



Ekonomsko okruženje i značaj poduzetničkog pothvata

Uzbudljiva i izazovna vremena



- Konstantne promjene
- Brzorastuća poduzeća sve kasnije izlaze na burzu
- Tržište privatnog i rizičnog kapitala raste
- Nove mogućnosti financiranja (*crowdfunding*)

Ipak: većini poduzetnika nedostaje dublje razumijevanje upravljanja financijama

Ekonomsko okruženje

Ekonomsko okruženje odnosi se na sve eksterne ekonomske faktore koji utječu na navike potrošača i poduzeća i time utječu na uspješnost poduzetničkih pothvata.

Ti faktori su često izvan mogućnosti utjecaja samog poduzetničkog pothvata i mogu biti **mikro-** i **makroekonomske** prirode.



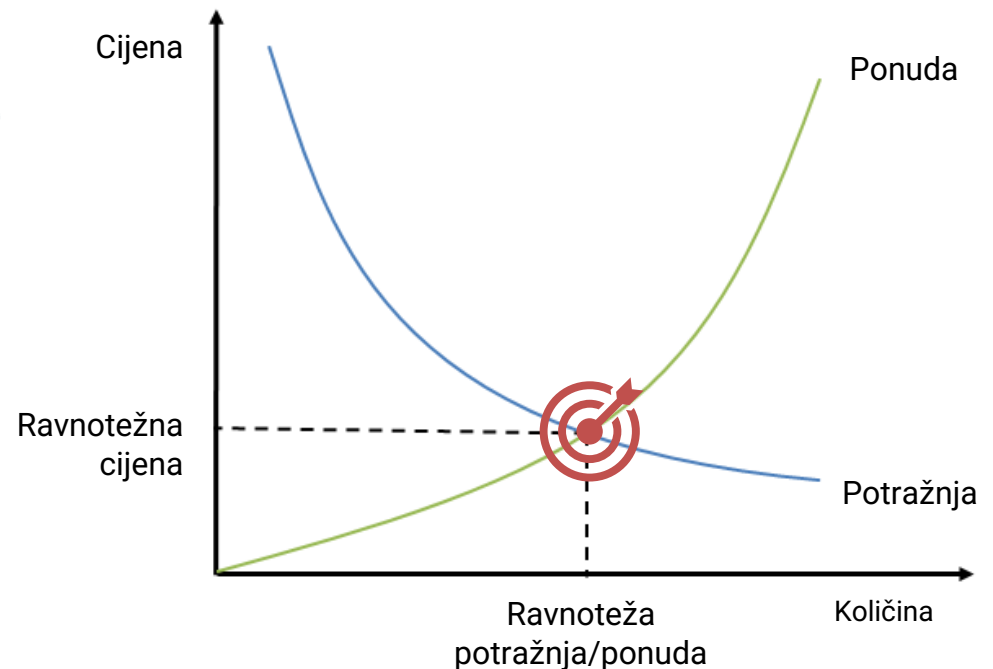
Ponuda i potražnja

Zakon ponude:

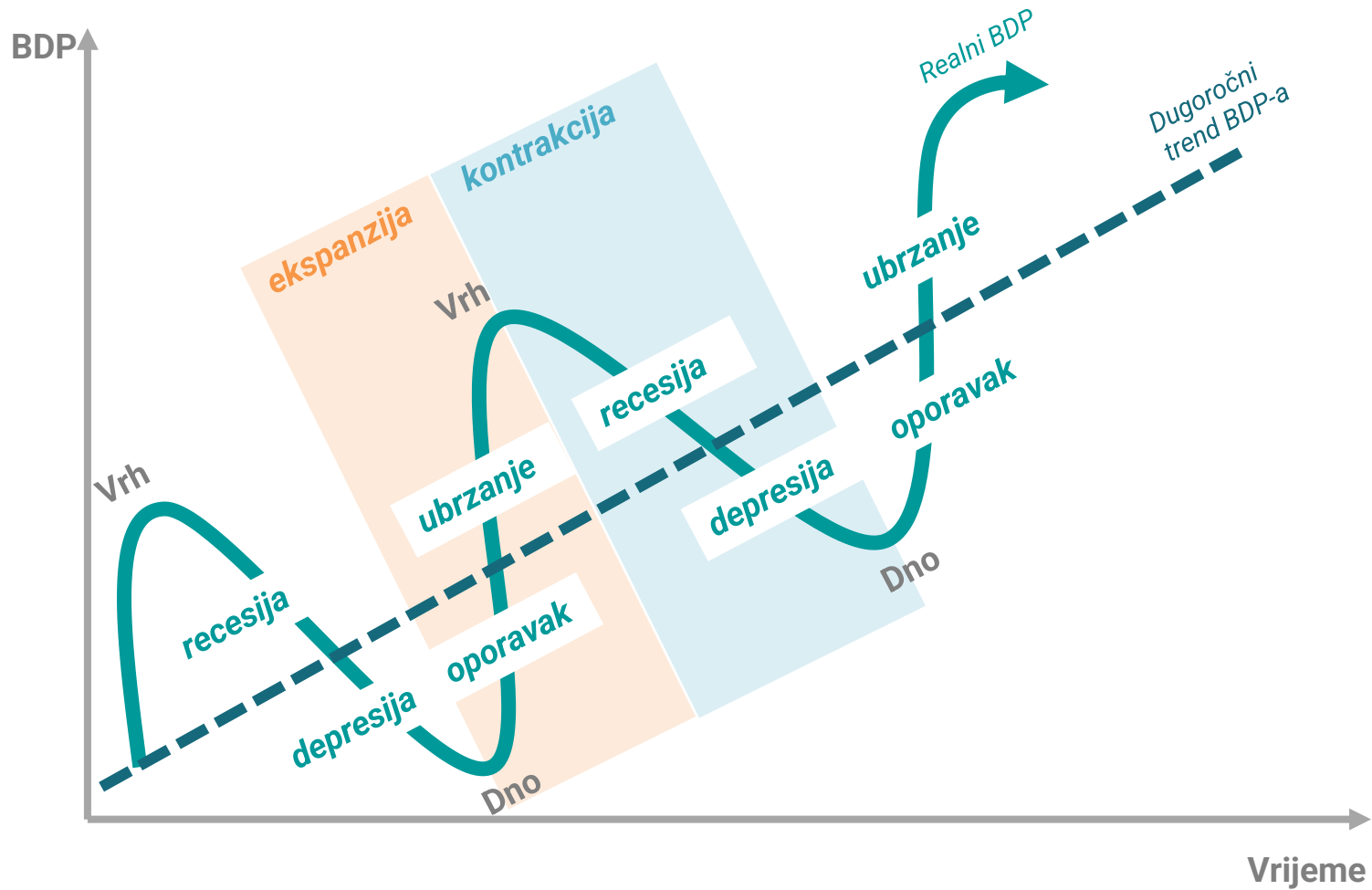
- **Ekonomsko načelo koje govori da ponuda raste kada cijene rastu; ponuda pada kada cijene padaju.**

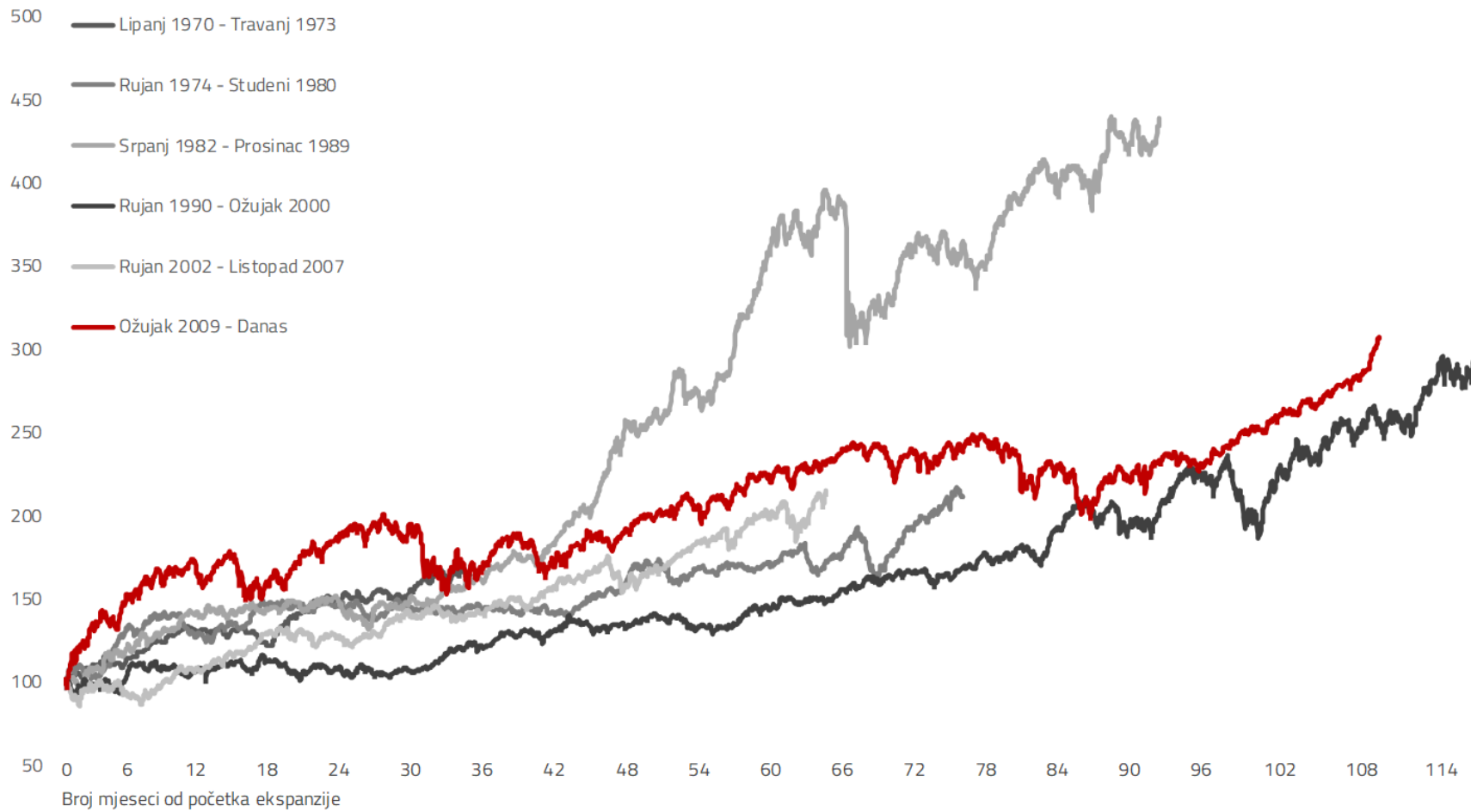
Zakon potražnje:

- **Ekonomsko načelo koje govori da potražnja raste kada cijene padaju i potražnja pada kada cijene rastu.**

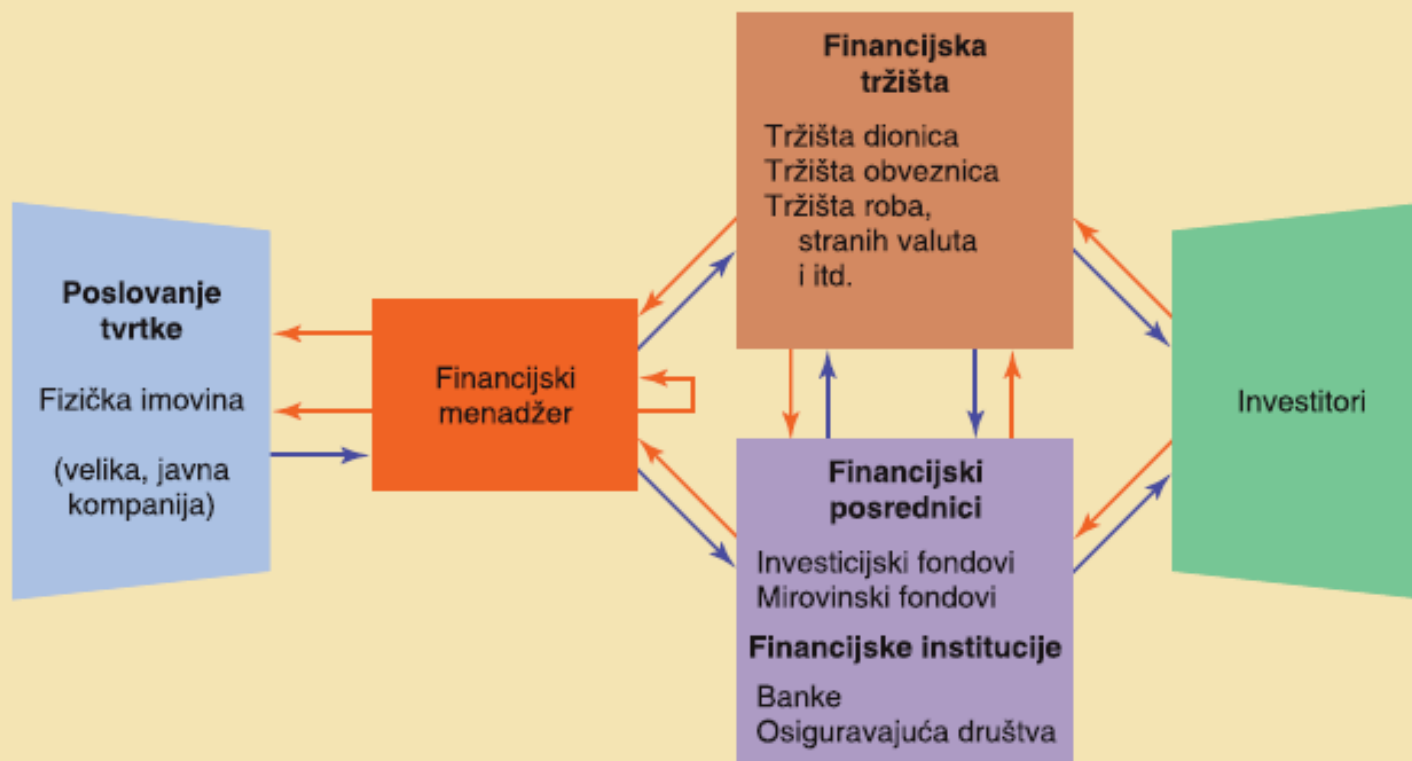


Ekonomski ciklusi





Financijske institucije i posrednici



Definicija poduzetničkog pothvata

Poduzetništvo se bazira na stvaranju vrijednosti.

Ultimativni cilj je kroz iskorištavanje prilika na tržištu novim praksama kreirati nešto novo, postići dodanu vrijednost i kreirati profitabilnost.

Vrste poduzetnika



Poduzetnici početnici

Pojedinci između 18. i 64. g (često studenti).
Nemaju još poduzeće, ali su u procesu razvoja.
Vrijeme i resursi za razvoj poduzeća.
Vlasnici-manageri u skoroj budućnosti.
Još nisu nikome isplatili plaću.
Vjerojatno imaju poslovni plan.
Ozbiljan pristup financiranju.

Novi poduzetnici

Pojedinci između 18. i 64. g.
Vlasnici-manageri *startup-a*.
Isplatili su već plaće između 3 i 42 mjeseca.
Period koji je najizazovniji i koji je ključan za uspjeh poduzetničkog pothvata.

Etablirani poduzetnici

Vlasnici-manageri duže od 42 mjeseca.
Upravljaju poduzećem.
Preživjeli su najteže godine *startup-a*.
Traže daljnji razvoj poduzeća.
Potencijalno razmišljaju o izlasku iz pothvata (*exit strategy*).



Temeljni oblici poduzetničkog pothvata

Društvo s
ograničenom
odgovornošću

20.000 kn

- obveznici poreza na dobit
- prema Zakonu o računovodstvu moraju voditi dvojno knjigovodstvo koje je kompleksnije, pouzdanije, ali i zbog toga i skuplje
- trgovačka društva moraju predavati financijske izvještaje na Finu i Poreznu upravu
- na dobit se plaća porez od 20%, ali i (12% porez na dohodak + prirez)!

Jednostavno
društvo s
ograničenom
odgovornošću

10 kn

Obrt

- odgovara sa svojom cjelokupnom imovinom za obveze
- vodi jednostavno knjigovodstvo te plaća porez na dohodak koji predstavlja razliku primitaka i izdataka

Paušalni obrt

- služi za djelatnost u kojoj su primici u jednoj godini maksimalno do 149.500,00 kn
- najjednostavnije praćenje poslovnih događaja i izvještavanje

Pristupi poduzetništvu

Filozofija pristupa “*Stakeholders first*”

- Djelatnici, dobavljači, lokalna uprava, država i društvo u cjelini polažu pravo na sudjelovanje u uspjehu tvrtke.
- Suvlasnici (dioničari) su samo jedni od *stakeholdera*.
- Pristup je u skladu s “utilitarističkom” školom ekonomske misli koja drži kako će se najviše dobroga za najveći broj ljudi postići ako se bogatstvo transferira od bogatijih k siromašnijima do trenutka kad su svi jednako bogati.
- Problemi ovog pristupa su u nužnom kompromisu između razine pravednosti i efikasnosti raspodjele resursa te u održavanju motivacije vlasnika tvrtki.

Filozofija pristupa “*Shareholders first*”

- Interesi *stakeholdera* (plaće djelatnika, računi dobavljača, kvalitetan proizvod i usluga kupcu, kamate i dug kreditorima, porez državi i sl.) se moraju poštivati jer su nužan preduvjet za opstanak tvrtke i kreiranje vrijednosti za njezine vlasnike.
- Dugoročno zadovoljavanje interesa *stakeholdera* je u funkciji ostvarenja interesa vlasnika i ne bi trebalo biti samo sebi svrhom.
- Vlasnici su izloženi većim rizicima od svih *stakeholdera* i polažu pravo na najveću korist (na dugi rok uvijek su zadnji u lancu raspodjele kreirane vrijednosti).
- Pristup je u skladu sa školom ekonomske misli koja se temelji na principu simetričnosti tj. sustavu “jednake prilike za sve” a ne jednake raspodjele rezultata za sve.

Vrste odluka: investicijske i financijske odluke

Financijski menadžment odnosi se na stjecanje, financiranje i upravljanje imovinom vodeći se osnovnim ciljem poslovanja.

Funkcija odlučivanja financijskog menadžmenta može se podijeliti na tri glavna područja: **odlučivanje o investiranju, financiranju te upravljanju imovinom**

Odluka o investiranju

Investicijska odluka započinje s prepoznavanjem investicijskih mogućnosti koje često nazivamo **projekti kapitalnog ulaganja**.

Financijski menadžer (poduzetnik) mora pomoći poduzeću da identificira obećavajuće projekte i odluči koliko želi investirati u svaki od tih projekata.

Investicijska odluka se često zove i odluka o budžetiranju kapitala zato što većina poduzeća priprema godišnji budžet navodeći popis odobrenih kapitalnih ulaganja.

materijalnu imovinu

Croatia Airlines kupuje novi zrakoplov

nematerijalnu imovinu

Pliva investira u istraživanje i razvoj novih lijekova

Primjer odluke o investiranju



U dalekoj prošlosti “kapitalna ulaganja” su podrazumijevala samo ulaganja u materijalnu imovinu, kao što je npr. investiranje u Toyotin proizvodni pogon u Teksasu ili nove lokomotive HŽ.

Pojam investicijskih odluka danas je mnogo širi. One podrazumijevaju i ulaganja u nematerijalnu imovinu, npr. istraživanje i razvoj, reklamu i propagandu novih proizvoda.

Pfizer i druge velike farmaceutske kompanije ulažu milijarde svake godine u istraživanje i razvoj novih lijekova.

Gillete je investirao 300 milijuna dolara na reklamu i promociju za lansiranje Mach3 britvica.

To je bila investicija u nematerijalnu imovinu – prepoznatljivost i prihvaćanje marke proizvoda (tj. branda).

Odluka o financiranju

Odnosi se na prikupljanje novčanih sredstava koje poduzeće treba za svoje investiranje i redovno poslovanje.

Kad poduzeće treba novac, može pozvati investitore da ulože gotovinu te zauzvrat dobiju udio u dobiti ili može obećati investitorima niz fiksnih otplata.

- U prvom slučaju, investitor dobiva udjele i postaje suvlasnik (dioničar).
- U drugom slučaju, investitor postaje vjerovnik tj. investitor u dužničke vrijednosnice, kojem će se jednog dana morati vratiti pozajmljena sredstva.

Izbor mješavine dugoročnog financiranja često se naziva odluka o strukturi kapitala.

materijalnu imovinu

Croatia Airlines kupuje novi zrakoplov

nematerijalnu imovinu

Pliva investira u istraživanje i razvoj novih lijekova

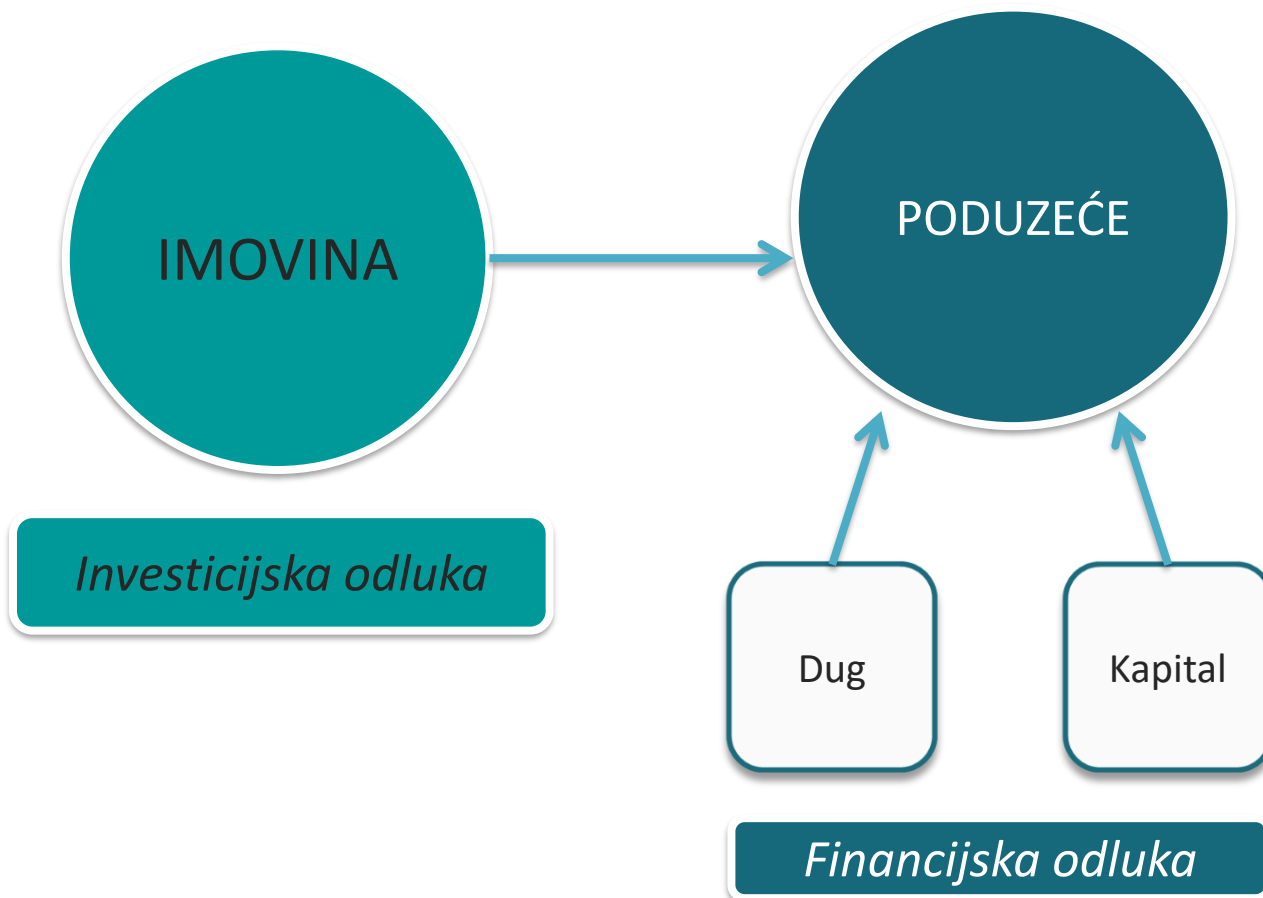
Primjer odluke o financiranju



Prisjetite se samo nekih lokalnih primjera odluka o financiranju.

- Kako je Magdis financirao akviziciju Neva kozmetike od strane Atlantic grupe?
- Kako je Agrokor financirao stjecanje Mercatora?
- Kako je Infobip financirao nove prostore u Istri?
- Kako je Atlantic grupa financirala stjecanje Cedevite?

Vrste odluka: investicijske i financijske odluke



Maksimizacija vrijednosti poduzetničkog pothvata

Važan cilj poduzetničkog pothvata jest i maksimiziranje vrijednosti za vlasnike (dionike) poduzeća.

Treba identificirati potrebe tržišta i razumjeti njegova kretanja.



Studija slučaja: SWOT i PESTLE analiza

Analiza tržišta je najvažniji segment u izradi svakog poslovnog plana ili strategije poslovanja.

PESTLE analiza:

- eksterno istraživanje i analiza tržišta kojeg je poduzeće sastavni dio

SWOT analiza:

- ključni faktori na koje se trebate usredotočiti, šta trebate izbjegavati, koje su to mogućnosti koje trebate prigrлити i koje su to prijetnje na koje trebate obratiti pažnju.

Studija slučaja: PESTLE analiza

1. **politički (P - political)** - politički faktori se odnose na to kako vlada i vladine organizacije određuju, odnosno utiču na poslovanje i ekonomiju u cjelini, što uključuje vanjskotrgovinsku politiku, političku stabilnost ili nestabilnost, korupciju i slično
2. **ekonomski (E - economic)** - ovi faktori se odnose na ekonomski rast, stopu inflacije, devizne tečajeve, kamatne stope, dohodak potrošača, stopa nezaposlenosti,
3. **društveni (S - social)** - to podrazumijeva cjelokupno okruženje, norme, običaje i vrijednosti stanovništva, demografske karakteristike, stopa rasta stanovništva, stavovi o životu, kulturne barijere, stavovi o karijeri,
4. **tehnološki (T - technological)** - ovi faktori se odnose na inovacije u tehnologiji koje mogu povoljno ili nepovoljno uticati na poslovanje, tehnološke podsticaje, nivo inovacija, automatizaciju, tehnološke promjene i količinu tehnološke svijesti koju tržište posjeduje,
5. **pravni (L - legal)** - ovi faktori uključuju zakone koji mogu uticati na poslovanje, kao što su zakoni o zaštiti potrošača, zakoni o diskriminaciji, o zapošljavanju, antimonopolski zakoni, zakoni o autorskim pravima i slično ,
6. **okolišni segment (E - environmental)** - ovi faktori se odnose na ekološke aspekte, klimu, zagađenje, potencijalni nedostatak sirovina, i slično.

PESTLE analiza

	Politički	Ekonomski	Društveni	Tehnološki	Pravni	Okolišni
Potencijalni faktori	Međunarodna ograničenja trgovine; restrikcije uvoza/izvoza; kontrola cijena; rat.	Trenutno ekonomsko stanje u državi; inflacija valute; kamatne stope; porezne stope.	Kulturološke norme; stavovi prema proizvodima; preferencije kupaca; dob i spol kupaca.	Pojavljivanje inovativnih tehnologija koje utječu na proizvodnju; marketing i prodaja proizvoda, automatizacija procesa.	Pravi problemi; zaštita potrošača; propisi o zdravlju i sigurnosti; licenciranje; regulative.	Održivost; upravljanje otpadom; pravila i regulative; zelene prakse.
Utjecaj na poslovanje	Potencijalne barijere trgovine za zaštitu lokalnih poduzetnika.	Snage EU ekonomije mogu utjecati na cijenu/profitabilnost.	Hoće li proizvod biti prihvaćen i međunarodno?	Mogu li intelektualno vlasništvo i druga prava biti zaštićeni i međunarodno?	Zadovoljava li proizvod sve zahtjeve za strana tržišta?	Utjecaj transporta proizvoda na zagađenje okoliša.
Vremenski okvir	Nepoznato	6-12 mjeseci, moguće i dulje	6-12 mjeseci	0-6 mjeseci	0-6 mjeseci	nepoznato
Status utjecaja	Negativan	Nepoznato	Nepoznato	Negativan	Negativan	Potencijalno negativan
Snaga utjecaja	Povećava se	Nepoznato, ovisi o ekonomiji i ekonomskom stanju drugih država.	Nepoznato	Nepromijenjeno	Nepromijenjeno	Nepoznato
Važnost	Nepoznato	Važno	Kritično	Važno	Kritično	Nepoznato

SWOT analiza

SNAGE (strengths): karakteristike poduzetnika koje mu daju prednost pred drugima.

Mogućnosti.
Konkurentska prednost.
Resursi, imovina, ljudi.
Iskustvo, znanje i podaci.
Financijske rezerve i povrati.
Tržišni doseg.
Inovativnost.
Lokacija.
Cijena, vrijednost i kvaliteta.
Procesi, sustavi, IT i komunikacija.

PRILIKE (opportunities): elementi koje poduzetnik može iskoristiti u svoju korist, prednosti.

Razvoj tržišta.
Industrija ili trendovi.
Inovacije i razvoj tehnologije.
Globalni utjecaji.
Tržišne dimenzije.
Ciljana tržišta.
Geografski uvoz/izvoz.
Važni ugovori, taktike i iznenađenja.
Razvoj proizvoda/usluga/poduzeća.

SLABOSTI (weaknesses): karakteristike poduzetnika koje njegove slabosti stavljaju u kontekst s drugim poduzetnicima .

Manjak mogućnosti.
Jaz u kompetitivnim snagama.
Reputacija, prisutnost i tržišni doseg.
Rokovi u poslovanju i pritisak.
Financije.
Novčani tijek, novčani odljevi.
Kontinuitet, lanci opskrbe.
Utjecaj na temeljne usluge.
Pouzdanost podataka, planova i projekata.
Management (upravljanje).

PRIJETNJE (threats): elementi koji bi mogli poduzeću prouzročiti probleme.

Političke i ekonomske prijetnje (lokalno i globalno).
Pravni problemi.
Okolišne prijetnje.
Konkurencija.
Zahtjevi tržišta.
Inovacije tehnologije, usluga i ideje.
Novi poslovni partneri i ugovori.
Gubitak resursa.
Loše upravljanje.

Kada je pravo vrijeme za postati poduzetnikom?

U vremenu kada poduzeća gotovo da i ne trebaju generirati prihod kako bi svojim vlasnicima osigurala prodaju biznisa, izgleda da ne postoji bolji trenutak od DANAS da postanete poduzetnici.

Gledajte na probleme kao prilike.

RECREATE

entrepreneurial skills for Resilience in Creative sector

Hvala! Thank you!



Erasmus+
Enriching lives, opening minds.

Disclaimer: This communication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.