



FYI – For your integration  
GRANT CONTRACT NO. HR.1.1.09-0001



Europska unija  
Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda



# Zeleno drvo

Naziv projekta:	Poslovni plan ulaganja u proizvodnju suvenira i reparaciju namještaja
Mjesto projekta:	Sisak
Ime investitora:	Zeleno drvo d.o.o.
OIB investitora:	

Kontaktne podaci o investitoru	
Adresa:	
Telefoni:	
Fax:	
Kontakt osoba:	
e-mail:	
web stranica:	

Studeni 2015.

## Sadržaj poslovnog plana

Uvod .....	1
1. Temeljni podaci o poduzetniku.....	3
1.1. Opći podaci .....	3
1.2. Nastanak poduzetničke ideje.....	3
1.3. Vizija i misija.....	4
1.4. Analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji .....	4
2. Predmet poslovanja .....	6
2.1. Opis poslovanja.....	6
2.1.1. Opis proizvoda – drveni suveniri i mali uporabni predmeti.....	6
2.1.2. Opis proizvoda – suveniri i mali uporabni predmeti od keramike.....	7
2.1.3. Opis proizvoda – reparacija drvenog namještaja.....	8
2.2. Imovina i učinkovitost poslovanja.....	9
2.3. Položaj na tržištu.....	9
2.3.1. Analiza konkurencije .....	9
2.3.2 Analiza kupaca.....	11
3. Analiza opravdanosti .....	13
3.1. Tržište nabave .....	13
3.2. Tržište prodaje .....	14
4. Tehnološko-tehnički elementi pothvata .....	15
4.1. Opis tehnologije.....	15
4.2. Struktura troškova .....	16
4.3. Struktura i broj zaposlenih.....	16
5. Lokacija .....	17
5.1. Opis lokacije.....	17
6. Utjecaj na okoliš.....	17
6.1. Opis zaštite i utjecaja okoline .....	17
7. Financijski elementi pothvata.....	17
7.1. Ulaganja u osnovna sredstva .....	17
7.2. Ulaganja u obrtna sredstva.....	18
7.3. Troškovi poslovanja .....	18
7.4. Proračun amortizacije.....	18
7.5. Izvori financiranja.....	19
7.6. Projekcija računa dobiti i gubitka.....	19
7.7. Novčani tok (u kn).....	20

7.8. Statička ocjena efikasnosti pothvata investicije .....	20
7.9. Dinamička ocjena pothvata investicije .....	20
7.9.1. Metoda razdoblja povrata investicijskog ulaganja .....	20
7.9.2. Metoda neto sadašnje vrijednosti .....	21
7.9.3. Metoda interne stope rentabilnosti.....	22
DODATAK 1 .....	23
DODATAK 2 .....	27
DODATAK 3 .....	28

## Uvod

Poslovni plan za proizvodnju i prodaju drvenog repariranog namještaja i suvenira koji će se proizvoditi od drveta i keramike izrađen je u sklopu projekta «Za vaše uključivanje» kojeg provode Hrvatski zavod za zapošljavanje Područni ured Sisak u partnerstvu sa Strukovnom školom Sisak i Savezom udruga osoba s invaliditetom Grada Siska, uz suradničku podršku Grada Siska.

Projektom se nastoje rehabilitirati osobe s invaliditetom i pripremiti ih za zapošljavanje, te potaknuti poslodavce na zapošljavanje osoba s invaliditetom. Osnovna ideja na kojoj se zasniva ovaj poslovni plan počiva na konceptu održivosti projekta i to na način da se projektni rezultati razvijaju u kontekstu društvenog poduzetništva prema modelu usklađenom s Nacionalnom strategijom razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Poslovni plan se također naslanja na provedeni projekt «Razvojem umjetničkih vještina do svijeta rada» kojeg je proveo HZZ Područni ured Kutina u partnerstvu sa Pučkim otvorenim učilištem Kutina, Udrugom OSI iz Kutine, Gradom Kutinom i Muzejom Moslavine – Kutina. Rezultati ovog projekta bili su pokretanje nastavnog programa za keramičara – samostalnog izrađivača ukrasnih predmeta od gline s konkretnim osmišljenim suvenirima i uključivanjem osoba s invaliditetom u proizvodnju.

Cilj poslovnog plana je definirati održivi sustav razvoja društvenog poduzetništva kroz osnivanje poduzeća Zeleno drvo d.o.o. koje se bavi proizvodnjom suvenira i malih uporabnih predmeta od drva i keramike, te reparacijom drvenog namještaja, a zapošljava osobe s invaliditetom.

Poslovni plan trebao je odgovoriti na nekoliko izazova

- Kako pomiriti koncept uključivanja osoba s invaliditetom koji često radni angažman osiguravaju kroz zaštićene radionice ili udruge koje se većinski financiraju kroz donacije ili projekte s beskompromisnim tržišnim konceptom
- Na koji način proizvodima koji su na tržištu već uvelike prisutni dati potencijal i omogućiti održivost poduzetničkog pothvata i održivo zapošljavanje osoba s invaliditetom
- Na koji način kombinirati željeni lokalni karakter poduzetničkog pothvata s načelom opstanka na tržištu koje ne poznaje granice
- Kako osmisliti realne i dostatne izvore financiranja za početak poduzetničkog pothvata kombinirajući neizvjesno financiranje kroz projekte, poticaje i aktivne mjere
- Kako definirati društveno – poduzetnički koncept kada zakonski i institucionalni okvir za društveno poduzetništvo tek treba biti definiran na nacionalnoj razini
- 

Prilikom izrade poslovnog plana i dodatka (plana prodaje i analize konteksta razvoja društvenog poduzetništva) cilj je bio što realnije predvidjeti poslovne izazove, definirati potrebe i ograničenja, potrebne resurse, imajući u vidu određene pretpostavke. Najvažnije pretpostavke za uspjeh su vezane uz «vjetar u leđa» u prvih godinu i pol poslovanja. Te su pretpostavke vezane uz dostupnost bespovratnih sredstava, prvenstveno iz Europskog socijalnog fonda kroz specifični cilj 9.v.1. Operativnog programa učinkoviti ljudski

potencijali, zatim realizacija adekvatnog prostora po povoljnoj cijeni, ali i dostupnost budućih poticaja i podrška lokalne i regionalne samouprave.

U vidu istovremeno treba imati i jedan od osnovnih kriterija društvenog poduzetništva definiranog Nacionalnom strategijom za razvoj društvenog poduzetništva, a to je da u tri godine poslovanja najmanje 25% godišnjih prihoda planira ostvariti ili ostvaruje obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti.

Iako se podrazumijevalo da će se u prve dvije godine poslovanja Zeleno drvo d.o.o. osloniti u velikoj mjeri na bespovratna sredstva, vođeno je računa o navedenom pravilu. Nakon početnog perioda, podrazumijeva se da će društveno poduzeće znatno veći udio u prihodima ostvariti kroz poduzetničke djelatnosti. Dakle udio poticaja, donacija i bespovratnih sredstava u strukturi priljeva poduzeća smanjivat će se u odnosu na prihode iz tržišnih djelatnosti.

Iako se poduzeće koje će biti nositelj pothvata tek treba osnovati, poslovni plan je pisan u svijetlu pretpostavke da su ključni preduvjeti za pokretanje posla već ostvareni (osnovano poduzeće sukladno prethodno provedenoj analizi, osiguran prostor za rad, postojanje osnovne organizacijske strukture za upravljanje poduzećem) jer se smatra da bi bez tih pretpostavki financijski pokazatelji pothvata bili daleko nepovoljniji i na granici (ne)isplativosti, tj. operativno neprovedivi.

## 1. Temeljni podaci o poduzetniku

### 1.1. Opći podaci

Društveno poduzeće Zeleno drvo d.o.o potiče zapošljavanje osoba s invaliditetom kroz proizvodnju i prodaju kvalitetnih i inovativnih drvenih i keramičkih proizvoda za domaće i inozemna tržišta. Društveno poduzeće Zeleno drvo d.o.o aktivno doprinosi održivom razvoju lokalne zajednice, smanjenju siromaštva kroz poticanje socijalnog uključivanja i očuvanju prirode budući da će se koristiti i reciklirani materijal.

Osnovna djelatnost poduzeća je proizvodnja suvenira i malih uporabnih predmeta od drveta i keramike te repariranje namještaja. Poduzeće će se u prvim godinama poslovanja orijentirati na domaće tržište, a u dugoročnom planu poslovanju realizirat će i izlazak na inozemno tržište, prvenstveno putem web-shopa. Ono što čini ključnu razliku u odnosu na druga, konkurentska poduzeća, jest činjenica da se radi o društvenom poduzeću u kome većinu zaposlenih čine osobe s invaliditetom. Poduzeće je uređeno na način da je usmjereno na društveno korisno dobro, tj. dobrobit za svakog zaposlenika i kontinuiranu mogućnost razvoja zaposlenika i samog poduzeća. Sva ostvarena dobit reinvestira se u zaposlenike i poduzeće, otvaranje novih radnih mjesta, tehnološki razvoj poduzeća i poboljšanje životnih uvjeta osoba s invaliditetom kroz jačanje kapaciteta Saveza udruga osoba s invaliditetom Grada Siska.

Vlasnik socijalno poduzeća Zeleno drvo d.o.o je Savez udruga osoba s invaliditetom Grada Siska. Poduzeće zastupa direktor \_\_\_\_.

### 1.2. Nastanak poduzetničke ideje

Poduzeće je nastalo kao odgovor na potrebe zapošljavanja osoba s invaliditetom kroz održivi tržišni model društvenog poduzetništva te kao odgovor na potrebe održivog razvoja koji između ostalog uključuje repariranje drvenog namještaja te proizvodnju predmeta od ekološki prihvatljivih materijala. Poduzetnička ideja počiva na aspektima društvenog poduzeća kroz okolišni aspekt jer uvodi praksu recikliranja i ponovnog korištenja, socijalni aspekt kroz zapošljavanje skupina u nepovoljnom položaju, prvenstveno osoba s invaliditetom te ekonomski aspekt kroz ponudu cjenovno povoljnog proizvoda koji će unaprijediti prvenstveno lokalno turističko tržište zadovoljavanjem potrebe za kupnjom originalnih suvenira i uporabnih predmeta

Vođena principom ponovne uporabe i recikliranja, poduzetnička ideja u budućnosti podrazumijeva uspostavu novog mjesta za ponovnu uporabu čija se djelatnost odnosi na prikupljanje raznog drvenog namještaja koji još uvijek ima uporabnu vrijednost te procese obrade prilikom kojih isti dobivaju ponovnu uporabnu i tržišnu vrijednost, te korištenje otpada iz drvne industrije za izradu malih drvenih suvenira i uporabnih predmeta. Recikliranjem starog namještaja kojeg bi donirali građani te ostacima iz drvne industrije koji bi se otkupljivali od pilana i drugih subjekata drvne industrije u županiji proizvodili bi se suveniri, predmeti male uporabne vrijednosti te reparirani namještaj koji bi se dalje prodavali na tržištu. Sličan princip vrijedi i za uporabne predmete i suvenire iz keramike, samo što će se glina nabavljati na tržištu, po komercijalnim uvjetima. Poduzeće Zeleno drvo d.o.o. bi osim svoje primarne djelatnosti provodilo i edukacije o važnosti reciklaže i svijesti

o okolini kao i radionice o tehnikama recikliranja, izrade keramičkih proizvoda, dekupažu i slični tehnikama koje potiču ponovnu uporabu drvenog namještaja, te transport namještaja iz kućanstava neovisno o ponovnoj uporabi.

Poslovni plan pokriva prvu investicijsku fazu u kojoj će se pokrenuti proizvodnja suvenira i malih uporabnih predmeta i namještaja iz drveta i gline te reparacije drvenog namještaja, uz mogućnost izrade manje složenog namještaja poput stolova i klupa. U drugoj fazi očekuje se nastavak proizvodnje predmeta od drveta i gline, ali s naglaskom na širenje asortimana između ostalog na drvene ploče i putokaze, uz mogućnost laserskog graviranja (pirografija).

Ideja o poduzetničkom pothvatu zasniva se na dvama projektima koji su financirani kroz IV. komponentu IPA-e, a koji su navedeni u uvodu poslovnog plana. Oba projekta stvorila su preduvjete za proizvodnju suvenira od drveta i keramike, a poslovni plan je logičan korak između razvoja inicijalne ideje i stvaranja kadrovskih i materijalnih preduvjeta i komercijalizacije.

### 1.3. Vizija i misija

Vizija društva Zeleno drvo d.o.o definira smjer u kojem se ono razvija i glasi:

*„Stvaranjem novih vrijednosti i kreativnim proizvodima jačamo našu konkurentnost za kvalitetnije socijalno uključivanje i održivi razvoj“*

Misijom poduzeće ostvaruje svoju viziju:

*„Zeleno drvo» je društveno poduzeće koje na tržištu nudi kvalitetne, funkcionalne i estetski vrijedne proizvode od drveta i keramike spajajući načela održivog razvoja i socijalnu integraciju osoba s invaliditetom. Cilj nam je osigurati održivost poslovanja na etički odgovoran način.“*

### 1.4. Analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji

Kroz SWOT analizu definirane su osnovne snage i slabosti (unutarnji pozitivni i negativni čimbenici koji će utjecati na rad poslovanja) te prilike i prijetnje kao vanjski faktori, tj. faktori okruženja koji će utjecati na razvoj poslovanja.

<b>SNAGE</b>	<b>SLABOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška velikog broja dionika (gradovi, HZZ, Strukovna škola Sisak, Pučko otvoreno učilište Kutina organizacije civilnog društva)</li> <li>• Nema pritiska vezanih uz generiranje profita</li> <li>• Osiguran najveći dio potrebne opreme i prostor</li> <li>• Educirani i visoko motivirani zaposlenici</li> <li>• Visoka razina prilagodljivosti u proizvodnji (kombiniranje proizvoda i povećanje intenziteta proizvodnje proizvoda koji je najtraženiji na tržištu)</li> <li>• Iskustvo u provedbi projekata i prilagodljivost i kvalificiranost tima koji inicira poduzetničke ideje</li> <li>• Niski troškovi rada u početnom periodu</li> <li>• Kontakti sa «strukom» u području razvoja društvenog poduzetništva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neiskustvo u vođenju poslovanja</li> <li>• Nedostatak tradicije</li> <li>• Nedovoljno razvijen osjećaj «vlasništva» nad poduzećem</li> <li>• Nerazvijene društvene mreže i manjak kontakata prema potencijalnim klijentima i korisnicima</li> <li>• Nепреpoznatljivost proizvoda</li> <li>• Proizvodi nisu do kraja definirani</li> <li>• Sezonalnost ponude</li> <li>• Potencijalni visoki troškovi transporta i otkupa) starog drvenog namještaja mogu činiti proizvod manje konkurentnim</li> <li>• Nerazumijevanje pojma i svrhe društvenog poduzetništva, često i od strane partnera i ključnih dionika</li> </ul>
<b>PRILIKE</b>	<b>PRIJETNJE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost korištenja Europskog socijalnog fonda i drugih izvora bespovratnih i poticajnih sredstava te izvora financiranja DP-a</li> <li>• Trenutno slaba (neinventivna) konkurentna ponuda suvenira</li> <li>• Pozitivni tržišni trendovi – jačanje turizma, pozitivan stav kupaca prema suvenirima izrađenim od prirodnih materijala</li> <li>• Socijalna osjetljivost kupaca i dobavljača</li> <li>• Veliki broj potencijalnih dobavljača i mogućnost snižavanja cijena sirovine</li> <li>• Povratak tradicionalnoj gradnji (u kontekstu ugradnje drvenog namještaja)</li> <li>• Usmjerenost dionika na državnoj razini prema društvenom poduzetništvu</li> <li>• Trajno rješenje problematike prostora kroz aktivnost 1.6. NSZRSP.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jačanje konkurencije u području turističke ponude</li> <li>• Promjena tržišnih preferencija kupaca i pad standarda</li> <li>• Zakonske odredbe i političke odluke otežavaju prodaju kroz javne ustanove</li> <li>• Korištenje primarne sirovine (ostataka iz drvne industrije) za druge svrhe – biomasa</li> <li>• Nепреpoznavanje specifičnosti društvenog poduzetništva s pozicije institucionalnog i zakonskog okvira</li> <li>• Povećanje troškova proizvodnje i transporta</li> <li>• Nedostatak kvalitetnih programa za usavršavanje u društvenom poduzetništvu</li> <li>• Neizvjesnost i kašnjenja s objavama natječaja i provedbama poticajnih i aktivnih mjera na tržištu rada</li> </ul>



Iz SWOT analize može se zaključiti kako je u sljedećoj fazi iznimno bitno raditi na jačanju kadrovskih kapaciteta, ali i korištenju dostupnih marketinških alata potrebnih za jačanje prepoznatljivosti na tržištu. S obzirom na to da se radi o troškovima koji spadaju u «soft» kategoriju, idealna prilika su najavljeni natječaji gdje se kroz Europski socijalni fond mogu osigurati potrebna sredstva za razvoj navedenih preduvjeta za uspješno poslovanje. S obzirom na relativno niske troškove potrebne opreme, također će biti moguće koristiti sredstva Europskog fonda za regionalni razvoj, ali kroz natječaje koji su dio Operativnog programa učinkoviti ljudski potencijali.

Slično vrijedi i za razvoj novih proizvoda, čija je atraktivnost i inovativnost strateška prednost pred konkurencijom koja uglavnom ima «već viđene» proizvode. Niski troškovi rada mogu utjecati na djelomičnu cjenovnu konkurentnost. Činjenica da se radi o socijalnom poduzeću može pozitivno utjecati na senzibilitet kupaca i vlasnika prodajnih mjesta (hotela, Parka prirode Lonjsko polje), uz napomenu da to ne isključuje potrebnu visoku razinu profesionalnosti i kvalitete prilikom izrade proizvoda i usluga.

Prepreke predstavljaju neizvjesnost s objavom natječaja kao glavnim inicijalnim izvorom financiranja kao i problematika nerazvijenog institucionalnog i zakonodavnog okvira za društveno poduzetništvo. Kako je najavljeno u aktivnosti 1.3. Nacionalne strategije za razvoj društvenog poduzetništva, očekuje se dubinska analiza postojećeg zakonodavnog okvira kao podloga za iniciranje usklađenih zakonodavnih promjena s ciljem stvaranja poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva.

## **2. Predmet poslovanja**

### **2.1. Opis poslovanja**

Društveno poduzeće Zeleno drvo d.o.o se bavi proizvodnjom drvenih suvenira, malih uporabnih predmeta i namještaja koristeći recikliranje. Na taj način zapošljavaju se osobe u nepovoljnom položaju na tržištu rada smanjujući socijalnu isključenost. Kontinuiranim praćenjem postojećih i stvaranjem novih trendova u recikliranju drvenih predmeta Zeleno drvo d.o.o bit će prepoznato kao vodeći brend u području socijalnog poduzetništva i proizvodnje suvenira, uporabnih predmeta iz drveta te repariranog drvenog namještaja.

#### **2.1.1. Opis proizvoda – drveni suveniri i mali uporabni predmeti**

U svom osnovnom dijelu poslovanja poduzeće «Zeleno drvo d.o.o.» bavi se proizvodnjom malih uporabnih predmeta i drvenih suvenira, poput privjesaka, križeva, drvenih pepeljara, kutija, magneta, svijećnjaka, božićnih ukrasa i drugih.

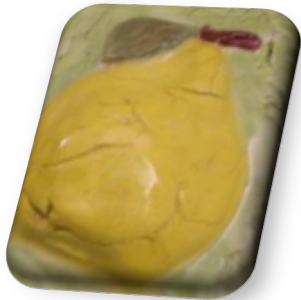
Za finalizaciju proizvoda (suvenira) korist će se usluge industrijskog dizajnera koji će za ključne dijelove asortimana napraviti dizajn i pripremu, odnosno prilagoditi dizajn potrebama klijenta.

Proizvodi će biti proizvedeni pretežno iz jednog komada obrađenog drva, najčešće hrasta, ali i oraha, bukve, jasena i trešnje. Proizvodni proces kod većine planiranih proizvoda sastoji se od mjerenja i zacrtavanja, ručnog i strojnog krojenja drva, ravnjanja i debljanja drva, pirografije, tokarenja, izrade elementarnih vezova, obrada drva, rezbarenje, nanošenje

ljepila i lijepljenje drvenih elemenata, bušenje drva, obrada površine drva, okivanje čavlima i vijcima, nanošenje boje i laka te ostali poslovi modeliranja drva.

Poduzeće će razvijati proizvode u vidu:

- a) Stalnog asortimana – univerzalni proizvodi koji će se konstantno prodavati na različitim lokacijama i koji nisu sadržajno i tematski vezani uz unaprijed definirani sadržaj i mogu funkcionirati kao «univerzalni» suveniri grada, općine, županije ili destinacije
- b) Suvenire i proizvode «po narudžbi» - radi se o proizvodima koji će se izrađivati prema narudžbi klijenata (posebni suveniri sa zaštitnim znakom lokacije ili organizacije, ugraviranim logotipom, mogućnost ukrašavanja namještaja dekupaž tehnikom i sl.)



Prilikom definiranja asortimana proizvoda, vodit će se računa o tome da dio asortimana ima uporabnu vrijednost (npr. kutije za nakit, drvene ambalažne kutije za vino ili ulje), čime se postiže disperzija rizika u plasmanu pojedinog proizvoda, gubi se efekt sezonalnosti vezan uz suvenire i fleksibilnim pristupom omogućava se brza prilagodba narudžbama.

### 2.1.2. Opis proizvoda – suveniri i mali uporabni predmeti od keramike

Muzej Moslavine je kroz projekt «Razvojem umjetničkih vještina do svijeta rada» osmislio više tržišno interesantnih suvenira izrađenih od gline. Ti će proizvodi biti okosnica asortimana keramičkih suvenira, odnosno malih uporabnih predmeta čijom će se proizvodnjom i prodajom baviti Zeleno drvo d.o.o.

Prilikom izrade suvenira vodilo se računa o kulturno-povijesnoj baštini regije Moslavina.

Radi se o unikatnim proizvodima – keramičkom dunjom koja iza sebe ima priču o obilježavanju rođenja djeteta sadnjom dunje. Keramičke škrinje koje mogu poslužiti za čuvanje nakita, dokumenata sljedeći su proizvod. Škrinja je vjerna keramička kopija nekadašnjih starih drvenih škrinja sa sedlastim poklopcem, načinjenih od grubo tesanih hrastovih dasaka. Škrinje pune ruha su se između ostalog obavezno davale u miraz prilikom udaje.



Također se planira proizvodnja keramičkih zidnjaka – zidnih ili kuhinjskih krpa s porukama iz svakodnevnog života i praktičnom primjenom «čuvanja» zida od prskanja vrelog ulja prilikom spremanja obroka. Zidnjak kojeg će proizvoditi Zeleno drvo d.o.o. će biti umanjena keramička varijanta koja će se moći koristiti kao magnet s porukom ili će se moći objesiti i koristiti kao ukrasni predmet.

Sa stajališta potrošača, oba proizvoda na tržištu nisu novitet, tj. spadaju u kategoriju tzv. kontinuiranih inovacija, što znači da imaju najmanji utjecaj na obrasce ponašanja potrošača. Razvojem navedenih proizvoda zadovoljava se postojeća potreba za:

- Novim zanimljivim sadržajima
- Poklonom
- Sjećanjem na određeni događaj ili manifestaciju
- Kolekcionarskim pobudama (magneti)

Radi se o stalnim potrebama na postojećem tržištu, koje imaju trajni karakter (s povremenim efektima sezonalnosti – kod plasmana drvenih i keramičkih suvenira).

### 2.1.3. Opis proizvoda – reparacija drvenog namještaja

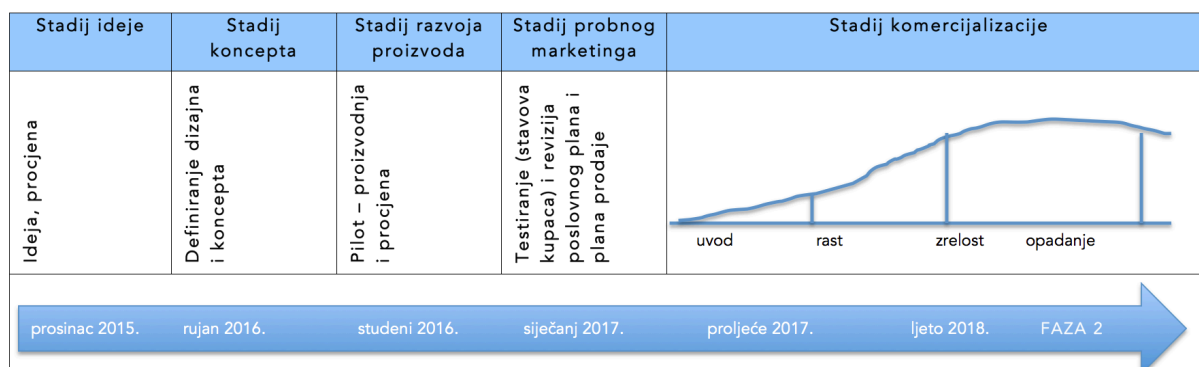
Sekundarni proizvod poduzeća Zeleno drvo d.o.o je reparirani drveni namještaj. Usluga vezana uz namještaj dijeli se u dva temeljna «pod-proizvoda».

- Reparacija namještaja «po narudžbi» - gdje će se klijenti sami javljati i plaćati usluge reparacije namještaja, na način da će djelatnici «Zeleno drvo d.o.o.» doći po namještaj na adresu klijenta, reparirati ga sukladno zahtjevima klijenta i vratiti ga «oporavljenog»
- Otkup/preuzimanje starog drvenog namještaja i prodaja repariranog namještaja drugim kupcima – Djelatnici «Zeleno drvo d.o.o.» će prikupljati i otkupljivati stari drveni namještaj, te će ga nakon čišćenja i zaštite reparirati i staviti u ponovnu funkciju: ova će usluga biti povezana s uslugom odvoza namještaja koja može funkcionirati i samostalno. Prilikom odvoza namještaja, djelatnici poduzeća će procijeniti da li je pojedini komad namještaj «popravljiv» te će ga se renovirati i prodavati putem web shopa.

Kod reparacije drvenog namještaja kao sekundarne poslovne aktivnosti, važno je naglasiti da se također radi o proizvodu/usluzi koja već postoji na tržištu i ne uključuje elemente inovativnosti.

Poslovanje tvrtke odvijat će se u nekoliko faza. Poslovni plan detaljno razrađuje prvu, inicijalnu fazu s 2 osnovna proizvoda (drveni i keramički suveniri te mali uporabni predmeti, reparacija drvenog namještaja s popratnom uslugom odvoza namještaja). Prva faza će pokriti period od godinu i pol godine nakon pokretanja posla.

U drugoj fazi koja bi trebala početi s pripremnom fazom krajem 2017. godine, nakon ljeta 2018. godine planira se izlazak na tržišta izvan Sisačko – moslavačke županije, širenje asortimana uz primjenu laserskog graviranja u drvetu i daljnje marketinške iskorake.



Bazirano konceptu Marketing Decisions for New and Mature Products, Hisrich, Peters 1991.

## 2.2. Imovina i učinkovitost poslovanja

Socijalno poduzeće započinje svoje poslovanje u iznajmljenom prostoru. Prostor će ustupiti Grad Sisak po povoljnoj cijeni, vodeći računa o postupku dodjele i problematici državnih potpora. Također postoji mogućnost da se poduzeće privremeno smjesti u radionicu Obrta za proizvodnju suvenira – Dar, vlasnika Davora Lovrekovića, koji je u projektu «Za vaše uključivanje» imao ulogu mentora osobama s invaliditetom pri proizvodnji suvenira iz drveta.

Poduzeće posjeduje potreban stolarski alat brusilicu, toplozračni pištolj, dlijeta, ubodne pile, brusilice, batove, čekiće, kliješta, blanje, rašpe, dlijeta, izvijači, list pile itd. Nabavljene kroz projekt «For Your Integration». Za potrebe investicije, potreban je stolarski stol.

Za razvoj suvenira i malih proizvoda uporabne vrijednosti od keramike, poduzeće će imati na raspolaganju peć, osnovne alate i namještaj, a planira se nabava lončarskog kola sa stolcem i prešu za izvlačenje glinenih ploča.

S obzirom na orijentaciju vezanu uz prodajne kanale - posjetiteljima parkova prirode odnosno manifestacija u Sisačko – moslavačkoj i susjednim županijama, potrebno je nabaviti nekoliko statičnih vitrina za prodajne uzorke koji će biti smješteni u blizini centara za posjetitelje u Parku prirode, te u hotelima u Sisačko – moslavačkoj županiji. Za potrebe sudjelovanja na sajmovima, nabavit će se manji drveni prijenosni štand, te će se koristiti i novonabavljeno transportno vozilo za potrebe prijevoza artikala i ostale opreme.

## 2.3. Položaj na tržištu

Tržište društvenog poduzetništva je u ranim koracima razvoja na hrvatskom tržištu te Zeleno drvo d.o.o vidi ogroman potencijal za uspješan početak poslovanja. Uspostava institucionalnog i zakonodavnog okvira za poslovanje društvenog poduzetništva je u početnoj fazi te se uskoro očekuje formiranje iznimno bitne institucionalne baze. Trenutno na tržištu društvenog poduzetništva posluje oko 200 društvenih poduzeća i zadruga među kojima su najpoznatiji ACT d.o.o. grupa, Rodin let d.o.o., Humananova zadruga, Hedona d.o.o., Brodoto d.o.o. Cjelovita baza društvenih poduzeća tek će se raditi.

Zeleno drvo d.o.o je prvo društveno poduzeće u Hrvatskoj koje se bavi prikupljanjem i reparacijom starog namještaja i proizvodnjom drvenih i keramičkih suvenira.

### 2.3.1. Analiza konkurencije

Konkurenciju poduzeću Zeleno drvo d.o.o. na tržištu čine sve tvrtke koje se bave proizvodnjom suvenira i reparacijom namještaja, a ciljaju na isto prodajno tržište – središnju Hrvatsku i kontinentalne turističke destinacije.

Na području Sisačko-moslavačke županije djeluje nekoliko malih poduzeća za proizvodnju suvenira i malih uporabnih predmeta od drveta. Konkurentska prednost poduzeća Zeleno drvo d.o.o je njegova socijalna dimenzija, ono se vodi elementima socijalnog poduzetništva koji uključuju aspekte društvene, okolišne i ekonomske održivosti te su kao takvi marketinški prepoznatljiv i kupcu privlačniji.

Kako se prilikom analize konkurencije pojavio relativno veliki broj poduzeća u Hrvatskoj, ali i susjednoj BiH odnosno Srbiji, ali s nepotpunim podacima, u tablici niže je prikazan sumarni prikaz konkurentskih marketinških strategija, s istaknutim najzapaženijim konkurentima i njihovim strategijama.

	Drveni suveniri	Keramički suveniri	Reparacija namještaja
Strategija za proizvod ili uslugu (najčešći proizvodi)	Tanjuri, satovi, Čaturice, Kutijice, Satovi, zdjele, svijećnjaci, privjesci, magneti	Okviri, šalice, magneti, amfore, boce za ulje, kutijice za nakit, satovi itd.	Uglavnom se nudi popravak drvenog dijela i tapeciranje trosjeda, stolica, kauča, fotelja, taburea itd. (Stil usluge)
Cjenovne strategije	Varira, ovisno o lokaciji prodaje (u jadranskoj Hrvatskoj su znatno više cijene u odnosu na Kontinentalnu Hrvatsku. Cijene variraju od 20 kuna (najjeftinije pepeljare), do drvenih vaza (800 kn).	Ovisno o proizvodu, 2-4,5 EUR. Mediteraneo suveniri magneti naplaćuju po 9,00 – 11,00 kn, oslikani tanjuri se kreću od 19,00 – 29,00 kn, šalice su 19,00 kn a privjesci 10,00 kn.	Cijena izuzetno varira, ovisno o vrsti usluge, lokacije
Distribucijske strategije	Kod većine se radi o prodaji putem sajмова, suvenirnica s naglaskom na obalu a rjeđe postoji i mogućnost kupnje putem interneta.	Orijentirani na darivanje i promidžbu trgovačkih društava, izrada po želji. Mogućnost veleprodaje. Webshop. Besplatna dostava za vrijednost kupnje iznad 2000 kn. (Mediteraneo nakon 1.500)	Osigurana je usluga odvoza, reparacije i dostave na kućnu adresu.
Promidžbene strategije	Internet stranice, brošure, direktna promocija na sajmovima	Uglavnom internetske stranice, bez veće i osmišljene promocije. Izuzetak je stranica <a href="http://www.suveniri.com">www.suveniri.com</a> (PTO Kit Sisak)	Isključivo internet stranice i internet oglasnici, rijetko putem sajмова (samo za antikni masivni namještaj)
Snage i slabosti	Slavonsko drvo se najčešće koristi kao sirovina, čime se naglašava tradicija i originalnost.	Pojedini proizvođači (Keratims) su orijentirani pretežno na proizvodnju za naručitelje iz Zagreba odnosno iz Jadranske	Najveća slabost je relativno mala potražnja i razmjerno visoke cijene ove usluge, te tržišne

	Slabost: Neoriginalnost dizajna i loša segmentiranost ciljnog tržišta	regije. odskaku poput suvenira tanjuri, magneti)	Inovativnošću proizvođači Meditereo (ručno oslikani namještaja	preferencije kupaca koje su više usmjerene na nabavku novog namještaja
--	---	--	--	--

Zaključci: Veliki broj tvrtki s kvalitetnim proizvodima pretežno je orijentiran na prodaju u Jadranskom dijelu Hrvatske. Cijene se kreću od 2 do 6 EUR-a, ovisno o tipu proizvoda. S obzirom na financijske kalkulacije, nije izgledno da će se proizvodi moći prodavati po konkurentnijoj cijeni, zato je potrebno dobro uskladiti elemente marketing miksa, gdje bi se eventualno proizvod razvio od dodatnih inovativnih ideja ili bi se unaprijedila mreža distribucijskih kanala, odnosno poboljšala promocija.

Prilikom određivanja cijena razmotrit će se troškovi i definirati planirana margina profita. Posebno će se voditi računa o situacijama kada će se proizvodi prodavati u suvenirnicama, sajmovima, zajedno s konkurentskim proizvodima, gdje je zbog karaktera proizvoda i strukture ciljne skupine iznimno važno da se radi o cjenovno konkurentnim proizvodima.

### 2.3.2 Analiza kupaca

Zbog širine asortimana i potencijalnih tržišnih segmenata, napomena je da je vrlo teško kvantificirati potencijalno tržište. Tržište suvenira orijentirano je na turiste u kontinentalnim turističkim destinacijama, s naglaskom na Sisačko – moslavačku županiju u prvoj fazi, te postepeno širenje i na druge turističke destinacije prvenstveno kontinentalnog turizma u susjednim županijama. Prvenstveno se to odnosi na Karlovačku županiju koja bilježi znatno veći broj turističkih dolazaka s obzirom na prometni položaj. Prema Izvještaju Ministarstva turizma ([http://www.mint.hr/UserDocImages/150701\\_Turizam014.pdf](http://www.mint.hr/UserDocImages/150701_Turizam014.pdf)) broj evidentiranih posjetitelja u S-M županiji je oko 28.000 i u blagom je porastu u odnosu na prethodnu godinu.

Kako bi se u prvoj fazi koja će u mnogome služiti i kao period evaluacije tržišnih preferencija kupaca, orijentirat ćemo se na manji broj prodajnih mjesta – Park prirode Lonjsko polje i hotele, te eventualno sudjelovanje na sajmovima na području Sisačko-moslavačke i susjednih županija te Grada Zagreba.

U kontekstu PP Lonjsko polje, kod drvenih suvenira i malih uporabnih predmeta govorimo o potencijalu od 11.850 posjetitelja u 2013. godini. U Parku prirode Lonjsko polje postoje dvije suvenirnice vezane uz posjetiteljske centre koje djeluju po principu konsignacije, a Park prirode Lonjsko polje neprestano ulaže u nove sadržaje, što će rezultirati i većom posječenosti. Trendovi pokazuju kontinuirani rast broja turista od svega 2510 evidentiranih dolazaka 2003. godine do 11850 evidentiranih turista 2013. godine, kada je zabilježen lagani pad u odnosu na rekordnu 2012. godinu s 15600 posjetitelja. Park prirode Lonjsko polje je posebno interesantan upravo zbog činjenice da bilježi više od 42% svih evidentiranih turističkih dolazaka u Sisačko – moslavačkoj županiji.

Prema strukturi, prevladavaju domaći turisti, prije svega školska djeca, studenti i stručne grupe (gotovo 80%), zatim individualni posjetitelji, obitelji s djecom, promatrači ptica, umirovljenici, lovci. Gotovo 2/3 posjetitelja čine školska djeca (izvor [http://www.pp-lonjsko-polje.hr/new/media/ECST\\_STRATEGIJA\\_PPLP\\_hrv.pdf](http://www.pp-lonjsko-polje.hr/new/media/ECST_STRATEGIJA_PPLP_hrv.pdf)).

Prema podacima i strategije, 8,9% posjetitelja koristilo je usluge suvenirnice, što je približno 1050 posjetitelja na osnovi podataka iz 2013. S obzirom na nove projekte, nadgradnju infrastrukture i najavljena ulaganja, očekuje se rast broja turista u sljedećem periodu.

Sljedeći graf prikazuje strukturu posjetitelja i usluge koje su koristili tijekom boravka u Parku prirode.

	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Ukupno
<i>Ukupno/procjena</i>	-	1.000	3.600	3.100	1.100	1.000	800	1.100	150	-	11.850
<i>Domaći</i>	-	800	2.200	2.000	400	500	600	950	120	-	7.570
<i>Strani</i>	-	200	1.400	1.000	700	400	200	150	30	-	4.280
<i>Broj prod. ulazn.</i>	-	650	2.720	1.961	476	297	146	854	93	-	7.197
<i>Vođenje ukup.</i>	-	14	64	44	5	1	3	17	2	-	150
<i>- poludnevno</i>	-	14	61	44	5	1	2	17	2	-	146
<i>- cjelodnevno</i>	-	-	3	-	-	-	1	-	-	-	4
<i>Vožnje brodom „Vodomar“</i>	-	-	-	-	-	-	7	2	-	-	9
<i>Vožnja brodom „Juran i Sofija“</i>	-	-	1	2	-	1	-	1	-	-	5
<i>Broj prev. putnika</i>	-	-	61	128	-	43	141	157	-	-	530
<i>Broj iznajmljenih bicikala</i>	-	4	34	4	13	30	6	2	-	-	93
<i>Broj iznajmljenih kanua</i>	-	-	3	4	5	3	27	4	-	-	46

Izvor: Godišnje izvješće o izvršenju Godišnjeg programa zaštite, održavanja, očuvanja, promicanja i korištenja Parka prirode Lonjsko polje za 2014. godinu.

Osim Parka prirode Lonjsko polje, dio distribucije proizvoda organizirat će se kroz ponudu u hotelima u Sisačko – moslavačkoj županiji. Ukupno prema podacima iz 2013. godine, turisti u Sisačko – moslavačkoj županiji imaju 348 soba, 41 apartman, 10 kampova u kolektivnim i 78 soba i apartmana u privatnim smještajnim objektima. Ukupno je u Sisačko – moslavačkoj županiji za 2013. godini zabilježeno 27224 dolazaka turista, sa 84498 noćenja. Prednjače općina Topusko (Top terme) sa 11686 dolazaka i 38517 noćenja, te Sisak sa 6533 dolazaka i 27007 noćenja. Ostali gradovi i općine su drastično ispod navedenih brojki, što znači da će se prilikom prodaje orijentirati prvenstveno na općinu Topusko i grad Sisak.

S obzirom na navedene brojke, zaključak je da se prilikom početnog izlaska na tržište, u periodu gdje će se za financiranje poslovanja djelomično koristiti bespovratna sredstva krene s pregovaranjem oko prodaje s drugim nacionalnim parkovima i parkovima prirode. Turističko tržište Sisačko – moslavačke županije nema dovoljan kapacitet za dugoročno održivo poslovanje, pa je tijekom inicijalnog perioda važno proširiti ciljno tržište na druge dijelove RH. Time se pokazatelji tržišta bitno mijenjaju, te će trebati napraviti reviziju poslovnog plana nakon završetka 1. godine.

### 3. Analiza opravdanosti

#### 3.1. Tržište nabave

Proces nabave pomno se planira, vodeći računa o nabavnoj cijeni, kvaliteti materijala, rokovima isporuke te uvjetima plaćanja. Za nabavu za sirovine i materijala kao i materijala u svrhu promidžbe poduzeće posluje isključivo s domaćim dobavljačima. Nabavno tržište možemo podijeliti sukladno proizvodima. Kod proizvodnje malih drvenih uporabnih predmeta i suvenira, nabavno tržište je lokalno – koristit će se drvna sirovina dobivena iz lokalnih pilana odnosno stolarskih radnji, gdje se i otpad može iskoristiti za izradu konkretnih proizvoda. Pretežno će se koristiti drvo hrasta, jasen, trešnja, orah, lipa i bukva. S obzirom da se ne radi o velikoj godišnjoj količini, tržište osnovne sirovine se smatra lako dostupnim, što donosi nekoliko prednosti – izostanak potrebe za skladišnim prostorom većeg kapaciteta (mogućnost dnevne dostave sirovine), niske cijene transporta (blizina nabavnog tržišta i prijevozna sredstva manjeg kapaciteta). Potencijalni izvori drvene sirovine za proizvodnju drvenih suvenira i malih uporabnih predmeta:

- Stolarija Selenac (proizvodnja drvene stolarije, namještaja, stubišta, prozorskih klupica) – Topolovac
- Stolarija Guberac (Drveni namještaj) – Stupno, Sisak
- Stolarski obrt Jasen (Stolarija) Stupno
- Drvo – kon Stolarija, dječji namještaj, drvena stolarija, građevinska stolarija, komadni namještaj) Stupno
- Stolarija M&S, PUO Somić, Budaševo
- Zanatska radnja za izradu i popravak namještaja – Canko, Dužica
- Stolar (Miholjević M.), Sela, Sisak
- Hrast – pilana i stolarija, Stupno
- Stolarski obrt Jelen – (drveni namještaj, kuhinje) - Kutina
- Stolarska radionica Hrast (Antoliš M.), Osekovo donje
- Slavonska drvna industrija Lipovljani
- Trokut d.d., Novska
- Radionica za obradu drva Dinex, Novska
- Pilana i stolarija Šandor, drvo i drveni proizvodi, piljena građa, (Stupno)
- MMM – Vukelić d.o.o. (masivna vrata, masivne vrtne garniture, žardinjere, brodski podovi) Novska
- Šerif export – import d.o.o. (Glina)
- Pilana Torković - Lipovljani

Većina lokacija na kojima su smješteni potencijalni izvori sirovina je unutar 30 km od Siska, s iznimkom Lipovljana, Kutine i Novske, s maksimalnom razdaljinom od 65 km. Navedene radnje čine samo dio za mogućnosti uspostave poslovne suradnje. Niti jedan od navedenih poslovnih subjekata nema proizvodnju suvenira i malih uporabnih predmeta od drveta. Cijena ostataka iz proizvodnje (i drvene građe) za izradu malih uporabnih predmeta je viša od cijene koju bi ista sirovina dosegla kao biomasa – sirovina za proizvodnju toplinske energije ili kao piljena građa. U tablici su navedene cijene po toni radi orijentacije. Prioritet prilikom pregovora oko količine i cijene će se staviti na veće proizvođače (pilane).



VRSTA DRVETA	Iznos po toni
Hrastovi pilanski trupci	650,00 kn
Jasen, pilanski trupci	551,00
Kesten, pilanski trupci	263,00
Trešnja	1123,00
Orah, pilanski trupci	1.049,00

Poduzeće Zeleno drvo d.o.o nabavlja stari namještaj od građana, institucija i poduzeća kojima on nije više potreban, uz kriterij da se namještaj može preraditi i prepraviti u svrhu ponovne uporabe. Prikupljanje namještaja se odvija putem dva nabavna kanala: građani, institucije i poduzeća sami dovoze stari namještaj u poduzeće Zeleno drvo d.o.o ili zaposlenici prema dogovoru i uz naknadu prikupljaju namještaj.

### 3.2. Tržište prodaje

Ciljano tržište za prodaju proizvoda poduzeća Zeleno d.o.o su pojedinci i poslovni subjekti koji imaju potrebu za suvenirima od drveta, malim uporabnim drvenim predmetima i namještajem. U prvoj fazi investicije poduzeće će se orijentirati na posjetitelje Parka prirode Lonjsko polje. Drugu skupinu čine hoteli na području Sisačko-moslavačke županije uključujući Top Terme Topusko., a treću ciljnu skupinu činit će posjetitelji sajmova i događanja u Sisačko-moslavačkoj i susjednim županijama, te Gradu Zagrebu. Planom se predviđa i širenje prodaje u druge županije u budućnosti, posebice u županije s velikim brojem turista, kao što je Zagreb, Istra i Dalmacija, putem postojećih suvenirnica.

Prema rezultatima istraživanja napravljena je sljedeća projekcija cijena i količina za 2017.

Proizvod	kn	kom mjesečno
Drveni suvenir	35	60
Keramika suvenir	35	60
Mali drveni uporabni predmet	160	40
Mali keramika uporabni predmet	160	40
Namještaj	270	13
Usluga odvoza namještaja	400	10
Radionica o recikliranju	300	0

Prema vrstama proizvoda, struktura prodaje u 2017.g. je sljedeća:

Vrste proizvoda	Prihod u 000 kn	%
Prihodi od drvenih suvenira	25.200	9%
Prihodi od keramika suvenir	25.200	9%
Prihodi od malih drvenih uporabnih predmeta	76.800	26%
Prihodi od malih keramika uporabnih predmeta	76.800	26%
Prihodi od namještaja	42.120	14%

Prihodi od usluga odvoza	48.000	16%
Prihodi od radionica	1.440	0%
Ukupno	295.560	100%

Prihode od namještaja i usluga odvoza osigurat će kupci građani koji su ekološki osviješteni i žele cjenovno povoljni proizvod. Jednom mjesečno održavat će se radionice o izradi recikliranog namještaja te će se na taj način podizati svijest građana o ekološkom aspektu našeg poslovanja, a ujedno će se naše socijalno poduzeće promovirati upoznavajući polaznike s našim načinom poslovanja i našim proizvodima.

Druga ciljna skupina za kupnju repariranog drvenog namještaja su investitori (poslovni subjekti) ali i građani koji ulažu u obnovu tradicionalnih drvenih kuća za potrebe razvoja kontinentalnog turizma ili uređenja kuća za odmor u duhu tradicijske gradnje i opremanja. Posebno će se pratiti javne nabave objavljivane uz mjere Programa ruralnog razvoja, s obzirom da je pretpostavka da će veliki broj investicija u ruralni turizam ići kroz financiranje u Poljoprivrednom fondu za ruralni razvoj.

#### 4. Tehnološko-tehnički elementi pothvata

##### 4.1. Opis tehnologije

Metode koje se koriste u proizvodnji su sljedeće: mjerenje i zacrtavanje, ručno i strojno krojenje drva, ravnanje i debljanje drva, pirografija, tokarenje, izrada elementarnih vezova, obrada drva, rezbarenje, nanošenje ljepila i lijepljenje drvenih elemenata, bušenje drva, brušenje, zamazivanje površine drva, bojanje, obrada površine drva, okivanje čavlima i vijcima, nanošenje boje i laka i ostali poslovi modeliranja drva.

Poduzeće posjeduje potreban stolarski alat brusilicu, toplozračni pištolj, dlijeta, ubodne pile, brusilice, batove, čekiće, kliješta, blanje, rašpe, dlijeta, izvijači, list pile itd.

Ručni radni strojevi imaju veliku primjenu kod izvođenja stolarskih i tesarskih radova u radionicama i izvan njih. Ubodna pila namijenjena je pravolinijskom i krivolinijskom piljenju svih vrsta drva i drvnih ploča te plastike i metala. Blanjalica je lako prenosiv radni stroj namijenjen poravnavanju drvenih obradaka. Ima veliku primjenu u sastavljanju i podešavanju prozora i vrata u montažnim radionicama na gradilištima. Operacija blanjanja ručnom električnom blanjalicom može se izvoditi na dva načina – vođenjem blanjalice po obratku i vođenjem obratka po blanjalici. Brusilica je radni stroj namijenjen planskom brušenju drvenih obradaka velikih površina s ciljem čišćenja i zaglađivanja površine ili skidanju površinski slojeva starog materijala. Može se koristiti na dva načina – vođenjem tračne brusilice po obratku ili stacionarno, uz primjenu odgovarajućeg postolja.

Dio potrebne tehnologije za proizvodni proces nabavljen je iz prethodno provedenih projekata, međutim za finalizaciju proizvodnog procesa potrebno je još nabaviti opremu kako stoji u tablici.

Vrijednost ulaganja za ukupni projekt je kako slijedi:

				u kn
R.br.	Opis	Vrijednost	Kom	Ukupno

		ulaganja		
1	Stolarski stol	8.500,00	1	8.500,00
2	Lončarsko kolo	6.089,15	1	6.089,15
3	Provlakač za glinu	2.291,64	1	2.291,64
4	Preša za izvlačenje glinenih ploča	6.143,46	1	6.143,46
5	Softver za web shop	20.000,00	1	20.000,00
<b>6</b>	<b>ULAGANJE U OSNOVNA SREDSTVA (1-5)</b>			<b>43.024,26</b>
<b>7</b>	<b>ULAGANJE U OBRтна SREDSTVA</b>			<b>75.000,00</b>
	<b>SVEUKUPNO ULAGANJE</b>			<b>118.024,26</b>

#### 4.2. Struktura troškova

Struktura troškova karakteristična u ovoj djelatnosti prezentirana je u sljedećoj tablici, a predstavlja prognozirane troškove u 2016.g.:

Trošak	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Materijalni troškovi</b>	<b>80.400</b>	<b>84.084</b>	<b>84.925</b>	<b>85.774</b>	<b>86.632</b>
Sirovine i materijal	48.000	51.360	51.874	52.392	52.916
Energenti	18.000	18.180	18.362	18.545	18.731
Transport	12.000	12.120	12.241	12.364	12.487
Ambalaža	2.400	2.424	2.448	2.473	2.497
<b>Troškovi osoblja</b>	<b>252.000</b>	<b>255.120</b>	<b>258.283</b>	<b>261.490</b>	<b>264.742</b>
Radnici	192.000	193.920	195.859	197.818	199.796
Voditelj	60.000	61.200	62.424	63.672	64.946
<b>Amortizacija</b>	<b>10.756</b>	<b>10.756</b>	<b>10.756</b>	<b>10.756</b>	<b>0</b>
<b>Ostali troškovi</b>	<b>122.418</b>	<b>30.278</b>	<b>30.339</b>	<b>30.400</b>	<b>30.462</b>
Utrošeni materijal	5.178	5.178	5.178	5.178	5.178
Računovodstvo	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600
Telekomunikacijske usluge	6.000	6.060	6.121	6.182	6.244
Zakupnine i najamnine (naknade za operativne najmove)	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Bankarske usluge	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Članarine	240	240	240	240	240
Marketing	97.200	5.000	5.000	5.000	5.000
<b>Ukupno troškovi</b>	<b>465.574</b>	<b>380.238</b>	<b>384.303</b>	<b>388.420</b>	<b>381.835</b>

#### 4.3. Struktura i broj zaposlenih

Društvo će zaposliti četiri stalno zaposlenih djelatnika, koji su većina pripadnici teško ranjive skupine na tržištu rada, osobe s invaliditetom.

Broj djelatnika prema funkcijama vidljiv je u sljedećoj tablici:

Opis	Broj djelatnika
Voditelj/marketing/prodaja	1
Radnik	2
Administrator/računovođa	1

Radnik i administrator će biti zaposleni na pola radnog vremena, tako da će broj zaposlenih biti 4 radnika.

Planirani budžet troškova plaća zaposlenih u prosječnom rastu od 1% je sljedeći:

Opis	2016	2017	2018	2019	2020
Troškovi osoblja	252.000	255.120	258.283	261.490	264.742

U prvoj godini poslovanja trošak plaća planira se financirati iz Europskog socijalnog fonda, aktivnih mjera na tržištu rada i planirane Crowdfunding kampanje.

## 5. Lokacija

### 5.1. Opis lokacije

Sve poslovne aktivnosti vezane uz projekt realizirat će se u iznajmljenom prostoru u vlasništvu Grada Siska. Potreban je prostor od minimalno 150 m<sup>2</sup> zbog potrebe privremenog skladištenja manjeg dijela sirovine, ali i repariranog namještaja, tj. namještaja koji je u pripremi za reparaciju.

Prostor će biti uređen sukladno Zakonu o zaštiti na radu.

## 6. Utjecaj na okoliš

### 6.1. Opis zaštite i utjecaja okoline

Projekt nema značajan utjecaj na okoliš. Tijekom proizvodnog procesa koriste se isključivo prirodni materijali, drvo i glina, a uslijed proizvodnog procesa ne nastaju štetni nusproizvodi. Projekt ima pozitivan efekt na okoliš zbog maksimalnog iskorištavanja sirovine iz proizvodnog procesa drvne industrije te reparacije starog namještaja, čime se smanjuje količina komunalnog otpada i produžuje životni vijek proizvoda.

## 7. Financijski elementi pothvata

### 7.1. Ulaganja u osnovna sredstva

Ulaganja u osnovna sredstva koja su potrebna za investiciju podrazumijevaju ulaganja u opremu za stolarsku i keramičarsku djelatnost i web shop za prodaju kako slijedi:

u kn				
R.br.	Opis	Vrijednost ulaganja	Kom	Ukupno
1	Stolarski stol	8.500,00	1	8.500,00
2	Lončarsko kolo	6.089,15	1	6.089,15
3	Provlakač za glinu	2.291,64	1	2.291,64
4	Preša za izvlačenje glinenih ploča	6.143,46	1	6.143,46
5	Softver za web shop	20.000,00	1	20.000,00
6	<b>ULAGANJE U OSNOVNA SREDSTVA (1-5)</b>			<b>43.024,26</b>

## 7.2. Ulaganja u obrtna sredstva

Ulaganja u obrtna sredstva koja su potrebna za redovno poslovanje procjenjuje se u iznosu 75.000 kn, a predstavljaju ulaganje koje će investitor imati na raspolaganju za troškova industrijskog dizajna.

## 7.3. Troškovi poslovanja

Troškovi poslovanja predstavljaju sve troškove koji se pojavljuju u djelatnosti kako slijedi:

Trošak	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Materijalni troškovi</b>	<b>80.400</b>	<b>84.084</b>	<b>84.925</b>	<b>85.774</b>	<b>86.632</b>
Sirovine i materijal	48.000	51.360	51.874	52.392	52.916
Energenti	18.000	18.180	18.362	18.545	18.731
Transport	12.000	12.120	12.241	12.364	12.487
Ambalaža	2.400	2.424	2.448	2.473	2.497
<b>Troškovi osoblja</b>	<b>252.000</b>	<b>255.120</b>	<b>258.283</b>	<b>261.490</b>	<b>264.742</b>
Radnici	192.000	193.920	195.859	197.818	199.796
Voditelj	60.000	61.200	62.424	63.672	64.946
<b>Amortizacija</b>	<b>10.756</b>	<b>10.756</b>	<b>10.756</b>	<b>10.756</b>	0
<b>Ostali troškovi</b>	<b>122.418</b>	<b>30.278</b>	<b>30.339</b>	<b>30.400</b>	<b>30.462</b>
Utrošeni materijal	5.178	5.178	5.178	5.178	5.178
Računovodstvo	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600
Telekomunikacijske usluge	6.000	6.060	6.121	6.182	6.244
Zakupnine i najamnine (naknade za operativne najmove)	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Bankarske usluge	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Članarine	240	240	240	240	240
Marketing	97.200	5.000	5.000	5.000	5.000
<b>Ukupno troškovi</b>	<b>465.574</b>	<b>380.238</b>	<b>384.303</b>	<b>388.420</b>	<b>381.835</b>

Najveći stavku troškova čine troškovi zaposlenih, a zatim slijede materijalni troškovi koji su potrebni da bi se proizvodi izradili. Ostale troškove čine uobičajeni troškovi poslovanja, a najveći iznos u prvoj godini se odnosi na trošak produkt dizajna 75.000 i web shopa 20.000, koji su prikazani pod troškove marketinga.

## 7.4. Proračun amortizacije

Proračun amortizacije izrađen je prema sljedećoj tablici.

R.br.	Opis	Nabavna vrijednost	Vijek trajanja (god.)	Amort. stopa (%)	Godišnji iznos amortizacije kn
1	Materijalna imovina	23.024	4	25	5.756
2	Računalna oprema	20.000	4	25	5.000
	Ukupno	43.024			10.756

Projekcija proračuna amortizacije slijedi.

kn

Opis	2016	2017	2018	2019
Trošak amortizacije	10.756	10.756	10.756	10.756

## 7.5. Izvori financiranja

Izvore financiranja navodimo u sljedećoj tablici:

R.br.	Ulaganje	Iznos u kn	Struktura u %
1	U osnovna sredstva	43.024	36
2	U obrtna sredstva	75.000	64
	Ukupno ulaganje	118.024	100

R.br.	Izvori	Iznos u kn	Struktura u %
1	Vlastita sredstva	20.000	17
2	Bespovratna sredstva	98.024	83
	Ukupno izvori	118.024	100

## 7.6. Projekcija računa dobiti i gubitka

u kn

R.br.	Opis	2016	2017	2018	2019	2020
<b>A</b>	<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>295.560</b>	<b>357.090</b>	<b>434.003</b>	<b>530.143</b>	<b>650.319</b>
1	Prihodi od drvenih suvenira	25.200	31.500	39.375	49.219	61.523
2	Prihodi od keramika suvenira	25.200	31.500	39.375	49.219	61.523
3	Prihodi od drvenih malih uporabnih predmeta	76.800	96.000	120.000	150.000	187.500
4	Prihodi od keramika malih uporabnih predmeta	76.800	96.000	120.000	150.000	187.500
5	Prihodi od namještaja	42.120	52.650	65.813	82.266	102.832
6	Prihodi od usluga odvoza	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000
7	Prihodi od radionica	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
<b>B</b>	<b>UKUPNI RASHODI</b>	<b>465.574</b>	<b>380.238</b>	<b>384.303</b>	<b>388.420</b>	<b>381.835</b>
1	Materijalni troškovi	80.400	84.084	84.925	85.774	86.632
2	Troškovi osoblja	252.000	255.120	258.283	261.490	264.742
3	Amortizacija	10.756	10.756	10.756	10.756	0
4	Ostali troškovi	122.418	30.278	30.339	30.400	30.462
6	Kamate	0	0	0	0	0
<b>C</b>	<b>DOBIT PRIJE OPOREZIVANJA</b>	<b>-170.014</b>	<b>-23.148</b>	<b>49.700</b>	<b>141.723</b>	<b>268.484</b>
<b>D</b>	<b>POREZ NA DOBIT (20%)</b>	<b>-34.003</b>	<b>-4.630</b>	<b>14.940</b>	<b>33.345</b>	<b>58.697</b>
<b>E</b>	<b>NETO DOBIT</b>	<b>-170.014</b>	<b>-23.148</b>	<b>34.760</b>	<b>108.378</b>	<b>209.787</b>

Projekcija prihoda i troškova, odnosno zarade, kroz račun dobiti i gubitka nam pokazuje gubitak u prve dvije godine poslovanja nakon kojih slijedi zarada u poslovanju.

## 7.7. Novčani tok (u kn)

R.br.	Opis	2016	2017	2018	2019	2020
<b>I</b>	<b>PRIMICI</b>	<b>413.584</b>	<b>357.090</b>	<b>434.003</b>	<b>530.143</b>	<b>650.319</b>
<b>A</b>	<b>Prihodi</b>	<b>295.560</b>	<b>357.090</b>	<b>434.003</b>	<b>530.143</b>	<b>650.319</b>
<b>B</b>	<b>Izvori financiranja</b>	<b>118.024</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1	Vlastita sredstva	20.000	0	0	0	0
2	Bespovratna sredstva	98.024	0	0	0	0
3	Ostatak vrijednosti	0	0	0	0	0
3.1.	Osnovnih sredstava	0	0	0	0	0
3.2.	Obrtnih sredstava	0	0	0	0	0
<b>II</b>	<b>IZDACI</b>	<b>572.842</b>	<b>369.482</b>	<b>388.487</b>	<b>411.009</b>	<b>440.532</b>
<b>B</b>	<b>Investicija</b>	<b>118.024</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1	U dugotrajnu imovinu	43.024	0	0	0	0
2	U obrtna sredstva	75.000	0	0	0	0
3	Materijalni troškovi	80.400	84.084	84.925	85.774	86.632
4	Troškovi osoblja	252.000	255.120	258.283	261.490	264.742
5	Ostali troškovi	122.418	30.278	30.339	30.400	30.462
6	Porez na dobit			14.940	33.345	58.697
<b>III</b>	<b>Neto primici</b>	<b>-159.258</b>	<b>-12.392</b>	<b>45.516</b>	<b>119.134</b>	<b>209.787</b>
<b>IV</b>	<b>Neto primici-kumulativ</b>	<b>-159.258</b>	<b>-171.650</b>	<b>-126.134</b>	<b>-7.000</b>	<b>202.787</b>

Novčani tok pokazuje negativno poslovanje u prve dvije godine, nakon čega dolazi do pozitivnih primitaka u poslovanju.

## 7.8. Statička ocjena efikasnosti pothvata investicije

Pokazatelji rentabilnosti nakon prve dvije godine prikazuju prihvatljive vrijednosti, kako slijedi:

R.br.	Pokazatelj	Opis	2016	2017	2018	2019	2020
1	Rentabilnost ukupnog ulaganja	neto dobit / visina investicije	-1,441	-0,196	0,295	0,918	1,777
2	Obrtaj ukupnog ulaganja	ukupni prihodi / visina investicije	2,504	3,026	3,677	4,492	5,510
3	Reprodukcijaska sposobnost	(neto dobit + amortizacija) / visina investicije	-1,349	-0,105	0,386	1,009	1,777
4	Rentabilnost prometa	neto dobit / ukupan prihod	-0,575	-0,065	0,080	0,204	0,323
5	Rentabilnosti vlastitih sredstava	neto dobit / vlastiti kapital	-8,096	-1,102	1,655	5,161	9,990

## 7.9. Dinamička ocjena pothvata investicije

### 7.9.1. Metoda razdoblja povrata investicijskog ulaganja

Godina	Novčani tokovi projekta	Kumulativ
0	-118.024	-118.024
1	-159.258	-277.282
2	-12.392	-289.674
3	45.516	-244.158
4	119.134	-125.024
5	209.787	84.763

Kao što je vidljivo iz tablice, razdoblje povrata investicije je u petoj godini poslovanja.

#### 7.9.2. Metoda neto sadašnje vrijednosti

Prilikom izračuna neto sadašnje vrijednosti investicije koristit će se diskontni faktor 6% koliko bi iznosila kamatna stopa na zaduženja poduzeća. Prema sljedećoj tablici neto sadašnja vrijednost projekta pozitivna je te iznosi 10.050 kn.



Godina	Diskontna stopa	Diskontni faktor	Novčani tokovi projekta	Diskontirani novčani tokovi projekta
0			-118.024	-118.024
1	6,00%	0,943	-159.258	-150.243
2	6,00%	0,890	-12.392	-11.029
3	6,00%	0,840	45.516	38.216
4	6,00%	0,792	119.134	94.366
5	6,00%	0,747	209.787	156.765
Ukupno 1-5			202.787	128.074
Sveukupno			84.763	10.050

### 7.9.3. Metoda interne stope rentabilnosti

Izračun interne stope profitabilnosti vidljiva je u sljedećoj tablici:

u kn

Godina	Diskontna stopa	Diskontni faktor	Novčani tokovi projekta	Diskontirani novčani tokovi projekta
0			-118.024	-118.024
1	6,99%	0,935	-159.258	-148.849
2	6,99%	0,874	-12.392	-10.825
3	6,99%	0,816	45.516	37.162
4	6,99%	0,763	119.134	90.911
5	6,99%	0,713	209.787	149.625
Ukupno 1-5			202.787	118.024
Sveukupno			84.763	0

Interna stopa profitabilnosti iznosi 6,99%, što potvrđuje opravdanost investicije.

## DODATAK 1

### **Kontekst razvoja društvenog poduzetništva na području Sisačko – moslavačke županije**

S obzirom na relativnu novost koncepta društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, te nepoznavanje tematike društvenog poduzetništva od strane potencijalnih pokretača poslova i investitora, ali i od strane nadležnih javnih službi, poduzetničkih potpornih institucija. Napravljena je kratka analiza lokalnog konteksta za razvoj socijalnog poduzetništva. Također je napravljena analiza mogućih pravnih oblika za funkcioniranje društveno poduzetničkog projekta.

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) definira društvena poduzeća kao "privatne aktivnosti provedene u javnom interesu, organizirane putem poduzetničke strategije, ali čija glavna svrha nije maksimizacija profita, već postizanje određenih ekonomskih i socijalnih ciljeva, a koje imaju sposobnost dati inovativna rješenja za probleme socijalne isključenosti i nezaposlenosti".

Socijalno poduzetništvo doživjelo je razvoj u Europskoj Uniji, a primjerice u Italiji, Nizozemskoj i Švedskoj udio zaposlenih u ovim sektorima je i više od 10% od ukupno zaposlenih, u Mađarskoj oko 5%, a u Hrvatskoj ispod 1%. Socijalno poduzetništvo se pokazalo kao dobar odgovor na ekonomsku krizu koja je 2008. pogodila članice EU, odnosno posljedice krize: rastuću nezaposlenost, nedostatak javnih financija i povećanje socijalne isključenosti. Prema istraživanju Europske komisije, socijalno gospodarstvo u EU stvara 10 posto BDP-a i zapošljava više od 11 milijuna radnika ili 4,5 aktivnog stanovništva, a čak četvrtina novoosnovanih tvrtki u sektoru je socijalnog poduzetništva.

U Hrvatskoj nema podataka o tome koliko socijalno poduzetništvo sudjeluje u ukupnim ekonomskim aktivnostima i pridonosi BDP-u. Jedini je dostupan podatak onaj međunarodnog projekta GEM (Global Entrepreneurship Monitor) koji prati poduzetničke aktivnosti u zemljama članicama, a koji je objavio da društveno poduzetništvo zauzima samo 0,2 posto hrvatskoga gospodarstva.

Prve socijalne zadruge su se pojavile u Hrvatskoj prije 150 godina, a u zadnjih 10 godina nevladine organizacije i civilno društvo imali su središnju ulogu u postupnom razvoju socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj. Vodeću ulogu je imala Udruga za kreativni razvoj Slap koja 2009. godine pomogla u uspostavi neformalne mreže, Foruma socijalnih poduzetnika (SEFOR), uz sredstva iz programa IPA. To je zauzvrat dovelo do nacionalne mreže centara potpore (CEDRA) koja okuplja 80 organizacija i provodi edukaciju, istraživanja i poslovno savjetovanje, a uz potporu institucija visokog školstva i međunarodne organizacije NESsT, zajedno s interesom i potporom koju su pružili Hrvatski savez zadruga, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Hrvatska banka za obnovu i razvoj, Hrvatska gospodarska komora, Program Ujedinjenih naroda za razvoj (UNDP), British Council i mnogi drugi.

U Europi i u svijetu poznati su različiti modeli pravnog reguliranja društvenog poduzetništva. Primjerice, Italija, Finska i Slovenija reguliraju ga zasebnim zakonom, dok je u velikom broju država ono samo dio postojećih pravnih propisa.

Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj regulirano je sljedećim zakonima:

- Zakonu o udrugama
- Zakonu o zadrugama
- Zakonu o zakladama i fondacijama
- Zakonu o ustanovama
- Zakonu o trgovačkim društvima

Problem nastaje jer navedeni dokumenti, ali niti drugi izvori, nisu jedinstveni u pogledu pojma koji upotrebljavaju za označavanje društveno poduzetničke djelatnosti. U cijelom svijetu zapravo postoji problem neusklađenosti definicija društvenog poduzetništva, društvenih poduzeća.

Nacionalna strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020 koja je usvojena u travnju 2015. je zasad jedini dokument u Hrvatskoj koji se na neki konkretniji način fokusira na društveno poduzetništvo i unaprjeđenje poslovanja istog, ali u obliku smjernica. U sklopu Strategije predviđeno je 5 mjera, odnosno 31 aktivnost koje su usmjerene na razvoj društvenog poduzetništva i stvaranja poticajnog okruženja za razvoj ovog poslovnog modela koji je u RH još uvijek nedovoljno poznat i razvijen.

Pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj:

Kod odabira najpogodnijeg oblika za osnivanje društvenog poduzeća, prvenstveno se treba voditi društvenim ciljem koji se planira postići kroz poduzetničko djelovanje. Svrha društvenog poduzetništva je da predstavlja novi način poslovanja na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, kod kojeg se stvorena dobit/višak prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice, tj. 75 posto dobiti se reinvestira. U poduzetnički proces najčešće su uključene neke marginalizirane i ranjive skupine na tržištu rada, poput branitelja, osoba s invaliditetom, žena i dr. Najpogodniji, a time i najčešći oblici djelovanja društvenih poduzeća u Hrvatskoj su trgovačko društvo, tj. društvo s ograničenom odgovornošću i zadruga čiji pregled karakteristika slijedi u nastavku.

Društvo s ograničenom odgovornošću:

Zakon o trgovačkim društvima trgovačka društva dijeli na društva kapitala i društva osoba. U načelu je osnivanje trgovačkog društva dopušteno svakoj domaćoj ili stranoj pravnoj ili fizičkoj osobi. Sva su trgovačka društva pravne osobe koje svoju pravnu sposobnost stječu upisom u sudski registar.

Društvo s ograničenom odgovornošću najčešći je oblik trgovačkog društva u Republici Hrvatskoj općenito, no i najčešći oblik trgovačkog društva koje osnivaju udruge. Prednost osnivanja d.o.o. je jednostavan i brz postupak registracije kao i niski iznos temeljnog kapitala za osnivanje. Za osnivanje d.o.o. nije potrebna posebna stručna sprema niti majstorski ili stručni ispit kao za osnivanje obrta. Društvo s ograničenom odgovornošću je trgovačko društvo u koje jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba ulažu temeljne uloge s kojima sudjeluju u unaprijed dogovorenom temeljnom kapitalu. D.o.o. postaje pravna osoba u trenutku upisa u sudski registar kada stječe pravnu osobnost. Društvo s ograničenom odgovornošću mogu osnovati domaće i inozemne pravne i fizičke osobe. Ukoliko je više osnivača, društvo se osniva sklapanjem društvenog ugovora koji moraju potpisati svi. Ukoliko ga osniva samo jedna osoba, društvo se osniva na temelju izjave o osnivanju. Ugovor i izjava sklapaju se u obliku javnobilježničkog akta.

Imovina društva strogo je odijeljena od imovine njegovih članova. Dok za svoje obveze društvo odgovara cijelom svojom imovinom, članovi društva ne odgovaraju za obveze društva, osim iznimno ukoliko zloupotrebljavaju okolnost načelne neodgovornosti. Ovom odredbom Zakon zapravo štiti članove društva, pa oni mogu izgubiti samo ono što su u društvo uložili. Svaki član ulaže svoj temeljni ulog s kojim sudjeluje u unaprijed dogovorenom temeljnom kapitalu. Najmanji iznos temeljnog kapitala kod društava s ograničenom odgovornošću iznosi 20.000,00 kn. Uplatom temeljnog uloga od najmanje 200,00 kn osnivač stječe određena prava i obveze prema društvu (primjerice, sudjelovanje u radu Skupštine, pravo glasa i sl.). Obavezna tijela društva su uprava, koja može imati samo jednog člana, i skupština društva.

Zadruga:

Zadruga se pojavljuje u različitim oblicima i s različitim posebnostima – kao socijalne, poljoprivredne, ribarske, obrtničke, stambene, graditeljske, radničke, štednokreditne i sl. Cilj socijalne zadruge je omogućiti ravnopravan položaj na tržištu rada osobama u nepovoljnom položaju. Fokus zadruge je općenito zadovoljavanje ekonomskih, socijalnih i okolišnih potreba zadrugara, a socijalno zadrugarstvo je upravo okrenuto zadovoljavanju potreba socijalno marginalizirane populacije.

Zadruga je dragovoljno, otvoreno, samostalno i neovisno društvo kojim upravljaju njezini članovi. Zadruga djeluje na temelju zajedništva i uzajamne pomoći, a svojim radom i drugim aktivnostima ili korištenjem njezinih usluga članovi ostvaruju, unapređuju i zaštićuju svoje pojedinačne i zajedničke gospodarske, ekonomske, socijalne, obrazovne, kulturne i druge potrebe i interese i ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga osnovana. Zadrugarom mogu postati i fizičke i pravne osobe, a osnovati je može najmanje sedam osoba. Zadruga se osniva ugovorom koji mora biti sklopljen u obliku javnobilježničke isprave.

Imovinu zadruge čine ulogi članova, sredstva stečena obavljanjem djelatnosti i drugim aktivnostima zadruge, te sredstva stečena na druge načine. Imovina zadruge pripada zadrugi, a služi za obavljanje njezinih djelatnosti i podmirenje njezinih obveza. U pravnom prometu zadruga odgovara za svoje obveze cijelom svojom imovinom. Zadrugari ne odgovaraju za obveze zadruge, niti obrnuto. Zadrugar će iznimno odgovarati i za obveze zadruge ako zloupotrebljava okolnost načelne neodgovornosti.

Zadruga ima skupštinu kao najviše tijelo zadruge. Također mora imati i nadzorni odbor od najmanje tri člana, te upravitelja. U zadrugi koja ima manje od dvadeset članova poslove nadzornog odbora može obavljati skupština zadruge.

U nastavku slijedi kratki pregled gore navedenih osnovnih karakteristika:

	<b>Društvo s ograničenom odgovornošću</b>	<b>Zadruga</b>
<b>Temeljni kapital</b>	20.000,00 kn	7.000,00 kn
<b>Osnivački akt</b>	Ugovor ili Izjava o osnivanju	Pravila zadruge
<b>Tijelo nadležno za registraciju</b>	Trgovački sud	Trgovački sud
<b>Odgovornost za obveze</b>	Društvo: do visine temeljnog kapitala; Članovi: do visine uloga, no ne odgovaraju za obveze društva	Zadruga: do visine zadružne imovine; Zadrugari: prema zakonu i pravilima zadruge
<b>Djelatnosti</b>	Sve dopuštene	Sve dopuštene
<b>Tijela</b>	Skupština, nadzorni odbor i uprava	Skupština, nadzorni odbor i upravitelj
<b>Najmanji broj osnivača</b>	1	7

Uzevši u obzir pravne oblike društvo s ograničenom odgovornošću i zadruge, njihovu analizu, predočene prednosti i nedostatke, možemo zaključiti da je društvo s ograničenom odgovornošću trenutno pogodniji oblik za osnivanje društvenog poduzeća. Preporuka se temelji na činjenici da je za osnivanje d.o.o-a potreban jedan osnivač, Vaša udruga, dok ih je za zadrugu potrebno sedam. U prilog davanju prednosti društvu s ograničenom odgovornošću pred zadrugom govori i činjenica da je društvo s ograničenom odgovornošću najčešći oblik trgovačkog društva u Republici Hrvatskoj općenito, ali i ono što je još relevantnije i najčešći oblik trgovačkog društva koje osnivaju udruge.

## DODATAK 2

### PLAN PRODAJE

Prethodnom tržišnom segmentacijom postavljen je sljedeći plan po fazama:

Proizvod	Kanali prodaje	Cijena	Očekivana količina/godišnje
1. FAZA (1,5 godina)			
Drveni suveniri	Suvenirnice Sajmovi Hoteli Web shop	30,00 – 80,00 kn	100 mjesečno 1.200 godišnje
Keramički suveniri	Suvenirnice Sajmovi Hoteli Web shop	30,00 – 80,00 kn	100 mjesečno 1.200 godišnje
Reparirani namještaj	Web shop	Ovisno o kategoriji usluge	156 komada godišnje
2. FAZA			
Drveni suveniri	Suvenirnice (SM, Grad Zagreb, druge županije) Sajmovi Hoteli Web shop	35,00 – 90,00	2.500 komada godišnje
Keramički suveniri	Suvenirnice (SM, Grad Zagreb, druge županije) Sajmovi Hoteli Web shop	35,00 – 90,00	2.500,00 komada godišnje
Gravirani drveni putokazi i oznake	Web shop Sajmovi	150,00 - 1.500,00 kn	500 komada godišnje
Reparirani namještaj	Web shop	Ovisno o kategoriji usluge	250 komada godišnje

## DODATAK 3

### Izvori financiranja

S obzirom na relativno lošije financijske pokazatelje u početnom periodu pokretanja društveno – poduzetničkog pothvata, računa se da će se izrazito negativan omjer troškova i prihoda u prvoj fazi poslovanja moći kompenzirati korištenjem bespovratnih sredstava i drugih mjera. U nastavku navodimo neke od najavljenih mogućnosti.

#### **Ministarstvo rada i mirovinskog sustava:**

Ministarstvo rada i mirovinskog sustava raspisat će u prvoj polovici 2016. godine natječaj za dodjelu bespovratnih sredstava za jačanje poslovanja društvenih poduzetnika, u sklopu kojeg će se financirati aktivnosti razvoja poslovnih planova za pokretanje društvenog poduzeća, novo zapošljavanje i financiranje plaća zaposlenika za vrijeme trajanja projekta, što je u potpunosti u skladu s poslovnim planom. Projekti će se financirati sredstvima Europskog socijalnog fonda, a ukupno je moguće dobiti do 1.000.000 kn prema indikativnom planu.

#### **Hrvatski zavod za zapošljavanje:**

Hrvatski zavod za zapošljavanje potiče zapošljavanje osoba u društvenom poduzetništvu kroz mjeru zapošljavanje u društvenom poduzetništvu. Cilj mjere je uključivanje osoba s invaliditetom u programe društveno korisnog rada koje provode trgovačka društva nastala unutar društvenog poduzetništva (osnivači trgovačkih društava udruge ili ustanove). Kroz mjeru se financira 100 %, troška bruto plaće od 3.553,66 kuna mjesečno i 100% troška prijevoza u maksimalnom iznosu do 400 kuna u trajanju od 12 mjeseci.

Hrvatski zavod za zapošljavanje također potiče zapošljavanje osoba s invaliditetom kroz paket mjera za osobe s invaliditetom „uključeni“. Paket mjera za osobe s invaliditetom „uključeni“ obuhvaća financijsku podršku zapošljavanju mladih osoba bez radnog staža, osoba s invaliditetom bez obzira na dob, radni staž i razinu obrazovanja prijavljene u evidenciju nezaposlenih, zapošljavanju upravitelja zadruge, zapošljavanju dviju osoba na istom radnom mjestu, zapošljavanju kod drugog poslodavca (uz napomenu da moraju imati financijske podatke za prethodnu godinu), usavršavanju novozaposlenih osoba i osposobljavanju na radnom mjestu.

#### **Ministarstvo poduzetništva i obrta:**

Ministarstvo poduzetništva i obrta potiče razvoj društvenog poduzetništva kroz natječaje iz Poduzetničkog impulsa kojima se financiraju opremanje društvenog poduzeća.

#### **Crowdfunding:**

Trenutno vrlo popularan način financiranja za projekte društvenog karaktera koji osim prikupljanja sredstava omogućuje i vrlo učinkovitu promociju jest crowdfunding kampanja. Crowdfunding platforma koja se trenutno koristi za korisnike registrirane u Hrvatskoj je Indiegogo.