova. Prilikom ocjene zahtjeva uzima se u obzir temeljitost i razumljivost poslovnog plana. Tri boda se dodjeljuju za potpuno dovršen poslovni plan u kojem je jasno razrađena poslovna ideja. Plan koji je u potpunosti izvršen donosi dva boda, dok onaj koji je samo djelomično izvršen donosi jedan bod. Poslovni plan neće dobiti nijedan bod ako nedostaje više od 50% plana.²⁶

²⁶ Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, <https://mjere.hr/app/uploads/2022/11/PROGRAM-DRZAVNIH-POTPORA-ZA-ZAPOSLJAVANJE-I-USAVRSAVANJE-2021.-2023..pdf> (Pristupljeno: 31. srpnja 2023.)

3. MIKRO I MALO PODUZETNIŠTVO

Budući da je poduzetništvo definirano na različite načine kroz zabilježenu povijest, danas ga je teško usko definirati kao jedan koncept. To nije samo zbog povijesnog razvoja i promjena, već i zbog ključne uloge poduzetnika kao fenomenoloških tumača moderne ekonomije. Razvoj mikro poduzetništva u Hrvatskoj odigrao je značajnu ulogu u ekonomiji zemlje tijekom proteklih desetljeća. Ova vrsta poduzetništva predstavlja važan segment gospodarstva jer stvara nova radna mjesta, potiče inovacije i pridonosi lokalnom razvoju.²⁷

Mikro i malo poduzetništvo igraju ključnu ulogu u gospodarskom razvoju mnogih zemalja, uključujući i Hrvatsku. Ove vrste poduzetništva obuhvaćaju male tvrtke koje zapošljavaju ograničeni broj radnika i imaju skromnije prihode u usporedbi s većim korporacijama. Ipak, mikro i mala poduzeća čine većinu poslovnih subjekata u mnogim ekonomijama i igraju ključnu ulogu u stvaranju novih radnih mjesta, poticanju inovacija i poticanju lokalnog gospodarstva.²⁸

Postoji nekoliko ključnih obilježja mikro i malog poduzetništva²⁹:

1. Veličina: Mikro poduzeća su najmanje, često jednočlani obrti ili tvrtke koje zapošljavaju do 9 radnika. Mali poduzetnici, s druge strane, mogu zapošljavati do 50 radnika. Ovi subjekti imaju manje operativne i administrativne troškove u usporedbi s velikim tvrtkama, što im omogućuje veću fleksibilnost i bržu prilagodbu promjenama na tržištu.
2. Lokalna usmjerenost: Mikro i mala poduzeća često su usmjereni na lokalno tržište i posluju u specifičnoj regiji ili zajednici. Oni igraju važnu ulogu u očuvanju tradicije, kulture i zanatskih vještina u lokalnim zajednicama, pružajući jedinstvene proizvode i usluge koje privlače lokalne potrošače.
3. Inovacije: Unatoč njihovoj veličini, mikro i mala poduzeća često su izvori inovacija. Njihova manja struktura omogućuje bržu odluku i provedbu novih ideja i kreativnih rješenja. Ta agilnost može biti ključna za prepoznavanje novih prilika na tržištu i stvaranje konkurentske prednosti.
4. Potpora lokalnoj zajednici: Mikro i mala poduzeća obično su blisko povezana s lokalnom zajednicom u kojoj posluju. Kroz sudjelovanje u lokalnim događajima,

²⁷ Arambašić, S., Čalić, A., Rupčić, L. (2013). Poduzetništvo 1. Zagreb: MATE d.o.o.

²⁸ Ibidem.

²⁹ Ibidem.

sponzorstva, donacije i društveno odgovorno poslovanje, ona pružaju potporu i doprinose poboljšanju kvalitete života u svojoj okolini.

5. Zapošljavanje: Mikro i mala poduzeća često su glavni generatori novih radnih mjesta u ekonomiji. Kroz zapošljavanje lokalne radne snage, pomažu u smanjenju stope nezaposlenosti i potiču ekonomski rast.
6. Izazovi: Unatoč brojnim prednostima, mikro i mala poduzeća suočavaju se s različitim izazovima. Nedostatak financijskih resursa, administrativna opterećenja, nedostatak pristupa kapitalu i konkurencija s velikim tvrtkama neki su od najčešćih izazova s kojima se suočavaju ovi poduzetnici.
7. Potpora i poticaji: Kako bi potaknula razvoj mikro i malog poduzetništva, država često pruža različite potpore i poticaje. To može uključivati subvencije za zapošljavanje, povoljne kredite, porezne olakšice, potpore za istraživanje i razvoj te različite oblike obuke i edukacije za poduzetnike.

Mikro i malo poduzetništvo predstavlja srž gospodarskog ekosustava mnogih zemalja i igra važnu ulogu u poticanju inovacija, gospodarskom rastu i razvoju lokalnih zajednica. Njihova sposobnost brze prilagodbe i stvaranja lokalne vrijednosti čini ih ključnim čimbenikom održivog i dinamičnog gospodarskog razvoja.

Nakon osamostaljenja Hrvatske 1991. godine, zemlja se suočila s brojnim izazovima u gospodarskom razvoju. Tijekom devedesetih godina, bilo je poteškoća u osnivanju i vođenju poduzeća zbog političke nestabilnosti, ekonomske tranzicije i ratnih sukoba. No unatoč tim teškoćama, mnogi su hrabri pojedinci pokrenuli male obiteljske tvrtke i obrte kako bi preživjeli i osigurali svoj izvor prihoda.³⁰

U ranim godinama 21. stoljeća, Hrvatska je poduzela korake u stvaranju povoljnijeg poslovnog okruženja kako bi podržala razvoj mikro poduzetništva i općenito malog i srednjeg poduzetništva. Uvođenje različitih poticajnih mjera, smanjenje birokracije i poboljšanje poslovnih procedura omogućili su veću fleksibilnost i mogućnost rasta za mikro poduzetnike.³¹

³⁰ Bistričić, A., Agatić, (2011.), Značaj poslovanja malih i srednjih poduzeća u gospodarstvu Republike Hrvatske i gospodarstvima zemalja Europske unije. *Pomorstvo*, 25(1), 145-158., preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/69644> Pristupljeno 31.srpnja 2023.

³¹ Paunović, Z., & Prebežac, D. (2010.), Internacionalizacija poslovanja malih i srednjih poduzeća. *Market-Tržište*, 22(1).

Ulazak Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine također je otvorio nove mogućnosti za razvoj mikro poduzetništva. Kroz fondove Europske unije, mikro poduzetnici mogli su pristupiti financijskoj potpori za modernizaciju, razvoj novih proizvoda i usluga, te ulaganje u obuku i stručno usavršavanje. U posljednjim godinama, Hrvatska je svjedočila sve većem broju novih mikro poduzetnika u različitim sektorima kao što su turizam, ugostiteljstvo, kreativne industrije, tehnologija, trgovina i usluge. Ovi poduzetnici često predstavljaju srž lokalne ekonomije i potiču razvoj ruralnih područja.³²

Unatoč pozitivnim pomacima, mikro poduzetništvo u Hrvatskoj i dalje suočava s izazovima kao što su administrativni teret, nedostatak kapitala i konkurencija. Stoga je ključno da vlada i relevantne institucije nastave podržavati mikro poduzetnike kroz daljnje poboljšanje poslovnog okruženja, olakšavanje pristupa financiranju i promicanje poduzetničke kulture. Ukupno gledano, razvoj mikro poduzetništva u Hrvatskoj ima pozitivan utjecaj na gospodarstvo, zapošljavanje i inovacije, te igra važnu ulogu u stvaranju održivog i konkurentnog gospodarstva.³³

3.1. Prednosti i nedostaci

Mikro poduzetništvo ima svoje prednosti i nedostatke koji ovise o različitim čimbenicima poput tržišta, gospodarskog okruženja te vještina i ciljeva samih poduzetnika.

Prednosti mikro poduzetništva³⁴:

1. **Fleksibilnost:** Mikro poduzetnici obično imaju veću fleksibilnost u prilagodbi poslovanja i bržem donošenju odluka jer imaju manje birokracije i hijerarhije u organizaciji.
2. **Lokalna povezanost:** Mikro poduzetnici često djeluju na lokalnoj razini, što im omogućuje jaču povezanost s zajednicom i bolje razumijevanje potreba tržišta.
3. **Brza reakcija na promjene:** Zbog manje strukture i organizacije, mikro poduzetnici mogu brže reagirati na promjene na tržištu i prilagoditi se novim trendovima.
4. **Osobni pristup:** Mikro poduzetnici često pružaju osobniji pristup svojim klijentima i korisnicima, što može stvoriti jaču vezu i povjerenje.

³² Štavlić, K. (2016). Čimbenici uspješnosti mikro poduzeća u Republici Hrvatskoj, (Doctoral dissertation, Sveučilište JJ Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku).

³³ Paunović, Z., & Prebežac, D.: op. cit., str. 23.

³⁴ Arambašić, S., Čalić, A., Rupčić, L.: op. cit., str. 44.

5. Lakše prilagođavanje specifičnim tržišnim nišama: Zbog svoje manje veličine, mikro poduzetnici često mogu usredotočiti svoje poslovanje na specifične tržišne niše i pružiti prilagođene proizvode ili usluge.

Nedostaci mikro poduzetništva³⁵:

1. Financijska ograničenja: Mikro poduzetnici često imaju ograničene financijske resurse, što može otežati ulaganje u rast i razvoj poslovanja.
2. Slabija konkurentska pozicija: Zbog ograničenih resursa i veličine, mikro poduzetnici mogu imati slabiju konkurentska poziciju na tržištu u usporedbi s većim poduzećima.
3. Poteškoće u pristupu tržištu: Mikro poduzetnici mogu se suočavati s poteškoćama u pristupu većim tržištima i distribuciji svojih proizvoda ili usluga.
4. Radno opterećenje: Kao vlasnici i menadžeri svojih poduzeća, mikro poduzetnici često nose veliko radno opterećenje i odgovornost.
5. Ovisnost o vještinama vlasnika: U mikro poduzetništvu vlasnik često igra ključnu ulogu u upravljanju i poslovanju, što može predstavljati izazov u slučaju bolesti ili odsustvovanja vlasnika.

3.2. Potpore mikro i malom poduzetništvu

U Hrvatskoj nadležna ministarstva, državne organizacije, kao i zasebno po županijama, gradovima i općinama, daju bespovratna sredstva za razvoj poduzetništva. Poslovne banke, Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije ili HAMAG BICRO te Hrvatska banka za obnovu i razvitak ili HBOR, daju poduzetničke kredite uz snižene kamate. Na državnoj razini poticaji mogu doći iz saveznog proračuna ili proračuna lokalne samouprave. Proračun Europske unije koristi se za raspodjelu sredstava na nadnacionalnoj razini. Sredstva za potporu poduzetništvu namijenjena su potpori institucijama i tijelima državne i lokalne samouprave te poduzetnicima.³⁶

Poduzetnički impuls naziv je prvog ciklusa programa nacionalnog gospodarskog oporavka, navode iz Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja. Prvi ciklus natječaja, koji se održao 2012. godine, bio je usmjeren na stvaranje i korištenje inovacija, standardizaciju i znakove

³⁵ Arambašić, S., Čalić, A., Rupčić, L.: op. cit., str. 47.

³⁶ Bistričić, A., Agatić, A., & Kuzman, Z.: op. cit., str. 150.

kvalitete, gazele, poduzetnice, buduće poduzetnice, mlade zainteresirane za poduzetništvo, poduzetničko obrazovanje i cjeloživotno obrazovanje za obrtništvo. Poduzetnički impuls pokrenut je 2013. godine u skladu s Vladinim programom oporavka za razdoblje od 2011. do 2015., gdje su mjere koncentrirane na tri sektora oporavka: rast poduzetništva, napredak tehnologije, jačanje tržišne konkurentnosti i korištenje EU fondova i regionalni razvoj. Cilj je bio otprilike udvostručiti stopu rasta gospodarstva. Tijekom tog vremena stvoreni su zakoni, politike i drugi alati usmjereni na vođenje ekonomske politike i stvaranje strukture usklađene s propisima EU.³⁷

Europska strategija je proširena verzija Lisabonske strategije i namijenjena je promicanju pametnog i održivog razvoja nacija koje čine Europsku uniju, prema informacijama na web stranici Europske komisije o regionalnom i urbanom razvoju. Tri cilja kohezijske politike – konvergencija, regionalna konkurentnost i zapošljavanje te europska teritorijalna suradnja – postižu se korištenjem država, ERDF-a, ESF-a i CF-a koji su stavljeni na raspolaganje članicama.³⁸

Mikro poduzetništvo ima značajan utjecaj na hrvatsko gospodarstvo, a njegov doprinos može se promatrati iz različitih aspekata³⁹:

1. Zapošljavanje: Mikro poduzetništvo stvara nova radna mjesta i zapošljava veliki broj ljudi u Hrvatskoj. Ove male tvrtke i obrti često su ključni pokretači lokalnog zapošljavanja, posebno u ruralnim područjima gdje veći investitori možda nisu prisutni. Time mikro poduzetništvo pridonosi smanjenju nezaposlenosti i poboljšanju ekonomske stabilnosti u zemlji.
2. Poticanje inovacija i kreativnosti: Mikro poduzetnici često su inovatori u svojim sektorima. S manjim birokratskim teretom i većom fleksibilnošću, mogu brže reagirati na tržišne promjene i pružiti inovativne proizvode ili usluge koje mogu zadovoljiti posebne potrebe kupaca.
3. Razvoj lokalne ekonomije: Mikro poduzetnici obično djeluju na lokalnoj razini, surađujući s lokalnim dobavljačima i koristeći lokalne resurse. To pomaže jačanju lokalne ekonomije i održavanju gospodarske aktivnosti u manjim zajednicama.

³⁷ Štavlić, K.: op. cit., str. 51.

³⁸ Paunović, Z., & Prebežac, D.: op. cit., str. 47.

³⁹ Bistričić, A., Agatić, A., & Kuzman, Z.: op. cit., str. 152.

4. Diversifikacija gospodarstva: Prisutnost mikro poduzetništva pridonosi raznolikosti gospodarstva Hrvatske. Raznolikost sektora i industrija pomaže smanjiti rizik od ekonomske nestabilnosti te doprinosi održivom gospodarskom rastu.
5. Poticanje poduzetničke kulture: Mikro poduzetništvo može potaknuti razvoj poduzetničke kulture u Hrvatskoj. Poduzetni ljudi koji uspiju u svojim malim poslovima mogu biti inspiracija drugima da krenu u poduzetničke vode, što može potaknuti rast i razvoj malog i srednjeg poduzetništva u zemlji.
6. Prilika za društveni razvoj: Mikro poduzetništvo može imati i društveni utjecaj kroz aktivno uključivanje u lokalne zajednice, sudjelovanje u društveno odgovornim inicijativama i poticanje održivosti u poslovanju.

Unatoč pozitivnim aspektima, mikro poduzetništvo također se suočava s izazovima poput nedostatka financijskih resursa, administrativnog opterećenja i konkurencije. Stoga je važno da vlasti i institucije podrže razvoj mikro poduzetništva kroz poticajne mjere, pristup financiranju, poslovno savjetovanje i smanjenje administrativnih prepreka kako bi ovi mali poduzetnici mogli prosperirati i nastaviti pridonositi gospodarskom razvoju Hrvatske.⁴⁰

3.3. Žene poduzetnice

Ženu poduzetnicu definiramo kao osobu koja razmišlja o pokretanju posla, pokreće ga, organizira i kombinira proizvodne čimbenike, upravlja poslovanjem, prihvaća rizik i kontrolira ekonomske neizvjesnosti povezane s tim. Ženama je u tradicionalnim društvima bilo dopušteno samo raditi u kući, ali u suvremenim društvima one su sada uključene u razne ekonomske aktivnosti izvan kuće. Mnoge žene imaju inicijativu, stručno znanje i vještine za pokretanje novih poslova, ali često, za razliku od muških vlasnika poduzeća, nemaju ravnopravan pristup kreditima, obrazovanju i informacijama bez kojih je nemoguće uspješno vođenje posla. Poput svojih muških kolega, vlasnice poduzeća imaju napredne diplome, sklonost riskiranju i uspostavljen poduzetnički duh. U usporedbi s muškim kolegama, poduzetnice dublje i realnije promišljaju svoj posao. Također su skloni cijeniti tuđa mišljenja i savjete svojih vršnjaka.⁴¹

Sposobnost procjene potencijala i ciljeva žena koje su nedovoljno zastupljene u aktivnim ulogama u poslovnom svijetu omogućena je poticanjem ženskog poduzetništva. Osim toga,

⁴⁰ Paunović, Z., & Prebežac, D.: op. cit., str. 17.

⁴¹ Vuković, K. (2015). Počeci poduzetništva žena u znanstvenim i književnim djelima hrvatskih autora. Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja, Vol. 24 No. 1.

žensko poduzetništvo je ključni korak u emancipaciji žena i zaustavljanju diskriminacije žena. Žene obavljaju dvije trećine svjetskog rada, ali posjeduju samo 1% svjetskih dobara i zarađuju samo jednu desetinu globalnog prihoda. Žene imaju manji pristup obrazovanju i obuci, što utječe na njihovu sposobnost odabira zanimanja, sudjelovanja u radnoj snazi i napredovanja u karijeri.⁴²

Stil vođenja žena poduzetnica može varirati ovisno o njihovoj osobnosti, iskustvu, industriji u kojoj posluju i veličini njihovog poduzeća. Međutim, postoji nekoliko zajedničkih karakteristika koje su često prisutne kod uspješnih žena poduzetnica⁴³:

1. Empatija i komunikacija: Žene poduzetnice često pokazuju viši stupanj empatije i bolju komunikaciju s članovima svojeg tima. To može pomoći u izgradnji povjerenja među zaposlenicima te u poboljšanju suradnje i produktivnosti.
2. Odlučnost: Uspješne žene poduzetnice pokazuju visoku razinu odlučnosti u postizanju svojih ciljeva. Bez obzira na prepreke i izazove, one ostaju usredotočene i ne odustaju lako.
3. Timski rad: Upravljanje timom igra ključnu ulogu u vođenju poduzeća. Žene poduzetnice često potiču kulturu timskog rada u svojoj organizaciji, potičući suradnju među zaposlenicima i prepoznavanje njihovih doprinosa.
4. Razvijanje talenata: Žene poduzetnice obično prepoznaju važnost ulaganja u razvoj talenata svojih zaposlenika. Pružanje prilika za usavršavanje i napredovanje može motivirati i zadržati kvalitetne ljude u tvrtki.
5. Inovacija: Sposobnost inovacije i prilagodbe promjenama na tržištu ključni su za dugoročan uspjeh poduzeća. Žene poduzetnice često su otvorene novim idejama i spremne eksperimentirati s novim pristupima.
6. Sposobnost suočavanja s rizikom: Poduzetništvo uvijek nosi određeni rizik, a žene poduzetnice često su spremne preuzeti izazove i suočiti se s nesigurnošću kako bi postigle svoje ciljeve.
7. Inspiracija i mentorstvo: Mnoge žene poduzetnice postaju inspiracija drugima i često se angažiraju u mentorstvu i poticanju drugih žena da slijede svoje poduzetničke snove.

⁴² Vuković, K.: op. cit., str. 19.

⁴³ Ibidem.

Važno je napomenuti da ne postoji jedan "ispravan" stil vođenja, već svaka žena poduzetnica mora pronaći svoj vlastiti pristup koji odgovara njezinim vrijednostima, ciljevima i okolnostima. Raznolikost stilova vođenja i perspektiva među poduzetnicama može pridonijeti bogatstvu poduzetničke zajednice i potaknuti inovacije i razvoj u poslovnom svijetu.

Žensko poduzetništvo može se suočavati s različitim preprekama koje otežavaju napredak i uspjeh žena poduzetnica. Evo nekoliko ključnih prepreka koje se često spominju⁴⁴:

1. Rodne predrasude: Još uvijek postoje široko rasprostranjene rodne predrasude koje dovode do stereotipa o ulogama žena i muškaraca u poslovnom svijetu. To može utjecati na percepciju ženskih poduzetnica, smanjiti njihovu vjerodostojnost i otežati pristup financiranju ili potpori.
2. Pristup financiranju: Ženske poduzetnice često imaju poteškoća u pristupanju potrebnim financijskim sredstvima za pokretanje i razvoj svojih poduzeća. Iako se situacija poboljšava, investitori i kreditni davaoci ponekad pokazuju pristranost prema ženskim poduzetnicama.
3. Balansiranje poslovnog i obiteljskog života: Žene poduzetnice često se suočavaju s izazovom balansiranja poslovnih obveza s obiteljskim i kućanskim odgovornostima. Ovaj sukob može otežati koncentraciju na poslovne aktivnosti i dugoročni razvoj poduzeća.
4. Nedostatak mentorske potpore: Ženske poduzetnice ponekad se suočavaju s nedostatkom mentora ili uzora u poslovnom svijetu, što može utjecati na njihov rast, razvoj i samopouzdanje.
5. Sociokulturne norme: U nekim društvima postoje tradicionalne norme i očekivanja koja mogu ometati žene da se u potpunosti posvete poduzetništvu. To uključuje društveni pritisak da se žene fokusiraju na brigu o obitelji umjesto na karijeru.
6. Nedovoljna vidljivost i prepoznavanje: Ženske poduzetnice često se suočavaju s izazovom u osvještavanju javnosti o svojim uspjesima i doprinosima. Nedovoljna vidljivost može ih ometati u privlačenju klijenata, partnera i prilika.

⁴⁴ Vuković, K.: op. cit., str. 22.

7. Mreže i povezanost: Posjedovanje snažnih poslovnih mreža ključno je za razvoj i uspjeh poduzetničkog poduhvata. Međutim, žene mogu susresti poteškoće u povezivanju s relevantnim poslovnim kontaktima i pronalaženju potencijalnih partnera ili investitora.

4. SAMOSTALNI PODUZETNIČKI POTHVAT NA PRIMJERU PODUZEĆA WOODZ PRODUCTION D.O.O.

U ovom dijelu rada će se na praktičnom primjeru prikazati proces prijave za dobivanje potpore.

4.1. Opis poduzetničkog pothvata

Plan je registrirati d.o.o. s fokusom na područje audiovizualne produkcije, specifično prema NKD-u Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa (J591).

Pozadina i iskustvo obuhvaćaju rad na raznim projektima tijekom studija Produkcije na Akademiji dramske umjetnosti u Zagrebu. Ova radna iskustva omogućila su stjecanje vrednovanih znanja i vještina u struci, kao i u upravljanju timovima i ljudskim potencijalima. Posebno je značajno iskustvo na međunarodnim filmskim festivalima, koje je unaprijedilo komunikacijske vještine i znanje stranih jezika, te potaklo razumijevanje suradnje i različitosti u timskom okruženju.

Nakon završenog MA studija, sudjelovalo se u osnivanju društvenog poduzeća Izvan fokusa d.o.o., čime je proširena djelatnost udruge u profesionalnom sektoru. U tom poduzeću obnašala se funkcija izvršne direktorice, odgovorna za financijsko upravljanje, projekte, komunikaciju s klijentima te vođenje projekata u ulozi producenta. Ovo iskustvo predstavljalo je značajan korak s velikom odgovornošću prema zaposlenicima i klijentima.

Planira se fokusirati na dvije glavne djelatnosti:

1. Proizvodnja filmova i televizijskog programa: Ovdje su potencijalni klijenti javne i komercijalne televizije, a publika glavni konzument sadržaja. Filmovi će uglavnom biti sufinancirani iz javnih izvora, no također se planira pružanje usluge produkcije drugim produkcijskim kućama na projektima s različitim audiovizualnim sadržajima.
2. Proizvodnja komercijalnog sadržaja za različite klijente: Planiraju se produkcija TV reklama, digitalnog sadržaja za web i društvene mreže, korporativnih videa te usluge odnosa s javnošću i oglašavanja putem medija.

Očekuje se da će primarno poslovanje biti u Zagrebu, no zbog prirode posla i zahtjeva klijenata, postoji mogućnost proširenja poslovanja na cijelo područje Hrvatske i Europe. Također, filmska industrija u Hrvatskoj i dalje je u porastu, s dolascima stranih produkcija koje pružaju prilike za suradnju s međunarodnim timovima.

Ciljevi uključuju pronalaženje novih projekata i angažiranje mladih autora i redatelja kako bi se stvorili kvalitetni sadržaji i unaprijedila kreativnost u industriji. Potrebna je suradnja s različitim sektorima kako bi produkcija bila uspješna i finalni proizvod kvalitetan. Cilj je pokazati industriji mogućnost stvaranja sadržaja na visokoj produkcijskoj i kreativnoj razini.

Također, planira se obratiti pažnju na troškove i nabavu opreme, s fokusom na domaće tržište. Međunarodne koprodukcije mogu zahtijevati privremeni uvoz specifične opreme.

Konkurencija dolazi od drugih produkcijskih kuća u Hrvatskoj, koje također proizvode film i televizijski program. Upravo zbog toga, cilj je usredotočiti se na inovativnost i kreativnost kako bi se istaknuli na tržištu i pružila nova energija i ideje u industriji.

Planira se otvoriti platformu za mlade autore, dati im priliku za stvaranje i suradnju te promovirati umjetnički i komercijalni rad na projektima. Prilike se vide i u različitim izvorima financiranja, europskim projektima i poduzetništvu u kulturi, kako bi se podržalo poslovanje.

Osnivanje društva s ograničenom odgovornošću (d.o.o.) s fokusom na područje audiovizualne produkcije zahtijeva planiranje, pripremu i razumijevanje industrije u kojoj će poduzeće djelovati. Evo osnovnih koraka i značajki poduzetničkog pothvata osnivanja d.o.o. u području audiovizualne produkcije:

1. Poslovna ideja i planiranje: Prvi korak je definiranje poslovne ideje i ciljeva poduzeća. To uključuje odlučivanje o vrsti audiovizualne produkcije koju će poduzeće pružati, kao što su snimanje filmova, televizijskih emisija, reklama, videospotova ili animacije. Također, potrebno je napraviti poslovni plan koji će sadržavati analizu tržišta, ciljanu publiku, konkurenciju, financijske projekcije i marketinške strategije.
2. Pravna struktura i registracija: Nakon definiranja poslovne ideje, potrebno je odabrati pravnu strukturu poduzeća. Društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.) je čest izbor za male i srednje poduzetnike jer pruža ograničenu odgovornost vlasnika. Slijedi postupak registracije poduzeća kod nadležnih tijela, kao što je Agencija za trgovinu i društva.
3. Financiranje: Osnivanje audiovizualne produkcije može zahtijevati određena početna ulaganja. Potrebno je procijeniti ukupne troškove za opremu, prostor, licenciranje, marketing, plaće zaposlenika i ostale operativne troškove. Financiranje se može ostvariti iz vlastitih sredstava, poslovnih partnerstava, kreditnih linija ili potencijalnih investitora.

4. Oprema i resursi: Audiovizualna produkcija zahtijeva posebnu opremu i tehničke resurse za snimanje, montažu, obradu zvuka i vizualnih efekata. Potrebno je nabaviti kvalitetnu opremu i angažirati stručni kadar s iskustvom u audiovizualnoj produkciji.
5. Marketing i distribucija: Nakon proizvodnje sadržaja, potrebno je usmjeriti marketinške aktivnosti kako bi se privukla ciljana publika. Distribucija može biti putem televizijskih kanala, online platformi, filmskih festivala ili prodajom licenci.
6. Osiguranje kvalitete: Osiguranje kvalitete proizvedenog sadržaja ključno je za održavanje reputacije i stvaranje povjerenja s klijentima i publikom. Redovito prikupljanje povratnih informacija i prilagodba procesa produkcije prema tim saznanjima bit će važan dio poslovanja.

Osnivanje d.o.o. u području audiovizualne produkcije je zahtjevan pothvat, ali uz kvalitetan poslovni plan, stručni kadar i posvećenost, može dovesti do uspješnog poslovanja u rastućoj industriji zabave i medija.

Poduzetnički pothvat za "Woodz production d.o.o." je stvaranje inovativne i visoko kvalitetne audiovizualne produkcije koja će se istaknuti na tržištu filmske produkcije, videoprodukcije, postprodukcije i srodnih usluga. Tvrtka ima za cilj postati vodeća produkcijska kuća koja će pružati kreativne i jedinstvene audiovizualne sadržaje za širok spektar klijenata, uključujući filmske studije, marketinške agencije, televizije, brendove i umjetnike. Evo detaljnog opisa ovog poduzetničkog pothvata:

1. Vizija tvrtke "Woodz production d.o.o." je postati prepoznata i cijenjena produkcijska kuća koja stvara vrhunske audiovizualne sadržaje koji inspiriraju, zabavljaju i potiču gledatelje. Tvrtka teži ostvariti globalni utjecaj na industriju i postati pouzdan partner za klijente koji traže inovativne i visokokvalitetne sadržaje.
2. Misija tvrtke je pružiti kreativne i profesionalne usluge u svim aspektima audiovizualne produkcije. Odlučni smo u ostvarivanju ciljeva naših klijenata i potičemo inovacije kako bismo uvijek bili korak ispred konkurencije. Strast prema stvaranju nezaboravnih audiovizualnih iskustava glavni je pokretač našeg rada.
3. Vrijednosti:
 - Kreativnost: Potičemo kreativnost i originalnost u svakom projektu, težimo inovativnim rješenjima i novim pristupima u audiovizualnoj produkciji.

- Kvaliteta: Stremimo izvrsnosti u svemu što radimo, počevši od konceptualizacije, snimanja, montaže do konačnog proizvoda.
- Pouzdanost: Držimo se visokih standarda profesionalnosti i pouzdanosti u suradnji s klijentima, partnerima i zaposlenicima.
- Timski rad: Vjerujemo u snagu suradnje i podržavamo timski rad kako bismo postigli najbolje rezultate.
- Društvena odgovornost: Svojim djelovanjem težimo promicati društveno odgovorno poslovanje i pozitivan utjecaj na zajednicu.

4. Ciljevi:

- Izgraditi prepoznatljivo ime i brend u industriji audiovizualne produkcije.
- Diversificirati portfelj klijenata kroz suradnju s filmskim studijima, marketinškim agencijama, televizijama i drugim kreativnim partnerima.
- Povećati globalnu prisutnost i osvajati nove tržišne udjele.
- Neprestano ulagati u obuku i razvoj zaposlenika kako bi zadržali vrhunsku kvalitetu proizvoda i usluga.
- Aktivno pratiti trendove u industriji i pratiti najnovije tehnologije kako bi se ostalo inovativno i konkurentno.

4.2. Prijavni obrazac za primanje male potpore u svrhu samozapošljavanja

Prijavni obrazac za dobivanje potpore je službeni dokument koji poduzetnici i organizacije koriste kako bi se kvalificirali i prijavili za financijsku potporu, stipendije ili druge vrste potpora koje nude državne institucije, nevladine organizacije, zaklade ili privatni sektor.

Ovi obrasci obično sadrže pitanja i zahtjeve koji traže detaljne informacije o poduzetničkoj ideji, projektu ili inicijativi za koju se traži potpora. Svaki prijavni obrazac može se razlikovati u smislu sadržaja, oblika i zahtjeva ovisno o vrsti potpore, instituciji koja nudi potporu i ciljevima programa.

Slika 1. Prijavni obrazac

Zahtjev za dodjelu potpore male vrijednosti u svrhu samozapošljavanja
Rok za predaju zahtjeva je istekao 31.10.2022..

Zahtjev Detalji Uputstva

Podaci o podnositelju zahtjeva

Opći podaci o budućem poslovnom subjektu

Poslovni plan

Troškovnik

Prilozi

| Naziv | Obavezan | Datoteka |
|--|----------|------------------|
| Potvrda o blokadi računa i novčanih sredstava ovršenika na osobno ime podnositelja zahtjeva, ne starija od 7 dana (potvrdu izdaje FINA na zahtjev osobe i bez naplate) | ✓ da | Potvrda Fina.pdf |

i

| Naziv | Obavezan | Datoteka |
|---|----------|---|
| Ponude/predračuni po stavkama troškovnika | ✗ ne | Ponuda_iStyle.pdf Ponuda_Mikronis.pdf IKEA_radni_stol.png IKEA_uredska_stolica.png |

i

| Naziv | Obavezan | Datoteka |
|--|----------|---|
| Ostali prilozi (dokazi o formalnom/neformalnom radnom iskustvu, obrazovanj, pismo namjere,...) | ✗ ne | Uvjerenje o završenom studiju.jpeg IFU-024-03072020 Ugovor o radu na neodređeno Adrijana Prugovečki POTPISANI.pdf IFU-010-22032019 Ugovor o radu Adrijana Dimić.pdf ADU_ljetni 2022.pdf ADU_zimski 2022.pdf Kinorama Ugovor.pdf Pismo namjere_Kinorama.pdf Pismo namjere - Castor Multimedia.pdf Pismo namjere_Degordian.pdf OBJAŠNJENJE TROŠKOVNIKA_Adrijana Prugovečki.pdf |

Izvor: Hrvatska gospodarska komora.

Prije popunjavanja obrasca, uvijek je važno pažljivo pročitati upute koje prate prijavni obrazac kako bi se osiguralo da se popune sve potrebne informacije na ispravan način. U nastavku su opisani uobičajeni elementi koji se mogu pronaći u prijavnom obrascu:

1. Osobni podaci: Ovo uključuje ime, prezime, adresu, broj telefona, e-adresu i druge identifikacijske informacije.
2. Podaci o poslovnoj ideji: Trebat će se opisati poslovnu ideju i planirane aktivnosti vezane uz samozapošljavanje. To uključuje vrstu poslovanja, ciljeve, ciljanu publiku, konkurenciju, marketinšku strategiju i financijske projekcije.

3. **Obrazovanje i iskustvo:** Navodi se obrazovna pozadina, stručna sprema i bilo kakvo relevantno iskustvo koje kandidat posjeduje u industriji ili poslovnom području koje želi pokrenuti.
4. **Financijski podaci:** Ovo uključuje informacije o financijskim sredstvima, uključujući osobne uštedevine i potencijalna druga financijska sredstva koja se planiraju koristiti za pokretanje poslovanja.
5. **Poslovni plan:** Obično se traži da se priloži poslovni plan koji detaljno opisuje poslovnu ideju, tržište, konkurenciju, financijske projekcije, marketinšku strategiju, organizacijsku strukturu i druge ključne aspekte poslovanja.
6. **Potrebna dokumentacija:** Prijavni obrazac može zatražiti dodatnu dokumentaciju kao što su osobni dokumenti, potvrde o obrazovanju, izvještaji o financijskom stanju, poslovne reference itd.
7. **Izjava o prihvaćanju uvjeta i obveza.**

Slika 2. Opis poduzetničke ideje unutar obrasca

IV

Zahtjev Uputstva

Podaci o budućem poduzetniku i poslovnom subjektu

Predmet poslovanja

Struktura ulaganja

Procjena tržišta i konkurencije

Procjena prihoda

Procjena troškova poslovanja

Očekivana dobit/dohodak

Navedite koju vrstu poslovnog subjekta namjeravate registrirati i za koju djelatnost

Planiram registrirati d.o.o., za poslovanje u području audiovizualne produkcije, prema NKD-u Proizvodnja filmova, videofilmova i

Opišite kako ste došli na ideju o pokretanju vlastitog posla te povežite s dosadašnjim radnim iskustvom. Navedite zašto smatrate da Vi (i Vaši poslovni partneri) imate znanje i sposobnost da predloženu poslovnu inicijativu učinite uspješnom.

Još za vrijeme studija Produkcije na Akademiji dramske umjetnosti Sveučilišta u Zagrebu, preko studentskog ugovora radila sam na brojnim projektima. Na taj način sam stjecala vrijedna radna iskustva i proširivala znanja ne samo iz struke, već i iz ostalih područja koja su mi uvelike pomogla da razumijem radne procese, rad u timu, ali i upravljanje ljudskim potencijalima. Posebno su mi značajna bila iskustva na međunarodnim filmskim festivalima (Four River Film Festival, Nordic Youth Film Festival, Foto dani mladih i Brač Film Festival) na kojima sam usavršavala komunikacijske vještine i znanje stranih jezika, ali i naučila raditi u velikom međunarodnom timu, poštivati različite kulture i različitosti, biti na raspolaganju unutar tima za sve zadatke.

Opišite detaljno vrstu proizvoda i/ili usluge koju planirate ponuditi tržištu te pojasnite na kojoj lokaciji namjeravate obavljati djelatnost. Ukoliko planirate obavljati više djelatnosti, navedite pojedini za svaku od njih.

Primarno, novoosnovano poduzeće baviti će se proizvodnjom filmova i televizijskog programa. Uz tu primarnu djelatnost vežu se i djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa, djelatnosti distribucije filmova, pa prema potrebi i emitiranje programa. Sekundarno, zbog prirode posla, moguće je da će novoosnovano poduzeće imati potrebu za izdavanjem knjiga, novina ili različitih publikacija, u svrhu promocije filmova ili proizvedenog audiovizualnog sadržaja. Također, zbog promocije proizvedenih djela, moguće je da će se novoosnovano poduzeće baviti odnosima s javnošću, djelatnostima promocijske i odličnijske prirode. Ciljka produkcija završava uključujući velik broj sastava, pa je prilika.

Bavi li se netko u vašoj obitelji (ili se unazad 12 mjeseci bavio) istom/srodnom djelatnošću?

Da Ne

Ukoliko je odgovor DA, molimo u nastavku navedite podatke o obiteljskom poslovnom subjektu.

Naziv

OIB

Adresa

Djelatnost

Procjenjujete li da ćete u prvoj godini poslovanja imati potrebu za zapošljavanjem drugih radnika?

Da Ne U ovom trenutku ne mogu procijeniti

Molimo da obrazložite odgovor.

U ovom trenutku mislim da ću za vrijeme prve godine poslovanja biti jedina prijavljena osoba na Ugovor o radu. Ipak, ukoliko se

Izvor: Hrvatska gospodarska komora

Opisivanje poduzetničke ideje u prijavnom obrascu za dobivanje potpore ima nekoliko ključnih razloga:

1. **Jasnoća i razumljivost:** Dobivanje potpore često zahtijeva natječaj ili ocjenjivanje od strane institucija ili organizacija. Jasan opis poduzetničke ideje omogućuje ocjenjivačima da razumiju svrhu, ciljeve i inovativnost vašeg projekta bez nepotrebnih nedoumica.
2. **Vjerodostojnost i pouzdanost:** Kvalitetno opisana poduzetnička ideja pokazuje vašu stručnost, znanje i predanost projektu. Daje dojam da ste dobro promislili svoju ideju i da imate jasnu viziju kako je provesti u djelo.

3. Procjena izvedivosti: Opisivanje poduzetničke ideje pomaže vam bolje razumjeti izvedivost vašeg projekta. Dokumentiranje koraka koje planirate poduzeti, izazova koje možete susresti i resursa koje vam trebaju, pomaže vam identificirati potencijalne poteškoće i razmisliti o načinima kako ih prevladati.
4. Povećanje konkurentske prednosti: Kvalitetno opisanu poduzetničku ideju vjerojatno će ocjenjivači prepoznati kao obećavajuću i inovativnu. To povećava vaše šanse da dobijete potporu, posebno ako je raspoloživih sredstava ograničeno i postoji konkurencija za dobivanje istih potpora.
5. Pružanje smjernica: Opis poduzetničke ideje pruža smjernice i plan kako ćete koristiti dobivene potpore. Jasnije definiranje ciljeva, aktivnosti i očekivanih rezultata omogućuje donositeljima odluka da bolje procijene koliko će potpora doprinijeti vašem poslovanju ili projektu.
6. Praćenje i evaluacija: Opis poduzetničke ideje postaje referentni dokument koji možete koristiti za praćenje napretka projekta i njegove uspješnosti. To vam omogućuje da provjerite jesu li ostvareni ciljevi iz prijave i kako se projekt razvija tijekom vremena.

Ukratko, opisivanje poduzetničke ideje u prijavnom obrascu za dobivanje potpore pruža temelj za dobar projekt i važan je korak u procesu apliciranja za potpore. Kvalitetno napisan opis pomaže vam izdvojiti se u konkurenciji i povećava šanse za dobivanje potrebne financijske podrške za vaš poslovni pothvat.

Slika 3. Prikaz plana ulaganja

Poslovni plan
Rok za predaju zahtjeva je istekao 31.10.2022..

Zahtjev Uputstva

Podaci o budućem poduzetniku i poslovnom subjektu

Predmet poslovanja

Struktura ulaganja

Procjena tržišta i konkurencije

Procjena prihoda

Procjena troškova poslovanja

Očekivana dobit/dohodak

Navedite u što namjeravate uložiti sredstva u prvoj godini poslovanja – to mogu biti osnovna sredstva i oprema (navesti koja)

Tablica 1.1. - Ulaganja sredstvima HZZ-a

| Vrsta ulaganja | Iznos | |
|---|-----------------|--|
| Doprinosi za rad direktora (kroz period od godinu dana) | 29661,12 | |
| Najam prostora (kroz period od godinu dana) | 24000,00 | |
| Dizajn vizualnog identiteta | 7000,00 | |
| Trošak knjigovodstva (kroz period od godinu dana) | 9600,00 | |
| IT oprema (prijenosno računalo, eksterni SSD diskovi) | 20332,40 | |
| Radni stol i stolica | 4798,40 | |
| Ukupno | 95391,92 | |

[Dodaj novi red](#)

Navedite u što namjeravate uložiti sredstva iz drugih izvora financiranja u prvoj i drugoj godini poslovanja – to mogu biti osnovna sredstva i oprema (navesti koja), materijal i sirovina potrebni za rad, vozilo, oprema za uređenje prostora, edukacije i sl. Navedene stavke navesti u tablice s obzirom na izvor financiranja.

Tablica 1.2. - Ulaganja sredstvima iz drugih izvora financiranja

| Vrsta ulaganja | Iznos | |
|---|-----------------|--|
| Izrada web stranice | 8000,00 | |
| Arhiva za pohranu materijala | 25000,00 | |
| Stolice za sobu za sastanke | 3452,80 | |
| Monitor | 3500,00 | |
| Izrada materijala za promidžbu (rokovnici, majice, vizitke) | 8500,00 | |
| Ukupno | 48452,80 | |

[Dodaj novi red](#)

Izvor: Hrvatska gospodarska komora

Plan ulaganja ima ključnu važnost jer se putem njega osigurava financijska održivost i postizanje uspjeha poslovnog poduhvata. Evo nekoliko razloga zašto je važno da plan ulaganja bude prikazan:

- **Financijska transparentnost:** Pomoću plana ulaganja pruža se jasna slika o tome kako će se raspolagati financijskim sredstvima koja su potrebna za pokretanje i vođenje poslovanja. Time se osigurava transparentnost i odgovornost u upravljanju financijama.
- **Procjena potrebnih sredstava:** Kroz plan ulaganja identificira se koliko će sredstava biti potrebno za pokretanje poslovanja, uključujući troškove za opremu, inventar,

marketing, plaće zaposlenika, najam prostora i druge operativne troškove. Na temelju tog plana može se procijeniti ukupna potreba za financiranjem.

- Vrednovanje isplativosti: Pomoću plana ulaganja može se procijeniti očekivani prihod i rashod tijekom početnog razdoblja poslovanja. To pomaže u procjeni isplativosti poslovnog poduhvata i donošenju informirane odluke o njegovoj održivosti.
- Privlačenje investitora i kreditora: Ako se planira traženje financiranja od investitora ili kreditora, detaljan plan ulaganja ima ključnu važnost. Investitori i kreditni davaoci žele jasno razumjeti kako će se koristiti njihova sredstva i kakav povrat mogu očekivati.
- Rukovođenje poslovanjem: Plan ulaganja postaje važan alat u vođenju poslovanja jer pomaže praćenju postignutih ciljeva i procjeni napretka prema njima. Uz plan ulaganja, moguće je analizirati financijske rezultate i donositi informirane odluke o prilagodbi poslovnih strategija.
- Smanjenje rizika: Prikazivanjem plana ulaganja omogućuje se identifikacija mogućih financijskih rizika i razmišljanje o strategijama za njihovo ublažavanje. Na taj način, moguće je smanjiti neizvjesnost i povećati šanse za uspješno vođenje poduzeća.

Slika 4. Očekivana dobit

Zahtjev Uputstva

Podaci o budućem poduzetniku i poslovnom subjektu

Predmet poslovanja

Struktura ulaganja

Procjena tržišta i konkurencije

Procjena prihoda

Procjena troškova poslovanja

Očekivana dobit/dohodak

Procjena dobiti/dohotka

Da biste izračunali očekivanu dobit u prvoj godini poslovanja, molimo Vas da unesete podatke iz tablice 2.1. i 2.2. koja prikazuje očekivane godišnje prihode te tablica 3.1., 3.2. i 4.1., 4.2. koje prikazuju očekivane godišnje troškove. Neto dobit je Vaša zarada od prodaje proizvoda i usluga koja ostaje nakon što su odbijeni svi troškovi i nakon što je plaćen porez na dobit/dohodak. U svrhu izračuna koristi se okvirna porezna stopa od 20% i ne predstavlja nužno jednu od trenutno važećih zakonskih poreznih stopa. Redak 4. popunjavaju svi podnositelji zahtjeva bez obzira na planirani pravni oblik registracije (obrtni, trgovačka društva, samostalne djelatnosti i sl.)

| | Prva godina poslovanja | Druga godina poslovanja |
|--|------------------------|-------------------------|
| Godišnji prihodi od prodaje (tablica 2.1. i 2.2.) | 181.800,00 | 241.800,00 |
| Ukupni godišnji troškovi (tablica 3.1. i 3.2. + 4.1. i 4.2.) | 122.388,60 | 126.228,60 |
| Očekivana dobit prije oporezivanja (redak 1. umanjiti za redak 2.) | 59.411,40 | 115.571,40 |
| Porez na dobit (redak 3. pomnožiti s 0,20) | 11.882,28 | 23.114,28 |
| Očekivana neto dobit (redak 3. umanjiti za redak 4.) | 47.529,12 | 92.457,12 |

Moja očekivana neto dobit (zarada) u prvoj godini poslovanja iznosi kuna

Moja očekivana neto dobit (zarada) u drugoj godini poslovanja iznosi kuna

[Povratak na glavni zahtjev](#)

Izvor: Hrvatska gospodarska komora.

Važno je navesti očekivanu dobit jer time se pruža jasna predodžba o potencijalnom financijskom uspjehu poslovnog poduhvata. Očekivanu dobit je potrebno formirati u prijavnim obrascu zbog niza razloga:

- Informiranje o financijskom uspjehu: Navođenjem očekivane dobiti pruža se informacija o očekivanom financijskom rezultatu poslovanja. To pomaže u razumijevanju budućeg potencijalnog prihoda i doprinosa tvrtke na tržištu.
- Procjena isplativosti: Kroz navođenje očekivane dobiti, moguće je procijeniti isplativost poslovnog poduhvata. To omogućuje osvještavanje mogućih izazova i potrebnih prilagodbi kako bi se postigli željeni financijski ciljevi.
- Odluke o financiranju: Investitori, kreditni davaoci i partneri obično traže informacije o očekivanoj dobiti prije nego što ulože svoja sredstva u poslovanje. Navedena očekivana dobit može im pomoći u procjeni povrata ulaganja i rizika povezanih s poslovnim poduhvatom.

- Planiranje budućnosti: Očekivana dobit može poslužiti kao osnova za planiranje budućih aktivnosti, ulaganja, širenja poslovanja ili prilagodbi strategija kako bi se postigla veća profitabilnost.
- Poslovna strategija: Navedena očekivana dobit može potaknuti razmišljanje o poslovnoj strategiji i ciljevima. Na temelju tih informacija, moguće je utvrditi potrebne mjere za ostvarivanje željenih financijskih rezultata.
- Procjena performansi: Nakon početka poslovanja, očekivana dobit može se usporediti s ostvarenim rezultatima kako bi se procijenila učinkovitost poslovanja. To omogućuje prepoznavanje slabih područja i prilika za poboljšanje.

Slika 5. Plan prihoda

Zahtjev

Uputstva

Podaci o budućem poduzetniku i poslovnom subjektu

Predmet poslovanja

Struktura ulaganja

Procjena tržišta i konkurencije

Procjena prihoda

Procjena troškova poslovanja

Očekivana dobit/dohodak

Tablica 2.1. - Procjena prihoda u prvoj godini poslovanja

| Naziv proizvoda/usluge | Cijena pojedinog proizvoda/usluge | Broj očekivanih prodaja u jednom mjesecu | Očekivani mjesečni prihod od prodaje (pomnožiti stupac 2 i 3) | Očekivani godišnji prihod od prodaje (pomnožiti stupac 4 s 12) |
|------------------------------------|-----------------------------------|--|---|--|
| Produkcija komercijalnih projekata | 10.000,00 | 0,30 | 3000,00 | 36000,00 |
| Produkcija umjetničkih filmova | 7.500,00 | 0,50 | 3750,00 | 45000,00 |
| Produkcija događanja | 4500,00 | 0,20 | 900,00 | 10800,00 |
| Produkcija TV reklama | 15000,00 | 0,50 | 7500,00 | 90000,00 |
| Ukupno | Neispravan unos ! | 1,50 | 15150,00 | 181800,00 |

Dodaj novi red

Tablica 2.2. - Procjena prihoda u drugoj godini poslovanja

| Naziv proizvoda/usluge | Cijena pojedinog proizvoda/usluge | Broj očekivanih prodaja u jednom mjesecu | Očekivani mjesečni prihod od prodaje (pomnožiti stupac 2 i 3) | Očekivani godišnji prihod od prodaje (pomnožiti stupac 4 s 12) |
|------------------------------------|-----------------------------------|--|---|--|
| Produkcija komercijalnih projekata | 10000,00 | 0,40 | 4000,00 | 48000,00 |
| Produkcija umjetničkih filmova | 7.500,00 | 0,50 | 3750,00 | 45000,00 |
| Produkcija događanja | 4500,00 | 0,20 | 900,00 | 10800,00 |
| Produkcija TV reklama | 15000,00 | 0,50 | 7500,00 | 90000,00 |
| Produkcija TV serije | 8000,00 | 0,50 | 4000,00 | 48000,00 |
| Ukupno | Neispravan unos ! | 2,10 | 20150,00 | 241800,00 |

Dodaj novi red

Izvor: Hrvatska gospodarska komora

Plan prihoda smatra se važnim iz više razloga jer se putem njega pružaju ključne informacije o očekivanim prihodima poslovnog poduhvata:

- **Financijsko planiranje:** Unaprijed se omogućuje definiranje očekivanih prihoda za određeno razdoblje putem plana prihoda. To je smatrano ključnim dijelom financijskog planiranja jer se putem njega omogućuje postavljanje realnih ciljeva i procjena ukupnih prihoda koji su potrebni za održavanje poslovanja ili za postizanje određenih ciljeva.
- **Procjena isplativosti:** Pomoću plana prihoda olakšava se procjena isplativosti poslovnog poduhvata. Kada se očekivani prihodi usporede s predviđenim troškovima, može se

procijeniti je li poslovanje održivo i donijeti informirana odluka o njegovom potencijalu za uspjeh.

- Privlačenje investitora i kreditora: Investitori i kreditni davaoci obično traže informacije o očekivanim prihodima prije nego što se njihova sredstva ulože u poslovanje. Prikazivanje pouzdanog i realnog plana prihoda može povećati povjerenje investitora i povećati šanse za dobivanje financiranja.
- Održavanje likvidnosti: Plan prihoda omogućuje procjenu koliko će novca vaše poduzeće generirati tijekom razdoblja. To je važno za održavanje likvidnosti i osiguranje da će poduzeće imati dovoljno sredstava za pokrivanje svojih troškova i obaveza.
- Planiranje marketinških strategija: Prikazivanje plana prihoda pomaže u procjeni koje proizvode ili usluge imaju veći potencijal za prihod. Na temelju tih informacija moguće je razviti marketinške strategije kako bi se povećala prodaja i generirao veći prihod.
- Praćenje performansi: Plan prihoda služi kao osnova za usporedbu stvarnih prihoda s očekivanim. Praćenje stvarnih prihoda u odnosu na planirane pomaže u analizi performansi poduzeća i identifikaciji potrebnih prilagodbi poslovnih strategija.
- Donošenje informiranih odluka: Na temelju plana prihoda moguće je donositi informirane odluke o alokaciji resursa, ulaganjima u razvoj novih proizvoda ili usluga te optimizaciji poslovnih aktivnosti kako bi se postigli bolji financijski rezultati.

Slika 6. Troškovnik

Troškovnik

Rok za predaju zahtjeva je istekao 31.10.2022..

Zahjev
Uputstva

Iznos potpore za samozapošljavanje određuje se prema djelatnosti koju podnositelji zahtjeva namjeravaju registrirati, a sukladno propisanim kriterijima mjere, pri čemu sve djelatnosti nisu prihvatljive za financiranje.

U navedenoj tablici navedite fiksni dio potpore (za obrte s paušalnim oporezivanjem je to 40.000 kn, a za sve ostale vrste poslovnih subjekata 55.000 kn). Ukoliko je traženi iznos potpore veći od fiksnog iznosa, ostatak tablice popunite troškovima koji su vam potrebni za početak poslovanja, a prema popisu prihvatljivih troškova za 2022. godinu. Zbroj troškova u troškovniku ne smije biti manji od iznosa tražene potpore te se u njemu ne smiju nalaziti troškovi koje će podnositelji zahtjeva sami financirati. Svi troškovi navode se s uključenim porezom na dodanu vrijednost samo ukoliko poslovni subjekt nije/neće biti u sustavu PDV-a. Potpora ne mora biti dodijeljena u traženom iznosu.

Prije popunjavanja troškovnika pročitajte uputstva koja se nalaze na vrhu u rubrici Uputstva.

| Vrsta troška | IZNOS BEZ PDV - a | IZNOS S PDV - om | TRAŽENI IZNOS od HZZ-a |
|---------------------------|-------------------|------------------|------------------------|
| Fiksni dio potpore | 0,00 | 0,00 | 55000,00 |
| Informatička oprema | 20332,40 | 25415,50 | 20220,00 |
| Oprema za rad - namještaj | 4798,40 | 5998,00 | 4780,00 |
| Ukupno | 25130,80 | 31413,50 | 80000,00 |

[Povratak na glavni zahtjev](#)






Izvor: Hrvatska gospodarska komora

Kod osnivanja poduzeća, planiranje troškovnika je važno jer time osiguravamo precizno i strateško upravljanje financijskim resursima. Kroz planiranje troškova, buduće poduzeće se

priprema za moguće izazove i nepredviđene situacije, čime se smanjuje rizik od financijskih problema.

Slika 7. Troškovnik

Tablica 4.2. - Ostali troškovi u drugoj godini poslovanja

| Ostali troškovi u drugoj godini poslovanja | Iznos mjesečni (kn) | Iznos godišnji (kn) | |
|--|---------------------|---------------------|---|
| Najam prostora | 2000,00 | 24000,00 |  |
| Režije | 800,00 | 9600,00 |  |
| Trošak knjigovodstva | 1000,00 | 12000,00 |  |
| Održavanje web stranice | 400,00 | 4800,00 |  |
| Uredski pribor i potrepštine | 120,00 | 1440,00 |  |
| Ukupno | 4320,00 | 51840,00 | |

[Dodaj novi red](#)

Izvor: Hrvatska gospodarska komora

4.3. Prikaz poslovnog plana

Poduzeće: Woodz Production d.o.o.

Sjedište: Zagreb, Lanište 24

Djelatnost: Audiovizualna produkcija, filmska produkcija, videoprodukcija, postprodukcija, i srodne usluge.

Cilj poslovanja: Woodz Production d.o.o. ima za cilj postati vodeće poduzeće u industriji audiovizualne produkcije, pružajući kreativne i visokokvalitetne usluge klijentima iz raznih sektora.

Poslovni plan je ključan dokument za osnivanje poduzeća jer predstavlja strateški plan i uputstvo za uspostavljanje, razvoj i upravljanje novim poslovnim poduhvatima. Njegova važnost leži u tome što pruža cjelovit pregled ideje o poslovanju, jasno definira ciljeve, strategije i resurse potrebne za uspjeh poduzeća. Evo nekoliko ključnih razloga zašto je poslovni plan važan:

1. Definiranje ciljeva i misije: Poslovni plan pomaže osnivačima da jasno definiraju ciljeve poduzeća, njegovu misiju, viziju i vrijednosti. To daje smjer i fokus, što je ključno za dugoročni uspjeh poduzeća.
2. Procjena tržišta: Poslovni plan uključuje analizu tržišta, konkurencije i ciljne publike. To pomaže osnivačima da shvate postoji li potražnja za njihovim proizvodom ili uslugom te da identificiraju tržišne prilike i prijetnje.
3. Planiranje financija: Poslovni plan uključuje financijske projekcije, troškove, prihode, profitabilnost i potrebna ulaganja. To pomaže osnivačima da razumiju financijsku održivost poslovanja te kako osigurati potrebna sredstva za pokretanje i rast poduzeća.
4. Upravljanje resursima: Poslovni plan identificira potrebne resurse kao što su ljudski kapital, materijali, oprema i tehnologija. Ovo pomaže u planiranju resursa kako bi se osigurala učinkovitost i produktivnost poslovanja.
5. Privlačenje investitora i partnera: Kada osnivači traže investicije ili suradnju s partnerima, poslovni plan je ključan za uvjeravanje potencijalnih dionika u isplativost i održivost poslovanja.
6. Upravljanje rizicima: Poslovni plan također identificira moguće rizike i izazove koji se mogu pojaviti tijekom poslovanja. Ovo omogućuje osnivačima da unaprijed planiraju strategije kako bi se smanjili i upravljali tim rizicima.
7. Praćenje napretka: Poslovni plan nije statičan dokument. Osnivači mogu koristiti plan kao referentni okvir za praćenje ostvarenja ciljeva i prilagodbu strategija kako bi se postigli željeni rezultati.
8. Podrška pri donošenju odluka: Tijekom poslovnog razvoja, osnivači će se suočiti s mnogim odlukama. Poslovni plan pruža smjernice i temelj za donošenje tih odluka, olakšavajući proces.

U konačnici, poslovni plan je alat koji pomaže osnivačima da jasnije razumiju svoje poslovanje, izazove i prilike te osigurava da su dobro pripremljeni za uspješan početak i dugoročni rast poduzeća.

4.3.1. Analiza tržišta

1. Opis industrije:

Woodz Production d.o.o. djeluje u industriji audiovizualne produkcije. Ova industrija obuhvaća proizvodnju i distribuciju filmskih sadržaja, TV reklama, korporativnih videozapisa, animacija i ostalih audiovizualnih materijala. Industrija je dinamična i konkurencija je značajna, posebno u digitalnom dobu gdje sve više tvrtki koristi video sadržaj u svojim marketinškim kampanjama.

Audiovizualna produkcija obuhvaća industriju koja se bavi stvaranjem audiovizualnih sadržaja, uključujući filmove, televizijske emisije, reklame, videoigre, animacije, dokumentarne filmove, glazbene spotove i ostale medijske sadržaje. Ova industrija igra ključnu ulogu u zabavnom sektoru i ima značajan utjecaj na kulturu, umjetnost i društvo.

Evo nekoliko ključnih karakteristika i segmenata industrije za audiovizualnu produkciju:

1. Film i televizija: Ovaj segment uključuje produkciju igranih filmova, televizijskih serija, mini serija, TV emisija, reality showova i dokumentarnih filmova. Produkcija filmova i televizije uključuje različite faze, poput scenarija, snimanja, montaže i distribucije.
2. Reklame i marketing: Ova grana obuhvaća produkciju reklama za televiziju, internet, kino i druge medijske platforme. Reklame su ključan alat za oglašavanje proizvoda i usluga te su važan izvor prihoda za mnoge producentske kuće.
3. Videoigre: Industrija videoigara postala je sve značajnija u audiovizualnoj produkciji. Produkcija videoigara uključuje razvoj, dizajn, animaciju i zvuk te stvaranje interaktivnih iskustava za igrače.
4. Animacija: Animacija obuhvaća produkciju 2D i 3D animiranih filmova, televizijskih serija, reklama, videoigara i drugih vizualnih sadržaja. Ova grana industrije zahtijeva posebna tehnička znanja i kreativnost.
5. Postprodukcija: Postprodukcija se odnosi na proces obrade i uređivanja audio i vizualnih materijala nakon snimanja. To uključuje montažu, dodavanje specijalnih efekata, glazbe, zvuka i kolorizaciju kako bi se postigao konačan proizvod visoke kvalitete.
6. Streaming usluge: S razvojem interneta, sve popularnije postaju streaming usluge koje omogućuju gledanje i slušanje audiovizualnih sadržaja putem interneta. To uključuje platforme poput Netflix-a, Amazon Prime Video, Disney+, YouTube i drugih.

Industrija za audiovizualnu produkciju karakterizira brza tehnološka evolucija i konstantna potreba za inovacijama i kreativnošću. Napredak u tehnologiji kamere, montaže, specijalnih efekata i animacije omogućuje stvaranje sve sofisticiranijih i impresivnijih sadržaja. Također, sveprisutnost interneta omogućila je lakši pristup sadržajima i promociju audiovizualnih produkcija na globalnom tržištu.

Ova industrija ima značajan gospodarski utjecaj, zapošljava velik broj ljudi, uključujući glumce, redatelje, scenariste, snimatelje, montažere, animatore i tehničare. Također, audiovizualna produkcija igra važnu ulogu u oblikovanju kulture i identiteta, potiče kreativnost i umjetnički izražaj, te ima sposobnost informiranja, educiranja i zabave publike diljem svijeta.

2. Ciljana publika:

Ciljana publika tvrtke "Woodz production d.o.o." obuhvaća raznolike skupine klijenata koji traže kreativne i visokokvalitetne audiovizualne usluge. Tvrtka se fokusira na pružanje različitih produkcija, uključujući filmsku produkciju, videoprodukciju, postprodukciju i srodne usluge, stoga će ciljana publika varirati ovisno o vrsti projekata i usluga koje nudi. Evo detaljnog opisa glavnih segmenata ciljane publike:

- **Filmski studiji:** Ciljana publika uključuje velike filmske studije i produkcijske kuće koje traže pouzdanog partnera za stvaranje dugometražnih filmova ili kratkih filmova. Tvrtka će ciljati na suradnju na projektima visokog budžeta i visoke produkcije, pružajući stručnost u snimanju, montaži i vizualnim efektima.
- **Marketinške agencije i brendovi:** Ova skupina obuhvaća marketinške agencije koje trebaju producirati kreativne reklamne kampanje, te brendove koji traže sadržaj koji će povećati prepoznatljivost i angažman njihovih proizvoda ili usluga. Tvrtka će pružati usluge video marketinga, izradu reklama, promotivnih videa i drugih marketinških sadržaja.
- **Televizijske mreže i producenti TV sadržaja:** Ciljana publika uključuje televizijske mreže koje trebaju sadržaj za programe i serije, kao i producente TV sadržaja koji surađuju s tvrtkom kako bi stvorili visokokvalitetan i privlačan sadržaj za televiziju.
- **Umjetnici i glazbenici:** Ova skupina obuhvaća umjetnike i glazbenike koji žele producirati kreativne glazbene spotove, umjetničke video projekte i druge

audiovizualne elemente koji će pridonijeti vizualnoj prezentaciji njihovog umjetničkog rada.

- Online kreatori sadržaja i influenceri: Ciljana publika uključuje kreatore sadržaja i influencere koji žele stvoriti originalan i kvalitetan sadržaj za svoje društvene mreže i online platforme. Tvrtka će pružati usluge video produkcije i montaže kako bi podržala njihovu online prisutnost.
- Agencije za događaje i konferencije: Ova skupina obuhvaća agencije koje organiziraju događaje, konferencije i sajmove. Tvrtka će surađivati s njima kako bi stvorila audiovizualni sadržaj za promociju događaja, snimanje govornika i stvaranje video zapisa o događajima.
- Edukacijske i neprofitne organizacije: Ciljana publika uključuje organizacije koje traže audiovizualni sadržaj za edukativne svrhe, svjesnost o društvenim pitanjima i promociju humanitarnih projekata.
- Start-upi i mala poduzeća: Tvrtka će također ciljati na start-upove i mala poduzeća koja žele stvoriti visokokvalitetan video sadržaj za promociju svojih proizvoda i usluga, te žele iskoristiti moć vizualnog marketinga.

Ciljana publika tvrtke "Woodz production d.o.o." je široka i raznolika, obuhvaćajući različite industrije i sektore. Kako bi zadovoljili potrebe ovih različitih skupina, tvrtka će se usredotočiti na prilagodbu rješenja prema specifičnim potrebama i zahtjevima svakog klijenta. Osim toga, tvrtka će koristiti različite marketinške kanale kako bi privukla pozornost i informirala svoju ciljanu publiku o svojim uslugama i projektima.

3. Analiza konkurencije:

Woodz Production d.o.o. ima nekoliko konkurenata u regiji koji također pružaju audiovizualne usluge. Neki od njih su veće produkcijske kuće s većim timovima i većom reputacijom, dok su drugi manje specijalizirane tvrtke. Konkurencija se također sastoji od freelance stručnjaka u industriji koji mogu pružiti slične usluge po nižim cijenama. Ključno je da Woodz Production d.o.o. izgradi prepoznatljivost i kvalitetu svojih usluga kako bi se izdvojili u konkurenciji.

Detaljna analiza konkurencije tvrtke "Woodz production d.o.o." uključuje identifikaciju drugih produkcijskih kuća i agencija koje djeluju u istom ili sličnom području audiovizualne produkcije.

1. Konkurent 1 - CreativeVision Productions:

- Opis: CreativeVision Productions je etablirana produkcijska kuća s više od 10 godina iskustva u audiovizualnoj produkciji.
- Snage: Imaju jaku reputaciju i portfelj klijenata koji uključuje poznate brendove i televizijske mreže. Također imaju tim talentiranih i iskusnih stručnjaka.
- Slabosti: Fokusirani su uglavnom na televizijsku produkciju, dok videoprodukcija možda nije njihova glavna snaga.
- Prilike: Brzi rast potražnje za video sadržajem na online platformama, što može pružiti nova tržišta za proširenje njihovog portfelja usluga.

2. Konkurent 2 - PixelWorks Studios:

- Opis: PixelWorks Studios je mlada produkcijska kuća koja se posebno ističe u produkciji kreativnih video sadržaja za društvene mreže i online platforme.
- Snage: Imaju snažan online identitet i aktivne društvene mreže koje im pomažu privući mlade i angažirane klijente.
- Slabosti: Možda nemaju veliki tim kao ostali konkurenti, što ih može ograničiti u kapacitetu za velike projekte.
- Prilike: Rastuća potreba za kvalitetnim sadržajem na društvenim mrežama i internetskim platformama omogućuje im daljnji rast.

3. Konkurent 3 - VFX Masters Productions:

- Opis: VFX Masters Productions specijalizirani su za postprodukciju i specijalne vizualne efekte u filmskoj i televizijskoj produkciji.
- Snage: Imaju poseban fokus na vrhunske vizualne efekte i CGI, što ih čini traženim partnerom za velike filmske projekte.
- Slabosti: Mogu imati manje iskustva u stvaranju cjelokupnih audiovizualnih sadržaja.
- Prilike: Povećana potražnja za kvalitetnim vizualnim efektima u filmskoj industriji može pružiti priliku za daljnji rast.

4. Konkurent 4 - MediaWorks Productions:

- Opis: MediaWorks Productions pružaju usluge u svim aspektima audiovizualne produkcije, uključujući snimanje, montažu, animaciju i distribuciju.

- Snage: Imaju širok spektar usluga i fleksibilnost u prilagodbi klijentovim potrebama.
- Slabosti: Možda nemaju jedinstvenu specijalizaciju koja bi ih izdvojila iz konkurencije.
- Prilike: Mogu se fokusirati na suradnju s manjim tvrtkama i start-upima kojima je potrebna sveobuhvatna podrška u audiovizualnoj produkciji.

5. Konkurent 5 - MegaScreen Studios:

- Opis: MegaScreen Studios je internacionalna produkcijska kuća s jakim prisustvom na globalnom tržištu.
- Snage: Imaju kapacitet za proizvodnju velikih i skupih projekata s međunarodnim distribucijskim mrežama.
- Slabosti: Možda su manje fokusirani na lokalno tržište i manje fleksibilni za manje projekte.
- Prilike: Mogu iskoristiti svoj globalni portfelj klijenata kako bi proširili svoj utjecaj i osvajali nova tržišta.

Ova analiza konkurencije pomaže tvrtki "Woodz production d.o.o." da bolje razumije svoje konkurente, njihove snage i slabosti, te prilike za usavršavanje vlastitog poslovnog modela. Na temelju ove analize, tvrtka može donijeti strategije za isticanje svojih prednosti, osvajanje specifičnih tržišta i privlačenje ciljanih klijenata.

4. Trendovi u industriji:

U industriji audiovizualne produkcije, postoje neki važni trendovi koji mogu utjecati na poslovanje tvrtke Woodz Production d.o.o. Detaljno objašnjenje trendova u industriji audiovizualne produkcije uključuje razmatranje nekoliko ključnih područja koja utječu na razvoj ove industrije. Ovdje su neki od glavnih trendova:

1. Streaming platforme i video na zahtjev: Porast popularnosti streaming platformi kao što su Netflix, Amazon Prime, Disney+, Hulu i druge, stvorio je ogromnu potražnju za kvalitetnim video sadržajem. Ovo je omogućilo stvarateljima sadržaja, uključujući tvrtke poput "Woodz production d.o.o.", da proizvode originalni sadržaj i dosegnu globalnu publiku.

2. Personalizacija sadržaja: Streaming platforme koriste analitiku i AI kako bi personalizirale preporuke sadržaja za svakog korisnika. Ovo je potaknulo producente da stvaraju raznovrsniji sadržaj koji može zadovoljiti različite ukuse i interese gledatelja.
3. 4K i 8K rezolucija: Napredak tehnologije u snimanju i reprodukciji omogućio je producentima da proizvode sadržaj u visokoj rezoluciji, što pruža bolju kvalitetu slike i iskustvo gledateljima.
4. Virtuelna i proširena stvarnost: Korištenje VR i AR tehnologija u filmskoj i video produkciji omogućuje stvaranje interaktivnih i imerzivnih iskustava za gledatelje. Ovo je posebno popularno u reklamnim kampanjama i marketinškim projektima.
5. Video marketing: Video sadržaj postao je ključan alat u marketinškim strategijama brendova. Reklame, promotivni videozapisi i društveni medijski sadržaj u video formatu imaju više angažmana i učinkovitosti u doseganju publike.
6. Autorski sadržaj i originalni projekti: Streaming platforme i TV mreže sve više traže originalni sadržaj kako bi se istaknuli na tržištu. To je otvorilo nove prilike za producente stvaranja originalnih filmova i serija.
7. Održivost i društvena odgovornost: Potrošači su sve svjesniji ekološke i društvene odgovornosti, što je potaknulo industriju na traženje održivih praksi u produkciji i distribuciji sadržaja.
8. Korištenje društvenih mreža i influencera: Društvene mreže postale su ključan kanal za promociju i dijeljenje video sadržaja. Suradnje s influencerima omogućuju tvrtkama da dosegnu veliki broj ciljane publike.
9. Live streaming: Sve veći broj događanja i nastupa prenosi se uživo putem interneta, omogućujući širokom broju ljudi da prate događaje iz udobnosti svog doma.
10. Interaktivnost i sudjelovanje gledatelja: Mnogi projekti uključuju elemente interaktivnosti i sudjelovanja publike, što poboljšava angažman i stvara lojalniju publiku.

Ovi trendovi imaju veliki utjecaj na industriju audiovizualne produkcije, a tvrtke poput "Woodz production d.o.o." moraju pratiti ove promjene kako bi ostale konkurentske i relevantne na

tržištu. Prilagođavanje novim tehnologijama, stvaranje inovativnih sadržaja i fokusiranje na potrebe ciljane publike ključno je za uspjeh u ovoj dinamičnoj industriji.

5. Potražnja i perspektive tržišta:

Potražnja za audiovizualnim sadržajem raste zbog povećane upotrebe interneta i mobilnih uređaja. Tvrtka Woodz Production d.o.o. može iskoristiti ove perspektive tržišta pružajući inovativne i visokokvalitetne usluge svojim klijentima. S globalnim širenjem digitalnih medija, postoji prilika za širenje poslovanja i suradnju s međunarodnim klijentima.

4.3.2. Proizvodi i usluge

1. Filmska produkcija: Woodz Production d.o.o. nudi filmsku produkciju za različite projekte kao što su kratki filmovi, dokumentarni filmovi, igrani filmovi, reklamni filmovi, glazbeni spotovi i slično. Ova usluga obuhvaća cijeli proces stvaranja filma, uključujući pisanje scenarija, snimanje, režiju, glumačke angažmane, snimanje zvuka, montažu i postprodukciju kako bi se stvorilo kvalitetno filmsko djelo prema željama i zahtjevima klijenata.
2. TV reklame i promo materijali: Woodz Production d.o.o. specijalizirao se za kreiranje upečatljivih TV reklama i promotivnih materijala. Ova usluga uključuje konceptualizaciju, izradu storyboardova, snimanje, odabir glumaca ili korisnika proizvoda, uređivanje i postprodukciju kako bi se stvorio sadržaj koji će privući pažnju ciljane publike i potaknuti ih na akciju.
3. Korporativni videozapisi: Korporativni videozapisi su izuzetno važan alat za poslovno komuniciranje i branding. Woodz Production d.o.o. pruža uslugu snimanja korporativnih videozapisa koji mogu biti usmjereni na internu komunikaciju, obuku zaposlenika, predstavljanje proizvoda i usluga, te prezentaciju tvrtke klijentima i partnerima. Ovi videozapisi obuhvaćaju intervju s ključnim članovima tvrtke, snimke proizvodnih procesa, događaja i ostale relevantne sadržaje.
4. Animacija i specijalni efekti: Kroz ovu uslugu, Woodz Production d.o.o. pruža animacijske i specijalne efekte koji mogu obogatiti video sadržaj, čineći ga zanimljivijim i atraktivnijim. To uključuje 2D i 3D animaciju, vizualne efekte, motion

graphics i druge tehnički napredne tehnike kako bi se postigao željeni vizualni dojam i povećala vrijednost konačnog proizvoda.

5. Postprodukcija i montaža: Postprodukcija je ključan korak u procesu audiovizualne produkcije. Woodz Production d.o.o. nudi profesionalnu uslugu postprodukcije koja uključuje montažu videozapisa, uređivanje zvuka, dodavanje glazbe i specijalnih efekata, kolor korekciju, te stvaranje finalnog proizvoda spremnog za distribuciju. Kroz ovu uslugu, osigurava se da konačni proizvod bude visokokvalitetan, vizualno atraktivan i odgovara viziji klijenta.

Sve navedene usluge tvrtke "Woodz Production d.o.o." prilagođene su potrebama i željama klijenata kako bi se osiguralo da dobiju visokokvalitetne audiovizualne proizvode koji će ostvariti njihove ciljeve i privući publiku. Tvrtka pruža stručnost, kreativnost i pažljivo planiranje kako bi svaki projekt bio uspješan i ostvario najviše moguće rezultate.

4.3.3. Organizacija i upravljanje

1. Organizacijska struktura i tim:

Tvrtka "Woodz Production d.o.o." ima jasno definiranu organizacijsku strukturu koja omogućuje učinkovito upravljanje projektima i timom. Glavna organizacijska struktura uključuje:

- Vlasnik/direktor: Vlasnik tvrtke ili direktor ima krajnju odgovornost za poslovanje tvrtke, donošenje strateških odluka i postavljanje vizije za razvoj tvrtke.
- Producent: Producent je odgovoran za planiranje i provedbu filmskih i audiovizualnih projekata. On/ona usklađuje sve faze produkcije, od odabira projekata do distribucije finalnog proizvoda.
- Kreativni direktor: Kreativni direktor nadgleda kreativni aspekt projekata. On/ona surađuje s klijentima, scenaristima, redateljima i ostalim umjetnicima kako bi osigurali da se postigne vizija klijenta i postigne kreativni izvrsnost u svakom projektu.
- Tehnički direktor: Tehnički direktor odgovoran je za tehnološku stranu proizvodnje. On/ona osigurava da se koriste najnoviji i najnapredniji alati, oprema i softveri kako bi se postigli visoki tehnički standardi u produkciji.

- Snimatelji, montažeri, zvukoljupci i drugi tehnički stručnjaci: Ovi članovi tima su ključni za provedbu svake faze produkcije, od snimanja do postprodukcije. Svaki član ima specifične zadatke i odgovornosti unutar svojeg područja ekspertize.

2. Odgovornosti i zadaci ključnih članova tima:

- Vlasnik/direktor: Postavljanje vizije i strategije tvrtke, donošenje ključnih odluka o poslovanju, upravljanje financijama i resursima, rukovođenje cijelim timom.
- Producent: Koordinacija i upravljanje projektima, pronalaženje potencijalnih klijenata, pregovaranje s klijentima, proračunavanje troškova produkcije i osiguranje da se projekti izvode u okviru vremenskih i financijskih ograničenja.
- Kreativni direktor: Razvoj kreativnih koncepta, suradnja s klijentima u definiranju ciljeva projekata, odabir ključnih umjetnika za suradnju, osiguranje da se postigne visoka kvaliteta i kreativnost u svakom projektu.
- Tehnički direktor: Osiguravanje da se koriste najnoviji tehnološki alati i oprema, pružanje tehničke podrške timu, osiguranje da se postignu tehnički visoki standardi u produkciji.
- Snimatelji, montažeri, zvukoljupci i drugi tehnički stručnjaci: Izvršavanje specifičnih zadataka unutar svojih područja ekspertize kako bi se osigurala kvalitetna produkcija.

3. Politike upravljanja kvalitetom:

Tvrtka "Woodz Production d.o.o." ima uspostavljene politike upravljanja kvalitetom kako bi osigurala da se postigne izvrsnost u svim aspektima poslovanja. Ove politike uključuju:

- Praćenje kvalitete: Redovito praćenje kvalitete izvedenih projekata, uzimanje povratnih informacija od klijenata i primjena poboljšanja kako bi se ispravile slabosti i postigla visoka kvaliteta u svakom projektu.
- Kontrola procesa: Praćenje i kontroliranje svake faze produkcije kako bi se osiguralo dosljedno visokokvalitetno izvođenje. To uključuje kontrolu kvalitete snimaka, montaže, zvuka i svih tehničkih aspekata.
- Stručnost i obuka: Poticanje tima da se neprestano usavršava i stiče nove vještine kako bi bili u tijeku s najnovijim tehnologijama i trendovima u industriji.

- Praćenje zadovoljstva klijenata: Osiguravanje da klijenti budu zadovoljni i da se njihove potrebe i zahtjevi uzimaju u obzir u svakom projektu.

Organizacija i upravljanje tvrtke "Woodz Production d.o.o." temelji se na timskom radu, kreativnosti, tehnološkoj stručnosti i fokusiranju na visoku kvalitetu proizvoda i usluga kako bi se ostvarili ciljevi klijenata i postigao dugoročni uspjeh na tržištu audiovizualne produkcije.

4.3.4. Marketing i prodaja

1. Strategija marketinga i promocije:

Detaljna strategija marketinga i promocije za tvrtku "Woodz production d.o.o." uključuje niz aktivnosti usmjerenih prema ciljanju publike, stvaranju svijesti o brandu i promociji usluga audiovizualne produkcije. Evo nekoliko ključnih koraka koji bi se mogli uključiti u strategiju:

- Istraživanje tržišta i ciljne publike: Prije nego što se započnu marketinške aktivnosti, važno je provesti istraživanje tržišta kako bi se razumjelo postojeće potrebe i preferencije ciljne publike. Identifikacija ciljane publike, kao što su marketinške agencije, filmski studiji, brendovi ili umjetnici, pomoći će u prilagodbi marketinških poruka i kampanja.
- Izrada jedinstvene ponude vrijednosti: Tvrtka mora jasno komunicirati svoju jedinstvenu ponudu vrijednosti, odnosno ono što je čini posebnom i zašto bi klijenti trebali odabrati "Woodz production" ispred konkurencije. To može uključivati naglašavanje kreativnosti, inovativnosti, visoke kvalitete produkcije i personaliziranog pristupa.
- Online prisutnost i društvene mreže: Izgradnja snažne online prisutnosti ključna je za promociju i komunikaciju s publikom. Tvrtka treba imati profesionalnu web stranicu koja prikazuje njezine usluge, portfolio radova i reference klijenata. Aktivne društvene mreže poput Instagrama, Facebooka, YouTube-a i LinkedIn-a mogu se koristiti za dijeljenje sadržaja, videa, fotografija i priča iza kulisa kako bi se angažirala publika.
- Video marketing: Budući da je tvrtka u industriji audiovizualne produkcije, video marketing treba biti središnji dio strategije. Tvrtka može stvarati vlastiti video sadržaj kako bi prikazala svoje vještine i mogućnosti, te kako bi inspirirala potencijalne klijente.

Također, video marketing se može koristiti za promociju usluga i radova putem online platformi i društvenih mreža.

- Suradnje i partnerstva: Tvrtka može potražiti suradnje s drugim kreativnim industrijama, influencerima ili poznatim osobama kako bi proširila svoj doseg i privukla nove klijente. Suradnje s poznatim brendovima ili umjetnicima također mogu pomoći u povećanju vidljivosti tvrtke.
- Nagrađivanje i priznanja: Aktivno sudjelovanje na filmskim festivalima, kreativnim nagradama i industrijskim događajima može pomoći tvrtki da stekne priznanje za svoj rad i kreativnost. Nagrađivanje i osvajanje priznanja pomaže u izgradnji povjerenja i ugleda tvrtke među klijentima i industrijskim profesionalcima.
- Testiranje i optimizacija: Važno je pratiti rezultate marketinških aktivnosti i analizirati njihov učinak. A/B testiranje i analitika mogu pomoći tvrtki da identificira najuspješnije strategije i optimizira marketinške kampanje kako bi postigla najbolje rezultate.
- Online oglašavanje: Digitalno oglašavanje, uključujući Google oglase, oglašavanje na društvenim mrežama i banner oglase, može pomoći u povećanju vidljivosti tvrtke i generiranju potencijalnih klijenata.
- Event i radionice: Organizacija događaja, poput radionica ili seminara o audiovizualnoj produkciji, može pomoći u jačanju pozicije tvrtke kao stručnjaka u industriji i pružanju dodatne vrijednosti svojoj publici.
- Klijentski odnosi: Briga o postojećim klijentima i održavanje dobrih klijentskih odnosa ključno je za ponovno angažiranje i preporuke. Pružanje vrhunske usluge i prilagodba rješenja prema specifičnim potrebama klijenata pomoći će u izgradnji dugoročnih odnosa.
- Kombinacija ovih strategija i aktivnosti pomoći će tvrtki "Woodz production d.o.o." u stvaranju prepoznatljivog branda, privlačenju novih klijenata i postizanju uspjeha u dinamičnoj industriji audiovizualne produkcije.

2. Kanali prodaje i distribucije:

Tvrtka "Woodz Production d.o.o." koristi više kanala za prodaju svojih usluga i distribuciju gotovih proizvoda. Ključni kanali uključuju:

- Direktna prodaja: Izravni kontakt s potencijalnim klijentima, poslovnim partnerima i agencijama kako bi se predstavile usluge i ponude.

- Online platforme: Korištenje web stranice i društvenih mreža za promociju i prodaju video sadržaja, te kako bi se pružile informacije o uslugama i radovima tvrtke.
- Suradnja s agencijama: Partnerstvo s kreativnim i marketinškim agencijama kako bi se pružile specijalizirane usluge audiovizualne produkcije njihovim klijentima.
- Prodaja licenci: Prodaja licenci za korištenje video sadržaja na različitim platformama i medijima.
- Distribucija: Distribucija gotovih video sadržaja putem različitih medija i platformi kao što su TV, kina, streaming platforme i druge digitalne distribucije.

3. Suradnja s drugim kreativnim agencijama i partnerima:

Tvrtka "Woodz Production d.o.o." aktivno surađuje s drugim kreativnim agencijama i partnerima kako bi osigurala uspješno izvođenje projekata i pružila sveobuhvatne usluge klijentima. Ovo partnerstvo uključuje:

- Kreativne agencije: Suradnja s marketinškim agencijama, dizajnerima, PR agencijama i drugim kreativnim stručnjacima kako bi se osiguralo integritet i kvaliteta kreativnog sadržaja.
- Filmske produkcijske kuće: Partnerstvo s drugim produkcijskim kućama kako bi se zajednički radili na većim projektima, dijelili resurse i proširile mogućnosti suradnje.
- Tehnološki partneri: Suradnja s tvrtkama koje pružaju specijaliziranu tehničku opremu i usluge kako bi se osigurao najviši tehnički standard u produkciji.
- Distribucijski partneri: Partnerstvo s distribucijskim agencijama, TV kućama i streaming platformama kako bi se osiguralo širenje proizvoda na što veći broj gledatelja.

Kroz suradnju s drugim kreativnim agencijama i partnerima, tvrtka "Woodz Production d.o.o." jača svoje resurse, proširuje mrežu kontakata i osigurava sveobuhvatan pristup različitim segmentima industrije audiovizualne produkcije. Ova sinergija omogućuje tvrtki da pruži sveobuhvatne usluge i ostvari zadovoljstvo klijenata.

4.3.5. Financije

1. Procjena početnih troškova:

Pri osnivanju tvrtke "Woodz Production d.o.o.", važno je detaljno procijeniti početne troškove kako bi se osiguralo da tvrtka ima dovoljno financijskih sredstava za pokretanje i uspješno poslovanje. Početni troškovi uključuju:

- Registracija tvrtke: Troškovi povezani s registracijom tvrtke, izradom statuta, ugovora i drugih pravnih dokumenata.
- Oprema i tehnologija: Nabava kamere, svjetlosne opreme, računala, softvera za montažu i ostale tehničke opreme potrebne za produkciju.
- Prostor: Troškovi najma ili kupnje prostora za uredske aktivnosti i studio za snimanje.
- Osoblje: Prve plaće za ključne članove tima, uključujući producente, kreativne direktore, snimatelje i montažere.
- Marketinški troškovi: Troškovi promocije, oglašavanja, izrade marketinških materijala i sudjelovanja na sajmovima.
- Administrativni troškovi: Troškovi povezani s administracijom, uredskim materijalom i ostalim operativnim potrebama.

2. Prognoza prihoda i rashoda za prve tri godine:

Prognoza prihoda i rashoda ključan je element financijskog planiranja tvrtke "Woodz Production d.o.o.". Ova prognoza obuhvaća procjenu očekivanih prihoda od prodaje usluga i video sadržaja, te predviđene rashode u razdoblju od tri godine.

Prognoza prihoda temelji se na očekivanim prihodima od prodaje usluga filmske produkcije, TV reklama, korporativnih videozapisa, animacija i drugih audiovizualnih sadržaja. Također, uključuje i prihode od prodaje licenci za korištenje video sadržaja na različitim platformama.

Prognoza rashoda uključuje sve planirane troškove koji proizlaze iz operacija tvrtke, kao što su troškovi osoblja, najam prostora, nabava opreme, marketinški troškovi, administrativni troškovi, troškovi održavanja i ostalo.

Analiza prihoda i rashoda za prve tri godine omogućuje tvrtki da identificira i planira kako će upravljati financijama tijekom tog razdoblja, prepozna ključne izazove i prilike te prilagodi strategiju poslovanja za postizanje stabilnog financijskog stanja.

3. Izvor financiranja:

Tvrtka "Woodz Production d.o.o." može koristiti različite izvore financiranja kako bi pokrila početne troškove i osigurala kapital za poslovanje. Ovi izvori uključuju:

- Vlasnički kapital: Financiranje tvrtke putem vlastitog kapitala ili ulaganjem vlasnika.
- Poslovni krediti: Podizanje kredita od banaka ili drugih financijskih institucija.
- Anđeoski investitori: Privlačenje investitora koji ulažu u tvrtku u zamjenu za vlasnički udio ili povrat na investiciju.
- Subvencije i potpore: Mogućnost dobivanja subvencija ili potpora od vlade ili drugih organizacija koje podržavaju audiovizualnu industriju.

Izbor izvora financiranja ovisi o financijskoj sposobnosti tvrtke i uvjetima pod kojima se financiranje može ostvariti. Ključno je odabrati održiv i razumno povoljan izvor financiranja koji će podržati poslovanje tvrtke u početnoj fazi i osigurati stabilnost u razvoju.

4. Plan povrata ulaganja:

Plan povrata ulaganja odnosi se na procjenu kako će tvrtka "Woodz Production d.o.o." vratiti investicije i ostvariti profit za svoje vlasnike ili investitore. Ovaj plan obuhvaća razdoblje u kojem se očekuje da će tvrtka postići povrat uloženog kapitala i započeti s ostvarivanjem profita. To uključuje analizu prihoda, rashoda, marže dobiti, te procjene tržišta i konkurencije.

Plan povrata ulaganja pomaže vlasnicima i investitorima da procijene rizike i mogućnosti investicije u tvrtku te da donesu informirane odluke o financiranju i daljnjem razvoju tvrtke.

Kroz dobro osmišljeno financijsko planiranje i upravljanje, tvrtka "Woodz Production d.o.o." osigurava stabilno financijsko okruženje za svoje poslovanje i uspješno ostvarivanje svojih ciljeva u industriji audiovizualne produkcije.

4.3.6. Rizici i prilike

1. Identifikacija potencijalnih rizika:

Identifikacija potencijalnih rizika ključna je za uspješno upravljanje poslovanjem tvrtke "Woodz Production d.o.o.". Neki od potencijalnih rizika s kojima se tvrtka može suočiti u industriji audiovizualne produkcije uključuju:

- Financijski rizik: Neplanirani ili povećani troškovi produkcije, te kašnjenje u naplati od klijenata može dovesti do financijskih poteškoća.

- **Konkurencija:** Jak konkurencijski pritisak može smanjiti profitabilnost tvrtke i otežati osvajanje novih klijenata.
- **Tehnički problemi:** Neispravna oprema, tehnički kvarovi ili tehnički problemi tijekom produkcije mogu dovesti do zastoja i gubitka povjerenja klijenata.
- **Promjene u trendovima i tehnologiji:** Brze promjene u industriji mogu zahtijevati ulaganje u nove tehnologije i znanja kako bi tvrtka ostala konkurentna.
- **Logistički problemi:** Problemi s distribucijom gotovih proizvoda ili kašnjenje u isporuci mogu negativno utjecati na ugled tvrtke.

2. Planovi za smanjenje rizika:

Tvrtka "Woodz Production d.o.o." može razviti planove za smanjenje rizika kako bi se adekvatno odgovorilo na svaki identificirani rizik. Neki od ključnih planova uključuju:

- **Financijsko planiranje:** Praćenje i upravljanje financijskim aspektima poslovanja, postavljanje rezervi za neočekivane troškove i osiguranje adekvatnog naplate od klijenata.
- **Diversifikacija klijenata:** Osiguravanje da tvrtka ima široku bazu klijenata iz različitih industrija kako bi se umanjio utjecaj gubitka pojedinih klijenata.
- **Održavanje i nadogradnja opreme:** Redovito održavanje opreme i ulaganje u nove tehnologije kako bi se smanjio rizik od tehničkih problema.
- **Praćenje tržišta i konkurencije:** Praćenje industrijskih trendova i konkurencije kako bi se pravovremeno reagiralo na promjene i osigurala konkurentska prednost.
- **Razvoj novih usluga:** Razmatranje širenja usluga i portfelja kako bi se iskoristile nove prilike i smanjio utjecaj pojedinih rizika.

Upravljanje rizikom je ključan aspekt poslovanja jer pomaže organizacijama identificirati, procijeniti i upravljati potencijalnim prijetnjama i neizvjesnostima koje mogu utjecati na postizanje ciljeva. Postoje različiti načini upravljanja rizikom, a neki od najvažnijih uključuju sljedeće:

- **Identifikacija rizika:** Prvi korak u upravljanju rizikom je identifikacija svih mogućih prijetnji i neizvjesnosti s kojima se organizacija može suočiti. To se može postići kroz

analizu povijesnih podataka, SWOT analizu, procjenu okoline i prepoznavanje unutarnjih i vanjskih faktora koji mogu utjecati na poslovanje.

- Procjena rizika: Nakon identifikacije rizika, sljedeći korak je procijeniti njihovu vjerojatnost pojavljivanja i utjecaj na organizaciju. Ovo uključuje kvantitativnu ili kvalitativnu analizu kako bi se odredili potencijalni gubici i posljedice u slučaju realizacije rizika.
- Razvoj strategija upravljanja rizikom: Nakon procjene rizika, organizacija treba razviti strategije za upravljanje svakim identificiranim rizikom. To može uključivati osiguranje, prenošenje rizika kroz osiguranje ili ugovore, smanjenje rizika kroz promjene u procesima i tehnologiji ili prihvaćanje rizika ako je njegov utjecaj prihvatljiv.
- Kontroliranje rizika: Nakon usvajanja strategija upravljanja rizikom, organizacija treba provoditi i kontrolirati njihovu primjenu. To uključuje postavljanje odgovornosti i mjerenje napretka u implementaciji tih strategija.
- Praćenje rizika: Rizici se mogu mijenjati tijekom vremena, stoga je važno redovito praćenje i ažuriranje identificiranih rizika. Ovo će pomoći organizaciji da ostane prilagodljiva i spremna reagirati na nove izazove.
- Planiranje kriznih situacija: Upravljanje rizikom također uključuje planiranje kako reagirati u slučaju da se rizik ostvari i pretvori u kriznu situaciju. Ovo uključuje izradu kriznih planova, trening osoblja i razvoj postupaka za brzu reakciju.
- Sudjelovanje i komunikacija: Upravljanje rizikom je timski napor, stoga je važno da svi relevantni dionici sudjeluju u procesu. Također, važno je uspostaviti jasnu komunikaciju kako bi se osiguralo da svi razumiju identificirane rizike i kako će biti upravljano njima.

Upravljanje rizikom je iterativni proces koji zahtijeva kontinuirano praćenje, analizu i prilagodbu. Uspješno upravljanje rizikom pomaže organizaciji da smanji potencijalne gubitke, poboljša odlučivanje i postigne stabilnost i održivost u poslovanju.

3. Prilike za rast i razvoj:

Unatoč rizicima, industrija audiovizualne produkcije također nudi brojne prilike za rast i razvoj tvrtke "Woodz Production d.o.o.". Neki od ključnih prilika uključuju:

- Povećana potražnja za video sadržajem: Rastuća potražnja za video sadržajem u marketingu, društvenim mrežama, streaming platformama i drugim područjima pruža priliku za širenje tržišta i privlačenje novih klijenata.

- Suradnja s drugim industrijama: Audiovizualni sadržaji koriste se u raznim industrijama, uključujući obrazovanje, medicinu, zabavu i turizam. Suradnja s drugim industrijama može otvoriti nova tržišta i pružiti nove poslovne prilike.
- Internacionalizacija: Mogućnost suradnje s međunarodnim klijentima, distribucija na stranim tržištima i izvoz video sadržaja pruža mogućnost širenja poslovanja izvan domaćeg tržišta.
- Tehnološki napredak: Ulaganje u napredne tehnologije i softveri za produkciju omogućuje tvrtki da pruži inovativne i visokokvalitetne usluge koje će privući nove klijente i stvoriti konkurentske prednosti.

Kroz analizu i prepoznavanje prilika za rast i razvoj, tvrtka "Woodz Production d.o.o." može razviti strategiju za širenje poslovanja, povećanje tržišnog udjela i ostvarivanje dugoročnog uspjeha u industriji audiovizualne produkcije.

4. SWOT analiza:

SWOT analiza je alat za procjenu snaga (S), slabosti (W), prilika (O) i prijetnji (T) koje utječu na određeno poduzeće ili organizaciju. Evo SWOT analize za tvrtku "Woodz production d.o.o." koja se bavi audiovizualnom produkcijom, filmskom produkcijom, videoprodukcijom, postprodukcijom i srodnim uslugama:

1. Snage (Strengths):

- Iskusno osoblje: Tvrtka ima tim stručnjaka s dugogodišnjim iskustvom u audiovizualnoj produkciji, filmskoj produkciji i postprodukciji. To omogućuje visoku razinu kreativnosti, tehničke kompetencije i kvalitetu proizvedenih sadržaja.
- Tehnološka oprema: Woodz production posjeduje vrhunsku tehničku opremu za snimanje, montažu, postprodukciju i specijalne efekte. Ovo pruža konkurentske prednosti u stvaranju visokokvalitetnih audiovizualnih sadržaja.
- Diversifikacija usluga: Tvrtka pruža raznolike usluge od audiovizualne produkcije, filmske produkcije do postprodukcije. Ovo povećava njezinu sposobnost privlačenja različitih klijenata i smanjuje rizik od ovisnosti o jednoj industriji.
- Kreativnost i inovacija: Woodz production je poznata po kreativnim i inovativnim pristupima u stvaranju sadržaja. To privlači klijente i pomaže u stvaranju jedinstvenih proizvoda.

2. Slabosti (Weaknesses):

- Ovisnost o ključnim klijentima: Tvrtka može biti osjetljiva na promjene u preferencijama ili potrebama ključnih klijenata, što može utjecati na stabilnost prihoda.
- Visoki troškovi opreme i tehnologije: S obzirom na brzi razvoj tehnologije u audiovizualnoj industriji, postoji potreba za stalnim ulaganjem u skupe opreme i softver. To može imati utjecaj na profitabilnost tvrtke.
- Ograničen lokalni tržišni udio: Lokalno tržište može biti ograničeno, što zahtijeva proaktivni pristup u osvajanju novih tržišta i klijenata.

3. Prilike (Opportunities):

- Rast potražnje za sadržajem: Sve veća potražnja za audiovizualnim sadržajem na online platformama, streaming uslugama i društvenim mrežama pruža mogućnost za povećanje poslovanja.
- Suradnja s poznatim brandovima: Woodz production može iskoristiti svoju reputaciju i iskustvo za uspostavljanje partnerstava s poznatim brandovima i zvijezdama, što bi povećalo vidljivost tvrtke.
- Globalno tržište: S digitalnim kanalima distribucije, tvrtka može proširiti svoj doseg na globalno tržište i privući međunarodne klijente.

4. Prijetnje (Threats):

- Konkurencija: Postoji jak konkurentski pritisak u audiovizualnoj industriji, s brojnim drugim produkcijskim kućama koje se također bore za iste klijente i tržište.
- Brze promjene tehnologije: Neprestano napredovanje tehnologije zahtijeva stalno prilagođavanje i ulaganje u nove tehnologije kako bi se ostalo konkurentno.
- Autorska prava i zaštita sadržaja: Neovlašteno kopiranje i distribucija sadržaja može predstavljati prijetnju intelektualnom vlasništvu i prihodima tvrtke.

Upravljanje ovim aspektima kroz implementaciju strategija i akcija može pomoći "Woodz production d.o.o." da maksimizira svoje snage, smanji slabosti, iskoristi prilike i minimizira prijetnje kako bi ostvarila uspješan i održiv poslovni rast.

5. ZAKLJUČAK

Samostalni poduzetnički pothvati predstavljaju vitalnu snagu gospodarstva koja potiče inovacije, stvara nova radna mjesta i doprinosi ekonomskom razvoju. Kroz proučavanje primjera poduzeća "Woodz Production d.o.o.", audiovizualne producentske tvrtke specijalizirane za filmsku produkciju, TV reklame i korporativne videozapise, mogli smo dublje razumjeti ulogu državnih potpora u poticanju uspjeha i rasta malih i srednjih poduzetnika u industriji audiovizualne produkcije.

Na temelju provedene analize, uočili smo da državne potpore igraju ključnu ulogu u poticanju poduzetničke aktivnosti i stvaranju povoljnog poslovnog okruženja. Poduzeće "Woodz Production d.o.o." koristi različite oblike državnih potpora, uključujući subvencije za zapošljavanje, potpore za investicije u opremu, sufinanciranje izvoznih aktivnosti i potpore za istraživanje i razvoj. Ove potpore omogućuju tvrtki da ostvari konkurentske prednosti, investira u tehnologiju i kvalitetu te osigura održivost svog poslovanja.

Važno je napomenuti da su samostalni poduzetnički pothvati suočeni s različitim izazovima, a državne potpore mogu igrati ključnu ulogu u prevladavanju tih izazova. Kroz adekvatne potpore za obuku i razvoj vještina, smanjenje administrativnih tereta i osiguranje pristupa financiranju, država može podržati poduzetnike u njihovim početničkim koracima i osigurati njihov dugoročni uspjeh.

Ipak, važno je naglasiti da državne potpore nisu jedini čimbenik koji utječe na uspjeh samostalnih poduzetničkih pothvata. Poduzetnička vještina, kvalitetna poslovna strategija, inovativnost, fleksibilnost i predanost također igraju ključnu ulogu u uspjehu poduzetnika. Stoga je važno da poduzetnici aktivno traže prilike za razvoj svojih vještina i znanja, kontinuirano se prilagođavaju promjenama na tržištu te nastoje stvarati visokokvalitetne proizvode ili usluge koji će zadovoljiti potrebe tržišta.

Kroz primjer poduzeća "Woodz Production d.o.o.", vidimo da samostalni poduzetnički pothvati imaju veliki potencijal za rast i razvoj uz podršku države. S druge strane, država treba kontinuirano unapređivati i prilagođavati svoje politike poticanja poduzetništva kako bi odgovarala potrebama poduzetnika i promjenama u gospodarstvu. Održavanje podržavajućeg okruženja za samostalne poduzetnike bit će ključno za stvaranje inovacija, poticanje zapošljavanja i osiguranje održivog gospodarskog rasta.

Konačno, samostalni poduzetnički pothvati igraju ključnu ulogu u razvoju gospodarstva te su osnova za stvaranje novih poslovnih prilika i društvenog napretka. Kroz poticanje poduzetništva i pružanje adekvatne podrške, država može stvoriti poticajno okruženje za razvoj novih ideja i inicijativa, te osigurati održivi i prosperitetan ekonomski put za budućnost.

POPIS LITERATURE

1. Arambašić, S., Čalić, A., Rupčić, L. (2013). Poduzetništvo 1. Zagreb: MATE d.o.o.
2. Bistričić, A., Agatić, A., & Kuzman, Z. (2011.), Značaj poslovanja malih i srednjih poduzeća u gospodarstvu Republike Hrvatske i gospodarstvima zemalja Europske unije. Pomorstvo, 25(1), 145-158., preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/69644> Pristupljeno: 31. srpnja 2023.
3. Cerovac, M. (2010) Državne potpore u Europskoj Uniji. U: Mintas Hodak, LJ., ur Europska unija, Zagreb: MATE d.o.o.
4. Hrvatski zavod za zapošljavanje: Program državnih potpora za zapošljavanje i usavršavanje u nadležnosti Hrvatskog zavoda za zapošljavanje za razdoblje od 2021. do 2023. godine. Dostupno na: <https://mjere.hr/app/uploads/2022/11/PROGRAM-DRZAVNIH-POTPORA-ZA-ZAPOSLJAVANJE-I-USAVRSAVANJE-2021.-2023..pdf> Pristupljeno: 31. srpnja 2023.
5. Hrvatska gospodarska komora: Prijavni obrazac za dodjelu potpore male vrijednosti u svrhu samozapošljavanja. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/> Pristupljeno: 2. kolovoza 2023.
6. Kersan – Škabić, I. (2015) Ekonomija Europske unije, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“.
7. McAdam, M. (2013). Female Entrepreneurship. London: Routledge.
8. Ministarstvo financija Republike Hrvatske: Godišnja izvješća o državnim potporama. Dostupno na: <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/koncesije-i-drzavne-potpore/drzavne-potpore/godisnja-izvjesca-o-drzavnim-potporama/464> Pristupljeno; 1. kolovoza 2023.
9. Paunović, Z., & Prebežac, D. (2010.), Internacionalizacija poslovanja malih i srednjih poduzeća. Market-Tržište, 22(1).
10. Štavlić, K. (2016). Čimbenici uspješnosti mikro poduzeća u Republici Hrvatskoj,(Doctoral dissertation, Sveučilište JJ Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku).
11. Vuković, K. (2015). Počeci poduzetništva žena u znanstvenim i književnim djelima hrvatskih autora. Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja, Vol. 24 No. 1.

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1. Prijavni obrazac..... | 29 |
| Slika 2. Opis poduzetničke ideje unutar obrasca..... | 31 |
| Slika 3. Prikaz plana ulaganja..... | 33 |
| Slika 4. Očekivana dobit..... | 35 |
| Slika 5. Plan prihoda..... | 37 |
| Slika 6. Troškovnik..... | 38 |
| Slika 7. Troškovnik..... | 39 |

POPIS TABLICA

| | |
|---|---|
| Tablica 1. Podaci o državnim potporama za zapošljavanje u Hrvatskoj od 2016. do 2020. Obrada autora prema podacima Ministarstva financija Republike Hrvatske..... | 6 |
|---|---|