

TPA HORWATH

Računovodstvo
Valeriji Marić

Konzultantska kuće za reviziju, porezno i poslovno savjetovanje TPA Horwath pojačala je svoj tim dolaskom Valerije Marić na poziciju senior menadžera - voditelja računovodstvenog odjela. Valerija Marić ima 17-godišnje iskustvo na području financija, računovodstva i kontrolinga. Radila je na vodećim pozicijama u Jupiter Adrijii, HUP-u Zagreb, Sheratonu Zagreb te u T-Mobileu i HT-u.



VALERIJA MARIĆ, voditeljica računovodstvenog odjela TPA Horwatha ARHIVA BUSINESS.HR

MERITOR MEDIA

Mršić PR
savjetnica

Martina Mršić nova je savjetnica u Meritor Mediji, agenciji specijaliziranoj za odnose s javnošću na području ICT-a, financija, logistike i transporta. Bit će zadužena za klijente u potrošačkom i zdravstvenom sektoru. Radila je kao novinar za Z1 i RTL Televiziji, u marketinškoj agenciji Ictinus grupa, a dolazi s dužnosti PR i marketing menadžera u privatnoj zdravstvenoj ustanovi Ortoimplant.



MARTINA MRŠIĆ bila je PR menadžerica u Ortoimplantu ARHIVA BUSINESS.HR

Sve više franšizera i

**S BURZE U
PODUZETNI-
KE** ➤ Franši-

zni sektor u Hrvatskoj za- pošljava oko 16.500 ljudi i sve je više zainteresiranih primatelja franšiza, kojima je najveći problem nepostojanje kredita za financiranje pristojbe. Davatelje malobrojnih domaćih franšiza poput Body Creatora i X-nationa kriza ne spreječa- va u regionalnom šitenju



LJILJANA KUKEC, predsjednica Hrvatske udruge za franšizno poslovanje: I u uspješne domaće franšize ljudi počinju ulagati uštedevinu smatrajući to sigurnijim ulaganjem od onoga u dionice ili fondove

SNIMIO SAŠA ČETKOVIĆ

Franšizno je poslovanje i u ekonomski nestabilnijim zemljama sigurniji način ulaska u poduzetništvo: više od 90 posto franšiza preživi u pet godina poslovanja, a samostalni ulazak u poduzetništvo samo u 20 posto slučajeva. U Hrvatskoj se franšizama bave dva centra za franšize - u Zagrebu i Osijeku - te Hrvatska udruga za franšizno poslovanje. Na te adrese mogu se javiti svi oni koji su zainteresi-

rani za kupnju franšize ili tvrtke koje žele projektirati franšize od svojih uspješnih poslovnih projekata.

"Po neslužbenim informacijama koje smo prikupili, franšizni sektor u Hrvatskoj zapošljava oko 16.500 ljudi. To nije mala brojka i vjerujem da bi bila puno veća kada bismo imali službenu studiju o snazi tog sektora u nas, ali zasad za to nemamo sredstava", ističe Ljiljana Kukec, predsjednica Hrvatske udruge za franšizno poslovanje.

Prema broju primatelja i davatelja franšiza kaskamo za zemljama regije, a velik je i nerazmjer u odnosu domaće i uvezene franšize. U zemljama poput Francuske, Njemačke, Italije ili Španjolske odnos je čak i 80 posto u korist domaćih franšiza, a u većini je zemalja podjednak. U Hrvatskoj je on samo 12 posto u korist domaćih franšiza.

Bez kredita

Iz Centra za franšizu Osijek, koji je prošloga tjedna

u Zagrebu održao seminar o franšiznome poslovanju, doznajemo da im u posljednje vrijeme pristize sve više upita zainteresiranih stran- ki za neki od oblika franšiznog poslovanja.

"Kada bi se u formalnom obrazovanju više pažnje posvećivalo tom segmentu poslovanja, vjerujem da bi interes bio mnogo veći. Ova- ko se franšizama uglavnom bave ljudi koji su se s tom djelatnošću već susreli negdje u inozemstvu. Naši ljudi još uvijek ne prepoznaju franšize kao odličan način proširenja poslovanja, s bitno manjim ulaganjem i rizikom nego da se u to isto poslovanje upuštaju samo- stalno", objašnjava Mirela Alpeza, suradnica Centra za franšizu pri Centru za poduzetništvo Osijek.

Problem je, ističe Alpeza, i nerazumijevanje finan- cijskih institucija. U Hr- vatskoj, naime, ne postoje nikakve kreditne linije koje bi financirale franšiznu pristojbu. Unatoč tome, franši- ze se ipak kupuju.

Domaće franšize

"Primjerice hrvatska franšiza Body Creator (centri sa specijaliziranom meto- dom mršavljenja), koja je prisutna u Hrvatskoj, BiH i Sloveniji, prošle je godine prvi put zabilježila da ljudi ulažu svoju uštedevinu u franšizu, ne računajući na kredit, i to uz obrazloženje

EVISION

Cirkvenčić novi član Uprave

Tvrtka eVision za implementaciju sustava za upravljanje dokumentima i poslovnim procesima pojačala je svoju upravu novim članom, dosadašnjim direktorom poslovnih strategija tvrtke Aten-ta Tihomirom Cirkvenčićem. Bit će zadužen za razvoj poslovanja i novih prodajnih kanala, otvaranje novih tržišta u Hrvatskoj, razvoj izvo-

zne strategije za zemlje regije i globalno tržište. Cirkvenčić ima višegodišnje iskustvo u Microsoftu Hrvatska i Atentu, dobitnik je prestižnih stručnih nagrada - Microsoft Gold Awarda 2005. za provođenje Microsoft Win-Days konferencije i nagrade Microsoft Circle of Excellence Award 2006. za projekt i model Microsoft Poslovno-tehnološkog centra. Tvrtka eVision specijalizirana je za razvoj internet/intranet rješenja baziranih na Microsoft tehnologiji.



TIHOMIR CIRKVENČIĆ iz Atenta u eVision ARHIVA B.HR

HANFA

Ispit za brokere 17. travnja

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA) izvijestila je kako će prvi rok ispita za dobivanje licencije za obavljanje poslova brokera biti 17. travnja na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Ispit počinje u 9 sati u dvorani VII, trajat će 180 minuta, dopuštena je uporaba kalkulatora, ali ne i literature, PDA i SMART phonea te ostalih mobilnih uređaja.

BROJKA

2500

kuna cijena je Hanfina ispita za brokere

iz nužde



MIRELA ALPEZA, suradnica Centra za franšizu pri Centru za poduzetništvo Osijek SNIMIO HRVOJE DOMINIĆ

da je to sigurnije ulaganje od ulaganja u dionice ili fondove. Interesantno je da se tek sada intenzivno reklamiraju krediti za kupce u inozemstvu koje daju naše banke. To je odličan način pomaganja izvozu franšiza, a naše franšize traže put na regionalno i druga tržišta. Tu bismo mogli spomenuti i X-nation kao hrvatsku modnu marku koja se želi jače proširiti u EU. Uz te dvije velike franšize, šanse ima i jedina regionalna tvornica parfema Experience ili Body & Mind pilates studio", kaže

Ljiljana Kukec.

Franšizni brokere

No, da bi ta djelatnost zaživjela, treba izgraditi i franšiznu infrastrukturu.

"Mi se bavimo edukacijom i možemo kroz seminare podići razinu razumijevanja, ali to nije dovoljno. Još nemamo franšizne brokere, odvjetnici se nisu dovoljno specijalizirali za to područje... Bez svih tih elemenata teško je očekivati znatniji iskorak", ističe Mirela Alpeza iz osječkoga Centra za franšizu.

Hrvoje Reljanović
hrvoje.reljanovic@business.hr

ZAŠTO PROPADAJU

Zapreke i u mentalitetu

Ne rezultiraju svi franšizni poslovi uspjehom. "Mnoge svjetske marke morale su prilagoditi svoj koncept našem mentalitetu i navikama. Recimo, kod Costa Cafea problem je bio u tome što je bilo teško naviknuti naše ljude na to da je kafić samoposluživanje, a da pritom ni kava nije onakva kakva je uglavnom tražena na tržištu koje je poznato po konzumaciji kave. To su stvari kojima ni savršena lokacija, kakva je bila u Zagrebu, ne može pomoći. Druga stvar karakteristična za nas jest ta da naši investitori vrlo površno i neozbiljno shvaćaju franšizni ugovor, skloni u ga potpisati kako bi naučili sve što ide u obuku, a da zapravo nakon kratkog vremena

počinju raditi pod drugim imenom s istim know-howom. Posrijedi je čista krađa koja se ondje gdje pravosuđe dobro funkcionira brzo procesuirala", upozorava Ljiljana Kukec, predsjednica Hrvatske udruge za franšizno poslovanje. "Osnovna poruka koju dajemo svakom primatelju franšize jest da mora točno znati što kupuje. Ako davatelj franšize izbjegava odgovore na sva pitanja, posao je sumnjiv i bolje se maknuti. Drugi, jednako važan savjet jest uspjeh brenda na jednom mjestu ne znači njegov uspjeh i na drugom: prije svakog ulaska u posao treba dobro istražiti potrebe tržišta", zaključuje Mirela Alpeza iz osječkoga Centra za franšizu.

OGLAS

MojPosao vas poziva da sudjelujete u:

✓ **Istraživanju o Najboljim Poslodavcima** i saznate kako bolje upravljati vašim najvrednijim resursom (rok prijave: 1. travnja 2010.)

✓ **Izboru za Najbolje HR prakse** i nominirate vaš HR projekt te osvojite vrijedne nagrade (rok prijave: 15. travnja 2010.)

Svečana dodjela priznanja i nagrada održat će se 20. svibnja u Regent Esplanade Zagreb

Stručni partner:

SELECTIO

Edukacijski partner:

COTRUGLI BUSINESS SCHOOL Association of MBAs MBA EMBA CEMBA

Medijski partneri:

business.hr

LIDER

Sponzor:

THE Regent ESPLANADE ZAGREB

Detalje o projektima potražite na www.MojPosao.net, u 'Korisnim linkovima', na stranici namijenjenoj poslodavcima.

