

PODUZETNIŠTVO I PODUZETNIČKI ASPEKT NA PRIMJERU OBRTA "BIO KONOPLJA"

Dubravčić, Mario

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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:128:047707>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-05**



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 REPOZITORIJ

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

MARIO DUBRAVČIĆ

PODUZETNIŠTVO I PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU OBRTA „BIO
KONOPLJA“

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

MARIO DUBRAVČIĆ

**PODUZETNIŠTVO I PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU OBRTA „BIO
KONOPLJA“**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

Mentorica: Andreja Primužak, dipl.oec., viši predavač

Matični broj studenta: 0621616003

Karlovac, rujan 2021.

ZAHVALA

Želio bi zahvaliti profesorici Andreji Primužak na svim savjetima i ohrabrenju tijekom pisanja ovog završnog rada. Dakako zahvaljujem se i svim profesorima na Veleučilištu u Karlovcu čija sam predavalja pratio.

Želim se zahvaliti roditeljima, prijateljima i ostalim poznanicima koji su trpili sve moje izostanke s kava i ostalih druženja.

„Uvijek trošite jedan novčić manje nego što zaradite.“ (Cesare Cantú)

SAŽETAK

Poduzetnik je osoba koja je nadarena poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna da preuzme rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja ili jednostavnije poduzetnik je poslovan čovjek koji ulaže svoj novac u određeni poslovni pothvat nadajući se da će zaraditi, odnosno ostvariti dobit.

Poduzetništvo je splet poslovnih aktivnosti u sklopu kojih poduzetnik ima ideju koju drži dobrom poslovnom prilikom, ulaže vlastiti ili tuđi kapital, nabavlja sredstva, zapošljava ljude, s ciljem ostvarenja profita.

Poduzetnički projekt izraditi će se na primjeru proizvodnje industrijske konoplje gdje će se osnovati paušalni obrt pod nazivom „Bio Konoplja“.

Ključne riječi: poduzetnik, poduzetništvo, poduzeće, poduzetnički plan, industrijska konoplja

SUMMARY

An entrepreneur is a person who is gifted with business spirit and managerial skills, rich in knowledge of jobs and people, determined and willing to take the risk of running a company on the topic of innovation and continuous development, or more simply an entrepreneur is a businessman who invests his money in a particular business venture. will earn, that is, make a profit.

Entrepreneurship is a set of business activities in which an entrepreneur has an idea that he holds a good business opportunity, invests his own or someone else's capital, raises funds, employs people, with the aim of making a profit.

The entrepreneurial project will be made on the example of the production of industrial hemp, where a trade called "Bio Konoplja" will be established.

Keywords: entrepreneur, entrepreneurship, enterprise, entrepreneurial plan, industrial hemp

SADRŽAJ

1	UVOD.....	1
1.1	Predmet i cilj rada.....	1
1.2	Izvori podataka i metode istraživanja.....	1
1.3	Sadržaj i struktura rada	1
2	PODUZETNIK.....	2
2.1	Pojmovno određenje poduzetnika	2
2.2	Tipovi poduzetnika.....	4
2.3	Osobine uspješnog poduzetnika.....	4
3	PODUZETNIŠTVO	7
3.1	Pojmovno određenje poduzetništva.....	7
3.2	Povijesni razvoj poduzetništva	8
3.3	Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo	9
3.4	Funkcije u poduzetništvu	10
4	PODUZEĆE	12
4.1	Pojmovno određenje poduzeća	12
5	POSLOVNO PLANIRANJE.....	15
5.1	Pojmovno definiranje poslovnog plana	15
6	OPERATIVNI SAŽETAK PODUZETNIČKOG PROJEKTA.....	17
6.1	Podaci o investitoru	18
6.2	Asortiman proizvoda.....	18
6.3	Tržišni podaci	19
6.4	Struktura i izvori potrebnog kapitala	20
6.5	Potrebni zaposlenici	21
6.6	Izvori financiranja.....	22
7	TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA	24
7.1	Karakteristike prodajnog tržišta	24
7.2	Analiza konkurencije.....	24
7.3	Analiza lokacije.....	25

7.4	Projekcija zaštitinih mjera	26
7.5	Projekcija aktivizacijskog razdoblja.....	27
8	MARKETING PODUZETNIČKOG PROJEKTA.....	29
9	TROŠKOVI POSLOVANJA.....	31
10	RAČUN DOBITI I GUBITKA (RDG).....	34
11	OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA	38
11.1	Razdoblje povrata ulaganja	39
11.2	Godišnja stopa prinosa.....	40
11.3	Pravilo palca.....	41
11.4	Interna stopa profitabilnosti	42
11.5	Analiza likvidnosti	43
11.6	Analiza osjetljivosti	43
12	ZAKLJUČAK.....	46
	POPIS LITERATURE	47
	POPIS ILUSTRACIJA.....	49

1 UVOD

1.1 Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada je izrada poduzetničkog pothvata i objašnjavanje na praktičnom primjeru otvaranja paušalnog obrta Bio Konoplja. Cilj završnog rada je pojmovno odrediti značenje poduzetništva i poduzetnika i na primjeru pokretanja proizvodnje industrijske konoplje prikazati kako poduzetnički pothvat treba izgledati i koje dijelove sadržavati.

1.2 Izvori podataka i metode istraživanja

Za pisanje završnog rada koristile su različite stručne knjige, internet publikacije i zakoni. Od metoda istraživanja koristile su se deskriptivna metoda te metoda „istraživanja za stolom“ koja se najviše primjenila na praktični dio završnog rada.

1.3 Sadržaj i struktura rada

Završni rad dijeli se na teorijski dio i praktični dio.

Teorijski dio završnog rada obrađuju točke 2., 3., 4. i 5. gdje se pojmovno obrađuje pojam poduzetništva, poduzetnika, zatim koje je značenje poduzeća i što svaki poduzetnički pothvat mora sadržavati, odnosno njegove bitne dijelove.

Praktični dio poduzetničkog pothvata obrađuje se na primjeru proizvodnje industrijske konoplje. Osniva se paušalni obrt pod nazivom Bio Konoplja. Taj dio sadrži podatke o poduzetniku koji pokreće obrt, potom se prikazuje popis asortimana proizvoda, zatim daje se pregled tržišnih podataka koji uključuju analizu konkurencije i analizu lokacije. Nakon toga izrađuje se troškovnik, a nakon njega račun dobiti i gubitka. Zadnji dio praktičnog dijela uključuje ocjenu učinkovitosti poduzetničkog pothvata.

Rad završava zaključkom, gdje autor iznosi svoje zaključke o obrađenoj temi.

2 PODUZETNIK

Nositelj poduzetničkog pothvata je poduzetnik. Poduzetnik mora uočiti priliku, koristiti potrebne resurse kako bi stvorio novu vrijednosti.

Poduzetnik je osnivač poduzeća, upravlja ljudskim i materijalnim resursima i preuzima sav rizik na sebe kako bi ostvario dobit. Poduzetnici nisu osobe koji su privatizirali poduzeća, a niti menadžeri velikih državnih poduzeća. On može biti menadžer, ali i može zaposliti menadžera da radi za njega.

Naziv poduzetnika uveo je 1725. god. irski ekonomist Richard Cantillon u knjizi "Opća rasprava o prirodi trgovine".¹ Blaž Lorković je dao definiciju poduzetnika: „Tko sjedini radi proizvodnje sile produktivne, njimi upravlja, te preuzimlje i pogibao (risico) koju može da donese proizvodnja, zove se poduzetnik, a taj njegov posao zove se poduzeće. Sjedinjenje dakle, proizvodnih sila da se proizvode dobra na vlastitu pogibao poduzetnika jest poduzeće. Svatko je dakle poduzetnik, tko na svoj trošak i svoj pogibao posao preduzme.“²

2.1 Pojmovno određenje poduzetnika

Poduzetnik (engl. Entrepreneur, njem. Unternehmer) je osoba koja je nadarena poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna da preuzme rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja ili jednostavnije možemo reći da je to poslovan čovjek koji ulaže svoj novac u određeni poslovni pothvat nadajući se da će zaraditi, odnosno ostvariti dobit.³

Poduzetnika se definira kao fizičku i pravnu osobu koja obavlja posao na vlastiti rizik, distribuira dobra ili usluge. Na raspolaganju ima sva potrebna sredstva za određenu gospodarsku djelatnost. Sve odluke donosi samostalno, organizira i kombinira proizvodne čimbenike, koordinira njihovo djelovanje, nadzire cjelokupni rad i poslovanje i njime upravlja.⁴

¹ Zagrebački inovacijski centar, <https://www.zicer.hr/Poduzetnicki-pojmovnik/Poduzetnik> 07.05.2021.

² dr. Blaž Lorković, 1889. "Počela političke ekonomije ili nauke općega gospodarstva"

³ Jurković P., Pribičević Đ., Ravlić S.: Poslovni riječnik, 3. Izdanje, Masmedia, Zagreb, 1995.g., str 426

⁴ Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=48955> 06.05.2021.

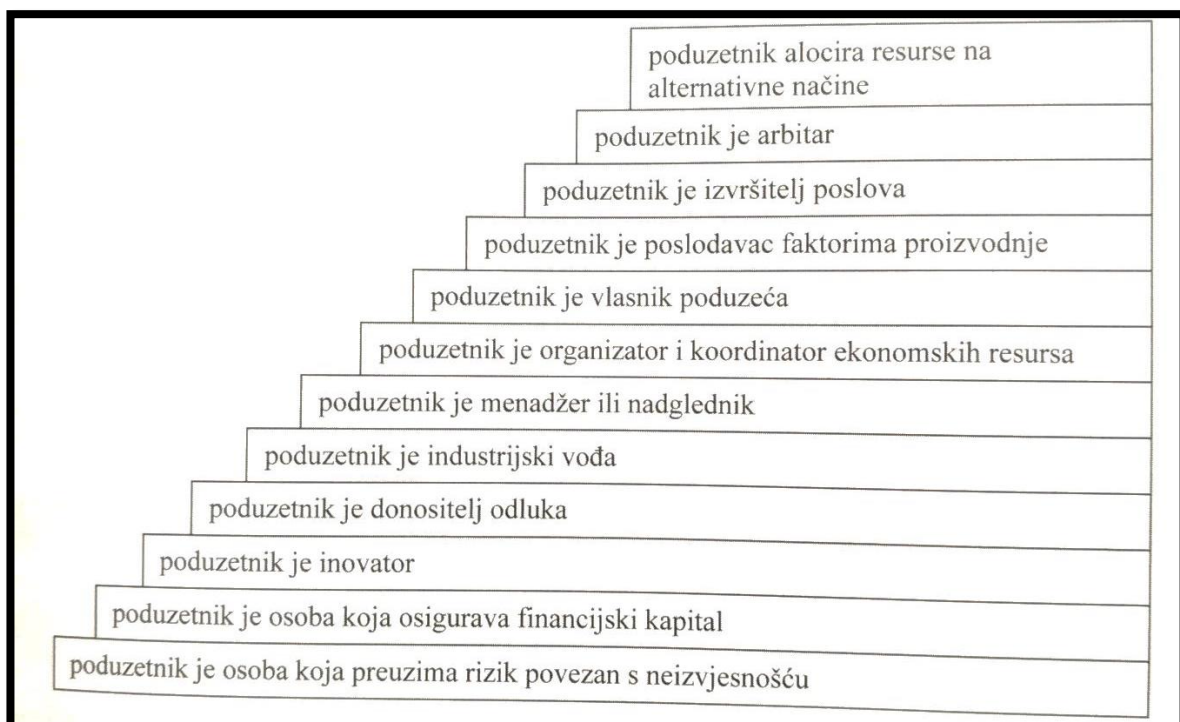
Zarada koju poduzetnik ostvaruje naziva se poduzetnička dobit. To je dobit koja ostaje poduzetniku kada se iz ukupnih prihoda odbiju svi troškovi te ugovorne i zakonske obveze.

U povijesnom te teorijskom smislu poduzetnik kao osoba, a poduzetništvo kao djelatnost dobili su različite atribute. Slika 1 prikazuje ulogu poduzetnika kroz povijest.

Prvi put pojam poduzetnika u ekonomiji uveo je Richard Cantilon, gdje ih je prikazao kao trgovce, graditelje, odvjetnike, liječnike i sl., a gdje je naglasio njihovu neizvjesnost i rizik koja se javlja u svakom pojedinom poslovanju.

Da bi poduzetnik bio odličan lider, mora postaviti zadatke te ponuditi odgovarajuća rješenja. Ukoliko ne uspije ostvariti poduzetnički pothvat, zbog eventualnih mogućih rizika, pravi poduzetnik započinje ispočetka jer gubiti se mora znati, kao i ako poduzetnik ostvari zadano, nikada se nesmiye zadovoljiti s postignutim, već mora tražiti nove ideje i mogućnosti.

Slika 1: Uloga poduzetnika tijekom povijesti



Izvor: Škrtić M., Mikić M.: Poduzetništvo, Sinergija, Zagreb, 2011.g., str.103

Najprije se poduzetnik tretirao kao osoba koja alocira resurse na različite načine, potom kao arbitar, izvršitelj poslova, vlasnik poduzeća, organizator poslovanja,

donositelj odluka, pa do inovatora, menadžera, financijskog savjetnika, ali je poduzetnik uvijek osoba koja na sebe preuzima rizik.

2.2 Tipovi poduzetnika

Prema istraživanjima Yankelovich Partnera, identificira se pet tipova poduzetnika.

Tipovi poduzetnika su sljedeći:

- idealisti,
- optimizatori,
- radnici,
- žongleri i
- održavatelji.

Idealisti smatraju da imaju odličnu poslovnu ideju, uživaju u kreativnom radu, ali su nestrpljivi kada je u pitanju administracija, pravna pitanja te financijske analize. Kod kupnje odlučuju na temelju cijene te preferiraju stvaranje dobrih odnosa s provjerenim i pouzdanim dobavljačima. Idealisti čine 24% svih poduzetnika.

Optimizatori vole svoju slobodu i fleksibilnost te ne vole raditi za nikoga osim za sebe. Usredotočeni su na profit, a ne na prihode. Naučili su balansirati između obiteljskog i poslovnog života. Optimizatori čine 21% svih poduzetnika.

Radnici vole svoj posao te ulažu dodatne napore kako bi ostvarili zacrtane ciljeve. Orijeantirani su na detalje i rast poduzeća te su financijski agresivni. Posjeduju dugoročne planove i njih se drže. Ovu skupinu poduzetnika čini oko 20% populacije.

Žongleri teško delegiraju ovlasti i odgovornosti, pa sve poslove obavljaju sami. Zbog toga im nedostaje vremena za obavljanje svih postavljenih poslova. Konstantno su u potrazi za novim tehnologijama i novim načinima unapređenja poslovanja. Oni čine oko 20% poduzetničke populacije.

Održavatelji poduzeće kupuju ili ostvaruju nasljeđem. Oni su konzervativni i ne teže ostvarivanju većih stopa rasta. Bitno im je balansiranje obiteljskog i poslovnog života. Ovu grupu poduzetnika čini tek 15% poduzetnika.

2.3 Osobine uspješnog poduzetnika

Nije teško postati poduzetnik, već je teško biti uspješan poduzetnik. Sa sigurnošću se može reći da su poduzetnici osobe koje znaju što žele.

Ključ poduzetničkog uspjeha je ono što psiholozi nazivaju potrebom za postizanje nekog cilja, želja da ostvare nešto još bolje i kvalitetnije nego što je do sad ostvareno, nešto drugačije ili nešto na drugačiji način.⁵

Razlikuje se šest osobina uspješnog poduzetnika, a to su:⁶

- ❖ Inovativnost,
- ❖ Razumno preuzimanje rizika,
- ❖ Samouvjerenost,
- ❖ Uporan rad,
- ❖ Postavljanje ciljeva,
- ❖ Odgovornost.

Inovativnost je najupečatljivija značajka poduzetnika. Obuhvaća kreiranje i uvođenje promjena, razvoj i primjenu novih proizvoda, usluga, procesa, novih rješenja, postupaka. Petar Drucker povezuje poduzetnika sa sedam inovacijskih izazova, a to su:⁷

- Nepredvidivost uspjeha,
- Nesklad između sadašnje i buduće realnosti,
- Inovacije vezane uz potrebe određenog procesa,
- Promjene u proizvodnji i tržišnoj strukturi,
- Demografske promjene,
- Nove spoznaje i znanja,
- Promjene u razmišljanjima.

Razumno preuzimanje rizika. Poznato je da su šanse za uspjeh odnosno neuspjeh 50:50. Svako novo poduzeće sa sobom nosi poduzetnički rizik. Znači poduzetnik je osoba koja je spremna na preuzimanje rizika kako bi uspjela u svom poslovanju.

Samouvjerenost. Poduzetnici vjeruju u sebe. Uvjereni su da mogu stvari promijeniti na bolje, da mogu nove prilike, tržišta i potrošače. Uspješan poduzetnik pozornost posvećuje viziji, misiji, specifičnoj svrhi te strategijskim ciljevima.

⁵ Škrtić M.: Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u karlovcu, Karlovac, 2008.g., str. 19

⁶ Bakotić D., Bulog I., Dulčić Ž. i dr.: Obiteljsko poduzetništvo, Sveučilište u Mostaru i Splitu, Mostar, 2016.g., str. 22

⁷ Škrtić M., op.cit., str. 21

Uporan rad. Svaki poduzetnički trud, da bi postao svjetska klasa, mora proći kroz nekoliko procesa izgrađivanja sposobnosti.

Postavljanje ciljeva. Poduzetnici žele postići kreativne ideje s kojima će nadmašiti konkurenciju, ali da je ne oponašaju. Shodno tome, poduzetnici ciljeve postavljaju visoko i ambiciozno.

Odgovornost. Poduzetnici odgovaraju sami sebi i ljudima ispod sebe. Odgovorni su za sve postupke i eventualne rizike. Poduzetnici žele priznanje za svoj uspjeh, ali i preuzimaju svu nastalu krivnju na sebe.

3 PODUZETNIŠTVO

Sam pojam poduzetništva danas se primjenjuje u različite svrhe. Ono ima gospodarski i društveni značaj. Za poduzetništvo se kaže da je staro koliko i ljudsko društvo.

3.1 Pojmovno određenje poduzetništva

Poduzetništvo (engl.- ENTREPRENEURSIP franc.- L' ESPRIT D' ENTREPRISE njem.- ENTREPRENEURSHIP tal.- IMPRENDITORIALITA rus. – PREDPRINIMATELJSTVA slov.- PODJETNIŠTVO port.- EMPREENDEDORISMO španj.- EL ESPIRITU EMPRESARIAL) je sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata s dostatnim kapitalom, a što je povezano s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom. To je i splet poslovnih aktivnosti u sklopu kojih poduzetnik ima ideju koju drži dobrom poslovnom prilikom, ulaže vlastiti ili tuđi kapital, nabavlja sredstva, zapošljava ljude, s ciljem ostvarenja profita.⁸

Velik broj znastvenika definiralo je pojam poduzetništva, među njima su Richard Cantillon, Alfred Marshall, Petar Drucker, Nicholas C. Siropolis te mnogi drugi. U nastavku biti će navedene njihove definicije.

Richard Cantillon ne definira poduzetništvo izravno niti cjelovito, ali prikazuje što rade pojedini poduzetnici, kao na primjer prijevoznici dovode namirnice iz sela u grad, trgovci ih kupuju i prodaju građanima itd., a svima je u interesu postići višu cijenu pa se može dogoditi da im poduzeće bude unosno ili da bankrotiraju.⁹

Prema Alfredu Marshallu poduzetništvo je slobodna djelatnost po izboru poduzetnika, ali upozorava da u okviru izborne aktivnosti i njezine realizacije mora biti više smotrenosti i više samopouzdanja.¹⁰

Petar Drucker govori da je poduzetništvo stvaranje novog tržišta i novog potrošača.

Iz svega navedenog zaključuje se da je poduzetništvo posebna gospodarska funkcija, koja je različita od vlasničke i upravljačke odnosno skup više međusobno povezanih funkcija usmjerenih na pokretanje novih poslovnih inicijativa s ciljem očekivanja iznad prosječnih prihoda.¹¹

⁸ Tkalec Z.: Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43.pdf 11.05.2021.

⁹ Škrtić M., op.cit., str. 31

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Škrtić M., op.cit., str. 31

3.2 Povijesni razvoj poduzetništva

Poduzetništvo se kao djelatnost razvilo između 12. i 15. stoljeća. Tada su tipovi poduzetništva bili feudalci, gusari, obrtnici i trgovci. Stvaralačko poduzetništvo razvilo se u 17. stoljeću, dok se specijalizacija na području trgovine i bankarskih poslova razvila u 18. stoljeću.

Razvoj poduzetništva u modernoj ekonomiji promatra se kroz sljedeće faze:¹²

- Prije rođenja – poduzetnici bolje reagiraju u početnoj fazi,
- Prihvaćanje – u ovoj fazi poduzetnici se muče kako pokriti nastale troškove jer plasiraju sve više novih proizvoda na tržište,
- Prodor – u ovoj fazi stopa rasta može biti visoka te se poduzetnik ne može nositi s njome,
- Zrelost – kako su poduzetnici suočeni s određenim pritiscima, zapošljavaju dodatne suradnike te time dobivaju fleksibilnost i razvitak se nastavlja kroz fazu zrelosti.

Klasična škola i Neoklasična škola su najznačajnije škole koje su definirale poduzetništvo.

Klasična škola dijeli se na:¹³

- Američku – poduzetnik je kreator bogatstva; dobit je rezultat vještina i sposobnosti; posao se odvija u uvjetima rizika,
- Njemačku – poduzetnik je inovator i snosi sav rizik; dobit je nagrada za preuzimanje rizika i inovativnosti.

Neoklasična škola:¹⁴

- poduzetnik bira samozapošljavanje ako će mu to donijeti veću zaradu,
- poduzetništvo je izvor promjena,
- profit je cijena i plaća za pružene usluge poduzetnika,
- profit nije nagrada za preuzimanje rizika.

¹² Ibidem., str. 40

¹³ Tkalec Z.: Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43.pdf 12.05.2021.

¹⁴ Ibidem.

3.3 Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

Poduzetnici manjih poduzeća smatraju da ako naporno rade da će zaraditi više novaca te da će biti zadovoljniji.

Prednosti ulaska u poduzetništvo su:¹⁵

- Preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom – posjedovanje omogućuje poduzetniku slobodu i postizanje postavljenih ciljeva,
- Mogućnost mijenjanja stvari – poduzetnik je uvjeren da može mijenjati postojeću stvarnost,
- Mogućnost iskorištavanja svojih potencijala – posjedovanje poduzeća, poduzetniku omogućuje da izaziva svoje sposobnosti te kreativnost,
- Ostvarivanje neograničenih profita – ostvarivanje profita je glavni motiv osnivanja poduzeća,
- Priznatost u društvu – vlasnici manjih poduzeća najcjenjeniji su članovi zajednica,
- Radite stvari koje volite – poduzetnik odabire onu djelatnost koju voli raditi i koja ga najviše interesira.

Iako osnivanje poduzeća pruža mnogobrojene prednosti, tako sa sobom povlači i određene nedostatke. Stoga poduzetnici moraju biti svjesni tih nedostataka, a oni su sljedeći:¹⁶

- Nesigurnost dohotka – ne postoji jamstvo da će poduzetnik zaraditi dovoljnu količinu novaca,
- Rizik gubitka uloženog kapitala – postoji mogućnost od zatvaranja poduzeća zbog nedovoljne zainteresiranosti potrošača,
- Nedefinirano radno vrijeme i naporan rad – poduzetnik mora raditi danonoćno da bi pokrenuo poslovanje,
- Niska kvaliteta života za vrijeme uspostavljanja poslovanja – poduzetnicima je na prvom mjestu poduzeće, a tek onda privatni život,
- Visoka razina stresa – pojava stresa ukoliko poduzetnik ne može odraditi određeni zadatak na vrijeme jer rokovi ga pritišću,
- Neograničena odgovornost – poduzetnik odgovara cijelim svojim kapitalom,

¹⁵ Škrčić M., op.cit., str. 33

¹⁶ Ibidem., str. 34

- Obeshrabrenje – poduzetnik mora znati da ga niti jedna prepreka ne smije obeshrabriti.

3.4 Funkcije u poduzetništvu

Funkcije u poduzetništvu definiraju se kao skup poslovnih zadataka i aktivnosti koje se javljaju u modernom poslovanju poduzetnika. U manjim poduzećima, sve funkcije provodi poduzetnik. S razvojem poduzeća dolazi i do razdvajanja funkcija te se one dijele na više osoba odnosno menadžera koji su specijalizirani u provedbi jedne ili više funkcija.

Najvažnije funkcije u poduzetništvu su:¹⁷

- strateška funkcija,
- planska funkcija,
- organizacijska funkcija,
- upravljačka funkcija i
- kontrolna funkcija.

Glavni zadatak strateške funkcije je definiranje strategije razvoja poduzeća. Poduzetnik je provodi samostalno ili u komunikaciji s menadžmentom poduzeća. Strategija je plan akcija koje poduzetnik treba poduzeti da bi ostvario svoje vizije, definirao misiju i postavio strateške ciljeve.¹⁸

Planskom funkcijom nastoji se izgraditi te donjeti strateški poslovni plana razvoja poduzeća.

Zadatak organizacijske funkcije je uspostavljanje organizacijske strukture poduzeća i međusobnih veza među svim zaposlenima u poduzeću koji obavljaju različite aktivnosti.¹⁹

Zadaća upravljačke funkcije je da organizira rad u poduzeću, da vodi zaposlenike, te da kontrolira ljudske, materijalne i informacijske resurse. Najbitniji zadatak je utjecati na zaposlenike da obave zadatke prema definiranim planovima i ciljevima.

¹⁷ Dračić I.: „Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje“, Varaždin: Hrvatski zavod za zapošljavanje Varaždin, 2012.g., str. 5.

¹⁸ Dračić I., op.cit., str. 6.

¹⁹ Ibidem., str.8

„Temelj učinkovitog vodstva čini osmišljavanje zadataka postavljenih određenoj organizaciji i njihovo jasno i očigledno definiranje i utvrđivanje. Vođa postavlja ciljeve, određuje prioritete i utvrđuje i održava standarde, ali čini i kompromise. Način vođenja dvoje ili stotinu ljudi zahtjeva od vođe iste sposobnosti poticanja i motiviranja zaposlenika, ovladavanje sukobima koji se mogu pojaviti u poslovanju itd.“²⁰

²⁰ Dračić I., op.cit., str. 9.

4 PODUZEĆE

Poduzeće je sredstvo za djelovanje trgovačkog društva. Napuštanjem društvenog vlasništva i donošenjem Zakona o trgovačkim društvima 1993. godine, ono je prestalo biti pravna osoba i uveden je taj, bitno drugačiji pojam poduzeća.²¹

4.1 Pojmovno određenje poduzeća

Do Drugog svjetskog rata poduzeće se smatralo kao gospodarska cjelina. Zbog ideoloških razloga pojam se u početku smatrao kao pravna osoba i to kao državno poduzeće, a kasnije se počelo upotrebljavati kao poduzeće u društvenom vlasništvu čije se upravljanje temeljilo na samoupravljanju. Pojam poduzeća nije se koristio u vremenskom razdoblju od 1973. godine do 1989. godine, kada ga je Zakon o poduzećima ponovno uveo u pravni i gospodarski sustav.

Pojam poduzeća nije definiran zakonom, osim u Zakonu o porezu na dodanu vrijednost²² gdje se definira kao gospodarska ili neka druga djelatnost poduzetnika. Da bi se pravno definirao pojam poduzeća, potrebno je poći od određenja u gospodarskom smislu. Pojam poduzeća tako se može odrediti kao organizirana gospodarska cjelina koju čine objektivni, subjektivni i ustrojbeni sastojci. Objektivni sastojci su sredstva rada, stvari i prava, odnosno sva imovinska subjektivna prava koja pripadaju nositelju poduzeća. Subjektivni sastojci su ideje, nastojanja, rad, inovativnost, ono što pokreće djelovanje objektivnih sredstava, odnosno osobe koje vode poslovanje i one putem kojih se takvo poslovanje ostvaruje.²³

Za poduzeće se ne može reći da je trgovačko društvo jer nema pravnu osobnost, već čini imovinsku i radnu cjelinu kojeg posjeduje nositelj poduzeća.

Gospodarski, poduzeće je organizacija kojoj je cilj da na tržištu, uz naplatu, nudi svoje gospodarske činidbe, kao što su proizvodnja i prodaja (preprodaja) robe, kupnja robe, kupnja ili prodaja nekretnina, davanje kredita, pružanje usluga svih vrsta.²⁴

²¹ IUS-INFO, <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/19205> 07.05.2021.

²² Zakon o porezu na dodanu vrijednost NN čl.2, stavak 3

²³ IUS-INFO, <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/19205> 07.05.2021.

²⁴ Hrvatska enciklopedija, natuknica: Poduzeće, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=48953> 07.05.2021.

Preko nositelja, poduzeće se može spajati, dijeliti, povezivati u koncerne te pripajati. Također poduzeće može imati podružnice, odjele, pogone.

Životni ciklus prosječnog poduzeća promatra se kroz 5 faza:²⁵

- Faza izgradnje,
- Faza rasta,
- Faza diferenciranja,
- Faza konsolidacije i
- Likvidacijska faza.

Slijedi Slika 2 koja prikazuje pet faza poduzeća, a svaka od faza zahtjeva i određeni tip poduzetnika.

Slika 2: Životni ciklus poduzeća i tipovi poduzetnika

1. FAZA	2. FAZA	3. FAZA	4. FAZA	5. FAZA
Izgradnje	Rasta	Diferencijacije	Konsolidiranja	Likvidacije
PIONIR	MAHER	STRATEG	TRENER	

Izvor: Kolaković M.: „Poduzetništvo u ekonomiji“, Sinergija, Zagreb, 2006.g., str. 22

U fazi izgradnje potrebni su poduzetnici koji su skloni visokom riziku i brzo donose odluke, koji imaju ideje, jasne ciljeve i predanost. To su jake osobe, individualisti i egocentrični, a nazivamo ih pionirima. U fazi rasta poduzeću su potrebni poduzetnici koji imaju organizacijske sposobnosti, jer u toj fazi se javljaju problemi, pa je potrebno znanje pojedinca. Ovoj fazi potrebni su maheri koji su ambiciozne osobe i dobro organizirane. U fazi diferencijacije potrebni su stručni, komunikativni poduzetnici koji su spremni prebaciti ovlasti na svoje suradnike, a to su stratezi. U fazi konsolidacije

²⁵ Škrtić M., op.cit., str. 49

karakterističan je trener, a to je osoba koja je spremna stvoriti zdravu radnu klimu i dobre međuljudske odnose.

Prema veličini poduzeća, poduzeća se dijele na mikro, mala i srednja. Kriteriji koji se uzimaju u obzir su broj zaposlenika i godišnji promet. Slijedi Tablica 1 koja prikazuje razlike u navedenoj podjeli.

Tablica 1: Podjela poduzeća prema veličini

Kategorija poduzeća	Broj zaposlenih	Godišnji prihod (mil.eur)	Imovina (mil.eur)
Mikro	<10	<2	<2
Malo	<50	<10	<10
Srednje	<250	<50	<43

Izvor: Hrvatska gospodarska komora,

https://www.hgk.hr/documents/vodiczadefinicijumalogisrednjegpoduzetnistvaunatjeca_jimazadodjelusredstavaizfondovaeuhgkanaliza0120144457b5747dec0a7.pdf

07.05.2021.

Mikro poduzeća definiraju se kao fizičke i pravne osobe koje zapošljavaju manje od 10 osoba te godišnji prihod im ne prelazi 2 milijuna eura. Mala poduzeća su fizičke ili pravne osobe koje zapošljavaju manje od 50 osoba te godišnji prihod im ne prelazi 10 milijuna eura, dok srednja poduzeća zapošljavaju manje od 250 osoba te im godišnji prihod ne prelazi 43 milijuna eura.²⁶

²⁶ Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16, čl.3

5 POSLOVNO PLANIRANJE

Poduzetnici izrađuju poslovne planove da bi pripremili što bolje za buduće poslovanje ili ih rade jer ih traže banke, ulagači, osiguravatelji i drugi. Poslovni plan mora prikazati sve potrebne informacije vezane uz financiranje, planiranje, vođenje i organiziranje poslovnog plana kroz cijeli životni vijek.

5.1 Pojmovno definiranje poslovnog plana

Poslovni plan je pisani dokument koji sadrži potanko razrađenu analizu o ulaganju u posao, o budućim rezultatima poslovanja, te o varijantnim rješenjima za moguće rizične situacije koje donosi buduće vrijeme.²⁷

Poslovni plan nije potrebno pisati po određenoj šablona, već je potrebno ga pisati po prepoznatljivim okvirima. Planovi se izrađuju da bi se predvidjeli budući događaji i prilagodilo poslovanje okruženju te da bi se izbjegli eventualni rizici. Ukoliko se što bolje predvide budući događaji i eventualni rizici, zacrtani ciljevi će se što bolje postignuti.

Poslovni plan mora biti razumljiv i čitljiv, mora biti orijentiran prema tržištu, a nikako prema tehnologiji rada i poduzetniku, zatim mora imati detaljnu procjenu konkurencije te mora imati realnu i uvjerljivu viziju i misiju.

Svaki poslovni plan mora sadržavati sljedeće podatke:²⁸

- temeljni podaci o poduzetniku - čime se bavi, vlasnička struktura, podaci iz zadnjih financijskih izvješća;
- prikaz proizvoda i usluga - s čime je poduzetnik zastupljen na tržištu (novi proizvodi ili modifikacije), patenti, franšize i sl.;
- analiza prodajnog tržišta i konkurencija – približan opseg cjelokupnog tržišta u djelatnosti kojom se poduzetnik bavi, udjel u tržištu, opis najvažnijih konkurenata (treba istaknuti prednosti i nedostatke u odnosu na konkurenciju, poželjno istaknuti razvojne trendove u gospodarskoj djelatnosti jer je za bankare jako bitna procjena što će biti s dotičnom gospodarskom granom u budućnosti);

²⁷ HAMAG BIORO, <https://hamagbicro.hr/poslovno-planiranje/> 08.05.2021.

²⁸ Ibidem.

- marketing strategija - na koji tržišni segment poduzetnik cilja, način oglašavanja, troškovi oglašavanja i politika cijena;
- proizvodnja i distribucija - tehnički potencijal i sposobnost poduzetnika, udovoljavanje propisanim standardima, način distribucije, servis i briga o kupcima;
- financije - ulaganja i izvori sredstava, očekivani poslovni rezultati i
- podaci o menadžerskom timu - kvalitetni menadžeri su jamstvo uspjeha.

Cjelokupni životni vijek proizvodnih, trgovačkih, uslužnih ili mješovitih poduzetničkih pothvata dijeli se u tri karakteristična razdoblja:²⁹

- Aktivizacijsko razdoblje - obuhvaća vrijeme tijekom kojega se obavlja ulaganje, investiranje i angažiranje vlastita novca i pozajmljena kapitala u cilju njihovog profitnog efektuiranja u procesu proizvodnje, trženja ili usluživanja, odnosno u procesu redovita poslovanja,
- Pokusno razdoblje - obuhvaća vrijeme tijekom kojega se uhodavaju stožerne tehničko-tehnološke i organizacijsko-radne sastavnice proizvodnoga, trgovačkoga ili uslužnoga procesa, a obično se nalazi kod većih i složnijih proizvodnih pothvata, i to na početku njihovog eksploatacijskog razdoblja,
- Eksploatacijsko razdoblje - obuhvaća vrijeme tijekom kojega se obavlja proces redovite proizvodnje, trgovanja ili usluživanja, odnosno proces redovitog poslovanja na razini projicirana kapaciteta.

²⁹ Goić S. : Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Ekonomski fakultet Split, 2007., str. 61.

6 OPERATIVNI SAŽETAK PODUZETNIČKOG PROJEKTA

„Bio Konoplja“, obrt

Kralja Zvonimira 10, 53222 Otočac, tel. 098/888-999, konopljaotocac@gmail.com

PODUZETNIČKI PROJEKT



Vlasnik pekare:
Mario Dubravčić, bacc.oec.

Autor projekta:
Mario Dubravčić bacc.oec.

Posebne informacije:

*Podaci iz ovog projekta povjerljivi su
Autori pridržavaju prava intelektualnoga
vlasništva. Projekt je preslikan u pet istovjetnih
primjeraka.*

Primatelj projekta:
Zagrebačka banka d.d.

Karlovac, lipanj 2021. godine

6.1 Podaci o investitoru

Poduzetnik Mario Dubravčić piše poduzetnički projekt naziva „Bio Konoplja“. Poduzetnik je rođen u Otočcu. Studira na Veleučilištu u Karlovcu, smjer Stručni studij Ugostiteljstva te će završenim školovanjem postati prvostupnik ekonomije.

„Bio Konoplja“ biti će registrirana kao paušalni obrt u vlasništvu Maria Dubravčića.

6.2 Asortiman proizvoda

Proizvodi od konoplje privlače veliku pažnju potrošača, ali i njihovu zbunjenost jer potrošači smatraju da se radi o vrsti droge koja može imati velik utjecaj na njih. No, ovaj projekt ima za cilj objasniti razliku.

Poduzetnik će proizvoditi industrijsku konoplju Cannabis sativa koja se bitno razlikuje od indijske koja je opojna droga, već se navedena koristi kao industrijska konoplja za proizvodnju mnogo vrsta različitih proizvoda. Također je bitno reći da industrijska konoplja sadrži od 0,1 % do 0,3 % THC-a dok indijska može imati i do 10 puta više.

Prednost ove proizvodnje je kvaliteta te širok opseg proizvoda koji se mogu dobiti od različitih dijelova biljke.

Proizvodnja će biti usmjerena u tri dijela. Proizvoditi će se prehrandbeni proizvodi, potom prirodna kozmetika te također konoplja će se moći naći u alkoholnom piću.

Proizvodnja će krenuti od same sjetve, do prerade i proizvodnje, a nakon toga ide distribucija do krajnjih korisnika.

Slijedi Tabela 1 koja prikazuje asortiman proizvoda obrta „Bio Konoplje“ i cijena za svaki proizvod.

Tablica 1: Asortiman proizvoda

PROIZVOD	CIJENA
PREHRANDBENI PROIZVODI	
Čaj od konoplje 50g	60,00kn
Ulje od konoplje hladno prešano 500ml	130,00kn
Ulje od konoplje hladno prešano 1l	190,00kn
Sjemenke konoplje 200g	35,00kn
Brašno od konoplje 500g	50,00kn
PRIRODNA KOZMETIKA	
Melem od konoplje 50ml	150,00kn
ALKOHOLNA PIĆA	
Rakija od konoplje 0,2dcl	75,00kn
Rakija od konoplje 0,5dcl	110,00kn

Izvor: Izrada autora

6.3 Tržišni podaci

Proizvodnja će biti smještena u Otočcu, što je izuzetno primamljivo iz razloga što u krugu od 100km nema niti jednog drugog proizvođača konopljinih proizvoda.

Što se tiče konkurencije na Hrvatskom tržištu, postoje dva proizvođača, od kojih je jedan u Osijeku, a drugi u Rakitovici, u blizini Donjeg Miholjca. Što obrtu Bio Konoplja omogućuje dobro pozicioniranje na tržištu jer se nalaze u Središnjoj Hrvatskoj. Postavljanje štandova na odgovarajućim pozicijama mogu privući velik broj kupaca, što domaćih, a što stranih.

Kod marketinga bitno je biti prisutan na svim web stranicama te dakako napraviti i vlastitu web stranicu koja će pružiti sve potrebne informacije koje bi mogle zanimati potencijalne kupce. Također marketing bi trebao biti usmjeren da konoplja utječe na zdravlje ljudi odnosno da ima povoljan utjecaj na imunitet i liječenje raznih tegoba.

Također nebi bilo loše, pronaći poznate osobe koje koriste razne proizvode od konoplje, kako bi na taj način potaknuli kupce na eventualnu kupnju, ali i pomogli da ljudi shvate koje dobrobiti im konoplja može pružiti.

Obrt će biti smješten odnosno proizvodnja će biti smještena na Biškupljaku koji se nalazi izvan centra Otočca, gdje je zemljište i nema mogućnosti za eventualne nepogode poput onečišćenja tla od goriva i sl. Distribucija proizvoda biti će u centru, gdje je smještena mala trgovinica sa svim proizvodima. Dakako obrt će sudjelovati i na raznim susretima i manifestacijama gdje će moći promovirati svoje proizvode, poput Kupujmo Hrvatsko, Plavi Ceker i slične manifestacije.

6.4 Struktura i izvori potrebnog kapitala

Ulaganja koja će biti potrebna da se pokrene paušalni obrt „Bio Konoplja“ dijelimo na:

- Vlastite izvore,
- Vanjske izvore.

U tablici 2 prikazati će se omjer vlastitih i vanjskih izvora.

Poduzetnik u svom vlasništvu ima zemljište na kojem će se proizvoditi industrijska konoplja, što mu uvelike smanjuje iznos troškova. Također unutar tog zemljišta nalazi se poslovni prostor u kojem će se odvijati proizvodnja. A od ostale opreme biti će potrebno sljedeće:

- Traktor JOHN DEERE 2250 A (88.900,00kn),
- Sijačica (25.000,00kn),
- Plug (14.200,00kn),
- Tanjurača (2.500,00),
- Sjeckalica za konoplju (18.600,00kn),
- Ostala oprema (100.000,00kn).

U najam moraju uzeti prostor za distribuciju odnosno prodaju gotovih proizvoda koji će biti smješten u centru grada Otočca.

Tablica 2: Potrebna ulaganja u poduzetnički projekt

Red. broj	STAVKE SREDSTAVA PREMA IZVORIMA	IZNOSI	STRUKTURA	
		(u kn)	(%)	(%)
I.	VLASTITI IZVORI – UKUPNO	364.200	100%	62,34%
1.	Novac – gotovina	95.000		
2.	Zemljište	-		
3.	Poslovni prostori	-		
4.	Strojevi i oprema	249.200		
5.	Inventar i pokućstvo	20.000		
6.	Nasadi, stado i slično	-		
7.	Prijevozna sredstva	-		
8.	Ostala vlastita sredstva	-		
II.	VANJSKI IZVORI – UKUPNO	220.000	100%	37,66%
9.	Prodaja dionica			
10.	Bankarski zajmovi	150.000		
11.	Zajmovi osnivača			
12.	Kreditni dobavljača			
13.	Kreditni kupaca			
14.	Ostali izvori kapitala	70.000		
I+II	UKUPNO POTREBNA SREDSTVA	584.200		100%

Izvor: Izrada autora

6.5 Potrebni zaposlenici

Slijedi (Tablica 3) projekcija potrebnih zaposlenika u obrtu Bio Konoplja:

Tablica 3: Potrebni zaposlenici u obrtu Bio Konoplja

Godina poslovanja	Br. Zaposlenika	Stručna sprema	Naknada/plaća (mj)	Ugovor
1	3	VSS	5.000,00	neodređeno
2	3	VSS	5.000,00	neodređeno
3	3	VSS	5.000,00	neodređeno
4	3	VSS	5.000,00	neodređeno
5	3	VSS	5.000,00	neodređeno

Izvor: Izrada autora

U početku poslovanja biti će zaposlene tri osobe, no projekcija je kako će rasti proizvodnja i prodaja, tako će se i povećati broj stalnih zaposlenika nakon pete godine poslovanja. Njihova mjesečna plaća iznositi će 5.000,00kn.

Također u rad će biti uzeti i sezonski radnici koji će raditi kao berači konoplje, njenog cvijeta i stabiljke. Za njih neće biti potrebna odgovarajuća stručna sprema. Najviše će biti potrebni u razdoblju od kolovoza do listopada, dok sezona ne završi. Ovisno o količini proizvodnje toliko će se sezonskih radnika i zaposliti.

6.6 Izvori financiranja

Prema vlasništvu, izvori financiranja mogu biti sljedeći:³⁰

- ❖ Vlastiti izvori (dionički kapital, partnerski ulozi) kod kojih ne postoji obaveza vraćanja i nemaju rok dospijeca, a koriste se za ulaganje sredstava u poslovanje privrednog subjekta na neodređeno vrijeme,
- ❖ Tuđi izvori (sve vrste kratkoročnih i dugoročnih obveza, dugovi) moraju se vratiti vjerovnicima u određenom roku, a koriste se za financiranje kratkoročnih i dugoročnih ulaganja.

Poduzetnik posjeduje zemljište i poslovni prostor gdje će se proizvoditi industrijska konoplja, a što mu uvelike smanjuje troškove poslovanja. Od vlastitih sredstva na raspolaganju ima 95.000,00 kn. No kako mu to nije dovoljna količina novaca da

³⁰ Orsag S., 1997, Financiranje emisijom vrijednosnih papira, RIFIN, Zagreb; Marković I., 2000, Financiranje: teorija i praksa financiranja trgovačkih društava, RriF plus, Zagreb; Vidučić Lj., 2004., Financijski menadžment, RriF, Zagreb

pokrene poduzetnički projekt, tražiti će bankarski kredit u iznosu od 150.000,00kn kod Zagrebačka banke d.d. kako bi kupio potrebnu opremu i sjeme za sjetvu.

Drugi izvor financiranja će biti kroz mjere aktivne politike samozapošljavanja gdje će svoj projekt predati i tražiti financijsku pomoć kod pokretanja ovog zanimljivog poduzetničkog projekta.

Prijaviti će se na dvije mjere te ovisno gdje će biti odabran, navedenu mjeru će koristiti.

Mjere su:

- Samozapošljavanje u iznosu do 130.000,kn
- Samozapošljavanje: Programa stručnog osposobljavanja i zapošljavanja nezaposlenih hrvatskih branitelja i djece smrtno stradalih, zatočenih ili nestalih hrvatskih branitelja u iznosu od 30,000.00kn.

Poduzetnički projekt biti će poslan na komisiju Europske unije gdje će se također pokušati dobiti novčana sredstva. Ukoliko projekt bude odobren, iznos koji će biti dobiven usmjeriti će se za unapređenje poslovanja i za uređenje poslovnog prostora i nabavu nove proizvodne opreme.

7 TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA

Tržište se definira kao određeno mjesto gdje se naravno susreću ponuda i potražnja. Njime se reguliraju odnosi kupca i prodavača gdje navedeni sudionici prodajom ili kupnjom nastoje ostvariti određene ciljeve.

Tržišni podaci bitni su zbog financijskih novosti jer mogu pomoći kod odluke koji proizvod bi mogao biti najbolje ulaganje.

Istraživanjem tržišta zaključeno je da konkurencija na području grada Otočca ne postoji, a niti u Ličko Senjskoj županiji.

Zbog sve većeg interesa za zdravim načinom života, javlja se porast potražnje za proizvodima od konoplje što utječe na povećanje proizvodnje industrijske konoplje.

7.1 Karakteristike prodajnog tržišta

Prodajno tržište fokusirano je na potrošače Ličko Senjske županije. No glavni adut je smještaj štanda na odmaralištu Macola gdje je velika fluktuacija potencijalnih kupaca i to domaćih i stranih. Također velik dio prodaje vršiti će se putem web stranice.

Na potencijalnog kupca utjecati će se na način da konoplja ima velik utjecaj na njihovo zdravlje. Konoplja može pomoći kod anksioznosti, nesanica, depresije i sličnih bolesti. Ona ojačava ljudski imunitet, sprječava razne tegobe, a najveći hit je u njezi kože jer njeguje kožu, hidratizira je i smanjuje bore.

Primarno ciljno tržište su sve osobe koje vole i njeguju zdrav način života, a dok bi sekundarna ciljna tržišta činile osobe odnosno kupci koji kupuju proizvode konoplje zbog trendova u svijetu.

7.2 Analiza konkurencije

Proizvodi od industrijske konoplje sve više se nalaze u trgovinama hrvatskih prodavaonica. U Hrvatskoj su poznata dva proizvođača industrijske konoplje, no vjerojatno postoji i proizvođači koji rade na „crno“. Velika većina konopljinih proizvoda se uvozi iz drugih zemalja. Popularnost konopljinih proizvoda svakog dana je sve veća. Stoga, zaključak je da Hrvatsko tržište ima dovoljna prostora za razvoj ove vrste proizvodnje.

Konkurencija koja bi mogla utjecati na poslovanje obrta Bio Konoplja su:

- **Protect Pharma** - Poljoprivredom, preradom, proizvodnjom i trgovinom bave se već 25 godina, prilagodljivi su promjenjivim zahtjevima tržišta, svi njihovi prerađivačko-proizvodni pogoni, poljoprivredne površine, kao i prodaja, knjigovodstvo i uprava nalaze se u malom slavonskom selu Rakitovici,
- **CannaBio** – osnovan 2012.g., proizvode vrhunske proizvode od biljke i sjemenki industrijske konoplje te promiču nutricionističke i zdravstvene vrijednosti industrijske konoplje, u ponudi imaju prehrambene i kozmetičke proizvode od konoplje, proizvodi su 100% hrvatski i dobivaju se isključivo preradom industrijske konoplje uzgojene u Hrvatskoj.

Tablica 4: SWOT analiza obrta Bio Konoplja

SWOT ANALIZA	
<p style="text-align: center;">SNAGE</p> <p>Smještaj proizvodnje u središnjem dijelu Hrvatske, prodaja putem web stranice</p>	<p style="text-align: center;">SLABOSTI</p> <p>Potreba za kreditom, veliki troškovi pokretanja proizvodnje, novi proizvođači na tržištu, zakonska regulativa</p>
<p style="text-align: center;">PRILIKE</p> <p>Zdrav način života, korištenje fondova EU</p>	<p style="text-align: center;">PRIJETNJE</p> <p>Konkurencija, prirodne nepogode poput požara, poplave, administrativne prepreke, donošenje nepovoljnijih zakona,</p>

Izvor: Izrada autora

7.3 Analiza lokacije

Makrolokacija projekta – Republika Hrvatska, Ličko Senjska županija, grad Otočac.

Mikrolokacija – centar Otočca.

Proizvodnja industrijske konoplje smještena je u dijelu grada Biškupljak gdje je zemljište i poslovni prostor za izradu svih proizvoda. Distribucija odnosno prodaja konopljnih proizvoda smještena je u centru Otočca, a štand tijekom ljetne sezone smješten je na odmaralištu Macola.

7.4 Projekcija zaštitnih mjera

Zaštitom na radu nastoji se spriječiti sve vrste rizika koji se mogu dogoditi kod obavljanja posla, a koji mogu uzrokovati određene ozljede na radu, bolesti vezane uz rad, profesionalne bolesti i ostale štete.

Temeljne obveze poslodavca su:

- Izrada procjene rizika,
- Osposobljavanje zaposlenika za rad na siguran način,
- Izrada plana evakuacije,
- Ugovaranje poslova zaštite na radu,
- Osigurati zabranu uzimanja alkohola,
- Postaviti ormarić s kutijom za prvu pomoć,
- Upućivati zaposlenike da obave liječničke preglede,
- Raditi procjenu rizika kod rada s računalom.

Sve gore navedene mjere biti će u skladu sa zaštitom na radu. Također voditi će se briga o zaštiti okoliša, posebno na mjestu odnosno na zemljištu gdje će se vršiti sjetva konoplje.

Svi zaposlenici u obrtu biti će kvalificirani za obavljanje svog posla. Poslovni prostor sadržavati će kutije za prvu pomoć, aparate za gašenje požara i dimne aparate u slučaju požara. Prostor će također imati klimatizacijsku opremu kako bi se zaposlenicima omogućili odgovarajući radni uvjeti.

Slijedi Tabela 5 koja prikazuje visinu ulaganja u zaštitne mjere u obrtu Bio Konoplja.

Tablica 5: Visina ulaganja u zaštitne mjere

Red. broj	MJERE ZAŠTETE PRI RADU	Potrebna količina	Vrijednost opreme	Ukupna ulaganja kn
1.	Sklapanje ugovora s osobom za zaštitu na radu	Tromjesečno	400,00kn	1.600,00kn
2.	Kutija za prvu pomoć	5	150,00kn	750,00kn
3.	Aparati za gašenje požara	8	250,00kn	2.000,00kn
4.	Klimatizacijski uređaji	2	3.500,00kn	7.000,00kn
5.	Dimni aparati	10	300,00kn	3.000,00kn
Itđ.				
SVEUKUPNO				14.350,00

Izvor:Izrada autora

7.5 Projekcija aktivizacijskog razdoblja

Aktivizacijsko razdoblje u obrtu Bio Konoplja trajati će gotovo godinu dana.

Aktivizacijsko razdoblje u obrtu Bio Konoplja ima sljedeće faze:

- Izrada dokumentacije koja je potrebna za pokretanje poduzetničkog projekta,
- Prikupljanje potrebnih sredstava za financiranje projekta,
- Opremanje poslovnog prostora,
- Raspisivanje natječaja za zapošljavanje zaposlenike,
- Provođenje marketinških aktivnosti,
- Otvaranje obrta,
- Sjetva konoplje,
- Berba konoplje.

Plan implementacije odvijat će se kroz realizaciju aktivnosti što će biti prikazamo u Tablici 6.

Tablica 6: Aktivizacijsko razdoblje 2021.g.- 2022.g.

Broj aktivnosti	AKTIVIZACIJSKO RAZDOBLJE (mjeseci)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.					x	x						
2.							x	x				
3.									x	x	x	x
4.											x	x
5.	x	x	x	x	x	x	x	x				
6.		x										
7.			x	x	x							
8.								x	x	x		

Izvor: Izrada autora

Otvorenje obrta Bio Konoplja planira se u veljači 2022. godine. Dok do prodaje gotovog proizvoda potrebno je da prođe gotovo 6 mjeseci.

8 MARKETING PODUZETNIČKOG PROJEKTA

Marketing je proces planiranja i provođenja ideja, proizvoda i usluga, određivanja njihovih cijena, promocije i distribucije kako bi se obavila razmjena koja zadovoljava ciljeve pojedinaca i organizacija.³¹

Proces marketinga obuhvaća sve djelatnosti koje povezuju proizvodnju i potrošnju, na način da se potrošačima omogući da proizvodi i usluge dođu do njih, a da proizvođači dobiju sve potrebne informacije od potrošača. Proces se sastoji od sljedećih faza:³²

- analiziranje tržišnih prilika,
- istraživanje i izbor ciljnih tržišta,
- oblikovanje marketinške strategije,
- planiranje programa marketinga (oblikovanje marketinškoga miksa), te
- organiziranje, primjena i kontrola marketinških napora.

Promocijom, poduzetnik će nastojati privući potencijalne potrošače, na način da stvori svijest o postojanju novog proizvoda koji je dobar za njihovo zdravlje te također stvoriti pozitivnu sliku o obrtu. Velika sredstva će se uložiti u marketing kako bi se prepoznala kvaliteta proizvoda. Koristiti će se svi mogući kanali promocije, a u Tabeli 7 biti će prikazano ulaganje u marketing.

Za promociju obrta koristiti će se sljedeće marketinške aktivnosti:

- oglašavanje na društvenim mrežama,
- oglašavanje na tražilicama,
- online PR,
- E-mail marketing,
- Sudjelovanje na različitim manifestacijama koje promoviraju male i domaće poduzetnike,
- Izrada web stranice,
- Promocija putem medijskih kanala (radio, tv, novine)

³¹ Hrvatska enciklopedija, natuknica: Marketing, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=38988> 18.05.2021.

³² Ibidem.

- Ostale marketinške aktivnosti.

Tablica 7: Ulaganje u marketinške aktivnosti obrta

MARKETINŠKE AKTIVNOSTI	VRIJEDNOST ULAGANJA (kn) (mj)	GODIŠNJE ULAGANJE
Oglašavanje na društvenim mrežama	1.350,00kn	16.200,00 kn
Oglašavanje na tražilicama	2.600,00kn	31.200,00 kn
Online PR	3.000,00kn	36.000,00 kn
e-mail marketing	500,00kn	6.000,00 kn
Odlazak na manifestacije	2.500,00kn	30.000,00 kn
Izrada web stranice	3.199,00kn	0,00 kn
Promocija putem medija	950,00kn	11.400,00 kn
Ostale marketinške aktivnosti	4.000,00	48.000,00 kn
UKUPNO		178.800,00 kn

Izvor: Izrada autora

Poduzetnik će uložiti u marketinške aktivnosti kako bi promovirao svoj obrt i omogućio si dobru poziciju na tržištu. Odluka je da agresivno nastupa na tržištu kako bi privukao ciljnu skupinu potrošača.

Što se tiče odabira marketinške strategije, poduzetnik je odabrao strategiju niskih troškova. Ovom strategijom obrt Bio Konoplja postiže niže cijene proizvoda na tržištu, no to ne znači da će niže cijene utjecati na kvalitetu proizvoda. Navedena strategija je odabrana kako bi se obrt probio na tržištu i postigao određenu poziciju na tržištu.

9 TROŠKOVI POSLOVANJA

Trošak je vrijednost utrošene imovine i realnoga napora (resursa) kako bi se proizveo korisni učinak u obliku proizvoda ili usluga.³³ Poslovni proces obuhvaća sve troškove bez obzira da li ih je poduzetnik platio. Troškovi su jako bitni kod utvrđivanja isplativosti poduzetničkog projekta. Vrlo je bitno razlikovati fiksne i varijabilne troškove.

Prema funkciji troškovi se dijele:

- Proizvodne – povezani su s proizvodnjom, a uključuju troškove direktnog materijala i rada i opće troškove proizvodnje,
- Neproizvodne – nastaju u neproizvodnim funkcijama kao što su nabava, financije, prodaja, računovodstvo.

Najveći dio troškova u obrtu Bio Konoplja odnosi se na izdvajanje na plaće te na marketinške aktivnosti.

U Tabeli 8 prikazati će se troškovi s kojima se susreće obrt.

Mjesečni troškovi koji su fiksni i pojavljuju se svaki mjesec su sljedeći:

- članarina Hrvatske gospodarske komore u iznosu 42kn/mj,
- plaćanje doprinosa za zdravstveno i mirovinsko osiguranje 1.340,43kn/mj (jedna osoba),
- trošak osnivanja obrta u iznosu 200,00kn (samo prvi mjesec kod osnivanja),
- upravne pristojbe u iznosu 250,00kn (samo prvi mjesec kod osnivanja),
- doprinos Hrvatskoj obrtničkoj komori u iznosu 80,00kn/mj,
- marketinški troškovi.

³³ Hrvatska enciklopedija, natuknica: Troškovi, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62478> 18.05.2021.

Tablica 8: Troškovi poslovanja obrta Bio Konoplja

TROŠKOVI kn	VREMENSKO RAZDOBLJE (5 GODINA)					UKUPNO
	1.	2.	3.	4.	5.	
Plaće	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	900.000,00
Doprinosi	48.255,48	48.255,48	48.255,48	48.255,48	48.255,48	241.277,40
Režije+komunalije+ telefon	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	70.000,00
Članarina HGK	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	2.520,00
HOK	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	4.800,00
Porez	5.310,00	5.310,00	5.310,00	5.310,00	5.310,00	26.550,00
Promotivne aktivnosti	178.800,00	100.000,00	50.000,00	50.000,00	20.000,00	398.800,00
Ostali troškovi	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	7.500,00
SVEUKUPNO						1.651.447,40

Izvor: Izrada autora

Troškovi poreza varirati će ovisno o ostavrenom dohotku za tu godinu. Tablica 4 prikazuje iznose dobitaka i visinu potrebno uplaćenog poreza.

Slijedi Slika 3 koja prikazuje visinu obveznih doprinosa koje poduzetnik mora izdvojiti i uplatiti do 15.-tog u mjesecu.

Slika 3: Obvezni doprinosi u paušalnom obrtu

Obvezni doprinosi	2020.	2021.	Razlika
Doprinos za MIO 1. stup	524,52	550,86	+ 26,34
Doprinos za MIO 2. stup	174,84	183,62	+ 8,78
Doprinos za zdravstveno osiguranje	576,97	605,95	+ 28,98
UKUPNI MJESEČNI DOPRINOSI:	1.276,33	1.340,43	+ 64,10

Izvor: Plavi ured, <https://plaviured.hr/izmjene-u-pausalnom-obrtu-2021/> 19.05.2021.

Doprinosi za paušalne obrtnike su se naspram 2020. povećali, pa oni u 2021. godini iznose 1.340,43kn.

U nastavku slijedi Slika 4 koja prikazuje visinu poreza koji poduzetnik mora uplatiti ovisno o ukupnim ostvarenim primicima.

Slika 4: Paušalni porezi u 2021. godini

Ostvareni ukupni primitci	Godišnji paušalni porez na dohodak (12%)	Godišnji paušalni porez i prirez na dohodak	Godišnji paušalni porez na dohodak (10%)	Godišnji paušalni porez i prirez na dohodak	Razlika
	2020.		2021.		
0,00 do 85.000,00	1.530,00	1.805,40	1.275,00	1.504,50	-300,90
85.000,01 do 115.000,00	2.070,00	2.442,60	1.725,00	2.035,50	-407,10
115.000,01 do 149.500,00	2.691,00	3.175,38	2.242,50	2.646,15	-529,23
149.500,01 do 230.000,00	4.140,00	4.885,20	3.450,00	4.071,00	-814,20
230.000,01 do 300.000,00	5.400,00	6.372,00	4.500,00	5.310,00	-1.062,00

Izvor: Plavi ured, <https://plaviured.hr/izmjene-u-pausalnom-obrtu-2021/> 19.05.2021.

Za razliku od dosadašnjih 12%, od 2021. godine se godišnji paušalni porez na dohodak obračunava po stopi od 10% što će predstavljati određenu uštedu za paušalne obrtnike.

10 RAČUN DOBITI I GUBITKA (RDG)

Račun dobiti i gubitka prikazuje uspješnost poslovanja nekog poduzeća u određenom vremenskom razdoblju, a sastoji se od:³⁴

- prihoda,
- rashoda raznih vrsta,
- njihove razlike,
- poreza na dobit te
- neto dobiti ili gubitka.

Obrtnici i fizičke osobe su u režimu jednostavnog knjigovodstva (ne dvojnog), a prihodi i rashodi priznaju im se tek kad plate dobavljaču, odnosno kad kupac njima plati.³⁵

Prihodi se ostvaruju prodajom proizvoda ili usluga odnosno prihod je priljev novca u poduzeće koje utječe na povećanje dobiti u poduzeću.

Rashodi su troškovi koji se javljaju u poduzeću, a koji utječu na smanjenje dobiti. Rashodi uključuju troškove amortizacije, materijalne troškove, troškove osoblja te ostale troškove.

U nastavku slijedi Tabela 9 koja prikazuje Račun dobiti i gubitka obrta Bio Konoplja.

³⁴ Poslovni.hr, natuknica: RDG, <https://www.poslovni.hr/poslovni-uzlet/racun-dobiti-i-gubitka-vazan-je-putokaz-za-menadzere-292797> 19.05.2021.

³⁵ Ibidem.

Tablica 9: Račun dobiti i gubitka

PRIHODI I RASHODI	Promatrane godine eksploatacije projekta					UKUPNO kn
	1.	2.	3.	4.	5.	
I. UKUPNI PRIHODI	612.700,00	612.700,00	612.700,00	612.700,00	612.700,00	3.063.500,00
1.Prihodi od prodaje	612.700,00	612.700,00	612.700,00	612.700,00	612.700,00	
II. UKUPNI RASHODI	610.594,48	517.444,48	467.444,48	467.444,48	437.444,48	2.500.372,40
1.Materijalni troškovi	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	
2.Troškovi osoblja	228.255,48	228.255,48	228.255,48	228.255,48	228.255,48	
3.Amortizacija	22.225,00	22.225,00	22.225,00	22.225,00	22.225,00	
4.Ostali troškovi	210.114,00	116.964,00	66.964,00	66.964,00	36.964,00	
UKUPNA DOBIT (I-II)	2.105,52	95.255,52	145.255,52	145.255,52	175.255,52	
Porez na dobit (10%)	1.504,50	2.035,50	2.646,15	2.646,15	4.071,00	
ČISTA DOBIT	601,02	93.220,02	142.609,37	142.609,37	171.184,52	
Zakonske pričuve (5%)	30,25	4.661,00	7.130,47	7.130,47	8.559,23	
Statutarne pričuve (5%)	30,25	4.661,00	7.130,47	7.130,47	8.559,23	
ZADRŽANA DOBIT	540,52	83.898,02	128.348,43	128.348,43	154.066,06	

Izvor: Izrada autora

Račun dobiti i gubitka prikazuje sljedeće podatke:

- Ukupni prihodi za razdoblje od 5 godina iznose 3.063.500,00kn,
- Ukupni rashodi za razdoblje od 5 godina iznose 2.500.372,40kn,
- Ostvarena dobit u prvoj godini iznosi 612.700,00kn,
- Pretpostavka (projekcija) za ostvarenu prodaju:

PROIZVOD	CIJENA	Prodana količina	Ukupno
PREHRANDBENI PROIZVODI			
Čaj od konoplje 50g	60,00kn	500	30.000,00kn
Ulje od konoplje hladno prešano 500ml	130,00kn	1400	182.000,00kn
Ulje od konoplje hladno prešano 1l	190,00kn	1200	228.000,00kn
Sjemenke konoplje 200g	35,00kn	1000	35.000,00kn
Brašno od konoplje 500g	50,00kn	750	37.500,00kn
PRIRODNA KOZMETIKA			
Melem od konoplje 50ml	150,00kn	298	44.700,00kn
ALKOHOLNA PIĆA			
Rakija od konoplje 0,2dcl	75,00kn	300	22.500,00kn
Rakija od konoplje 0,5dcl	110,00kn	300	33.000,00kn
UKUPNO			612700

- Materijalni troškovi uključuju troškove nabave sjemena, gorivo za traktor, nabava potrebne ambalaže za proizvode,
- Amortizacija: Traktor - nabavna vrijednost $88.900 \cdot 25\% = 22.225,00\text{kn}$, računano linearnom metodom.

Slika 5 prikazuje stope amortizacije. Kod izračuna je korištena skupina 03, poljoprivredna oprema, čiji je vijek 4 godine, a godišnja stopa iznosi 25%.

Slika 5: Stope amortizacije

Računska skupina	Grupe dugotrajne imovine	Vijek trajanja (u godinama)	Godišnja stopa amortizacije
01	Nematerijalna imovina	4	25%
	Računalni programi		
02	Materijalna imovina - nekretnine	20	5%
03	Postrojenja	4	25%
	Oprema		
	Alati, inventar i transportna imovina		
	Poljoprivredna oprema i mehanizacija		
	Računala, računalna oprema, mobilni telefoni i oprema za računalne mreže	2	50%
	Osobni automobili	5	20%
	Brodovi do 1000 BRT, jahte, jedrilice, ribarski čamci i slična plovila	10	10%
	Brodovi veći od 1000 BRT	20	5%
04	Biološka imovina – višegodišnji nasadi	10	10%
	Biološka imovina – osnovno stado	5	20%
05	Ulaganja u nekretnine – vrednovane po modelu troška nabave	20	5%

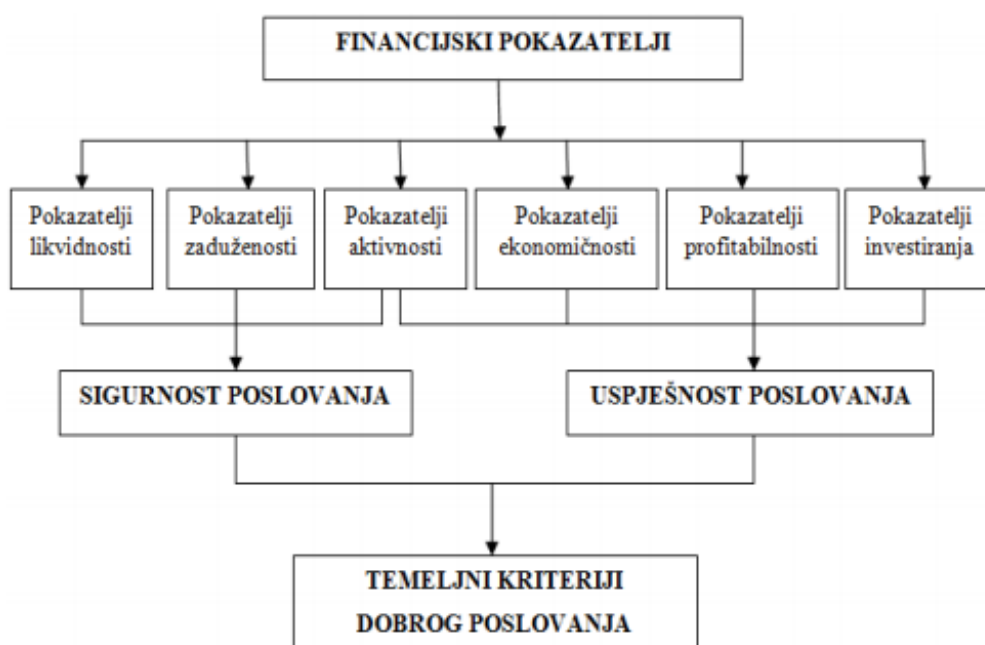
Izvor: Mentorica.biz, <https://mentorica.biz/pitanja-i-odgovori/racunovodstvo-i-financije/obracun-amortizacije-161/> 19.05.2021.

11 OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA

Poduzetnici ulažu kapital da bi pokrenuli poduzetnički pothvat i ostvarili dobitak. Poduzetniku je važno da se ostvare prihodi, kako bi mogao vratiti uložena sredstva. Poduzetnički pothvat može se pokrenuti tek kada pothvat dobije pozitivnu ocjenu.

Prva skupina financijskih pokazatelja obuhvaća "razmatranje poslovanja poduzeća unutar određenog vremenskog razdoblja (najčešće je to godina dana) i temelji se na podacima iz izvještaja o dobiti (računa dobiti i gubitka), dok druga skupina financijskih pokazatelja odnosi se na točno određen trenutak koji se podudara s trenutkom sastavljanja bilance i govori o financijskom položaju poduzeća u tom trenutku."³⁶

Tablica 10: Povezanost pokazatelja analize financijskih izvještaja i temeljnih kriterija dobrog poslovanja



Izvor: Žager K., Mamić Sačer I., Sever S., Žager L.: Analiza financijskih izvještaja Zagreb, Masmedia, 2008.g., str. 245.

Financijski pokazatelji uspješnosti poslovanja dijele se u pet grupa:³⁷

- ❖ Profitabilnost,
- ❖ Likvidnost,
- ❖ Aktivnost,

³⁶ Žager K., Mamić Sačer I., Sever S., Žager L. (2008). Analiza financijskih izvještaja. Zagreb: Masmedia, str. 243.

³⁷ Škrtić M.: op.cit., str.217

- ❖ Solventnost i
- ❖ Uspješnost menadžmenta.

11.1 Razdoblje povrata ulaganja

Razdoblje povrata smatra se najvažnijim pokazateljom u određivanju učinkovitosti projekta.

Zagovornici razdoblja povrata zalažu se za njegovo korištenje u slučajevima kad je gruba procjena važnija od točnih vrijednosti, odnosno kad je slab kreditni položaj glavni čimbenik, a investicijska sredstva su izuzetno oskudna. Neki vjeruju da bi razdoblje povrata ulaganja trebalo koristiti u nestabilnim i nesigurnim djelatnostima podložnima brzim tehnološkim promjenama s obzirom da je kod njih budućnost toliko nepredvidiva da nema smisla predviđati novčane tokove više od dvije godine unaprijed.³⁸

Rok povrata može se izračunati sljedećom formulom:

$$t = \frac{I}{D}$$

t= broj godina,

I= ukupna investicija,

D= godišnji dobitak.

Formula pokazuje koliko će vremena prihodi od projekta pokriti sve jednokratne troškove. Metoda omogućuje izračunavanje vremena povrata sredstava.³⁹

³⁸ Moj bankar.hr, Natuknica: Razdoblje povrata, <https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/R/Razdoblje-povrata> 19.05.2021.

³⁹ Campwaltblog.com, <https://hr.campwaltblog.com/3983846-payback-period-formula-investment-and-profit> 19.05.2021.

Tablica 11: Razdoblje povrata ulaganja sredstava

Godina projekta	Ulaganja u projekt		Čisti primici ekon.tijeka		Nepokrivene investicije
	Godišnji iznos	Kumulativ	Godišnji iznos	Kumulativ	
0.	584.200	584.200	0	0	-584.200
1.		584.200	540,52	540,52	-583.659,48
2.		584.200	83.898,02	84.438,54	-499.220,94
3.		584.200	128.348,43	212.246,45	-286.974,49
4.		584.200	128.348,43	256.696,86	-30.277,63
5.		584.200	154.066,06	282.414,49	252.136,86

Izvor: Izrada autora

Prema izračunu povrata ulaganja, u prvoj godini poslovanja ostvaruje se gubitak u iznosu od 583.659,48kn, a dok se dobit ostvaruje tek u petoj godini poslovanja u iznosu od 252.136,86kn. Da bi poduzetnik vratio uloženi kapital biti će potrebno 5 godina poslovanja.

11.2 Godišnja stopa prinosa

Stopa prinosa je pokazatelj profitne učinkovitosti poslovnog plana, a ona je relativni izraz oplodnje investiranog kapitala u pojedinim godinama njegova eksploatacijskog razdoblja.⁴⁰

Stopa prinosa (SP) računa se množenjem kvocijenta dobiti (D) /eventualno čiste dobiti (ND)/ - iz projekcije računa dobiti/gubitka - iz promatranih godina i ukupnih ulaganja (I) sa 100:

$$SP = \frac{D}{I} * 100$$

← godišnja (prosječna) dobit od investicije
 ← visina investicija (ulaganja)

⁴⁰ Potnik Galić K., Metodologija izrade investicijskih projekata, <https://www.vup.hr/Data/Files/140403913129.pdf> 19.05.2021.

Rezultat gornjeg izračuna predstavlja stopu prinosa, koja se može usporediti sa stopom dobiti koja se može ostvariti drugim projektima ili s bankarskom kamatnom stopom i sl.⁴¹

Tablica 12: Izračun godišnje stope prinosa

Godine projekta	Kvocijent čiste dobiti (ND)	Investicija (I ₀)	Stopa prinosa % (SP)
1.	601,02	584.200	0,10
2.	93.220,02	584.200	15,96
3.	142.609,37	584.200	24,41
4.	142.609,37	584.200	24,41
5.	171.184,52	584.200	29,30

Izvor: Izrada autora

U prvoj godini poduzetničkoj pothvata ostvariti će se godišnja stopa u iznosu od 0,10%, no ona u drugoj godini raste na iznos od 15,96%. Zaključno s petom godinom poslovanja poduzetničkog pothvata, pretpostavka je da će se ostvariti godišnja stopa prinosa u iznosu od 29,30%.

11.3 Pravilo palca

„Pravilo 72 je priručni nadomjestak za brze izračune koji daju približene rezultate, a koje bi dobili koristeći složeni kamatni račun. Pravilo 72 je primjereno za izračune koji uključuju prinose do razine 20 posto, iznad tog prinosa dolazi do većih odstupanja.“⁴² Pravilo palca primjenjuje se kada se želi saznati koliko godina treba da se investicija udvostruči uz određeni prinos tj., koliki prinos je potreban da se investicija udvostruči u određenom vremenskom periodu.

Razlikuju se dva načina izračuna:⁴³

1. broj potrebnih godina da se investicija udvostruči uz određeni godišnji prinos:

$$a) \frac{72}{\text{godišnji_prinos}} = \text{godine}$$

⁴¹ Ibidem

⁴² HRPORFOLIO, <https://hrportfolio.hr/informativni-izracun-prinosa/pravilo-72> 20.05.2021.

⁴³ Ibidem.

2. prinos uz koji se u određenom broju godina investicija udvostruči:

$$b) \frac{72}{\text{godine}} = \text{godišnji_prinos}$$

Slika 6: Pravilo 72 ili Pravilo palca

Godišnji prinos	Investicija se udvostručava nakon svakih
5 %	14,4 godina
7%	10,3 godina
9%	8,0 godina
11%	6,5 godina
12%	6,0 godina
15%	4,8 godina
20%	3,6 godina

Izvor: HRPORTFOLIO, <https://hrportfolio.hr/informativni-izracun-prinosa/pravilo-72>
20.05.2021.

Slika 6 prikazuje iznose godišnjih prinosa te za svaki prinos navodi se vremensko razdoblje za koje će se investicija udvostručiti.

11.4 Interna stopa profitabilnosti

„Interna stopa profitabilnosti (ISP ili IRR) je diskontna (kamatna) stopa pomoću koje sadašnju vrijednost budućih očekivanih čistih primitaka (ekonomskog ili financijskog toka) projekta izjednačavamo s vrijednošću ukupnih investicijskih ulaganja (kapitalizirana sadašnja vrijednost investicije izjednačava se s troškovima investicije). Uz tu diskontnu stopu je čista sadašnja vrijednost projekta jednaka nuli.“⁴⁴

„Internu stopu profitabilnosti može se utvrditi metodom pokušaja i pogreški odnosno računanjem neto sadašnje vrijednosti uz postupno povećavanje stope diskontiranja. Točna interna stopa profitabilnosti utvrđuje se interpoliranjem između dviju razina stope diskontiranja – zadnje pri kojoj je neto sadašnja vrijednost bila pozitivna i prve

⁴⁴ Potnik Galić K., Metodologija izrade investicijskih projekata, <https://www.vup.hr/Data/Files/140403913129.pdf> 19.05.2021.

kod koje je neto sadašnja vrijednost negativna. Obrazac za izračunavanje interne stope profitabilnosti interpoliranjem je⁴⁵:

$$y = y_1 + \frac{y_2 - y_1}{x_2 - x_1} (x - x_1)$$

gdje su:

y - tražena diskontna stopa,

y₁ i y₂ – stope između kojih se interpolira,

x₁ i x₂ – čista sadašnja vrijednost za stope y₁ i

x – čista sadašnja vrijednost za internu stopu 0.

Dobiveni rezultat uspoređuje se s kamatnom stopom ili prosječnim profitom i na taj način se ocjenjuje opravdanost investicije.

11.5 Analiza likvidnosti

Likvidnost investicijskoga projekta definira se kao njegova sposobnost da u svakome trenutku može pravodobno i u cijelosti podmirivati svoje dospjele financijske obveze.⁴⁶

Analiza likvidnosti u vijeku projekta koristi cijene inputa i outputa iz vremena pripreme investicijskoga projekta, a izvode se na temelju informacija iz financijskoga toka, čiji primici obuhvaćaju sve stavke i poslovne događaje koji povećavaju financijski potencijal projekta, a izdaci sve one što ga smanjuju.⁴⁷

Ako su primici iz financijskog toka jednaki i veći od nula tada je poduzetnički pothvat likvidan, ukoliko su oni manji od nule, tada je pothvat nelikvidan.

11.6 Analiza osjetljivosti

Analiza osjetljivosti se sastoji od postupka opterećivanja projekta različitim negativnim situacijama koje se možda mogu pojaviti tijekom životnog vijeka, zapravo svim

⁴⁵Ibidem.

⁴⁶Ibidem.

⁴⁷Ibidem.

predvidivim kritičnim parametrima.⁴⁸ U navedenoj analizi utvrđuje se jedna ili više rizika. Tom analizom na vrlo jednostavan način utvrđuje se procjena rizika.

⁴⁸ Puška A.: Analiza osjetljivosti u funkciji investicijskog odlučivanja, znanstveni rad, Praktični menadžer, Vol.2, br.3., str. 81

Tablica 13: Penalizirana projekcija računa dobiti i gubitka

Red.br.	PRIHOD/RASHOD DOBIT/GUBITAK	PROMATRANE GODINE EKSPLOATACIJE PROJEKTA					UKUPNO kn
		1	2	3	4	5	
I A	Ukupni prihodi A	612.700,00	612.700,00	612.700,00	612.700,00	612.700,00	3.063.500,00
-	10% prva pretpostavka	61.270,00	61.270,00	61.270,00	61.270,00	61.270,00	
-	5% druga pretpostavka	30.635,00	30.635,00	30.635,00	30.635,00	30.635,00	
I B	Ukupni prihodi B	520.795,00	520.795,00	520.795,00	520.795,00	520.795,00	
II A	Ukupni rashodi A	610.594,48	517.444,48	467.444,48	467.444,48	437.444,48	2.500.372,40
+	10% treća pretpostavka	61.059,45	51.744,45	46.744,45	46.744,45	43.744,45	
+	5% četvrta pretpostavka	30.529,72	25.872,22	23.372,22	23.372,22	21.872,22	
II B	Ukupni rashodi B	702.183,65	595.061,15	537.561,15	537.561,15	503.061,15	
III A	Ukupna dobit A (IA- IIA)	2.105,52	95.255,52	145.255,52	145.255,52	175.255,52	
III B	Ukupna dobit b (IB- IIB)	-181.388,65	-74.266,15	-16.766,15	-16.766,15	17.733,85	
-P1	Manje 20% porez na dobit A	457,11	19.051,10	29.051,10	29.051,10	35.051,10	
-P2	Manje 20% porez na dobit B	-36.277,73	-14.853,23	3.353,23	3.353,23	3.546,77	
IV A	Čista dobit A (IIIA- P1)	1.648,41	76.204,42	116.204,42	116.204,42	140.204,42	
IV B	Čista dobit B (IIIB- P2)	-145.110,92	-59.412,92	-13.412,92	-13.412,92	14.187,08	

Izvor: Izrada autora

12 ZAKLJUČAK

Poduzetništvo se definira kao spremnost fizičke osobe ili više njih da preuzmu rizik i ulože kapital u poduzetnički pothvat, a sve s ciljem da ostvare određenu dobit. Poduzetnik sam ili uz pomoć svojih partnera odlučuje što, kako i za koga stvoriti određeni proizvod ili uslugu na svoj rizik i trošak s ciljem ostvarivanja dobiti.

Poduzetništvo se povezuje s nemirnim duhom, s konstantnim traženjem i kreiranjem novih ideja, procjenom rizika, ali i u pronalaženjem novih mogućnosti u poslovanju. Poduzetništvo se povezuje s malim poduzećima, no sve više se širi njegovo značenje i na velike organizacije.

Što se tiče proizvodnje industrijske konoplje u Hrvatskoj ona gotovo da i ne postoji. Stoga je potrebno tražiti promjenu zakonske regulative kako bi se navedena industrija krenula razvijati. Time bi se moglo privući i druge poduzetnike da ulažu u taj sektor, čime utječu na zapošljavanje i na dobrobit ekonomije.

Poduzetnički pothvat piše se na primjeru proizvodnje industrijske konoplje. Sama proizvodnja smještena je u predgrađu grada Otočca gdje poduzetnik posjeduje zemljište. Distribucija proizvoda ići će putem trgovine u centru grada, potom putem web prodaje i na frekventnom mjestu na odmaralištu Macola biti će postavljen štand u vrijeme sezone gdje će se također vršiti prodaja proizvoda.

Poduzetnički pothvat je obuhvatio sve troškove koji se mogu pojaviti tijekom proizvodnje. Poduzetnik će koristiti bankarski zajam kao pomoć kod pokretanja poduzetničkog pothvata. Također prijaviti će se na korištenje mjere samozapošljavanja te time si omogućiti dodatni izvor sredstava.

Račun dobiti i gubitka prikazuje da će obrt Bio Konoplja imati dobit kroz početnih pet godina poslovanja. Ciljna skupina su potrošači koji preferiraju zdrav način života te svi ostali.

Poduzetnik se nada da će kroz pet godina stvoriti određen imidž i pozicionirati se kao vodeći na tržištu za proizvodnju industrijske konoplje. Ukoliko se ostvari dobar rezultat, obrt ima u planu i proširenje asortimana.

POPIS LITERATURE

Popis knjiga

- Bakotić D., Bulog I., Dulčić Ž. i dr.: Obiteljsko poduzetništvo, Sveučilište u Mostaru i Splitu, Mostar, 2016.g.
- Dračić I.: Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje, Varaždin: Hrvatski zavod za zapošljavanje Varaždin, 2012.g.
- Goić S.: Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Ekonomski fakultet Split, 2007.g.
- Jurković P., Pribičević Đ., Ravlić S.: Poslovni riječnik, 3. Izdanje, Masmedia, Zagreb, 1995.g.
- Kolaković M.: „Poduzetništvo u ekonomiji“, Sinergija, Zagreb, 2006.g.
- Orsag S., 1997., Financiranje emisijom vrijednosnih papira, RIFIN, Zagreb; Marković I., 2000, Financiranje: teorija i praksa financiranja trgovačkih društava, RriF plus, Zagreb; Vidučić Lj., 2004., Financijski menadžment, RriF, Zagreb
- Škrtić M.: Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u karlovcu, Karlovac, 2008.g.
- Škrtić M., Mikić M.: Poduzetništvo, Sinergija, Zagreb, 2011.g.
- Žager K., Mamić Sačer I., Sever S., Žager L.: Analiza financijskih izvještaja Zagreb, Masmedia, 2008.g.

Ostali izvori:

- Lorković B.: Počela političke ekonomije ili nauke općega gospodarstva
- Potnik Galić K., Metodologija izrade investicijskih projekata, <https://www.vup.hr/Data/Files/140403913129.pdf> 19.05.2021.
- Puška A.: Analiza osjetljivosti u funkciji investicijskog odlučivanja, znanstveni rad, Praktični menadžer, Vol.2, br.3., str. 81
- Tkalec Z.: Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43.pdf 11.05.2021.
- Zakon o porezu na dodanu vrijednost NN čl.2, stavak 3
- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16, čl.3

Popis internetskih stranica

- Campwaltblog.com, <https://hr.campwaltblog.com/3983846-payback-period-formula-investment-and-profit> 19.05.2021.
- HAMAG BIORO, <https://hamagbicro.hr/poslovno-planiranje/> 08.05.2021.
- HRPORTFOLIO, <https://hrportfolio.hr/informativni-izracun-prinosa/pravilo-72> 20.05.2021.
- Hrvatska gospodarska komora, https://www.hgk.hr/documents/vodiczadefinicijumalogisrednjegpoduzetnistvau_natjecajimazadodjelusredstavaizfondovaeuhgkanaliza0120144457b5747dec0a7.pdf 07.05.2021.
- Hrvatska enciklopedija, natuknica: Marketing, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=38988> 18.05.2021.
- Hrvatska enciklopedija, natuknica: Poduzeće, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=48953> 07.05.2021.
- Hrvatska enciklopedija, natuknica: Poduzetnik <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=48955> 06.05.2021.
- Hrvatska enciklopedija, natuknica: Troškovi, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62478> 18.05.2021.
- IUS-INFO, <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/19205> 07.05.2021.
- Mentorica.biz, <https://mentorica.biz/pitanja-i-odgovori/racunovodstvo-i-financije/obracun-amortizacije-161/> 19.05.2021.
- Moj bankar.hr, Natuknica: Razdoblje povrata, <https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/R/Razdoblje-povrata> 19.05.2021.
- Plavi ured, <https://plaviured.hr/izmjene-u-pausalnom-obrtu-2021/> 19.05.2021.
- Poslovni.hr, natuknica: RDG, <https://www.poslovni.hr/poslovni-uzlet/racun-dobiti-i-gubitka-vazan-je-putokaz-za-menadzere-292797> 19.05.2021.
- Zagrebački inovacijski centar, <https://www.zicer.hr/Poduzetnicki-pojmovnik/Poduzetnik> 07.05.2021.

POPIS ILUSTRACIJA

Popis tablica

Tablica 1: Asortiman proizvoda	19
Tablica 2: Potrebna ulaganja u poduzetnički projekt	21
Tablica 3: Potrebni zaposlenici u obrtu Bio Konoplja.....	22
Tablica 4: SWOT analiza obrta Bio Konoplja.....	25
Tablica 5: Visina ulaganja u zaštitne mjere.....	27
Tablica 6: Aktivizacijsko razdoblje 2021.g.- 2022.g.	28
Tablica 7: Ulaganje u marketinške aktivnosti obrta.....	30
Tablica 8: Troškovi poslovanja obrta Bio Konoplja	32
Tablica 9: Račun dobiti i gubitka.....	35
Tablica 10: Povezanost pokazatelja analize finacijskih izvještaja i temeljnih kriterija dobrog poslovanja	38
Tablica 11: Razdoblje povrata ulaganja sredstava	40
Tablica 12: Izračun godišnje stope prinosa.....	41
Tablica 13: Penalizirana projekcija računa dobiti i gubitka.....	45

Popis slika

Slika 1: Uloga poduzetnika tijekom povijesti	3
Slika 2: Životni ciklus poduzeća i tipovi poduzetnika	13
Slika 3: Obvezni doprinosi u paušalnom obrtu.....	32
Slika 4: Paušalni porezi u 2021. godini	33
Slika 5: Stope amortizacije	37
Slika 6: Pravilo 72 ili Pravilo palca	42