

**Centar za poduzetništvo Osijek
Poduzetnički inkubator BIOS Osijek**

Prvi korak u poduzetništvo
Osječka poduzetnička bilježnica

1. izdanje

Osijek, travanj 2004.

Prvi korak u poduzetništvo – Osječka poduzetnička bilježnica

Izdavači:

**Centar za poduzetništvo Osijek
Poduzetnički inkubator BIOS d.o.o. Osijek**

Generalni pokrovitelj:

Grad Osijek – Upravni odjel za gospodarstvo

Pokrovitelj:

Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva

Redaktor:

Mr. sc. Sunčica Oberman-Peterka

Autori:

**Mr.sc. Sunčica Oberman-Peterka
Anamarija Mandić
Jean-Pierre Maričić
Igor Medić**

Oblikovanje, dizajn i priprema:

Escape d.o.o. Osijek – Zorin Radovančević

Tisak:

Bogentis d.o.o. Osijek

PREDGOVOR

Prvi korak, u pravom pravcu, uvijek je najvažniji. Sve dobro počinje na taj način.

Za koga je Osječka poduzetnička bilježnica:

za one koji prepoznaju priliku poslovnog pothvata, koji žele pokrenuti vlastiti posao, koji ne žele čekati da im netko drugi riješi pitanje zaposlenja.

Oni koji će koristiti bilježnicu ubrajaju se u ljude koji pokazuju da nisu hazarderi, koji se dobro oboručavaju informacijama o tome kako se pripremiti za ulazak u svijet poduzetništva i koji pažljivo odmjeravaju rizik koji žele i mogu preuzeti. Ova bilježnica pomaže da se raskrinkaju razni mitovi o poduzetnicima koji malo rade i puno zarade, o poduzetnicima koji brzopletu ulijeću u poslovne pothvate, o brzom poslovnom uspjehu. Bilježnica nameće razmišljanje o prednostima, ali i mogućim problemima poduzetničkog života. Bilježnica upozorava na cjelinu uvjeta o kojima ovisi uspjeh poduzetničkog pothvata, a to je da poslovnu priliku treba uočiti, ali da za njezino uspješno iskorištenje treba postojati osoba spremna na duge sate rada, na odricanja, uz to što treba imati određena znanja i vještine, a ona koja nema treba dopuniti dobrim timom. Novci (banka, investitor, poslovni anđel) će se tada lakše naći, ako postoji dobra ideja, predani poduzetnik i dobar tim.

Bilježnica vodi potencijalnog poduzetnika kroz poslovni plan, koji predstavlja dobar vodič kroz provjeravanje ideje: da li će netko htjeti kupovati upravo taj proizvod ili uslugu, i to ne samo jedamput, nego ponovo i ponovo; kakva je konkurencija; kakva su sredstva potrebna za pokretanje poslovnog pothvata; kada će se vratiti uložena sredstva.

Bilježnica vodi potencijalnog poduzetnika kroz proces registriranja poslovnog pothvata (obrta, poduzeća), kroz obveze poduzetnika prema državi, kroz načine kako zaštititi poslovnu ideju, ali ohrabruje poduzetnike da razmišljaju i o tržištu izvan Hrvatske.

Posebna vrijednost Osječke poduzetničke bilježnice Prvi korak u poduzetništvo je u tome što obuhvaća i adresar institucija za pomoć poduzetnicima.

Autori Osječke poduzetničke bilježnice Prvi korak u poduzetništvo mladi su ljudi s iskustvom u radu s poduzetnicima, ali i u pokretanju poslovnih pothvata: Sunčica Oberman Peterka i Anamarija Mandić dio su tima Centra za poduzetništvo, a Igor Medić i Jean-Pierre Maričić nositelji su razvoja BIOS-a.

Upravni odjel za gospodarstvo Grada Osijeka, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Gradski radio i brojni sponzori prepoznali su vrijednost bilježnice. Poželimo joj ubrzo izdanje koje će se proširiti na cijelu Osječko-baranjsku županiju.

Prof. dr. Slavica Singer
Voditelj poslijediplomskog studija Poduzetništvo
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

SADRŽAJ

UVOD	6
1. Poduzetništvo, poduzetnik – što je to?	7
1.1. Mitovi o poduzetništvu	7
2. Pokretanje vlastitog poduzeća – DA ili NE	9
3. Što mi je sve potrebno da postanem uspješan poduzetnik?	11
4. Poslovni plan	13
4.1. Prijedlog sadržaja poslovnog plana	14
5. Različite mogućnosti ulaska u posao	17
5.1. Osnivanje vlastite tvrtke	17
5.2. Kupovina postojećeg poslovanja	17
5.3. Franšiza (franchise)	18
5.4. Licenca	19
6. Kako registrirati poduzeće	20
6.1. Osnivanje obrta	22
6.2. Osnivanje tvrtke – d.o.o.	23
6.3. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo	24
6.4. Zadruga	25
6.5. Završni poslovi	25
7. Financiranje - gdje pronaći novac potreban za početak poslovanja	26
7.1. Krediti	26
7.2. Neformalni izvori financiranja	28
8. Kako odabrati lokaciju za posao	30

9. Bez kupaca nema posla – kako ih pronaći i zadržati?	32
9.1. Identificiranje ciljnog tržišta	32
9.2. Kako potaknuti kupca da kupi vaš proizvod	32
9.3. Lista promocijskih opcija	34
9.4. Savjeti za uspješnu komunikaciju s tržištem	35
9.5. Prednosti i nedostaci pojedinih medija	36
10. Obveze poduzetnika prema državi	37
10.1. Porezi i doprinosi	37
11. Zapošljavanje	40
11.1. Programi Hrvatskog zavoda za zapošljavanje	41
12. Poslovanje izvan granica	43
12.1. Uvoz	43
12.2. Izvoz	43
12.3. Čemu služe špediteri?	44
13. Kako zaštititi vlastitu ideju – zaštita intelektualnog vlasništva	45
14. Adresar institucija za pomoć poduzetnicima	47
15. Institucije za poticanje i jačanje poduzetništva	59

UVOD

Osječka poduzetnička bilježnica *Prvi korak u poduzetništvo*, namijenjena je prvenstveno onima, koji razmišljaju o ulasku u svijet poduzetništva i osnivanje vlastitog poduzeća ili obrta na području grada Osijeka. No, nadamo se da će i ostali pronaći u njoj nešto korisno i/ili naučiti nešto novo.

Cilj nam je bio okupiti veliki broj potrebnih informacija na jednom mjestu, kako bi početak učinili, koliko je to moguće, lakšim. Od objašnjenja osnovnih pojmova o poduzetništvu do konkretnih informacija o osnivanju poduzeća/obrta, pronalasku lokacije, zapošljavanju djelatnika, pronalaženju potrebnih financijskih sredstava – sve su to informacije koje možete pronaći u ovoj bilježnici.

Kao sastavni dio bilježnice je i Adresar svih institucija, koje djeluju na području grada Osijeka, kao i objašnjenje koju vrstu informacije možete dobiti u određenoj instituciji.

Na kraju bilježnice nalaze se prazni listovi za vaše zabilješke. Tako ćete sve potrebne informacije moći imati na jednom mjestu.

Ukoliko mislite da bilježnici nešto nedostaje da bi bila potpuna ili vam se neke informacije čine suvišnima, pišite nam. Pomozite nam da budemo što bolji zajedno!

Boris Lauc

Direktor Centra za poduzetništvo Osijek

Igor Medić

Direktor Poduzetničkog inkubatora BIOS Osijek

1. Poduzetništvo, poduzetnik – što je to?

Poduzetništvo je proces u kojem se gotovo ni iz čega gradi nešto.

(Timmons, Babson)

Poduzetnik je pokretačka sila poduzetničkog procesa – pojedinac, koji stvara vrijednost i u tom procesu preuzima rizik gubitka novca, vremena ili nekog drugog oblika vrijednosti proizvoda ili usluge.

U svakodnevnom govoru čujemo riječ poduzetnik, poduzetništvo. Jesmo li se ikad zapitali što ti pojmovi stvarno znače?

Poduzetništvo i poduzetnike povezujemo uglavnom sa biznisom i to onim privatnim i kažemo da su poduzetnici oni pojedinci koji imaju vlastita poduzeća, njima upravljaju i od toga žive.

No, pojam poduzetništva daleko je širi. Poduzetništvo predstavlja način razmišljanja i nije usko vezan samo za biznis. U svakoj djelatnosti, svakom poduzeću, bez obzira na veličinu i vlasništvo poduzetničko razmišljanje je vrlo važno. Ono se veže uz kreativnost, sistemski pristup problemu, proaktivnost... Poduzetnici su ljudi koji preuzimaju inicijative i donose promjene u okruženja u kojima žive i rade.

1.1. Mitovi o poduzetništvu¹

Brojni su stereotipi i mitovi o poduzetništvu i poduzetniku, kao nositelju poduzetničkog procesa. Ovdje navodimo neke od njih, uz objašnjenje zašto se radi o mitovima i kakva je zapravo realnost.

1. Poduzetnici se rađaju, a ne stvaraju.

- Naravno da osobine i talenti, koje čovjek dobiva rođenjem, imaju određeni značaj pri definiranju onoga čime ćemo se baviti u životu, ali one predstavljaju tek dobru pretpostavku, nikako ne i garanciju uspjeha. Stvaranje poduzetnika je proces koji se sastoji od akumuliranja određenih, relevantnih vještina, znanja, iskustva i kontakata, te značajnog ulaganja u vlastiti razvoj.

2. Svatko može započeti vlastiti posao.

- Najlakši dio svega je osnovati poduzeće. Poduzetnici koji shvaćaju razliku između ideje i prilike i koji misle dovoljno veliko imaju veću šansu za uspjeh. Ono što slijedi nakon osnivanja je puno teže – preživljavanje, održivost i izgradnja uspješnog profitabilnog poduzeća. Tek jedno od 10 do 20 novoosnovanih poduzeća, koje preživi prvih pet godina rezultira stvaranjem profita za svoje osnivače.

¹ Timmons, A., New Venture Creation – Entrepreneurship for the 21st Century, 5th Edition, Irwin McGraw-Hill Company, USA

3. Poduzetnici su kockari.

- Uspješni poduzetnici vrlo pažljivo mjere i kalkuliraju rizik posla u koji ulaze. Oni nastoje eliminirati i utjecati na rizik, pronaći partnere za podjelu rizika ili njegovo minimiziranje. Poduzetnici ne traže nužno rizične situacije, ali niti bježe od njih, ukoliko ih je nemoguće zaobići.

4. Poduzetnici žele imati sve pod kontrolom, žele sve raditi sami.

- Posjedovanje i upravljanje poduzećem potpuno samostalno predstavlja ograničenje na rast poduzeća. Samostalni poduzetnici obično uspjevaju zaraditi za vlastiti život. Ali, vrlo je teško samostalno upravljati poduzećem sa visokim potencijalom rasta. Takvi poduzetnici grade tim, organizaciju i poduzeće. Oni radije rade na tome da načine «kolač» većim, nego da uzmu veći dio «kolača» – jer 100% od ništa je ipak ništa.

5. Poduzetnici su svoji vlastiti šefovi i potpuno su neovisni.

- Poduzetnici su daleko od toga da su potpuno neovisni – oni moraju zadovoljiti brojne obveze prema partnerima, investitorima, kupcima, dobavljačima, zaposlenicima, obitelji i sl. Ipak, poduzetnici donose odluku o tome da li će, kada će i što obaviti.

6. Poduzetnici rade duže i više nego manageri u velikim poduzećima.

- Ne postoji dokaz da poduzetnici rade duže i više od svojih kolega managera. Neki rade duže, neki ne. Neki su čak i rekli da rade manje od kada su poduzetnici.

7. Poduzetnici su stalno pod stresom i plaćaju veliku cijenu takvog života

- Bez sumnje – biti poduzetnik je stresno i zahtjevno. Ali, ne postoji dokaz da je stresnije ili zahtjevnije od bilo koje druge zahtjevne profesionalne uloge. Poduzetnici su uglavnom vrlo zadovoljni svojim poslom, imaju bolji osjećaj za postignuće, zdraviji su i rjeđe odlaze u mirovinu nego oni koji rade za druge. Tri puta više poduzetnika nego managera izjavilo je da nikada ne želi ići u mirovinu.

8. Započinjanje vlastitog posla je rizično i često završi neuspjehom

- Iskusni i talentirani poduzetnici pronalaze atraktivne poslovne prilike, sposobni su privući prave ljude, neophodno financiranje i druge resurse, što vodi uspjehu pothvata. No, kada poduzeće i propadne, ne propadaju poduzetnici. Neuspjeh predstavlja dio učećeg iskustva poduzetnika iz kojeg izlaze pametniji i snalažljiviji.

9. Novac je najvažniji resurs kod započinjanja posla.

- Ukoliko postoje svi ostali elementi, potrebni za uspjeh poduzetničkog pothvata, nije problem doći ni do novca, ali ne vrijedi i obrnuto – ukoliko poduzetnik posjeduje dovoljno novca, ne znači nužno da će i uspjeti. Novac je za poduzetnika isto što i kist za umjetnika – inertni alat, koji u pravim rukama može napraviti čudo.

10. Poduzetnici trebaju biti mladi i energični.

- Godine i starost poduzetnika ne predstavlja ograničenje. Prosječna starost poduzetnika početnika je 35 godina, ali postoje brojni primjeri da su poduzetnici započeli poslove i u svojim 60-im. Ono što je kritično za uspjeh je posjedovanje

odgovarajućeg know-how, iskustva i kontakata, koji vode ka prepoznavanju i provođenju poslovne prilike.

11. Poduzetnike motivira samo veličina moguće zarade.

- Poduzetnici koji traže prilike sa razvojnim potencijalom su više vođeni rastom poduzeća i ostvarenjem dugoročnih ciljeva, nego «instant» ostvarenjima kao što je visoka plaća. Osobno postignuće i zadovoljstvo, osjećaj kontrole nad vlastitom sudbinom i realiziranje vlastitih snova i vizije su također snažni motivatori. Novac se vidi kao alat i način praćenja rezultata.

12. Ako je poduzetnik talentiran, uspjeh će doći za 1-2 godine.

- Postoji izreka koja kaže: «Limun sazrije za dvije i pol godine, a biseru treba sedam ili osam godina.» Rijetko se uspjeh poduzeća dogodi za manje od tri ili četiri godine.

13. Ukoliko poduzetnik ima dovoljno novca za start-up, ne može “promašiti”.

- Često je upravo suprotno istina: previše novca na početku dovode do euforije i sindroma «razmaženog djeteta». Uz to, nedostatak discipline i impulsivno trošenje obično dovode do ozbiljnih problema i neuspjeha.

14. I još mnogo drugih mitova kojih se treba kloniti

2. Pokretanje vlastitog poduzeća – DA ili NE

Odluka o pokretanju vlastitog poduzeća isključivo je vaša. Ona može biti rezultat različitih čimbenika, posljedica različitih životnih situacija i sl.

Brojne su prednosti rada u vlastitom poduzeću, ali ono sa sobom nosi i mnoge nedostatke. Neki ljudi se jednostavno ne mogu nositi s tim, dok je drugima nezamislivo biti nečiji zaposlenik.

Navodimo samo neke od razloga zašto se ljudi odlučuju osnovati vlastito poduzeće²:

- biti svoj vlastiti šef
- izbjeći ograničenja u napredovanju zbog dobi, spola, nedostatke formalne izobrazbe
- raditi kod svoje kuće, u većini slučajeva
- raditi baš ono što želite
- iskoristiti svoj talenat do maksimuma
- steći osjećaj osobne vrijednosti
- uživati u statusu vlasnika
- zaposliti članove obitelji
- ne vezati se za radno vrijeme (raditi kada to želite)
- putovati
- uživati
- itd.

² Davis, W., Započnite vlastiti biznis s manje od 1.000 USD, Jakubin i sin d.o.o Zagreb, Centar za poduzetništvo Osijek, 1998.

Uprkos navedenim prednostima osnivanja vlastitog poduzeća, ono sa sobom nosi i neke nedostatke i moguće probleme. Evo nekih od njih³:

- odgovornost prema vjerovnicima i kupcima, a kasnije, kako poduzeće raste i prema zaposlenicima
- mogućnost da izgubite osobni i obiteljski imetak, ukoliko se poduzeće počne širiti prebrzo i bez plana
- možda ćete morati raditi i noću i vikendom, a možda ćete se odreći i godišnjeg odmora
- prihodi neće biti stalni, moguća su i razdoblja bez prihoda
- morat ćete donositi odluke, velike i male.
- morat ćete voditi administraciju
- ...

Prije osnivanja vlastitog poduzeća dobro razmislite. Jeste li uzeli u obzir sve elemente, jeste li stavili na papir sve što vam treba za početak obavljanja djelatnosti?

U nastavku ćemo vam pomoći u analiziranju informacija i planiranju početka posla. Nemojte žaliti vrijeme potrošeno u to – planiranje prije početka posla ne košta mnogo, a trošak nepromišljeno donesene odluke može vas stajati i cijelo bogatstvo.

³ idem

3. Što mi je sve potrebno da postanem uspješan poduzetnik?

Tri su osnovna elementa, bez kojih je nemoguće pokrenuti i uspješno voditi poslovni pothvat⁴.

To su:

- Poslovna prilika,
- Resursi
- Poduzetnik/poduzetnički tim

Poslovna prilika

Svaka poslovna ideja ne predstavlja poslovnu priliku. Pronalazak dobre ideje predstavlja samo prvi korak u razvoju poduzetničkog procesa. Zapravo, od 100 ideja prezentiranih investitorima obično 1, a ponekad 2-3 budu financirane.

Da bi neka poslovna ideja bila i poslovna prilika, ona treba biti **dovoljno atraktivna, postojana, u pravo vrijeme, vidljiva kroz neki proizvod/uslugu, koji stvara dodatnu vrijednost za svog kupca/krajnjeg korisnika.**

Možemo reći da je osnovna karakteristika poslovne prilike njena tržišna opravdanost tj. postojanje dovoljno velikog tržišta, zainteresiranog za kupovinu određenog proizvoda i usluge.

Najuspješniji poduzetnici, privatni investitori, financijeri - svi oni počinju s kupcem i onim što tržište želi i ne gube to iz vida!

Resursi

Jedno od najčešćih pogrešnih shvaćanja među budućim poduzetnicima je da prvo treba imati sve resurse «na broju», pogotovo novac, kao preduvjet uspjeha pothvata.

Misliti prvo na novac je velika pogreška. Dobre poslovne prilike lako dođu do novca. Ali, upravo je to ono što nedostaje - dobre poslovne prilike i dobri poduzetnici, ne novac. To će vam reći i svi investitori.

Poduzetnik/poduzetnički tim

Ključni faktor uspjeha poduzetničkog pothvata svakako je čovjek, odnosno poduzetnik i tim ljudi koji ga okružuju.

Poduzetnik je taj koji pronalazi poslovnu priliku i upravlja resursima s ciljem stvaranja nove vrijednosti. Ali, u tom procesu teško može uspjeti sam. Potreban mu je tim ljudi, koji dijele njegovu viziju, cilj i koji su predani ideji poduzetničkog pothvata te teže njegovom uspjehu.

Ono što je također važno za uspjeh poduzetničkog pothvata je ravnoteža između navedena tri elementa – poslovne prilike, resursa i poduzetničkog tima. Upravo nedostatak ravnoteže može biti razlog neuspjeha ili odbijanja investitora da financiraju projekt.

⁴ Timmons, A., New Venture Creation – Entrepreneurship for the 21st Century, 5th Edition, Irwin McGraw-Hill Company, USA

Svaka poslovna prilika nije jednako dobra za svaki tim ljudi. Možete imati odličnu poslovnu priliku, ali ukoliko nemate odgovarajući tim ljudi i dovoljno resursa, potrebnih za njenu realizaciju, teško da ćete uspjeti. Ili, ma kako dobar tim ljudi sa lošom poslovnom prilikom i bez resursa neće moći napraviti puno.

Možemo zaključiti da upravo jedinstvena kombinacija ljudi, prilike i resursa u točno određeno vrijeme i na točno određenom mjestu predstavlja najvažniji faktor za uspjeh poslovnog pothvata.

Kao što se i vidi, na puno je toga potrebno misliti prije ulaska u sam posao. Kako ne bi nešto zaboravili, potrebno je staviti sve informacije na papir i onda odlučiti – vrijedi li ta poslovna ideja, radi li se o pravoj poslovnoj prilici, što nedostaje za uspjeh...

Sljedeće stranice posvećene su upravo tome – poslovnom planu, dokumentu koji nam pomaže da lakše sagledamo poslovni pothvat i sve potrebne elemente za njegovu realizaciju.

4. Poslovni plan

Ne planirati je isto kao i planirati neuspjeh!

Što je poslovni plan? Najkraće rečeno, poslovni plan je pisani dokument koji jasno definira ciljeve poslovanja i u kratkim crtama prikazuje metode za postizanje cilja.

U poslovnom planu se opisuje:

- o kojem se poslu radi
- kako će taj posao biti obavljen
- tko će obaviti posao
- gdje će se posao obavljati
- kada posao mora biti završen

Izgled vašeg poslovnog plana važan je kao i informacije koje sadrži. Ukoliko poslovni plan niste dobro organizirali ili ako je prekompliciran za čitanje, vjerojatno je da neće biti dobro prihvaćen od strane onih koji ga čitaju. Loše napisan poslovni plan nije od velike koristi ni vama, pri vođenju posla.

Trebate uvijek imati na umu da poslovni plan pišete prvenstveno radi sebe i svog poduzeća. Stoga, pri pisanju poslovnog plana možete potražiti pomoć stručne osobe ili institucije, ali ne sam proces pisanja poslovnog plana ne smijete u potpunosti prepustiti nekom drugom. Uostalom, kako netko drugi može tako dobro poznavati vašu ideju, vaše poduzeće od vas samih?

Stoga, ukoliko ne znate sami napisati poslovni plan, uvijek tražite da sudjelujete u njegovom pisanju, pitajte ono što vam nije jasno, kako bi ga sutra mogli koristiti i dobro prezentirati sve što je napisano.

Sadržaj poslovnog plana

Ne postoji struktura poslovnog plana koju treba bezuvjetno slijediti, niti postoje dva jednaka poslovna plana. Kako će vaš poslovni plan biti organiziran ovisi o tipu posla kojim se bavite i razlogu pisanja poslovnog plana. Ukoliko poslovni plan pišete radi dobivanja kredita, slijedit ćete strukturu, koju zahtijeva banka, odnosno investitor.

Prije nego vam damo uobičajenu strukturu poslovnog plana, evo nekoliko natuknica o kojima trebate voditi računa, kada se odlučite pisati poslovni plan⁵:

- Svaki poslovni plan ima svoj razlog pisanja i on se mora odraziti u načinu na koji pišete plan. Ukoliko je razlog dobivanje kredita, morate imati na umu određeni tip kredita i određene institucije, kojima ćete se obratiti s planom
- plan ne mora biti dugačak i kompliciran, ali mora biti informativan i mora sadržavati sve bitne informacije o vašoj poslovnoj ideji
- poslovni plan mora biti pokrenut tržištem, a ne proizvodom/uslugom. To znači da nije važan proizvod/usluga koji ćete proizvoditi nego da je važno da li taj proizvod/usluga imaju tržište, na

⁵ Korynski, Singer, Poslovno planiranje za mala poduzeća, Radna bilježnica, Centar za poduzetništvo Osijek, 1997.

kojem će se prodavati. Napravite vlastito malo istraživanje tržišta kako bi dokazali koje su tržišne mogućnosti za vašu poslovnu ideju

- pokažite u čemu je vaše poduzeće drugačije u odnosu na konkurenciju
- dokažite vaše sposobnosti i mogućnosti upravljanja poduzećem. Jeste li u mogućnosti provesti plan tako da on bude uspješan?
- poslovni plan je korisno sredstvo za početak i vođenje posla. Imajte to na umu kada pišete plan i ne ponašajte se prema pisanju poslovnog plana samo kao prema dužnosti za dobivanje kredita.
- opišite kako ćete prodavati proizvode/usluge tj. kako ćete doći do kupaca
- pokažite vaša predviđanja – kako će izgledati vaše poduzeće za godinu ili dvije. Pretpostavke potkrijepite brojkama.
- dodajte dokumente za koje vjerujete da će vam pomoći u boljoj prezentaciji poslovne ideje ili će je učiniti vjerodostojnijom.

4.1. Prijedlog sadržaja poslovnog plana

Sljedeći prijedlog sadržaja poslovnog plana sadrži sve bitne elemente, koje jedan poslovni plan treba imati. Kao što smo već i naglasili vaš poslovni plan prilagodit ćete vašim potrebama i vašem tipu poslovanja.

Sadržaj poslovnog plana⁶

SAŽETAK

A. PODUZEĆE – ovaj dio poslovnog plana predstavlja poslovnu politiku vašeg poduzeća, pravila bez kojih ne bi smjeli odstupiti bez jakih razloga. Poslovna politika daje smjer i pruža stabilnost vašem poslu.

- **Opis poduzeća** – cilj ovog djela je objasniti čime se bavi vaše poduzeće, kako ćete poslovati (pravni oblik, vlasništvo, radno vrijeme...) i zašto mislite da ćete uspjeti
- **Proizvod/usluga koju poduzeće nudi** – daje odgovor na pitanja što prodajete, kakve su koristi od onoga što prodajete, zašto mislite da će ljudi kupovati baš od vas
- **Tržiše (Plan marketinga)** – trebate voditi računa o tržištu nabave i tržištu prodaje. Obadva su jednako važna za uspjeh vašeg poslovnog pothvata. Tržište nabave odnosi se na tržište sirovina, poluproizvoda i proizvoda, potrebnih za vašu djelatnost. Gdje ćete ih i od koga kupiti? Kolika je cijena tih proizvoda? Koliko je potencijalnih dobavljača tih proizvoda? Kakvi su vaši odnosi sa dobavljačima? itd. Tržište prodaje se odnosi na ljude koji kupuju ili će kupovati od vas. Važno ih je dobro poznavati. Tko su oni? Koliko ih je? Zašto kupuju od vas, a ne od konkurencije? Kako pronaći još više kupaca? Na koji način ćete prodavati i distribuirati vaš proizvod?

⁶ Bangs, D.H., Kako napraviti poslovni plan, 7. izdanje, Jakubin i sin d.o.o. Zagreb, Centar za poduzetništvo Osijek, 1998.

- **Lokacija poduzeća** – gdje se nalazi vaše poduzeće? Je li to prava lokacija za vašu djelatnost (i je li ona dozvoljena na toj lokaciji)? Koliko je velik vaš poslovni prostor (je li u najmu ili u vašem vlasništvu)?
- **Konkurencija** – tko su vaši konkurenti? Kakvo je njihovo poslovanje – jesu li bolji ili lošiji od vas (zbog čega)? Kako ćete im konkurirati?
- **Organizacija poduzeća, management** – 98% neuspjeha malih poduzeća potiče od slabog managementa. Uzmite to u obzir kada budete planirali organizaciju vašeg poduzeća (tko su odgovorne osobe i za što je tko odgovoran, kakvo je njihovo radno iskustvo, kakve su njihove plaće, da li koristite neke vanjske usluge i koje – računovodstvo, pravnik i sl.)
- **Zaposlenici** – koliko ljudi planirate zaposliti, koje struke, gdje ćete pronaći ljude s tim znanjima, da li ćete ih zaposliti na stalno ili su vam potrebni samo povremeno, koliko ćete ih plaćati... Vodite računa da svako radno mjesto košta. U početku gledajte da zaposlite što manje ljudi, kako bi vaše troškove sveli na minimum. Ukoliko se posao počne širiti lako je dodatno zaposliti još ljudi.
- **Upotreba i očekivani učinak ulaganja** – bez obzira da li tražite kredit ili sami financirate vaš posao trebate navesti što vam je sve potrebno za početak vašeg posla. U što ćete morati uložiti novac, tko su dobavljači, kolika je cijena, morate li platiti transport i sl.

B. FINANCIJSKI PODACI – financijski podaci mjere ispunjenje postavljenih poslovnih ciljeva. Oni su srce svakog poslovanja, jer pomažu njegovoj kontroli. A, ukoliko ne kontrolirate svoje poduzeće, ono će kontrolirati i upravljati vama! Stoga je vrlo važno dobro voditi poslovne knjige. Ukoliko to ne možete i ne znate raditi sami pronađite stručnog računovođu, koji će vam znati objasniti što se krije iza brojki u poslovnim izvještajima. **Ukoliko mislite da vođenje knjiga nije važno ni potrebno onda nemate niti dovoljno poslovnog iskustva za početak.**

- **Izvori kapitala** – gdje ćete nabaviti novac potreban za početak posla (kredit –kakav, gdje, vlastita sredstva, pozajmica – od koga, ...)
- **Popis opreme** – oprema je imovina sa vijekom trajanja dužim od jedne godine (uredski namještaj, strojevi, proizvodna oprema, vozila, poslovni prostor i sl.)
- **Bilanca** – predstavlja popis imovine – AKTIVA (dugoročna - oprema i kratkoročna – novac na računu, potraživanja od kupaca) i obveza- PASIVA (dugoročnih – vlastita glavnica, krediti i sl. i kratkoročnih – prema dobavljačima, krediti i sl.) vašeg poduzeća na određeni dan.
- **Break-even točka ili točka pokrića** govori koliko proizvoda/usluga morate prodati da bi poslovali na nuli (bez gubitka i dobitka).
- **Račun dobiti i gubitka** – daje prikaz prihoda i rashoda poduzeća kroz određeno razdoblje. Na kraju pokazuje da li je poduzeće poslovalo sa gubitkom (prihodi su manji od rashoda/troškova) ili je ostvarilo dobit (prihodi su veći od rashoda/troškova).
- **Tijek novca (Cash flow)** – možemo reći da je ovo najvažniji financijski izvještaj za mala poduzeća i kada bi se trebali odlučiti za samo jedan financijski izvještaj, trebate odabrati tijek novca. On vam pokazuje koliko novca treba vaše poduzeće, za što i kada treba taj novac, kako (iz kojih izvora) ćete nabaviti taj novac. On pokazuje moguće probleme u likvidnosti

vašeg poduzeća, koje pravovremenim poslovnim odlukama i potezima možete spriječiti. Poduzeće može poslovati s dobiti na kraju godine, a biti nelikvidno u pojedinim mjesecima, odnosno u nemogućnosti da plati svoje obveze. Tijek novca vam pomaže da predvidite takve situacije.

C. DODATNI ELEMENTI

U dodatne elemente stavit ćete sve one dokumente, koji mogu pomoći razumijevanju vašeg poslovnog plana i dobivanju cjelovite slike o vašoj poslovnoj ideji. To su npr. predugovori i ugovori sa vašim sadašnjim i budućim kupcima, predračuni i/ili (pred)ugovori s dobavljačima, fotografije poslovnog prostora, obrtnica, dokumenti o osnivanju poduzeća i vlasničkoj strukturu, fotografije gotovih proizvoda, životopisi ključnih osoba i sl.

Osim o sadržaju poslovnog plana trebate voditi računa i o njegovom obliku:⁷

- Neka prvi dojam bude jak i neka uvjeri čitatelja da vaša ideja ima sve šanse za uspjeh. Naslovnica i ime poduzeća je ono što će bankar ili investitor prvo vidjeti. Važno je ostaviti dobar prvi dojam.
- Neka poslovni plan bude što kraći, kompaktniji. Važno je da poslovni plan prikazuje istinite informacije, koje se mogu lagano provjeriti.
- Ne žurite s pisanjem poslovnog plana, on je vrlo važan dokument i treba se potruditi napraviti ga što bolje možete. Bilo bi dobro dobiti nečije mišljenje o njemu prije nego ga pokažete bankaru.
- Napišite dobar sažetak, ne duži od jedne stranice. S tim započnite poslovni plan. Sažetak je često dobar «prodajni» alat za vašu poslovnu ideju.
- Ukoliko tražite novac, budite precizni koliko novaca tražite i za što, kada će novac biti vraćen i kako, pod kojim uvjetima.
- Ne zaboravite zaključak na kraju. U njemu navodite da vjerujete u uspjeh vašeg poslovnog pothvata, te da će investitori dobiti novac nazad. Naravno, to mora proizilaziti iz vašeg poslovnog plana.
- Možete staviti i napomenu da je poslovni plan tajna i da nijedan dio poslovnog plana ne može biti korišten bez vašeg odobrenja.
- Ukoliko plan šaljete poštom, uključite i popratno pismo.

⁷ Korynski, Singer, Poslovno planiranje za mala poduzeća, Radna bilježnica, Centar za poduzetništvo Osijek, 1997.

5. Različite mogućnosti ulaska u biznis

5.1. Osnivanje vlastite tvrtke

Nakon što je poduzetnik generirao svoju poslovnu ideju, istražio tržište, te sastavio poslovni plan, koji mu treba služiti kao vodič kroz poslovanje, treba odlučiti o zakonskom obliku poslovanja.

Malim i srednjim poduzetnicima na raspolaganju stoji nekoliko različitih oblika poslovanja:

- obrt,
- trgovačko društvo,
- obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo,
- zadruga,
- trgovac pojedinac,
- fizička osoba u slobodnom zanimanju i dr.

Svaki zakonski oblik ima svoje prednosti i nedostatke ovisno o poduzetničkoj ideji, načinu poslovanja, širini tržišta i djelatnostima koje se žele uključiti u poduzetnički pothvat.

Najčešći organizacijski oblici su obrt i društvo s ograničenom odgovornošću.

Savjet:

- pri osnivanju i jednog i drugog zakonskog oblika pripremite barem desetak različitih imena za svoju tvrtku, jer je većina imena već "zauzeta". Vodite računa o tome da ime tvrtke može biti samo na hrvatskom jeziku i hrvatskom pismu ili na mrtvom jeziku (latinski jezik).
- kod osnivanja društva s ograničenom odgovornošću, unaprijed razmislite o svojim znanjima i vještinama, ali i vještinama osoba koje ćete zaposliti ili koje će zajedno s Vama ući u poslovanje (partneri), kako biste se mogli odlučiti za više djelatnosti kojima će se tvrtka baviti. Svaki naknadni upis djelatnosti u već registrirano društvo je skuplji, nego kada to učinite na samome početku.
- ako se odlučite pokrenuti poslovanje s partnerom, pripremite prije osnivanja partnerski ugovor u kojemu ćete definirati i prava i obveze partnera u poslovanju. U slučajevima kada se nakon određenog vremena jedan od partnera odluči izaći iz poslovanja puno je jednostavnije i ugodnije podijeliti imovinu, ako su partnerski odnosi unaprijed regulirani.

5.2. Kupovina postojećeg poslovanja

Poduzetnicima koji se odluče na samostalno pokretanje djelatnosti na raspolaganju stoji i mogućnost kupovine već postojećeg poslovanja.

Prednosti kupovanja već uhodanog poslovanja:

- ime tvrtke je već poznato u poslovnom svijetu;

- tvrtka ima već uhodano poslovanje;
- tvrtka ima svoje kupce;
- tvrtka ima mrežu dobavljača;
- tvrtka se već pozicionirala na tržištu.

Kako pronaći tvrtku koja je na prodaju?

Većina poduzetnika koja se, uslijed različitih okolnosti odluči na prodaju tvrtke (bolest, razlaz partnera, obiteljski razlozi i sl.), će prodaju oglasiti putem javnih glasila - dnevne novine i različite vrste oglasnika.

Savjet:

Prije kupovine bilo koje tvrtke poželjno je raspitati se o poslovanju tvrtke, a posebice o dugovanjima (npr. u FINI, banke u kojima tvrtka ima otvorene poslovne račune, kupci, dobavljači, konkurencija i sl.), kako sa tvrtkom ne biste u naslijeđe dobili i nepodmirena dugovanja.

5.3. Franšiza

Franšiza je oblik poslovne suradnje, u kojemu davatelj franšize (obično tvrtka koja ima uhodano poslovanje) putem franšiznog ugovora ustupa pravo primatelju franšize (obično tvrtka koja tek kreće s poslovanjem ili su joj investicijska sredstva i mogućnosti ulaganja vrlo ograničena) korištenja znanja i načina rada davatelja franšize.

I davatelji i primatelji franšize imaju višestruke motive za ulazak u ovakav način poslovanja.

Davatelj franšize svoje ciljeve vidi u:

- razvoj i širenje djelatnosti tvrtke,
- prodaja proizvoda i usluga pod jedinstvenim uvjetima i kontrola nastupa na tržištu,
- izbjegavanje poreznih i drugih mjera koje sprečavaju tržišne koncentracije,
- povećanje prometa,
- osvajanje novih, udaljenih tržišta,
- rast tvrtke,
- usmjeravanje sredstava u istraživanje i razvoj,

Primatelj franšize, motive za ulazak u franšizni posao pronalazi u:

- smanjenje rizika poslovanja,
- nastup na tržištu s manjim rizikom koji proizlazi iz iskustva davatelja franšize,
- smanjenje troškova poslovanja, budući da poslove promocije i oglašavanja preuzima davatelj franšize,
- smanjenje poslovnih rizika kroz korištenje prednosti poznate marke i poslovnih i tehničkih znanja,
- optimalna organizacija poslovanja.

Franšizni oblik poslovanja se osobito razvio pedesetih godina prošlog stoljeća, te je 1960. godine osnovano i Međunarodno udruženje za franšizing (International Association for Franchizing).

Među najpoznatijim franšizama u svijetu svakako treba istaknuti: McDonalds restorani brze hrane, Fornetii peciva, Subway, Bioaromatica, Kraš, Elektromaterijal, Holiday Inn hoteli, Body Shop International itd..

U Osijeku djeluje Centar za franšizu pri osječkom Centru za poduzetništvo, Šetalište kardinala Franje Šepera 13/II, gdje se dva puta godišnje (svibanj i studeni) održavaju seminari o franšizi, sačinjeni prema iskustvu američkog Centra za franšizu iz El Pasa, namijenjeni svima koji žele biti bilo primatelji, bilo davatelji franšize.

5.4. Licenca

Jedan od načina ulaska u svijet biznisa je putem licence.

Licenca je ugovor kojim se licencijskom partneru daje neko posebno pravo (proizvodnja nekog proizvoda, uporaba imena, korištenje tehnološkog procesa, distribucija nekog specifičnog proizvoda), uz određenu naknadu.

Postoje različite licence, pa se preporuča savjetovanje sa stručnim osobama prije donošenja konačne odluke.

S ciljem poticanja primjene i širenja znanja o intelektualnom vlasništvu pomoću licencnih ugovora u Zagrebu je osnovana Udruga stručnjaka za licenciranje.

6. Kako registrirati poduzeće

Odgovoriti na ovo pitanje nije moguće bez poznavanja poduzetničke ideje. Zbog toga ćemo vam u ovoj bilježnici dati informacije pomoću kojih ćete lakše samostalno odlučiti kako registrirati vaše poduzeće.

Zakonski oblici registriranja poslovanja su mnogobrojni:

- trgovačko društvo: društvo s ograničenom odgovornošću, dioničko društvo, komanditno društvo, javno trgovačko društvo, gospodarsko interesno udruženje, podružnica;
- obrt: slobodni, vezani, povlašteni;
- zadruga;
- obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo;
- fizička osoba u slobodnom zanimanju i dr.

Trgovačko društvo je pravna osoba koja samostalno i trajno obavlja gospodarsku djelatnost radi ostvarivanja dobiti proizvodnjom, prometom robe ili pružanjem usluga na tržištu (Zakon o trgovačkim društvima - «Narodne novine» br. 111/93, 34/99 i 118/03).

Obrt je samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti od strane fizičkih osoba sa svrhom ostvarivanja dobiti proizvodnjom, prometom robe ili pružanjem usluga na tržištu (Zakon o obrtu – «Narodne novine» 49/03). Za slobodne obrte Zakon ne uvjetuje majstorski ili stručni ispit. Vezani obrti su oni za koje je potrebno imati majstorski ispit ili stručnu osposobljenost. Povlašteni obrti obavljaju se samo na temelju povlastice nadležnog ministarstva.

Zadruga je udruženje zadrugara (najmanje tri) u kojem članovi sudjeluju zajednički i neposredno u cilju ostvarenja osobne i zajedničke dobiti (Zakon o zadrugama – «Narodne novine» 36/95, 67/01 i 12/02).

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo je samostalna gospodarska i socijalna jedinica temeljena na vlasništvu i uporabi proizvodnih resursa i upravljanju obitelji u obavljanju poljoprivredne djelatnosti (Zakon o poljoprivredni – «Narodne novine» 66/01 i 83/02).

Fizička osoba u slobodnom zanimanju je osoba koja povremeno ili stalno samostalno obavlja djelatnost slobodnog zanimanja. Neke od slobodnih djelatnosti su: zdravstveni djelatnici, veterinari, odvjetnici, revizori, arhitekti, sudski vještaci i druge djelatnosti definirane člankom 15. Zakona o porezu na dohodak («Narodne novine» 127/00, 150/02 i 163/03).

Mi ćemo se u ovom tekstu posvetiti onim oblicima koji su kod nas najčešći, a za poduzetnike početnike logičan izbor: društvo s ograničenom odgovornošću i obrt.

I društvo s ograničenom odgovornošću i obrt imaju neke prednosti i nedostatke u poslovanju, i zbog toga je na pitanje koji oblik izabrati nije moguće jednostavno odgovoriti.

Prednosti obrta su:

- niži troškovi osnivanja (što je poduzetniku bez početnog kapitala uvijek važno),
- jednostavnije knjigovodstvo (što znači i manje mjesečne izdatke za knjigovodstveni servis),
- brza promjena podataka (adrese obrta i sl.).

Prednost društva s ograničenom odgovornošću je:

- «prenosivost» društva (puno je jednostavnije prodati udjele ili kompletnu tvrtku nego u obrtu),
- nema ograničenja stručne spreme i zanimanja (poduzetnik može registrirati sve djelatnosti koje želi, a naknadno aktivirati bilo koju djelatnost nakon što ispuni zakonske obveze),
- jednostavnije iskazivanje troškova (kod obrta su troškovi samo ono što se stvarno i plati, a kod trgovačkog društva sve za što postoji pravovaljana faktura koja se priznaje kao trošak),
- manji fiksni mjesečni troškovi (obrtnik mjesečno plaća akontaciju poreza na dohodak, te doprinos za mirovinsko i zdravstveno osiguranje ukoliko ne plaća te doprinose po nekom drugom osnovu, dok vlasnik poduzeća ne plaća doprinose ako nije zaposlen u svojoj tvrtki).

U sustavu PDV-a obrt i trgovačko društvo ponašaju se potpuno različito. Obrt plaća PDV i odbija pretporez samo kada je plaćen, odnosno naplaćen račun, dok trgovačko društvo plaća porez i odbija pretporez za svaki izdani, odnosno primljeni račun (postoje određena odstupanja od ovoga, ali načelno sustav tako funkcionira). Ovakav sustav može u određenim trenucima biti prednost, a u određenima nedostatak:

- Može se dogoditi da poduzetnik ne može ostvariti plasman svojih roba ili usluga kod određenog kupca ukoliko mu ne izdaje račun po kojemu će kupac odmah moći odbiti pretporez (tj. da račun izdaje trgovačko društvo).
- U slučajevima kada poduzetnik planira prodavati robu s dužim rokom otplate bolja opcija je obrt, jer u tom slučaju porez se plaća tek kada je račun ili dio računa naplaćen.

Izbor modela registracije nije jednostavan i najbolje je donijeti ga zajedno sa stručnom osobom (knjigovođom, poslovnim savjetnikom i sl.) koja se treba upoznati sa planom poslovanja kako bi mogla pomoći pri izboru.

6.1. Osnivanje obrta

Registriranje obrta vrši se u Uredu državne uprave Osječko-baranjske Županije – Služba za gospodarstvo u Osijeku, Županijska 4 u kojemu se predaju popunjeni obrasci:

- prijava,
- Registarski listovi RL1 (podaci o obrtu), RL2 (podaci o izdvojenom pogonu – ukoliko ih ima) i RL3 (podaci o djelatnostima),
- Uvjerenje o osposobljenosti, majstorskom ispitu ili svjedodžba (za vezane i povlaštene obrte),
- Uvjerenje o nekažnjavanju Općinskog suda (prema mjestu prebivališta). Za grad Osijek uvjerenje se traži od Općinskog suda u Osijeku, Europske avenije 7, upravna pristojba za ovo uvjerenje iznosi 30,00 kn, a vrijeme ishođenja je jedan do dva dana,
- Uvjerenje o nekažnjavanju Prekršajnog suda, tj. uvjerenje da nije izrečena mjera zabrane obavljanja djelatnosti (prema mjestu prebivališta). Za grad Osijek uvjerenje se traži od Prekršajnog suda u Osijeku, Kralja Zvonimira 3, upravna pristojba za ovo uvjerenje iznosi 30,00 kn, a vrijeme ishođenja je jedan do dva dana
- Upravna pristojba u iznosu 270,00 kn
- dokaz o uplati obrtnice (osim za hrvatske branitelje ili nezaposlene osobe starije od 45 godina koje su prijavljene na Hrvatski zavod za zapošljavanje). Obrtnica za nezaposlene osobe mlađe od 45 godina i osobe s područja posebne državne skrbi plaća se 200,00 kn, a za ostale 500,00 kn. Osobe koje su oslobođene plaćanja obrtnice dužne su dostaviti dokument kojim dokazuju svoj status.

Za određene vrste djelatnosti potrebna je propisana stručna sprema ili majstorski ispit (vezani i povlašteni obrti, za razliku od nevezanih obrta, koji se može osnovati neovisno o stručnoj spremi vlasnika obrta – fotokopirnica, npr.), za trgovačke i ugostiteljske djelatnosti potrebno je utvrđivanje minimalnih tehničkih uvjeta, a za prijevozničku djelatnost utvrđivanje uvjeta za vozilo. Zbog toga je dobro prije ishođenja potrebne dokumentacije savjetovati se sa djelatnicima Ureda državne uprave – službe za gospodarstvo o svim potrebnim uvjetima prije registriranja obrta.

Po izdavanju obrtnice potrebno je izraditi pečat i otvoriti žiro-račun u jednoj od poslovnih banaka.

Najkasnije 8 dana prije početka obavljanja djelatnosti obaveza je prijaviti početak rada obrta Uredu državne uprave – službi za gospodarstvo.

U roku 8 dana po početku obavljanja djelatnosti obrt treba prijaviti ispostavi Porezne uprave u Osijeku (Županijska 4, u dvorištu) na obrascu RPO – prijava u registar poreznih obveznika, a najkasnije 15 dana od početka obavljanja djelatnosti treba se prijaviti Hrvatskom zavodu za zdravstveno osiguranje – HZZO (Kralja Zvonimira 1) i Hrvatskom zavodu za mirovinsko osiguranje – HZMO (Kralja Zvonimira 1). Prijava obrta u HZZO vrši se na obrascu T-1, a prijava u HZMO vrši se na obrascu M-11 P. Vlasnik obrta - poduzetnik prijavljuje se u sustav zdravstvenog i mirovinskog osiguranja ukoliko nije osiguran

temeljem druge osnovice (zaposlenje u trgovačkom društvu, instituciji, ustanovi i dr.). Prijava vlasnika obrta i djelatnika vrši se na obrascu T-2 za zdravstveno osiguranje i M-1 P za mirovinsko osiguranje.

Za poduzetnike mlađe od 40 godina ovdje nije kraj. Najkasnije tri mjeseca od početka obavljanja djelatnosti potrebno je prijaviti se u REGOS – Registar osiguranika (šalter REGOSA nalazi se u poslovnicu Financijske agencije, L. Jegera 1-3) i izabrati fond za II stup mirovinskog osiguranja. U II stup mogu se prijaviti i poduzetnici između 40 i 50 godina ukoliko im je to prvo zaposlenje.

Ne treba se uplašiti količine prijava, obrazaca i adresa na koje se treba prijaviti. U svakoj instituciji postoje osobe koje će vas uputiti gdje se i kome javiti, pomoći popuniti obrasce, a preporuka je da ovaj posao obavite uz pomoć svoje knjigovodstvene agencije, ili neke od institucija za pomoć poduzetnicima.

6.2. Osnivanje tvrtke – d.o.o.

Osnivanje tvrtke znatno je kompliciranije od osnivanja obrta.

Prvi dokument pri osnivanju trgovačkog društva je akt o osnivanju (kada je jedan osnivač) ili društveni ugovor (kada postoje dva ili više osnivača). Ovim dokumentom definira se naziv i sjedište tvrtke, djelatnosti, prava i obveze osnivača i tijela tvrtke (uprave, nadzornog odbora i dr.) i ostali elementi važni za funkcioniranje društva. Prije definiranja naziva tvrtke uputno je provjeriti i rezervirati naziv kod Trgovačkog suda u Osijeku (Zagrebačka 2). Naziv mora biti različit od postojećih naziva tvrtki, a može biti iz hrvatskog ili latinskog rječnika ili prezime osnivača. Osnivački akt, kao i prijavu za upis u trgovački registar (koja se predaje Trgovačkom sudu u Osijeku mora ovjeriti javni bilježnik. Uz prijavu za upis u trgovački registar predaje se osnivački akt, popis članova društva – osnivača (ime i prezime, adresa i matični broj), popis članova uprave (ime i prezime, adresa, matični broj i ovlasti), popis članova nadzornog odbora (ime i prezime, adresa i matični broj) ukoliko društvo ima nadzorni odbor i dokaz o uplati osnivačkog uloga. Osnivački ulog (trenutno je minimalni osnivački ulog 20.000 kn) može se uplatiti na žiro-račun (koji se otvara u nekoj od poslovnih banaka) ili unijeti u stvarima (oprema, repromaterijal i sl.). U slučaju kada se osnivački ulog unosi u stvarima potrebna je procjena vrijednosti stvari koju radi ovlašteni revizor. Uz navedene dokumente Trgovačkom sudu dostavlja se i izjava osnivača ovjerena od javnog bilježnika da osnivač ili osnivači kao i društva u kojima ima udjele ili dionice nema nepodmirene obveze, potvrdu pravne osobe koja obavlja poslove platnog prometa (Financijska agencija) da osnivač ili osnivači i društva u kojima imaju udjele ili dionice nemaju na računima evidentirane nepodmirene nagode za plaćanje, i potvrde Porezne uprave, Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje i Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje da osnivač ili osnivači i društva u kojima imaju dionice ili udjele nemaju nepodmirene obveze po osnovi poreza i doprinosa za mirovinsko i zdravstveno osiguranje.

Trgovački sud, nakon upisa u sudski registar, dostavlja Narodnim novinama i dnevnom tisku podatke o upisu.

Ove poslove uobičajeno je prepustiti javnobilježničkom ili odvjetničkom uredu koji mogu uštedjeti puno vremena pri osnivanju.

Nakon pozitivnog rješenja Trgovačkog suda potrebno je izraditi pečat, te popuniti zahtjev za razvrstavanje po djelatnostima prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti koji se dostavlja u Državni zavod za statistiku (Ilica 3, Zagreb) gdje će novoosnovana tvrtka dobiti matični broj. Državnom zavodu za statistiku dostavlja se kopija rješenja o upisu u trgovački registar, tiskanica RPS-1 (zahtjev) i kopija uplatnice upravne pristojbe u iznosu od 55 kuna. Prijavu Državnom zavodu za statistiku potrebno je predati najkasnije 15 dana od registracije tvrtke.

Prije početka obavljanja djelatnosti potrebno je ishoditi u Uredu državne uprave Osječko-baranjske županije – Služba za gospodarstvo u Osijeku, Županijska 4 odluku kojom se utvrđuje da udovoljava tehničkim, zdravstvenim, ekološkim i drugim propisima za obavljanje djelatnosti (dozvola za rad). Društvo je potrebno prijaviti i ispostavi Porezne uprave u Osijeku (Županijska 4, u dvorištu) na obrascu RPO – prijava u registar poreznih obveznika, a najkasnije 15 dana od početka obavljanja djelatnosti društvo treba prijaviti Hrvatskom zavodu za zdravstveno osiguranje – HZZO (Kralja Zvonimira 1) i Hrvatskom zavodu za mirovinsko osiguranje – HZMO (Kralja Zvonimira 1). Prijava tvrtke u HZZO vrši se na obrascu T-1, a prijava u HZMO vrši se na obrascu M-11 P.

6.3. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo

Upis obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva vrši se u Uredu državne uprave Osječko-baranjske županije, Županijska 4 Zahtjevom za upis u Upisnik. Uz Zahtjev za upis u Upisnik obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva dostavlja se kopija osobne iskaznice nositelja obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva, izjava članova obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva o izboru nositelja obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva, kopije osobnih iskaznica svih članova obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva, posjedovni list katastarskih čestica koje se prijavljuju, kopija ugovora o zakupu ili izjava vlasnika o davanju zemljišta na korištenje bez naknade i izvadak iz katastra čestica za sve prijavljene čestice koje nisu u posjedovnom listu nositelja i članova obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva i kopije dokumenata o postojećim upisima u registre i evidencije.

Upisom u Upisnik obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu dodjeljuje se matični identifikacijski broj poljoprivrednog gospodarstva, i iskaznica nositelju obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva i ostalim članovima gospodarstva na zahtjev nositelja.

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo dužno je prijaviti u svaku promjenu koja se upisuje u Upisnik u roku 30 dana Uredu državne uprave.

(Pravilnik o upisu u upisnik poljoprivrednih gospodarstava – «Narodne novine» 128/02, 122/03 i 189/03).

6.4. Zadruga

Zadruhu mogu osnovati najmanje tri zadrugara. Ugovor o osnivanju zadruge sklapa se u obliku javnobilježničke isprave. Zadruga se registrira kod Trgovačkog suda u Osijeku (Zagrebačka 2), a procedura osnivanja i registracije vrlo je slična registraciji trgovačkog društva. Uz prijavu za registraciju zadruge Trgovačkom sudu potrebno je dostaviti sljedeće dokumente: Zapisnik sa osnivačke skupštine zadruge, Odluku o imenovanju članova Nadzornog odbora, Odluku o imenovanju predsjednika i potpredsjednika Nadzornog odbora, Odluku o imenovanju upravitelja zadruge, ovjereni potpis upravitelja zadruge, izjavu osobe ovlaštene da vodi poslove zadruge, popis članova zadruge i dokaz o uplati pristojbe za državni proračun i oglasa za Narodne novine i lokalni dnevni list.

Nakon toga procedura je identična proceduri kod osnivanja trgovačkog društva (prijava u Državni zavod za statistiku, Poreznu upravu, Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje i Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje).

Svu dokumentaciju o osnivanju zadruge potrebno je dostaviti u Hrvatski savez zadruga, Gajeva 2a, Zagreb.

6.5. Završni poslovi

Odlučite li se za ulazak u sustav PDV-a potrebno je popuniti obrazac PDV-P i predati ga u ispostavu Porezne uprave u Osijeku (Županijska 4 u dvorištu).

Za poslove uvoza ili izvoza roba i usluga potrebno je zatražiti carinski broj od Carinske uprave Republike Hrvatske.

Osim nabrojanih dokumenata za određene djelatnosti trebati će ishoditi dodatne dozvole, certifikate, sektorske dozvole i sl.

7. Financiranje - gdje pronaći novac potreban za početak poslovanja

7.1. Krediti

Ukoliko tek ulazite u posao trebate biti svjesni da nećete lako dobiti kredit. Banci je teško procijeniti vlastiti rizik pri financiranju vašeg poslovnog pothvata (ne postoji povijest poslovanja) i jedini dokument na osnovu kojeg ona to čini je vaš poslovni plan. Zbog toga je vrlo važno njegovom pisanju posvetiti pažnju i potruditi se da što bolje i vjerodostojnije objasnite vašu poslovnu ideju i razloge zbog kojih vjerujete u njen uspjeh na tržištu.

Pored toga, morate imati na umu i elemente osiguranja kredita, koji će minimizirati rizik, s kojim banka ulazi u financiranje vašeg budućeg pothvata. Najčešći element osiguranja kredita je hipoteka na imovinu (kuća, stan i sl.), u vrijednosti jednakoj ili većoj od visine traženog kredita (ovisno o banci i kreditu).

Ukoliko zbog nekog razloga ne možete dobiti krediti u banci ili drugim financijskim institucijama, postoje i neformalni izvori financiranja, koji vam mogu pomoći u realiziranju vaše poslovne ideje. O njima će također biti govora u ovom poglavlju.

Tko sve daje kredite i pod kojim uvjetima?

Ponuda kredita na financijskom tržištu Republike Hrvatske vezana je uz temeljne politike razvoja sektora malih i srednjih poduzeća:

- poticanje zapošljavanja,
- ulaganje u proizvodne djelatnosti,
- poticanje izvoza,
- razvoj novih tehnologija.

Poduzetničke kredite daju sve poslovne banke, plasirajući vlastita sredstva, ili plasirajući udružena državna sredstva, sredstva jedinica lokalne uprave i vlastita sredstva putem Vladinih programa, te HBOR (bilo putem poslovnih banaka ili direktnim kreditiranjem).

Pri odabiru kredita "po mjeri poduzetnika" treba voditi računa o nekoliko čimbenika:

- namjeni kredita,
- uvjetima kreditiranja,
- troškovima kredita.

Namjena kredita

Ovisno o namjeni, krediti se dijele na kredite za:

- kupnju građevinskog zemljišta, objekata ili opreme,
- izgradnju, proširenje ili uređenje objekata,
- nabavu vozila i plovila u funkciji poduzetništva,

- obrtna sredstva (ne više od 30 % ukupne investicije),
- pripremu izvoza i izvoz,
- kupovinu osnovnih sredstava (poslovni prostori, strojevi, oprema),
- primjenu i zamjenu postojećih tehnologija,
- uvođenje novih tehnologija,
- izgradnju, dogradnju ili rekonstrukciju turističkih kapaciteta,
- ulaganja u seoski turizam,
- refinanciranje postojećih nepovoljnih kredita,
- pripremu i uvođenje sustava kvalitete,
- certificiranje sustava,
- zaštitu vlasništva u zemlji i inozemstvu,
- izradu i ispitivanje prototipa i postupaka,
- izlaganje inovacija na sajmovima,
- razvoj proizvoda,
- istraživanje tržišta i marketinške aktivnosti,
- školovanje naučnika ili uposlenika,
- opremanje i modernizaciju radionica,

Uvjeti kreditiranja

Ovisno o namjeni kredita, sjedištu poduzetnika i Programu iz kojega sredstva dolaze, krediti se razlikuju po:

- minimalnom iznosu kredita,
- maksimalnom iznosu kredita,
- kamatnoj stopi,
- interkalarnoj kamati,
- počeku (odobrava se ili ne),
- strukturi ulaganja sredstava.

Kamata je iznos koji se plaća za korištenje pozajmljenog novca. Ovisno o Programu kreditiranja, te namjeni kreditnih sredstava, kamate se kreću u iznosu od 2 % do 12 %.

Interkalarna kamata je kamata koja se plaća na odobreni dio kredita za vrijeme dok kredit još nije stupio na otplatu, a ovisi o visini kredita, kamatnoj stopi, vremenu korištenja kredita i iznosu dijela iskorištenog kredita.

Poček ili grace period je razdoblje otplate kredita u kojemu se plaća samo kamata na kredit. Ovisno o namjeni kredita i kreditnom programu, maksimalni poček iznosi 2 godine.

Troškovi kredita

Troškovi kredita se odnose ponajprije na svu potrebnu dokumentaciju koju je potrebno pribaviti u svrhu ishođenja kredita (BON 1, BON 2, poslovni plan ili investicijska studija, javnobilježnički troškovi,

procjena nekretnine i ost.), te na naknadu banci za obradu kredita (u većini slučajeva 1 % od iznosa kredita).

Potpore

Potpore su bespovratna sredstva koja se dodjeljuju poduzetnicima s različitim ciljevima:

- za izobrazbu poduzetnika početnika,
- za razvoj tradicionalnih obrta,
- za razvoj umjetničkih obrta,
- za sudjelovanje na sajmovima,
- za opremanje radionica,
- za novoosnovane zadruge,
- za poslovno povezivanje zadruga i saveza,
- za izradu ekološkog plana proizvodnje,
- za poticanje poduzetništva na područjima od posebne državne skrbi (NN 44/96, 57/96, 124/97, 73/00, 87/00, 94/01 i 88/02).

Kako pratiti natječaje za dodjelu bespovratnih sredstva?

Svi natječaji za dodjelu bespovratnih sredstava (bilo da ih dodjeljuje resorno ministarstvo ili jedinice lokalne samouprave) se objavljuju u dnevnim glasilima.

Informacije o otvorenim natječajima za bespovratna sredstva možete dobiti u Centru za poduzetništvo Osijek, ili na besplatnom telefonu Info - točke Osječko - baranjske županije 0800 234 505.

7.2. Neformalni izvori financiranja

Iako su krediti najrašireniji, i najzastupljeniji izvor financiranja, svakako treba istaknuti i one neformalne izvore financiranja - partneri, venture fondovi, obitelj, prijatelji. Za razliku od kredita, uvjeti pod kojima se mogu dobiti sredstva iz ovih izvora, nešto su lakši. Kod ovakvih vrsta financiranja najčešće se razvija partnerski odnos između poduzetnika i investitora.

Osim vlastitih sredstava (poželjno ih je imati u iznosu od min 30 % vrijednosti ukupne investicije), poduzetnik može koristiti sredstva, koja u poslovanje unosi partner.

Partner ne mora biti osoba koja zajedno s poduzetnikom obavlja poslovanje, to može biti i tzv. "tihi partner", koji svoja sredstva investira u poslovanje, a nije zainteresiran da i aktivno sudjeluje u radu tvrtke.

Takvi tihi partneri se nazivaju i "business (poslovni) anđeli", ili "venture" (strpljivi) kapital, a većina njih su i sami stekli bogatstvo pokretanjem vlastitog posla.

Motivi poslovnih anđela su različiti, ali prevladavaju tri:

- očekivanje financijskih dobitaka od budućeg kapitalnog rasta,
- uključenost u neki poduzetnički pothvat,
- želja za prenošenjem stečenog iskustva vezanog uz pokretanje poslovanja.

Iznosi koje anđeli investiraju se kreću od 1.000 EUR do 500.000 EUR. A nakon ostvarenog cilja, poslovni anđeli izlaze iz tvrtke i prodaju svoj udio.

Kako pronaći poslovnog anđela?

Poduzetniku je teško pronaći poslovnog anđela, jer većina njih žele ostati anonimni. Stoga je i tijekom Program izrade mreže anđela, koji je pokrenuo CEPOR (Centar za politiku razvoja malih poduzeća) Zagreb, kako bi i poduzetnicima i anđelima bila olakšana komunikacija, i kako bi lakše međusobno pronašli partnere.

Trenutno u Republici Hrvatskoj djeluje pet venture fondova:

- SEAF Croatia,
- CCP,
- Quaestus,
- Alpe Adria Venture,
- fond HBOR-a.

Evo i nekoliko primjera tvrtki koje se već za rast i razvoj koriste sredstvima venture fondova:

- Bello d.o.o. - osiguravatelj telekomunikacijskih tehnologija putem konvergentnih mreža integriranog prijenosa podataka, glasa i videa,
- Medifarm d.d. - distributer farmaceutskih proizvoda,
- DokIng d.o.o. - privatna tvrtka u djelatnosti razminiranja i proizvodnje strojeva za razminiranje,
- DCM d.o.o. - najveća hrvatska kablovska televizija,
- Perpetuum Mobile d.o.o. - jedan od vodećih Microsoft distributera u Hrvatskoj.

8. Kako odabrati lokaciju za posao

Odabir lokacije za obavljanje vaše djelatnosti ovisi prvenstveno o vrsti djelatnosti.

- Ukoliko se radi o maloprodajnoj ili uslužnoj djelatnosti tada je neophodno obratiti pozornost na udaljenost vaše lokacije od vaših kupaca, odnosno mjesto na kojem planirate poslovati treba biti pristupačno kupcima.
- Ukoliko planirate pokrenuti proizvodnju, veleprodaju ili maloprodaju skupljih proizvoda (npr. automobila) udaljenost od vaših kupaca nema značajnu važnost. U tom slučaju dostupnost sirovina i dobavljača ima prednost. Ova vrsta djelatnosti zahtjeva veći prostor te je stoga neophodno da cijena poslovnog prostora bude niža.

Kako biste pravilno odabrali lokaciju za vašu djelatnost potrebno je procijeniti buduće potrebe vašeg poslovanja te, ukoliko je moguće, odabrati lokaciju koja vam omogućava daljnje širenje.

- Ukoliko prostor unajmljujete zaštitite svoja prava ugovorom, kako bi izbjegli nekontrolirano povećanje najma.
- Izbjegavajte česte promjene lokacije jer je za svaku promjenu lokacije neophodno uložiti znatna sredstva u informiranje vaših kupaca i dobavljača o novoj lokaciji.
- Pojedine djelatnosti koje ne zahtijevaju direktan kontakt s kupcima u vašem prostoru, mogu se obavljati u vašoj kući, stanu ili garaži.

Prilikom odabira lokacije na kojoj ćete obavljati vašu djelatnost neophodno je imati na umu da je ukupna cijena jednaka zbroju cijene prostora ili cijene najma prostora i cijene promocije (iznosa kojeg je neophodno investirati kako bi svoje kupce i dobavljače obavijestili o lokaciji na kojoj se nalazite)⁸.

Prije odabira lokacije neophodno je provjeriti postoje li ograničenja za obavljanje određenih djelatnosti na navedenoj lokaciji. Navedene uvjete možete pronaći u **Prostornom planu Osječko-baranjske županije** (web adresa: http://www.osjecko-baranjska-zupanija.hr/hr/rasnat/prostorni/tekst_set.htm).

Ukoliko se planirate baviti ili se bavite proizvodnjom ili uslugom vezanom uz proizvodnju a vašu djelatnost obavljate kraće od godine dana možete se obratiti **Poduzetničkom inkubatoru BIOS u Osijeku** kako bi ostvarili pravo na subvencionirani najam poslovnog prostora te ostale subvencionirane usluge.

Sukladno programu razvitka malog gospodarstva Grad Osijek razvija Zone malog gospodarstva u kojima će biti moguće izgraditi poslovni objekt uz pripremljenu infrastrukturu te povlaštenu cijenu zemljišta. Glavna svrha takvih zona je rješavanje pitanja poslovnog prostora kako za već aktivne

⁸ Izvor: Bangs, D.H.; Kako napraviti poslovni plan; 7. izdanje,; Jakubin i sin d.o.o. Zagreb, Centar za poduzetništvo Osijek, 1998. str. 30.

poduzetnike, tako i za one koji tek započinju poslovati, kao i za stvaranje duha zajedništva i učvršćivanje poslovnih veza među poduzetnicima.

Pogodnosti koje se nude poduzetnicima su sljedeće:

- mogućnost odgode plaćanje komunalnog doprinosa,
- mogućnost dobivanja poduzetničkog kredita,
- blizina cestovnih mreža, željezničke pruge, plovnog puta rijeke Drave te zračne luke.

Zone koje će se formirati u razdoblju od 2003. do 2006. godine su sljedeće:

1. Proizvodna zona Veletržnica
2. Zona uz ulicu Sv. Leopolda Bogdana Mandića
3. Industrijska zona Nemetin

Dodatne informacije možete dobiti u **Upravnom odjelu za gospodarstvo grada Osijeka.**

9. Bez kupaca nema posla – kako ih pronaći i zadržati?

Prilikom pokretanja poslovnog poduhvata neophodno je odgovoriti na gore navedeno pitanje jer je postojanje potencijalnog tržišta odnosno kupaca koji su spremni kupovati vaše proizvode ili usluge osnovni preduvjet za uspješan razvoj vašeg poslovnog poduhvata.

9.1. Identificiranje ciljnog tržišta

Kako bi potrebe svojih kupaca mogli što kvalitetnije i bolje zadovoljiti neophodno je identificirati vaše potencijalne kupce, njihove potrebe i koristi koje oni očekuju od vaših proizvoda ili usluga.

Kako bi navedene informacije prikupili neophodno je provesti **istraživanje tržišta**. Istraživanje tržišta možete provesti samostalno, te dobiti dovoljno kvalitetnih i korisnih informacija, koje vam mogu pomoći u planiranju vašeg budućeg posla.

Istraživanjem tržišta biti ćete u mogućnosti jednostavnije odrediti tko će i zbog čega kupovati vaše proizvode/usluge. Potrebno je ustanoviti trendove u djelatnosti koju želite započeti, odnosno utvrditi rast, stagnaciju ili smanjivanje tržišta za navedenu djelatnost. Na taj način lakše ćete odrediti prepreke koje je neophodno prebroditi kako bi uspješno sudjelovali u tržišnom natjecanju.

Postoje i tvrtke koje se profesionalno bave istraživanjem tržišta, ali za njihovo angažiranje je potrebno izdvojiti značajnija financijska sredstva. Njihovo tržište su uglavnom velika poduzeća.

Informacije potrebne za vaše buduće poslovanje možete prikupiti i u dnevnom tisku, raznim statističkim podacima, razgovorima sa drugim poduzetnicima i slično. Važno je dobro oslušivati i prepoznati trendove na tržištu. Novac ne trebate nepotrebno razbacivati, jer ga nikada nemate previše!

9.2. Kako potaknuti kupca da kupi vaš proizvod

Proizvod/uslugu koji planiramo ponuditi tržištu trebamo osmisliti kako bi što kvalitetnije zadovoljavao želje i potrebe krajnjeg kupca odnosno korisnika proizvoda ili usluge. Pored navedenog, potrebno je i potaknuti kupca da kupi upravo vaš proizvod/uslugu. Navedenu motivaciju moguće je inicirati osmišljenom **promocijom**.

Osnovni ciljevi promocijskih napora su:

- upoznavanje potencijalnih kupaca s vašom ponudom,
- pobuđivanje interesa i želje za ponuđenim te
- kupovanje vašeg proizvoda ili usluge.

Promocijske opcije, savjeti za uspješnu promociju te prednosti i nedostaci pojedinih medija navedeni su u nastavku.

Pored promocije, kao jednog od načina za privlačenje potencijalnih kupaca, neophodno je obratiti pažnju na odnose s javnošću. **Odnosi s javnošću**⁹ predstavljaju kontinuirano stvaranje i održavanje dobre volje i razumijevanja između vašeg poduzeća i ciljnog tržišta te utjecaj na njihovo mišljenje i ponašanje. Cilj odnosa s javnošću nije neposredno povećanje opsega prodaje već dugotrajni proces izgradnje pozitivnog imidža vašeg poduzeća.

Odnosi s javnošću temelje se na dvosmjernoj komunikaciji a provode se putem:

- organizacija konferencija za tisak,
- davanja izjava za javnost,
- priprema press materijala i sl.

Iznimnu važnost za pokretanje poslovnog poduhvata predstavlja publicitet.

Publicitet možemo opisati kao besplatnu promociju. Članak u novinama, emisija na radiju ili televiziji može biti besplatna, no neophodno je uložiti vaše vrijeme i trud kako bi došlo do njihovih objavljivanja. Vaš poslovni poduhvat, proizvod, usluga ili ideja mora biti inovativna ili zanimljiva širem tržištu kako bi nastanak pozitivnog publiciteta bio lakše ostvariv.

Usmena promocija zadovoljnih kupaca predstavlja jedan od najboljih načina za iniciranje publiciteta kakvog priželjkujete. Aktivno sudjelovanje u društvenom životu zajednice u kojoj obavljate svoju djelatnost kroz članstva u klubovima i udrugama, te sudjelovanje u humanitarnim donacijama, sponzorstvima i sl. može pridonijeti vašem osobnom poslovnom imidžu. Vaš poslovni imidž odraz je načina na koji drugi ljudi doživljavaju vas i vaše poduzeće.

Poslovno umrežavanje kao proces razmjene preporuka i drugih informacija putem poslovnih suradnika predstavlja alat kojim se uspješni poduzetnici služe kako bi pojačali svoju prepoznatljivost na tržištu, stekli kredibilitet te ojačali svoje odnose unutar sredine u kojoj posluju. Uzrečica "Važno je znati tko zna!" odnosi se na osnovnu prednost poslovnog umrežavanja odnosno izgradnju mreže poslovnih suradnika koji se prepoznaju po svojim kvalitetama. U današnjem, suvremenom svijetu vaše poslovno umrežavanje može odigrati ključnu ulogu u ostvarivanju komparativne prednosti u odnosu na vašu konkurenciju.

U nastavku navodimo nekoliko tajni poslovnog umrežavanja¹⁰:

- budite jasni glede vaše stručnosti i resursa kojega možete predstavljati za druge,
- znajte vlastitu snagu kao sudionika mreže,
- ponovo se predstavite ljudima umjesto da čekate da vas se sjete,
- pokušajte upamtiti imena ljudi s kojima se upoznajete,
- izradite atraktivne posjetnice koje predstavljaju tko ste i što radite,
- negujte vašu mrežu s pozivima, porukama i poklonima na pravovremen i primjeren način,
- tražite i koristite potporu drugih,
- stječite vrijednost iz svakog kontakta,

⁹ Rocco, Fedor; Rječnik marketinga; Masmedia, Zagreb, 1993., str. 291.

¹⁰ Izvor: Bennet, Dinah; Durham Business School; Durham, UK

- postanite predani uspjehu ljudi u vašoj mreži,
- postanite poznati po visokoj razini usluga koje pružate,
- svakom kontaktu i prilici prilazite bez predrasuda.

9.3. Lista promocijskih opcija

Baloni	Oglasni panoi
Blokovi "post it"	Oglašavanje u stručnoj literaturi
Brošure	Olovke
Časopisi - usko specijalizirani	Pepeljare
Čaše	Plakati
Članci u časopisima	Podloške za čaše
Članstvo u udrugama	Podloške za kompjutore
Dani "otvorenih vrata"	Posjetnice
Direktni marketing	Poslovni imenici
Dnevni tisak	Promocije u kinima
Donacije nevladinim udrugama	Propaganda "od usta do usta"
Dopisi	Putokazi
Džepni kalendari	Radio
E-mail	Radionice
Inovativni proizvodi	Rokovnici
Internet	Sajmovi
Intervjui	Sandwich man
Izlozi	Satovi
Izložbe	Seminari
Kalendari	Sponsorstvo
Kape	Sponsorstvo sportaša
Katalozi	Stalci na prodajnom mjestu
Kišobrani	Sudjelovanje u humanitarnim akcijama
Kolica za kupovanje	Svijetleći natpisi
Kompjutorski displeji	Šalice
Letci	Telefax dopisi
Magazini	Telefonski imenici
Majice	Telefonski pozivi
Memorandumi	Televizija
Nagradne igre	Upaljači
Nagradni kuponi	Uredski materijal
Naljepnice na vozilima	Video stranice
Natpis na klupi	Vrećice
Novinski umetci	Zastave
Odjeća zaposlenika	Žute stranice

9.4. Savjeti za uspješnu komunikaciju s tržištem

U nastavku navodimo 30 savjeta za vašu uspješnu komunikaciju s tržištem¹¹.

1. Kada se odlučujete za medij na kojem ćete se promovirati potrebno je identificirati koliko će ljudi i za koju cijenu vidjeti vašu promociju.
2. Kako bi se vaš oglas najbolje uočio postavite ga u gornji desni ugao tiskanog medija.
3. U trenutku kada vam vaša promocija dosadi, vaši je potencijalni kupci počinju uočavati. Nastavite s oglašavanjem još neko vrijeme.
4. Najbolje ideje u promociji su u većini slučajeva jednostavne.
5. Upitajte se: Je li moja poruka jasna na prvi pogled? Može li potencijalni kupac reći o čemu se radi u oglasu?
6. Izradite naslove koji su zanimljivi i koji informiraju potencijalnog kupca o koristima koje će ostvariti kupi li vaš proizvod/uslugu.
7. Ponovite vašu poruku. Ponovite vašu poruku. Ponovite vašu poruku.
8. Potaknite potencijalne kupce da odgovore na vašu promociju. Neka nazovu, napišu, posjete ili "kliknu" na vašu web stranicu za dodatne informacije.
9. Dostavljajte vijesti o vašim proizvodima/uslugama ili događajima lokalnim medijima.
10. Poruke na vanjskim oglasnim panoima moraju biti razumljive nakon tri sekunde promatranja.
11. Postavite letke ili brošure u predvorje vašeg poduzeća.
12. Propaganda "od usta do usta" ne može biti kupljena, ona se mora zaslužiti.
13. Podijelite trošak promocije s komplementarnim (ne konkurentskim) poduzećem uz zajedničke nagradne igre ili događaje.
14. U 90% slučajeva naslov vašeg oglasa mora privući pažnju čitatelja.
15. Ne oglašavajte proizvod ili uslugu već korist i rezultat.
16. Adresa vaše web stranice treba biti sastavni dio promocije. Vaša web stranica mora biti atraktivna i funkcionalna.
17. Snaga poruke u oglasu važnija je od broja ponavljanja ili pozicije oglasa.
18. Dobra promocija se isplati. Loša promocija je trošak.
19. Ukoliko je moguće, u materijalima koje dostavljate putem direktnog marketinga (pošta, e-mail, fax) oslovite osobu za koju je materijal namijenjen.
20. Komparativna prednost malih poduzeća je kvaliteta usluge i lokalna reputacija. Potrudite se da te jedinstvene kvalitete budu naznačene u vašoj promociji.
21. Osnovni slogan mora biti lako pamtljiv i primjeren vašoj djelatnosti.
22. Izbjegavajte upotrebu negativne promocije.
23. Apelirajte na emocije potencijalnih kupaca ili korisnika vaših usluga ili proizvoda.
24. Prije objave testirajte tekst vašeg oglasa na predstavnicima ciljnog tržišta.
25. Stil, pristup, slogan, odabir medija, vrijeme oglašavanja i sl. moraju odgovarati preferencijama vašeg ciljnog tržišta.

¹¹ Izvor: www.ad-planners.com

26. Jasno prikazana briga za kupca treba biti sastavni dio promocije.
27. Uvjerite kupce u vašu posvećenost pružanju kvalitetne usluge.
28. U vizualnom oglašavanju prikažite ljude koji koriste vaše proizvode.
29. Prilikom odabira boja obratite pozornost na učinak koji želite postići (radost, tugu, zabrinutost, opuštenost i sl.)
30. Ukoliko je moguće izbjegavajte kopiranje konkurencije. Svojom kreativnošću budite korak ispred nje.

9.5. Prednosti i nedostaci pojedinih medija¹²

Kako biste odabrali odgovarajući medij za vašu promociju neophodno je uskladiti prednosti određenih medija s promocijskim ciljevima.

<p>Novine - prednosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • veličina i oblik oglasa su promjenjivi, • oglas može biti ograničen na određenu regiju, • obično je moguće dobiti besplatni dizajn od strane izdavača, • brzina objave oglasa. 	<p>Novine - nedostaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> • veliki broj drugih oglasa na istom mjestu, • kratak životni vijek oglasa, • poruka se dostavlja velikom auditoriju (nije ciljana), • konkurencija može brzo reagirati, ako ste u oglasu naveli svoje cijene.
<p>Časopisi - prednosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pažljivije i duže se čitaju te stoga vaš oglas može biti zapažen, • možete odabrati časopise koje čita vaša ciljna skupina, • bolja kvaliteta tiska i boja, • manji format. 	<p>Časopisi - nedostaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dugo razdoblje od narudžbe do objave, • viša cijena oglasnog prostora, • neophodan dodatni trošak za dizajn oglasa.
<p>Radio - prednosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • svestrani medij - sluša se kod kuće, u vožnji, na poslu • omogućuje da poruku usmjerite prema ciljnom tržištu, • o cijenama se može pregovarati, • upotreba zvuka i glasa doprinosi kreativnosti. 	<p>Radio - nedostaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> • veliki broj radio stanica, • slušatelji lako zaboravljaju cijelu poruku, • neophodno ih je češće ponavljati.
<p>Televizija - prednosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gleda ju veliki broj ljudi, • nezavisne i lokalne televizije nude mogućnost lokalne pokrivenosti, • prijenos poruka je audio-vizualni. 	<p>Televizija - nedostaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cijene oglašavanja su visoke, • ograničena količina informacija zbog kratkog trajanja spota.
<p>Direktni marketing (dopis, e-mail, fax) - prednosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • direktno usmjeravanje na adrese sadašnjih i potencijalnih kupaca, • dužina poruke nije ograničena, • imate potpunu kontrolu nad izradom dopisa, • poruka je skrivena od konkurencije. 	<p>Direktni marketing (dopis, e-mail, fax) - nedostaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> • neophodna duža priprema, • veliki broj suradnika uključen u proces izrade i distribucije materijala, • neophodno kontinuirano ažuriranje podataka, • dio podataka o kupcima nije točan.

¹² Izvor: Bangs, D.H.; Kako napraviti plan marketinga; 4. izdanje; Jakubin i sin d.o.o. Zagreb, Centar za poduzetništvo Osijek, 1998. str. 114.

Web stranica - prednosti:	Web stranica - nedostaci:
<ul style="list-style-type: none"> • interaktivnost s korisnicima, • upotreba audio vizualnih elemenata, • dužina poruke nije ograničena, • ažurnost podataka, • znatno niža cijena u odnosu na ostale medije. 	<ul style="list-style-type: none"> • neophodno je promovirati adresu stranice kroz druge medije i oglase na Internetu, • dodatni troškovi održavanja i ažuriranja stranice, • godišnji trošak smještanja stranice.

10. Obveze poduzetnika prema državi

I obrt i trgovačko društvo dužni su imati uredno knjigovodstvo, kojim prate poslovne događaje. I obrtnici i trgovačka društva dužni su voditi knjigu prometa (za trgovinu), knjigu ulaznih i izlaznih računa (kada su u sustavu PDV-a), izrađivati kalkulacije, obračunavati plaće za zaposlene, voditi blagajnu.

Osim nabrojanoga, trgovačko društvo mora voditi financijsko poslovanje (dvojno knjigovodstvo), a obrtnik knjigu primitaka i izdataka (naplaćenih prihoda i plaćenih troškova). Ovo nije jedina razlika u knjigovodstvu. Obračun poreza na dodanu vrijednost kod obrtnika se vrši samo za plaćene i naplaćene račune, a kod trgovačkog društva za sve izdane račune, primljene račune drugih trgovačkih društava i plaćene račune obrtnicima u obračunskom razdoblju.

Ukoliko niste stručnjak za knjigovodstvo najbolje je ove poslove (ili dio njih) prepustiti knjigovodstvenom servisu, jer postoji čitav niz izvještaja koji se predaju periodično, a osim toga u Hrvatskoj su relativno česte promjene zakona vezane uz poduzetništvo, pa je poduzetniku početniku teško uz redovni posao pratiti i sve ove promjene.

Kod izbora servisa najniža cijena ne bi trebala biti odlučujući faktor, jer su zakonske kazne za knjigovodstvene prekršaje vrlo često puno veće od zarade na nižoj cijeni servisa. Potrebno je naći takav knjigovodstveni servis koji će poduzetnika upozoravati na njegove zakonske obveze i eventualne promjene u zakonu, a ne čekati poduzetnika da traži izvješća.

10.1. Porezi i doprinosi

U svom poslovanju poduzetnik će se susresti sa nizom poreza (porez na dodanu vrijednost, porez na dohodak, porez na dobit – samo za trgovačka društva, porez na tvrtku i dr.) i doprinosa (doprinos za mirovinsko osiguranje, doprinos za zdravstveno osiguranje, doprinos za ozljede na radu, doprinos za zapošljavanje, doprinos za općekorisnu funkciju šuma i dr.). Dio njih vezan je za promet, dio za isplatu plaća, dio za dohodak ili dobit. Za svaki porez i doprinos postoje izvještaji koji se predaju u poreznu upravu, mirovinsko osiguranje, REGOS (središnji registar osiguranika), Financijsku agenciju, trgovački sud i druge institucije.

Porez na dodanu vrijednost

Porez na dodanu vrijednost obračunava se i plaća temeljem prometa i razlike u cijeni u određenom obračunskom razdoblju.

Poduzetnik početnik koji je tek registrirao svoju djelatnost može izabrati želi li ući u sustav PDV-a ili ne. Kada promet u određenoj godini premaši iznos od 85.000 kn poduzetnik u idućoj godini mora ući u sustav PDV-a.

Kod popunjavanja obrasca za prijavu u sustav poduzetnik bira obračunsko razdoblje PDV-a.

Razdoblje može biti mjesečno ili tromjesečno.

Odluka o ulasku u sustav PDV-a jednako je kompleksna kao i odluka o modelu registriranja djelatnosti. Nije jednostavno odgovoriti da li ući u sustav ili ne. Ova odluka ovisi o planiranoj djelatnosti poduzetnika i njegovoj viziji razvoja obrta ili tvrtke.

Porez na dodanu vrijednost funkcionira na način da obrt ili trgovačko društvo u obračunskom razdoblju plati porez na razliku koju je ostvario između nabavne i prodajne cijene.

Primjer 1. (Poduzetnik u sustavu PDV-a)

Poduzetnik je kupio robu za 1,000.00 kn. Na tu robu platio je dobavljaču 220.00 kn PDV-a (ukupni račun iznosio je 1,220.00 kn). Istu robu poduzetnik je prodao za 1,500.00 kn. Na tu robu poduzetnik je kupcu obračunao 330.00 kn PDV-a (ukupni račun iznosio je 1,830.00 kn). Pri obračunu PDV-a poduzetnik će platiti 110.00 kn PDV-a (razlika između 330.00 kn naplaćenih od kupca i 220.00 kn plaćenih dobavljaču). U ovom obračunu poduzetnik je državi platio 110.00 kn koje je i naplatio kupcu, a njegova razlika u cijeni iznosi 500.00 kn.

Primjer 2. (Poduzetnik koji nije u sustavu PDV-a)

Poduzetnik je kupio robu za 1,000.00 kn. Na tu robu platio je dobavljaču i 220.00 kn PDV-a. Na ukupni iznos (1,220.00 kn) poduzetnik je dodao svoju maržu od 500.00 kn. Ukupni iznos računa iznosi 1,720.00 kn. Obzirom da poduzetnik nije u sustavu PDV-a na ovaj iznos ne obračunava porez, niti ima pravo odbitka pretporeza od 220.00 kn koje je platio dobavljaču.

Na prvi pogled poduzetnik iz 2. primjera ima manju krajnju prodajnu cijenu (Poduzetnik iz 1. primjera ispostavio je račun na 1,830.00 kn, a poduzetnik iz drugog primjera 1,720.00 kn). Ovo je točno samo u slučaju kada se roba prodaje građanima ili institucijama koje nisu u sustavu PDV-a. Tada je roba povoljnija kod poduzetnika iz 2. primjera. U slučaju kada se roba prodaje drugom poduzetniku (tvrtki ili obrtu koji je u sustavu PDV-a), poduzetnik u prvom primjeru biti će povoljniji, jer je na njegovom računu obračunat porez od 330.00 kn koje će kupac moći iskoristiti kao pretporez (u svom obračunu PDV-a).

Načelno se može reći da u sustav PDV-a trebaju ući poduzetnici kojima će veći udjel kupaca imati obrtnici i trgovačka društva, a ne trebaju ući oni kojima će veći udjel imati kupci građani ili institucije

koje nisu u sustavu PDV-a (ovo ne vrijedi u slučaju velikih investicija, jer u tom slučaju poduzetnik može odbijati pretporez i tražiti povrat za račune koje je dobio za svoju investiciju).

Sigurno je vrlo teško predvidjeti sve ove mogućnosti kod same registracije djelatnosti, i stoga je najbolje i ovu odluku donijeti zajedno sa knjigovođom ili poslovnim savjetnikom.

Porezi i doprinosi kod isplate plaća

Doprinosi kod isplate plaća dijele se u dvije grupe: doprinosi iz plaće i doprinosi na plaću. Doprinosi iz plaće plaća djelatnik iz svoje bruto plaće, kao i porez i prirez, a doprinosi na plaću plaća poduzetnik. Ovo je važno, jer trošak plaće nisu samo mehanički zbrojene bruto plaće zaposlenika, već i doprinos na bruto plaće koji se plaćaju na sumu bruto plaća svih uposlenih.

Ukoliko poduzetnik nije u određenom mjesecu isplatio plaće djelatnicima dužan je obračunati i uplatiti doprinosi na minimalne plaće.

Obrtnik – vlasnik obrta plaća doprinos za mirovinsko i zdravstveno osiguranje mjesečno prema visini bruto plaće koja je zakonski definirana. Ovo vrijedi i za obrtnike koji mirovinsko i zdravstveno osiguranje uplaćuju po nekom drugom temelju (npr. zaposleni u poduzeću, a ujedno i vlasnici obrta).

Porez na dobit / dohodak

U ovom dijelu obraditi ćemo poreze koje poduzetnik plaća temeljem rezultata poslovanja na kraju godine. Kod obrtnika to je porez na dohodak, a kod trgovačkog društva porez na dobit.

Dohodak se definira kao razlika naplaćenih i plaćenih računa (onih plaćenih računa koji se priznaju u troškove). Porez na dohodak ne plaća se na ovu razliku, već se po izračunu dohotka obračunavaju porezne olakšice na koje poduzetnik obrtnik ima pravo, a na ostatak se temeljem propisanih stopa i graničnih iznosa obračunava porez na dohodak.

Dobit se definira kao razlika prihoda i rashoda trgovačkog društva, i na ovaj iznos plaća se porez. Stopa poreza na dobit nije progresivna kao kod poreza na dohodak, već se obračunava 20% na cjelokupni iznos dobiti.

Ostali porezi i doprinosi

Osim poreza na dohodak i dobit postoje i određeni porezi i doprinosi koji se plaćaju temeljem rezultata poslovanja i koji se obračunavaju na kraju godine, a mogu ovisiti o rezultatima poslovanja (doprinos za općekorisnu funkciju šuma) ili biti fiksni (porez na tvrtku), kao i doprinosi koji se plaćaju periodično (komorski doprinos).

11. Zapošljavanje

Odluci o zapošljavanju novog djelatnika trebala bi prethoditi analiza o potrebama, mogućnostima i budućim planovima tvrtke ili obrta. Sa zapošljavanjem novih djelatnika ne trebate se žuriti. To mora biti rezultat dobro promišljene odluke, rezultirane stvarnim potrebama vašeg poslovanja.

Ukoliko vam neka osoba treba u poduzeću na određeno vrijeme i za određene poslove, najbolje rješenje za angažiranje takve osobe je Ugovor o djelu ili Ugovor o autorskom djelu. Obadva ugovora sklapaju se za svaki određeni posao, na određeno vrijeme, koje se eventualno može vezati za završetak određenog posla.

Prema ugovoru o djelu možete angažirati npr. savjetnike, računovođe, pravnike, servisere opreme, spremačice i sl. Troškovi prema ugovoru o djelu jednaki su kao i troškovi za plaće djelatnika, ali je procedura «zapošljavanja» puno jednostavnija. Ugovorom o djelu definiraju se obveze, dužnosti i prava svake strane, na koje vrijeme se ugovor sklapa i iznos koji se isplaćuje za dogovoreni posao. Ovaj ugovor ne treba prijavljivati u mirovinsko i zdravstveno osiguranje. Ugovorom o djelu ne mogu se zapošljavati trgovci, ugostitelji i slične djelatnosti.

Ugovor o autorskom djelu može se sklopiti samo za one djelatnosti koje su navedene u Zakonu o autorskom pravu i srodnim pravima («Narodne novine» 167/03). To su jezična djela, glazbena djela, dramska djela, djela likovne umjetnosti, arhitekture, fotografska, audiovizualna i kartografska djela, crteži, planovi i tablice tehničke prirode i sl. Trošak po ugovoru o autorskom djelu najmanji je od svih troškova angažiranja djelatnika i osim ugovorene isplate sadrži još porez (35%) i prirez (13%).

Ukoliko trebate osobu za stalno obavljanje nekih aktivnosti u vašem poduzeću, tada ju trebate zaposliti. Zapošljavanje djelatnika započinje predajom obrasca Prijava potrebe za radnikom Hrvatskom zavodu za zapošljavanje – Područna služba Osijek (Kneza Trpimira 2). Ovaj obrazac predaje se i kada već imate određenog djelatnika za zapošljavanje (u tom slučaju s napomenom da postoji djelatnik koji će se zaposliti temeljem prijave).

Djelatnika možete naći uz pomoć stručnih službi Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, uz posredovanje agencija i udruga koje se bave zapošljavanjem (Liktora, Udruga nezaposlenih), oglasa u medijima ili preko interneta (www.moj-posao.net ili www.hzz.hr).

Sa odabranim djelatnikom sklapa se ugovor o radu (obrazac se može kupiti u gotovo svakoj knjižari) kojim se definiraju obveze, odgovornosti i prava djelatnika (radno mjesto, radno vrijeme, posebne odgovornosti i poslovi, plaća, slobodni dani, dani godišnjeg odmora i dr). Ugovor o radu može biti na određeno ili neodređeno vrijeme.

Sa kopijom ugovora u radu i radnom knjižicom, te popunjenom tiskanicom T-2 za zdravstveno osiguranje i M-1 P za mirovinsko osiguranje djelatnika treba prijaviti Hrvatskom zavodu za zdravstveno osiguranje i Hrvatskom zavodu za mirovinsko osiguranje (Kralja Zvonimira 1).

Djelatnici mlađi od 40 godina najkasnije tri mjeseca od potpisivanja ugovora o radu moraju osobno se prijaviti u REGOS – Registar osiguranika (šalter REGOSA nalazi se u poslovnicu Financijske agencije,

L. Jaegera 1-3) i izabrati fond za II stup mirovinskog osiguranja. U II stup mogu se prijaviti i djelatnici između 40 i 50 godina ukoliko im je to prvo zaposlenje.

Zapošljavanje djelatnika osim olakšanja poslovanja kroz podjelu zadataka i poslova donosi i određene obveze. Poslodavac – poduzetnik dužan je obračunati i isplatiti plaću djelatniku do 15. dana u mjesecu za prethodni mjesec. Trenutno propisana minimalna plaća je 1.951,25 kn bruto, a na tu plaću još se obračunava i zdravstveno osiguranje koje ide na teret poslodavca, pa je ukupno najniži trošak za zaposlenog djelatnika 2.289,72 kn. Visina plaće ovisi o stručnoj spremi djelatnika, radnom mjestu i pravilnicima i odlukama tvrtke odnosno obrta. Kako bi olakšali poduzetnicima zapošljavanje novih djelatnika država i jedinice lokalne samouprave imaju razrađene modele sufinanciranja zapošljavanja.

11.1. Programi Hrvatskog zavoda za zapošljavanje

Hrvatski zavod za zapošljavanje provodi mjere poticanja zapošljavanja kroz 6 programa.

S faksa na posao

Odnosi se na mlade osobe do 27 godina života i završenim fakultetom bez radnog iskustva. Provodi se kroz pet poticajnih mjera, a načelno zaposlenik donosi vaučer koji poslodavac naplaćuje po ispunjavanju svih uvjeta.

Iz učionice u radionicu

Odnosi se na osobe KV i VKV zanimanja bez radnog iskustva, ili one koji su prijavljeni na zavod duže od 6 mjeseci.

Prvih šest mjeseci sufinancira se 100% bruto plaće, a nakon toga doprinosi iz i na plaće u trajanju od 18 mjeseci.

Učenjem do posla za sve

U ovom programu postoje dvije mjere poticaja – prva se odnosi na osobe do 30 godina starosti i najviše 18 mjeseci staža (od čega 6 u struci), a sufinanciraju se svi doprinosi za vrijeme trajanja pripravničkog staža. Druga mjera odnosi se na sve nezaposlene osobe koje su najmanje 30 dana prijavljene na Zavod za zapošljavanje. Subvencionira se bruto plaća u vremenu trajanja izobrazbe, ali ne duže od 12 mjeseci.

Iskustvom do profita

Ovom mjerom potiče se zapošljavanje nezaposlenih osoba prijavljenih više od 6 mjeseci na Zavod za zapošljavanje i s 45 godina starosti za žene tj. 50 godina starosti za muškarce. Sufinancira se bruto plaća u 100% iznosu do 6 mjeseci i svi doprinosi do 12 mjeseci.

Šanse i za nas

Sufinanciraju se osobe s invaliditetom i osobe s faktorom otežane zapošljivosti. Financira se do 80% troškova obuke i materijalnih troškova u trajanju do 12 mjeseci.

Posao za branitelje

U ovu mjeru uključeni su branitelji, te žene i djeca poginulih i nestalih branitelja. Subvencionira se 70 posto bruto plaće u prvoj i 50% bruto plaće u drugoj godini.

Uz posebne uvjete (grupe subvencioniranih nezaposlenih osoba) postoje i opći uvjeti koje poduzetnik mora ispuniti (zadržati broj zaposlenih tijekom perioda subvencioniranja i sl.), a za određene grupe poduzetnik dobiva dodatnih 1,000 Eura (jednokratno) ukoliko osobu koja je bila zaposlena temeljem ovih mjera primi u stalni radni odnos.

Osim ovih mjera postoje i projekti jedinica lokalne samouprave (povoljna kreditiranja, bespovratna sredstva i sl.) koji su vezani uz zapošljavanje, a sve ovo omogućuje poduzetniku da jednostavnije prebrodi proces uvođenja u posao novih zaposlenika.

12. Poslovanje izvan granica

12.1. Uvoz

Uvoznik je pravna ili fizička osoba koja radi obavljanja registrirane djelatnosti uvozi robu u zemlju. Poslovanje s inozemstvom se obavlja sukladno Zakonu o trgovini (NN br. 11/96, 75/99, 62/01 i 109/01).

Pravna ili fizička osoba koja obavlja registriranu djelatnost i koja uvozi i izvozi u svoje ime i za svoj račun ne treba biti registrirana za trgovinu.¹³

Pri uvozu robe treba voditi računa o tome da roba koja ne udovoljava propisanim normama o stavljanju u promet ili upotrebu na hrvatskom tržištu ne može se uvoziti odnosno privremeno uvoziti u Republiku Hrvatsku.

Posebnim provedbenim propisima je određeno da pojedine vrste roba koja se uvoze moraju imati:

- zdravstvenu, veterinarsku ili fitopatološku ispravnost,
- obvezno atestiranje ili homologaciju, o čemu mora biti odgovarajuće obilježena,
- osiguran servis i rezervne dijelove, ako je riječ o motornim vozilima, opremi i trajnim potrošnim dobrima.

Kako pronaći partnera u inozemstvu?

Postoji nekoliko načina:

- putem sajмова (u zemlji i inozemstvu),
- u bazama podataka (baza malog gospodarstva, wlw , lora, i sl.),
- putem Komora (HGK, OK).

12.2. Izvoz

Izvoznik je pravna ili fizička osoba koja radi obavljanja registrirane djelatnosti izvozi robu iz zemlje. Izvoz, kao i uvoz robe obavlja se sukladno Zakonu o trgovini (NN br. 11/96, 75/99, 62/01 i 109/01). Kod izvoza robe treba voditi računa o tome da robu pri izvozu i uvozu (kada je to određeno ugovorom sa stranom osobom, propisima strane države, međunarodnim sporazumima ili propisom Republike Hrvatske) mora pratiti potvrda o podrijetlu ili druge potvrde, odnosno određene ovjerene isprave, takve isprave izdaje ili ovjerava ministarstvo nadležno za trgovinu. Ako je riječ o potvrdama o hrvatskom podrijetlu robe, tada ih ovjerava Hrvatska gospodarska komora i carinska tijela Republike Hrvatske.

Kako pronaći partnera u inozemstvu?

¹³ Poslovanje obrtnika i slobodnih zanimanja, Grupa autora, RRIF, Zagreb, 2002.

Postoji nekoliko načina:

- putem sajмова (u zemlji i inozemstvu),
- u bazama podataka (baza malog gospodarstva, wlw , lora i sl.),
- putem Komora (HGK, OK).

12.3. Čemu služe špediteri?

Otpremnik ili špediter je pravna ili fizička osoba koja na temelju naloga ili dispozicije svoga komitenta ili nalogodavca organizira otpremu ili dopremu robe.

Radi otpreme robe špediter, najčešće u svoje ime i za svoj račun, stupa u poslovne odnose sa svim sudionicima tzv. transportnog lanca, kao što su vozari, luke i pristaništa, kopneni terminali, kontrolne organizacije, carinski organi i osiguravatelji tereta.¹⁴

Angažiranje otpremnika ili špeditera vam pomaže kod:

- smanjenja troškova - otpremnici će postići za vas najpovoljniju ponudu za transport,
- stručnosti - špediteri imaju potrebna znanja i vještine za stručno obavljanje vanjskotrgovinske razmjene,
- brzine - špediteri su uvježbani u manipuliranju teretom, te imaju partnere u zemlji i inozemstvu koje će vam pomoći da se vanjskotrgovinska razmjena obavi brzo i kvalitetno.

¹⁴ *Ekonomski leksikon*, , *Leksikografski zavod "Miroslav Krleža" i Masmedia, Zagreb, 1995.*

13. Kako zaštititi vlastitu ideju

Zaštita intelektualnog vlasništva

Svi pravni subjekti imaju određeno intelektualno vlasništvo. To može biti naziv poduzeća, autorsko pravo, dizajn, patent ili marka. Intelektualno vlasništvo može imati znatnu vrijednost. Određene vrste intelektualnog vlasništva su po automatizmu zaštićene. To se prvenstveno odnosi na autorska djela (pisana, glazbena, dramska, likovna umjetnost, arhitektura, računalni programi i sl.). Druge mogu biti zaštićene samo ukoliko su pravilno registrirane. Pored vlastitog intelektualnog vlasništva neophodno je poštivati tuđa intelektualna vlasništva.

Krovna institucija za zaštitu intelektualnog vlasništva je Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske. Ova institucija zadužena je za prikupljanje patentne dokumentacije, poslove međunarodne suradnje s odgovarajućim državnim institucijama drugih zemalja te obavljanje poslova koji se odnose na pripreme, zaključivanje i izvršavanje međunarodnih ugovora iz područja intelektualnog vlasništva¹⁵.

Intelektualno vlasništvo obuhvaća industrijsko vlasništvo, autorsko pravo i srodna prava.

Pod industrijskim vlasništvom obuhvaćeni su: patenti, žigovi, industrijsko obličje, oznake zemljopisnog podrijetla proizvoda i usluga te planovi rasporeda integriranih sklopova.

Tko može dobiti patent?

Patent može dobiti izumitelj, odnosno, njegov pravni slijednik, koji to pravo stječe na temelju zakona, pravnoga posla ili nasljeđivanja. I poslodavac se smatra pravnim slijednikom izumitelja, kad mu na temelju zakona ili ugovora o radu pripada pravo na stjecanje patenta za izum stvoren u okviru radnoga odnosa izumitelja.

Što se može zaštititi patentom?

Patentom se štite izumi koji se odnose na proizvod, postupak, odnosno određenu primjenu nekog proizvoda ili postupka.

Važno! Otkrića, znanstvene teorije, matematičke metode i formule, estetske tvorevine, računalni programi, upute za umne aktivnosti, igre i slično, **ne smatraju se izumima** i ne mogu se zaštititi patentom.

Postoje pojedine kategorije izuma koje su izrijekom isključene od patente zaštite, a to su: izumi životinjskih pasmina i biljnih sorti, bitno bioloških postupaka za dobivanje biljke ili životinje (osim izuma mikrobioloških postupaka i proizvoda dobivenih tim postupcima), izumi protivni javnom poretku ili moralu.

Što je korisno učiniti prije podnošenja zahtjeva za zaštitu patentom?

¹⁵ Izvor: www.dziv.hr

Postupak za dobivanje patenta od prijavitelja zahtijeva određene troškove te određena specijalistička znanja i vještine pri sastavljanju patentne prijave. Da bi se ostvarila maksimalna pravna zaštita, odnosno izbjegli nepotrebni troškovi, korisno je poduzeti određene korake prije podnošenja patentne prijave.

Budući da je jedan od nužnih uvjeta za priznavanje patenta njegova apsolutna novost, korisno je prije podnošenja prijave istražiti postoji li negdje u svijetu jednak ili vrlo sličan izum, odnosno, stručnim rječnikom rečeno, istražiti stanje tehnike. Takve pretrage u pravilu se obavljaju pretragom odgovarajućih baza podataka, od kojih su mnoge dostupne putem Interneta. Dio tih baza podataka je besplatan i javno dostupan, pa se njima mogu koristiti i nestručnjaci. Ipak, preporučljivo je za to koristiti usluge, bilo stručnjaka u patentnom uredu ili patentnog zastupnika, koji će, koristeći se stručnim znanjem i iskustvom pretragu izvesti kvalitetnije i pouzdanije. Ako se na temelju pretrage procijeni da je izum nov, tada ima smisla podnijeti patentnu prijavu.

Budući da su za pisanje patentne prijave propisana određena pravila koja zahtijevaju određenu vještinu, korisno je osnovne upute o tome potražiti u patentnom uredu, ili se za stručnu pomoć pri sastavljanju prijave obratiti registriranom patentnom zastupniku.

Koji su troškovi zaštite patentom?

Troškovi zaštite patentom, u pravilu, obuhvaćaju upravne pristojbe, te stvarne troškove samog postupka zaštite do dobivanja Isprave o patentu i Patentnog spisa, kao i troškove godišnjeg održavanja patenta u važnosti, koji se plaćaju nadležnom uredu.

Iznos troškova koji se plaćaju nadležnom uredu koji provodi postupak zaštite različit je od zemlje do zemlje i korisno je unaprijed provjeriti visinu iznosa troškova zaštite za svaku pojedinu zemlju, odnosno, postoji li mogućnosti ostvarivanja povlastica u smislu smanjenja troškova.

Ako ste obavezni ili se odlučite angažirati patentnog zastupnika, valja računati na relativno visoke troškove koje određuju sami zastupnici ili su propisani od strane njihovih udruženja.

Svi potrebni obrasci i upute, zakoni i pravilnici te baze podataka o zaštiti intelektualnog vlasništva dostupni su na web stranici Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo - www.dziv.hr

14. Adresar institucija za pomoć poduzetnicima

Naziv institucije:

AGENCIJA ZA RAZVOJ OSJEČKO - BARANJSKE ŽUPANIJE

Adresa:

Europske avenije 11, Osijek

Telefon:

215 - 676

Fax:

215 - 677

E - mail:

razvitak@osjecko-baranjska-zupanija.hr

Web:

www.osjecko-baranjska-zupanija.hr

Kontakt osoba:

Martin Marolin, pročelnik, Ivo Koški, pomoćnik pročelnika

Radno vrijeme:

7.30 - 15.30

- savjetodavna pomoć poduzetnicima o županijskim potpornim programima
- savjetodavna pomoć poduzetnicima o državnim potpornim programima (HBOR, HAMAG, ministarstva, fondovi, Hrvatski stočarsko selekcijski centar i dr.)
- informiranje o programima poticanja poduzetništva i potpornim institucijama
- stručna pomoć potencijalnim ulagačima, prvenstveno komunalna infrastruktura i porezne olakšice
- suradnja u međunarodnim donatorskim programima za Županiju
- besplatna prethodna procjena nekretnina za programe u kojima sudjeluje Županija

Naziv institucije:

CENTAR ZA PODUZETNIŠTVO OSIJEK

Adresa:

Šetalište kardinala Franje Šepera 13/II, Osijek

Telefon:

0800 345 345 ili 283 - 820

Fax:

283 - 623

E - mail:

cfe@os.htnet.hr

Web:

www.poduzetnistvo.org

Kontakt osoba:

Boris Lauc, direktor, Anamarija Mandić, koordinator programa

Radno vrijeme:

8.00 - 16.00

- savjetovanje poduzetnika
- edukacija poduzetnika putem seminara (seminari za poduzetnike početnike i poduzeća s potencijalom rasta)
- informacije vezane uz računovodstvene i zakonodavne promjene
- informacije vezane uz kreditne linije resornog ministarstva
- informacije vezane uz financiranje poduzetnika
- povezivanje poduzetnika putem poduzetničkih foruma i foruma obiteljskih poduzeća
- povezivanje poduzetnika putem interneta - Poduzetnički portal

Naziv institucije:

GRAD OSIJEK, UPRAVNI ODJEL ZA GOSPODARSTVO

Adresa:

Kuhačeva7, Osijek

Telefon:

228 – 228 lok. 277, 259

Fax:

207 - 474

E - mail:

gospodarstvo@osijek.hr

Web:

www.osijek.hr

Kontakt osoba:

Milena Kordi, pročelnik

Radno vrijeme:

7.30 - 15.30 (rad sa strankama od 9-14)

- informacije i pomoć pri realizaciji poduzetničkih kredita
- potpora tradicionalnim obrtima i inovatorima
- ostale financijske subvencije, potpore i olakšice
- sufinanciranje posjeta sajmovima te uspostavljanje poslovnih kontakata
- informacije o raspoloživom poljoprivrednom zemljištu u vlasništvu države

Naziv institucije:

HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA ŽUPANIJSKA KOMORA OSIJEK

Adresa:

Europske avenije 13, Osijek

Telefon:

223 - 800

Fax:

223 - 824

E - mail:

hgkos@hgk.os

Web:

www.hgk.hr

Kontakt osoba:

Boja Stanković

Radno vrijeme:

8.00 - 16.00

- organizacija nastupa na ino i domaćim sajmovima
- aktivnosti u svezi sa stručnim obrazovanjem članica
- organizacija savjetovanja, seminara radi unapređenja gospodarstva
- stručna pomoć članicama
- savjetodavna pomoć kod uvođenja sustava kvalitete
- povezivanje članica sa poduzećima iz drugih zemalja
- izdavanje uvjerenja: potvrde u izvršavanju javnih ovlaštenja utvrđenih zakonom (ata karneti, potvrde za međunarodni prijevoz, certifikati o podrijetlu robe)

Naziv institucije:

HRVATSKA UDRUGA POSLODAVACA, REGIONALNI URED OSIJEK

Adresa:

Gajev trg 6, Osijek

Telefon:

251 - 012

Fax:

251 - 013

E - mail:

hup-osijek@hup.hr

Web:

www.hup.hr

Kontakt osoba:

Bernard Jakelić

Radno vrijeme:

8.00 - 16.00

- pravni savjeti
- ekonomsko savjetovanje
- komercijalni kontakti u zemlji i inozemstvu
- edukacijski programi
- zastupanje u radnim sporovima
- zakonodavstvo, legislativa i izrada pravnih akata iz područja radnog zakonodavstva
- procjene mirenja u štrajkovima

Naziv institucije:

HRVATSKI ZAVOD ZA POLJOPRIVREDNU SAVJETODAVNU SLUŽBU

Adresa:

Kralja Petra Svačića 4, Osijek

Telefon:

206 - 622

Fax:

213 - 487

E - mail:

drazenka.gutzmirtl@hzpss.hr

Web:

www.hzpss.hr

Kontakt osoba:

Draženka Gutzmitl, rukovoditeljica

Radno vrijeme:

7.00 - 15.00 (od ponedjeljka do petka, ali se 50 % vremena provodi na terenu)

- sve savjetodavne usluge iz resora poljoprivrede
- informacije o državnim potporama u poljoprivredi
- informacije o kreditima u poljoprivredi
- mišljenja o opravdanosti ulaganja u poljoprivredi
- edukacija: stručna predavanja, učionice u stajama i na otvorenom (stočarstvo i ratarstvo), zaštita u ratarstvu, voćarstvu, vinogradarstvu
- prijenos znanja i vještina

Naziv institucije:

MINISTARSTVO OBRANE REPUBLIKE HRVATSKE MOBILNI TRANZICIJSKI TIM
OSIJEK

Adresa:

Gornjodravaska obala 95-96, Osijek

Telefon:

236 - 579, 283 - 334

Fax:

283 - 335

E - mail:

-

Web:

www.morh.hr

Kontakt osoba:

Zvezdana Zubčić

Radno vrijeme:

8.00 - 16.00

Potpore pripadnicima MORH-a i OS RH koji napuštaju vojnu službu i njihova integracija u civilno okruženje (Program SPECTRA) putem:

- edukativnih tečajeva
- pripreme izdvojenih osoba za ostvarenje "druge karijere"
- pomoći pri izradi osobnog plana tranzicije
- dokvalifikacije, prekvalifikacije ili osposobljavanja za novo zanimanje
- informiranja o mogućnostima potpore u okviru Programa
- informacija o pokretanju malog poduzetništva
- izobrazbe poduzetnika početnika u poduzetničkim centrima
- pomoći pri izradi poslovnih planova putem suradnje s poduzetničkim centrima

Naziv institucije:

OBRTNIČKA KOMORA OSJEČKO - BARANJSKE ŽUPANIJE

Adresa:

Šetalište kardinala Franje Šepera 1 d, Osijek

Telefon:

203 - 055; 203 - 056

Fax:

203 - 057

E - mail:

obrtnicka.komora@os.htnet.hr

Web:

-

Kontakt osoba:

Blaženka Bogdan

Radno vrijeme:

8.00 - 16.00

- daje stručnu pomoć pri osnivanju obrta
- provodi ispite o stručnoj osposobljenosti i majstorske ispite (uvjet za otvaranje obrta s liste vezanih obrta)
- organizira nastup članovima Komore na sajmovima
- sufinancira izlagače na sajmovima
- uspostavlja poslovne kontakte
- zastupa interese obrtnika pred tijelima jedinica lokalne samouprave
- vodi brigu o obrazovanju i osposobljavanju kadrova za obrtništvo

Naziv institucije:

OSJEČKO - BARANJSKA ŽUPANIJA, UPRAVNI ODJEL ZA GOSPODARSTVO I
POLJOPRIVREDU (za poduzetništvo)

Adresa:

Europske avenije 11, Osijek

Telefon:

200 - 589

Fax:

200 - 589

E - mail:

gospodarstvo@osjecko-baranjska-zupanija.hr

Web:

www.osjecko-baranjska-zupanija.hr

Kontakt osoba:

Josip Milić, pročelnik

Radno vrijeme:

7.30 - 15.30

- informacije o poduzetničkim kreditima
- informacije o programima i projektima koje provodi Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
- informacije o ostalim mjerama za poticanje i razvoj poduzetništva

Naziv institucije:

OSJEČKO - BARANJSKA ŽUPANIJA, UPRAVNI ODJEL ZA GOSPODARSTVO I
POLJOPRIVREDU (za poljoprivredu)

Adresa:

Trg Ante Starčevića 1/II, Osijek

Telefon:

213 - 571

Fax:

213 - 567

E - mail:

poljoprivreda@osjecko-baranjska-zupanija.hr

Web:

www.osjecko-baranjska-zupanija.hr

Kontakt osoba:

Josip Lovković, Nikola Grizelj

Radno vrijeme:

7.30 - 15.30

- kreditiranje u poljoprivredi
- potpore u poljoprivredi

Naziv institucije:

PODUZETNIČKI INKUBATOR BIOS d.o.o. Osijek

Adresa:

J. J. Strossmayera 341, 31000 Osijek

Telefon:

031-20-99-55

Fax:

031-20-99-56

E - mail:

imedic@inet.hr

Web:

<http://bios.osijek.hr>

Kontakt osoba:

Igor Medić, direktor

Radno vrijeme:

8.00 - 16.00

- pružanje savjetodavne i organizacijske pomoći
- izdavanje poslovnog prostora malim i srednjim poduzetnicima početnicima
- organiziranje stručnih seminara za klijente
- pružanje administrativnih usluga
- pružanje pomoći pri izradi i aktualiziranju poslovnih planova stanara
- prezentacija stanara BIOS-a na seminarima
- promocija poduzetništva i umrežavanje poduzetnika
- pružanje dodatnih usluga klijentima (web design, grafičke usluge i sl.)

Naziv institucije:

TEHNOLOGIJSKO - RAZVOJNI CENTAR U OSIJEKU

Adresa:

Trg Ljudevita Gaja 6, Osijek

Telefon:

251 - 000

Fax:

251 - 005

E - mail:

ured@tera.hr ili tco@unios.hr

Web:

www.tera.hr

Kontakt osoba:

prof. dr. sc. Ivan Štefanić

Radno vrijeme:

8.00 - 16.00

- procjena ili definiranje tehnologije za planirani poduhvat
- studije izvodljivosti uključujući tehnološki, marketinški, ekonomski i ekološki aspekt
- pronalaženje odgovarajuće opreme i/ili opreme
- administriranje programa Razvitak na znanju utemeljenog poduzeća (RAZUM)
- programi izobrazbe: informatičke i komunikacijske tehnologije, poslovno planiranje za tehnološki planirana i brzorastuća poduzeća
- izdavanje poslovnog prostora za tehnološki bazirana poduzeća

15. Adresar institucija za pomoć poduzetnicima

R.B.	Naziv institucije	Adresa	Telefon	Telefax
1	Agencija za razvoj Osječko-baranjske županije	Europske avenije 11	200 677	215 676
2	Allianz Zagreb d.d. poslovnica Osijek	O. Keršovanija 4	250 222	250 230
3	Basler osiguranje d.d.	Stjepana Radića 32	213 573	213 573
4	Centar za poduzetništvo Belišće	Radnička 1/I	665 255	665 254
5	Centar za pomoć pri zapošljavanju Lictor	Martina Divalta 132	500 614	
6	Copernicus Adriaticus	Trg bana Jelačića 3/VI, Zagreb	01 4819 858	01 4816 204
7	Croatia banka d.d. Podružnica Osijek	Šamačka 1	203 001	203 002
8	Croatia osiguranje d.d. Podružnica Osijek	Gajev trg 1	223 500	213 460
9	Državni zavod za statistiku, Županijski ured Osijek	Strossmayerova 6/II	283 744	283 766
10	Državni zavod za statistiku, Županijski ured Osijek, Ispostava Beli Manastir	Adama Dugačkog 53	771 102	771 102
11	Državni zavod za statistiku, Županijski ured Osijek, Ispostava Donji Miholjac	Vukovarska 1	631 120	632 221
12	Državni zavod za statistiku, Županijski ured Osijek, Ispostava Đakovo	Vijenac kardinala Alojzija Stepinca 10	813 279	811 116
13	Državni zavod za statistiku, Županijski ured Osijek, Ispostava Našice	Pejačevićeva 7	613 771	613 699
14	Državni zavod za statistiku, Županijski ured Osijek, Ispostava Valpovo	Kralja Petra Krešimira 10	651 055	651 408
15	Erste&Steiermaerkische bank d.d. Rijeka Poslovnica Osijek	Ribarska 2	226 800	226 810
16	Erste&Steiermaerkische S-Leasing d.o.o.	Ribarska 2	226 800	226 810
17	Euroherz osiguranje d.d.	Reisnerova 113a	250 050	250 076
18	Euroleasing d.o.o.	Reisnerova 113a	250 060	209 945
19	Grawe osiguranje Hrvatska d.d. podružnica Osijek	Ribarska 10	223 603	283 166
20	Horizonte Venture Management	Vlaška 99, Zagreb	01 4665 322	01 4664 850
21	Hrvatska agencija za malo gospodarstvo - HAMAG	Ilica 49, Zagreb	01 4846 622	01 4846 612
22	Hrvatska banka za obnovu i razvitak - HBOR	Strossmayerov trg 9, Zagreb	01 4591 666	01 4591 721

R.B.	Naziv institucije	Adresa	Telefon	Telefax
23	Hrvatska banka za obnovu i razvitak – HBOR (Venture fond)	Strossmayerov trg 9, Zagreb	01 4591 666	01 4591 721
24	Hrvatska gospodarska komora – Županijska komora Osijek	Europske avenije 13	223 821	223 824
25	Hrvatska poštanska banka d.d. Zagreb Poslovnica Osijek	Kardinala Alojzija Stepinca 17	253 888	253 880
26	Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje Područna služba Osijek	Kralja Zvonimira 1	220 100	207 515
27	Hrvatski zavod za poljoprivredno savjetodavnu službu Osijek	Ulica Petra Svačića 4	206 622	213 487
28	Hrvatski zavod za zapošljavanje Područna služba Osijek	Kneza Trpimira 2	210 111	210 375
29	Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje Područna služba Osijek	Kralja Zvonimira 1	220 800	207 507
30	HVB Leasing d.o.o.	Sjenjak 41/X	01 4698 111	01 4698 112
31	Hypo - Leasing Kroatien d.o.o. Osijek	Kapucinska 31	231 266	201 036
32	HZMO, Ispostava Beli manastir	Dr. Franje Tuđmana 2/c	701 747	701437
33	HZMO, Ispostava Donji Miholjac	Trg Ante Starčevića 11	631 520	631 520
34	HZMO, Ispostava Đakovo	Petra Preradovića 15	822 571	811 244
35	HZMO, Ispostava Našice	Sokolska 2	613 342	613 342
36	HZMO, Ispostava Valpovo	Braće Radića 7	651 357	650 422
37	HZZO, Ispostava Beli Manastir	Kardinala Alojzija Stepinca 2 a	701 830	701 387
38	HZZO, Ispostava Donji Miholjac	Vukovarska 7	631 736	631 642
39	HZZO, Ispostava Đakovo	Petra Preradovića 15	811 099	811 072
40	HZZO, Ispostava Našice	Sokolska 2	613 441	613 169
41	HZZO, Ispostava Valpovo	Matije Gupca 11	651 088	651 088
42	Kvarner Wiener Städtische osiguranje d.d.	J.J.Strossmayera 4	250 306	250 366
43	Locat leasing Croatia	Zagreb, poslovnice Zagrebačke banke	01 4501 115	01 4501 135
44	Merkur osiguranje	J.J.Strossmayera 4	215 444	215 445
45	Ministarstvo financija, Porezna uprava, Područni ured Osijek	Županijska 4	223 723	223 778

R.B.	Naziv institucije	Adresa	Telefon	Telefax
46	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva	Ulica grada Vukovara 78, Zagreb	01 6106 111	01 6109 110
47	Ministarstvo obrane, Mobilni tranzicijski tim	Gornjodravsko obala 95-96	236 579	283 335
48	Obrtnička komora Osječko-baranjske županije	Šetalište kard. Franje Šepera 1d	203 055	203 057
49	Osiguranje Zagreb d.d.	Županijska 19	205 520	200 830
50	Partner banka d.d. Zagreb Podružnica Osijek	Trg Ante Starčevića 3	205 531	205 534
51	Podravska banka d.d. Koprivnica Poslovnica Osijek	Svilajska 36	378 930	379 035
52	Poduzetnički centar Donji Miholjac	Trg Ante Starčevića 1	630 944	630 943
53	Porezna uprava, Područni ured Osijek, Ispostava Beli Manastir	Kralja Tomislava 53	703 781	703 814
54	Porezna uprava, Područni ured Osijek, Ispostava Donji Miholjac	Vukovarska 1	620 000	631 548
55	Porezna uprava, Područni ured Osijek, Ispostava Đakovo	Vijenac kardinala A. Stepinca 10	811 385	813 022
56	Porezna uprava, Područni ured Osijek, Ispostava Našice	Pejačevićev trg 7	613 517	613 517
57	Porezna uprava, Područni ured Osijek, Ispostava Valpovo	Kralja Petra Krešimira IV / 1	651 199	651 199
58	Primus banka d.d. Zagreb Poslovnica Osijek	Šetalište Petra Preradovića 3	201 093	206 440
59	Privredna banka d.d. Zagreb Poslovnica Osijek	Stjepana Radića 19	229 600	229 688
60	Quaestus Private Equity Partners Ltd.	Jurišićeva 1a/III, Zagreb	01 4880 900	01 4870 159
61	Raiffeisen Leasing d.o.o. Poslovnica Osijek	Kapucinska 34	200 411	215 612
62	Raiffeisenbank Austria d.d. Zagreb Poslovnica Osijek	Kapucinska 34	229 800	229 824
63	Republika Hrvatska, Državni zavod za statistiku	Ilica 3, p.p. 671, Zagreb	01 4806 111	01 4817 666
64	SEAF Croatia	Britanski trg 5/II, Zagreb	01 4811 912	01 4823 558
65	Slatinska banka d.d. Slatina Poslovnica Osijek	Županijska 13	200 797	200 141
66	Slavonska banka d.d. Osijek	Kapucinska 29	231 231	201 039
67	Sonic banka d.d. Zagreb Poslovnica Osijek	Trg slobode 2	213 192	200 181
68	Štedno kreditna zadruga Noa	Županijska 19/I	200 466	200 477

R.B.	Naziv institucije	Adresa	Telefon	Telefax
69	Trgovački sud Osijek	Zagrebačka ulica 2	207 600	207 608
70	Udruga hrvatskih institucija za poticanje poduzetništva – UHIPP	Drvinje 63, Zagreb	01 3655 824	01 3655 823
71	Udruga stručnjaka za licenciranje	Ilica 131, Zagreb	01 3756 550	01 3756 550
72	Udruženje obrtnika Baranje Beli Manastir	Kralja Tomislava 59	703 431	702 747
73	Udruženje obrtnika Donji Miholjac	Kolodvorska 41	630 144	630 144
74	Udruženje obrtnika Đakovo	Ante Starčevića 3	813 559	813 559
75	Udruženje obrtnika Našice	Braće Radića 25	613 060	613 060
76	Udruženje obrtnika Osijek	Ivana Adamovića 2	212 810	212 870
77	Udruženje obrtnika Valpovo	Braće Radića 1-3	651 285	651 285
78	Uniqa osiguranje d.d.	Trg Ante Starčevića 5/I	200 777	215 715
79	Ured državne uprave Osječko - baranjske županije Beli Manastir	Kralja Tomislava 53	703 876	703 876
80	Ured državne uprave Osječko - baranjske županije Donji Miholjac	Vukovarska 1	630 330	632 221
81	Ured državne uprave Osječko - baranjske županije Đakovo	Vijenac kardinala A. Stepinca 10	813 422	811 116
82	Ured državne uprave Osječko - baranjske županije Našice	Pejačevićev trg 7	613 114	613 699
83	Ured državne uprave Osječko - baranjske županije Osijek	Županijska 4	221 245	221 860
84	Ured državne uprave Osječko - baranjske županije Valpovo	Kralja Petra Krešimira IV 1	651 011	651 011
85	Valpovački poduzetnički centar	Kralja Tomislava 14	651 411	651 411
86	VB Leasing d.o.o.	Hrvatske Republike 45	01 2484 111	01 2484 100
87	Volksbank d.d. Zagreb Poslovnica Osijek	Hrvatske Republike 45	229 700	229 729
88	Zadruga Poduzetnička mreža Bilje	Kralja Zvonimira 10	751 406	751 406
89	Zagrebačka banka d.d. Zagreb Poslovnica Osijek	J.J. Strossmayera 1	284 608	283 242

**Uspješan poduzetnički poduhvat
žele Vam
izdavači i autori
Osječke poduzetničke bilježnice!**