

# Računovodstveni specifičnosti na primjeru start-up-a

---

**Majstorović, Karlo**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:783615>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-22**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

Karlo Majstorović

Računovodstvene specifičnosti na primjeru startupa  
Diplomski rad

Pula, 2022.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

Karlo Majstorović

Računovodstvene specifičnosti na primjeru startupa  
Diplomski rad

JMBAG: 0303058632, redoviti student

Studijski smjer: Financijski Management

Predmet: Računovodstvene specifičnosti pojedinih djelatnosti

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Računovodstvo

Mentor: izv. prof. dr. sc. Ksenija Černe

Pula, travanj 2022.





## SADRŽAJ

UVOD.....	7
1. STARTUP.....	3
1.1. POJAM I DEFINICIJA STARTUPA .....	3
1.2. SPECIFIČNOSTI STARTUPA I NJEGOVA POSLOVANJA.....	4
1.3. SPECIFIČNOSTI POSLOVANJA STARTUPA.....	5
1.4. STRUKTURA I PRIMJERI STARTUPA .....	10
1.5. ULOGA STARTUPA U DRUŠTVU I EKONOMIJI .....	11
2. RAČUNOVODSTVO U SUVREMENOM OKRUŽENJU POSLOVANJA .....	12
2.1. RAČUNOVODSTVO DANAS.....	12
2.2. FUNKCIJE I SPECIFIČNOSTI RAČUNOVODSTVA.....	15
2.3. RAČUNOVODSTVENA ULOGA NA PRIMJERU STARTUPA.....	19
3. RAČUNOVODSTVENE SPECIFIČNOSTI I FUNKCIJE NA PRIMJERU STATUPA	
20	
3.1. MREŽA STARTUPA U HRVATSKOJ .....	21
3.2. ULOGA I OBILJEŽJA RAČUNOVODSTVA NA PRIMJERU STARTUPA .....	24
4. ANALIZA ODABRANOG PRIMJERA - CLOUDGUIDE .....	29
4.1. O PODUZEĆU CLOUDGUIDE I NJEGOVU RAZVOJU .....	30
4.2. PROIZVOD .....	32
4.2.1. TEHNOLOGIJA .....	33
4.2.2. ANALIZA TRŽIŠTA PROIZVODA.....	33
4.2.3. MARKETINŠKA STRATEGIJA.....	34
4.2.4. KONKURENCIJA .....	35
4.3. FINANCIRANJE PODUZEĆA .....	36
4.4. DRUŠTVENI ODGOVORI PODUZEĆA NA SUVREMENO POSLOVANJE I	
DRUŠTVO .....	37
5. PRIMJERI RAČUNOVODSTVENIH SPECIFIČNOSTI U PODUZEĆU	
CLOUDGUIDE .....	39
5.1. POVRAT POREZA ZA PLAĆENE FAKTURE.....	39
5.1.1. IZRAČUN POVRATA POREZA ZA PLAĆENE FAKTURE.....	40

5.2. NAPLATA NAKNADE ZA KORIŠTENJE USLUGE .....	50
ZAKLJUČAK .....	60
LITERATURA.....	62
POPIS SLIKA .....	64
POPIS GRAFIKONA .....	65
POPIS TABLICA .....	66
POPIS PRILOGA .....	67
SAŽETAK.....	76
SUMMARY .....	77

## UVOD

Rad se bavi analizom računovodstvenih specifičnosti na primjeru startupa. Iako startup predstavlja relativno novu poslovnu organizaciju i način poslovanja, u današnjici je vrlo popularan na međunarodnoj razini, a sve više i u Republici Hrvatskoj. Razlog tome su brojne koristi, rasterećenja i pogodnosti koje se nude vlasnicima, to jest pokretačima ovakvog oblika poslovanja. Primarno se misli na niže troškove računovodstvenog praćenja, uslijed jednostavnosti računovodstvenog tretmana. Upravo se to nastoji pojasniti ovim istraživanjem.

Startup je relativno novi pojam ili termin u međunarodnoj ekonomiji. Iako danas još uvijek predstavlja nedovoljno istraženo područje, čije je definiranje i poimanje podložno nadopunama i modifikacijama, bilježi rapidan rast, u smislu broja i intenziteta razvoja startupa u svijetu. Jednaki trend zamijećen je i u Hrvatskoj, no u znatno sporijem obujmu.

Startup ima specifično poslovanje i ističe se jedinstvenim karakteristikama s gledišta poslovnih modela. Sukladno tome, moguće je govoriti i o specifičnom pristupu računovodstvenog praćenja. Računovodstveni segment u ovome primjeru ima nešto proširenije funkcije, a posebice se značajnim ističu savjetodavna i kontrolna. Moguće je čak govoriti i o pojedinim funkcijama koje su u ovom primjeru izraženije.

Ovi poslovni subjekti u Hrvatskoj se uglavnom prikazuju u korelaciji s mikro i malim poduzećima. Njihov razvoj determinira veće poslovne procese, a time i složenije računovodstvene pristupe i postupke. Sukladno tome, može se istaknuti da veći i razvijeniji startupi, koji su više inozemna praksa, imaju zahtjevnije i kompleksnije računovodstvene specifičnosti.

Cilj je, kao što je već i istaknuto, pobliže analizirati značenje, specifičnosti i strukturu startupa. Osim toga, cilj je istražiti stanje u Republici Hrvatskoj, u kontekstu ovog oblika poslovanja, ali i razvijenosti tržišta. Svrha je obraditi računovodstvene specifičnosti na



primjeru ovogih poslovnih subjekata, te dati analizu primjera iz prakse. Za te potrebe poslužio je inozemni startup CloudGuide, u kojem je autor rada proveo stručnu praksu i time stekao inozemna iskustva u ovome području.

Rad čine uvod, zaključak i pet poglavlja. Prvo poglavlje je opsežniji uvod u problematiku istraživanja. Ono istražuje značenje startupa, iznosi specifična obilježja te daje prikaz strukture i primjera. Sjedeće poglavlje predstavlja ulogu računovodstva u današnjici, u suvremeno doba. Poblize se analiziraju funkcije i specifičnosti računovodstva danas. Također, ovo poglavlje istražuje ulogu računovodstva na primjeru poslovanja startupa. Poglavlje koje slijedi daje računovodstveni obuhvat startupa u Republici Hrvatskoj. Posebice se analiziraju statistički pokazatelji, te primjeri iz prakse. Sljedeće poglavlje je studija slučaja, CloudGuide poduzeće. Predzaključno poglavlje daje prikaz računovodstvenih specifičnosti na odabranom primjeru

Metodologija istraživanja objedinjuje metodu analize i sinteze podataka, metodu komparacije, metodu apstrakcije. Posebice se izdvajaju induktivna metoda, metoda kritičkog promišljanja i zaključivanja te metoda studije slučaja. Također, poslužila je i metoda deskripcije.

# 1. STARTUP

Startup je relativno novi pojam u ekonomiji, koji je u suvremeno doba i dalje podložan promjenjivim pristupima poimanja i definiranja. Unatoč tome, tijekom proteklih nekoliko godina pa i dekada zabilježen je trend rasta broja ovakvih pothvata. Iako se poduzetnici i ostali dionici sve češće odlučuju na pokretanje ovakvog projekta, treba upozoriti kako on ne završava uvijek uspjehom i osnivanjem konkurentnih poduzeća na tržištu. Razlozi neuspjeha su brojni, a među glavnima se navode problematika okoline, neizvjesnost na tržištu, nedostatak iskustva i problem financiranja.

U suvremeno doba moguće je posvjedočiti o nekoliko vrlo uspješnih primjera poduzeća i multinacionalnih kompanija, koje su u počecima osnovane i pokrenute kao startup. Neki od njih su Facebook, LinkedIn, Airbnb i mnogi drugi ([www.lider.hr](http://www.lider.hr), 2021).

Kako bi se što uspješnije razumjela predmetna problematika, a na temelju tih saznanja bilo moguće ukazati na bitne odrednice uspješnog pokretanja i održavanja startupa, važno je prvenstveno razumjeti što on u praksi predstavlja. Naposljetku, potrebno je analizirati ga u skladu s nizom specifičnosti i jedinstvenih obilježja, kao i s aspekta različitih struktura ili oblika pojavnosti na tržištu.

## 1.1. POJAM I DEFINICIJA STARTUPA

Definicije startupa u kratkom su vremenu prošle kroz dinamičnu evoluciju, odnosno nekoliko faza modifikacije. Čak i u današnjici postoje dileme, neslaganja i oprečni stavovi u svezi pojmovnog određenja ove strukture, a na što utječu i nepredvidiva zbivanja na tržištu, suvremeni trendovi i dinamičnost promjena u koncepcijama poslovanja.

Među prvim definicijama ovoga pojma javlja se definicija autora Grahama (2012) prema kojoj je riječ o poduzeću koje je snažno i primarno usmjereno prema rastu. Ova definicija naglašava rast kao temeljnu odrednicu startupa, te u drugi plan postavlja tehnologiju, način financiranja i značajke osnivača, te slično.

Nešto kasnije, startup se počinje razmatrati kao ljudska institucija koja je osmišljena i dizajnirana te pokrenuta s ciljem stvaranja novih proizvoda i usluga, često potpuno inovativnih. Konačna svrha toga je osiguranje egzistencije novo osnovanog poduzeća na dinamičnom i kaotičnom tržištu. U okviru ove definicije važne komponente su ideje i inovacije, a smatra se kako one garantiraju rast. Važno je uočiti kako se, sukladno ovoj definiciji, startup može vezati i za pojedini odjel u nekoj već postojećoj kompaniji, što je čest primjer u današnjici (Graham, 2012).

Jedna od novijih i kompleksnijih definicija ovog fenomena je ona koja ističe kako je startup zapravo mlada, novonastala ili novoosnovana organizacija, od strane jednog ili više, najčešće mladih i perspektivnih poduzetnika. Temeljni cilj osnivanja je komercijalizacija ideje ili inovacije, to jest stvaranje proizvoda i usluga na temelju inovativnih ideja, te plasiranje i komercijalizacija na tržištu (Stone, 2018).

S ovog gledišta, startup predstavlja manje poduzeće koje istražuje nove poslovne opcije na tržištu, usmjereno je na rješavanje nekog konkretnog problema i osiguranje daljnjeg rasta i razvoja. Osnovne diferencijacije u odnosu na mala i srednja poduzeća su inovativnost, načini financiranja te stopa rasta na tržištu (Stone, 2018).

## **1.2. SPECIFIČNOSTI STARTUPA I NJEGOVA POSLOVANJA**

Na temelju istaknutih pojmovnih određenja startupa moguće je zaključiti kako je u praksi riječ o poduzeću ili organizaciji, koja je najčešće osnovana od strane jednog ili nekolicine osoba, te koje su u inicijalnoj fazi usmjerene na inovativni odgovor prema tržišnoj potražnji, postojećoj ili potencijalnoj. U toj fazi vodeći činitelji uspjeha su inovativna ideja i kapital.

U nastavku se prikazuju osnovne karakteristike ili obilježja startupa (Tablica 1.).

**Tablica 1. Obilježja startupa**

OBILJEŽJE	RAZRADA
-----------	---------

Mladi u nastajanju	Mlada organizacija i relativno neiskusni osnivači
Inovativnost	Inovativna ideja – inovativni proizvod i usluga
Rješavanje problema	Reduciranje ili rješavanje problema – uspjeh osnivanja
Usmjerenost prema rastu	Primarni cilj je prelaženje startup granica
Usredotočenost prema odr lvom modelu poslovanja	Misija je pronalazak održivog i profitabilnog poslovnog modela
Skalabilnost	Jedna od temeljnih karakteristika, a odnosi se na kapacitet za rast i stvaranje dobiti koji moraju premašivati ukupne troškove poslovanja
Dinamika	Eksperimentiranje, učenje i testiranje
Neuspješnost	Dok ne postigne željeni uspjeh, svaki startup je neuspješan
Veličina i životni ciklus	Startup ne može biti poduzeće starije od 2 godine i ono koje ima više od 10 zaposlenih
Neovisnost	Nevezano i samostalno

Izvor: Izrada autora prema: Athena market research (2021.) Što je startup: definicija, primjeri i osnove za njegovo stvaranje. Dostupno na: <https://hr.athenamarketresearch.com/qu-es-una-startup-definici-n> (13.11.2021.).

Objedinjujući istaknute karakteristike, koje ujedno čine specifična obilježja startupa, moguće je detaljnije razumjeti što on u praksi predstavlja, te na koji način funkcionira. Na umu svakako treba imati da kod ovog primjera cilj nije brzo zaraditi novac, uspjeh nije iznenađan, a startup ne mora biti nužno i isključivo tehnološke prirode.

### 1.3. SPECIFIČNOSTI POSLOVANJA STARTUPA

Specifičnost poslovanja startupa podrazumijeva cjelokupni proces, od njegova osnivanja i pokretanja do ostvarenja željenog uspjeha na tržištu i daljnjeg nastavka. Već je bilo riječi o tome kako se startup pothvati pokreću i razvijaju u dinamičnom, nepredvidivom i vrlo izazovnom okruženju. Dodatni izazov stvara i neizvjesnost na tržištu koja se intenzivira s napretkom ekonomije, načina poslovanja i razvoja u suvremeno doba.

Početak osnivanja i pokretanja startupa uvijek se temelji na pretpostavkama. Konkrentiji proces osnivanja i pokretanja poslovanja determiniran je sljedećim fazama ili aktivnostima (Blagus, Stipančić, 2021):

- Identifikacija problema i segmenata korisnika;
- Istraživanje tržišta;
- Validacija problema;
- Dizajn i validacija rješenja;
- Definiranje poslovnog modela;
- Go to market strategija;
- Pravna struktura;
- Razvoj tima;
- Financiranje.

Iako je definirano nekoliko aktivnosti koje se vežu uz pokretanje i specifičnost poslovanja startupa, moguće je konkretizirati tri faze. To su prepoznavanje problema i inovativne ideje, specificiranje proizvoda ili usluge, komercijalizacija ili penetriranje na tržište (Blagus, Stipančić, 2021).

Prva se faza time veže uz identificiranje konkretnog problema i specificiranje mogućih rješenja u vidu proizvoda i/ili usluga. Ovo razdoblje određuju također komunikacija s dionicima, osiguranje resursa, testiranje i izrada rješenja te planova. Vidljivo je kako dolazi do preklapanja prve dvije faze pa se ponekad neki primjeri odlučuju na njihovo integriranje u jednu zasebnu (Blagus, Stipančić, 2021).

Sljedeća faza je validiranje poslovnog modela, to jest njegovih komponenti. Nakon toga startup se koncentrira na učinkovitu akviziciju korisnika i eksponencijalni rast ili skaliranje. Skaliranje prije ovog trenutka jedna je od najčešćih pogrešaka u njihovu razvoju (Blahus, Stipančić, 2021).

Poslovni model startupa bitno određuje specifičnosti njegova poslovanja. Tendencija je da je poslovanje održivo, a time i poslovni model. U tom kontekstu specifičnost poslovanja odnosi se, ne samo na izvore i načine financiranja, već i na obilježja poslovnog modela, u smislu kanala distribucije i komunikacije s dionicima, aktivnostima u smjeru stvaranja vrijednosti, ali i ključnih resursa te načina njihova osiguranja.

Na primjeru startupa, paralelno s definiranjem poslovnog modela priprema se i strategija izlaska na tržište. Plan kojim se dolazi do novih kupaca naziva se *Go-to-market* strategijom. Riječ je o kratkoročnoj strategiji plasiranja novog proizvoda i izlaska na novo tržište. Razlikuje se od marketing strategije i od vizije jer predstavlja samo prvi korak u njezinu ostvarenju (Blagus, Stipančić, 2021).

Važne odrednice poslovanja startupa u okviru strategije izlaska na tržište su (Blagus, Stipančić, 2021):

- Fokus – tko je korisnik/potrošač i kako stupiti s njim u kontakt;
- Kanali – kanali moguće akvizicije korisnika;
- Prioriteti – odabiru se temeljem utjecaja na cilj, pouzdanost i dostupnost;
- Metrika – temelj je procjena povrata na investiciju za svaki kanal distribucije i plan budućih ulaganja.

*Go-to-market* strategija služi tržišnom pristupu. Tek nakon što se dostigne određena razina napredovanja, ostvare prihodi i potreba za novim zaposlenima, potrebno je odlučiti se za oblik i vrstu pravnog subjekta. Preporuka je odlučiti se za društvo s ograničenom odgovornošću, upravo zbog odgovornosti koje su u ovome slučaju ograničene, za razliku od obrta, kod kojeg se za sve nastale obveze i na sve rizike odgovara sa svom imovinom osnivača.

Specifičnosti poslovanja startupa odnose se i na osiguranje lakoće poslovanja, što je više moguće, odnos s kupcima i troškove poslovanja, posebice porezne pritiske. Treba istaknuti da su ovi poslovni oblici agilni i brzi. U praksi sve više teže i oslanjaju se na online ili digitalno poslovanje, prava na kupnju udjela u poduzeću po benificiranim cijenama te dostupnosti udjela. Praksa pokazuje da im to na području Europske unije, a time i Hrvatske nije osigurano, što ih potiče na preseljenje matice poduzeća u druge zemlje (Alpha capitalis tim, 2019).

Jedna od temeljnih specifičnosti startupa i njegova poslovanja je način financiranja. To je ujedno i vodeći izazov prilikom osnivanja, ali i najveća neizvjesnost budućeg poslovanja. Startup kao mlada i novoosnovana organizacija izložena je sljedećim skupinama rashoda (Alpha capitalis tim, 2019):

- Održavanje pozitivnog novčanog toka; sirovine, plaće, obuka zaposlenika i marketing;
- Kapitalna ulaganja u opremu, zemljište i nekretnine;
- Dugoročni razvoj proizvoda.

Odluka o financiranju, to jest izvorima i strukturi financiranja, vodeća je strateška odluka. Za potrebe kvantificiranja potrebnih financijskih sredstava učinkovito je koristiti se modelom novčanih tokova, a na temelju čega se razvijaju precizne financijske projekcije, kako bi se definirale dugoročne i kratkoročne financijske potrebe.

Osim vlastitih sredstava osnivača, u smislu uštede, zajmova ili kredita, postoje i alternativni izvori. To su (Alpha capitalis tim, 2019):

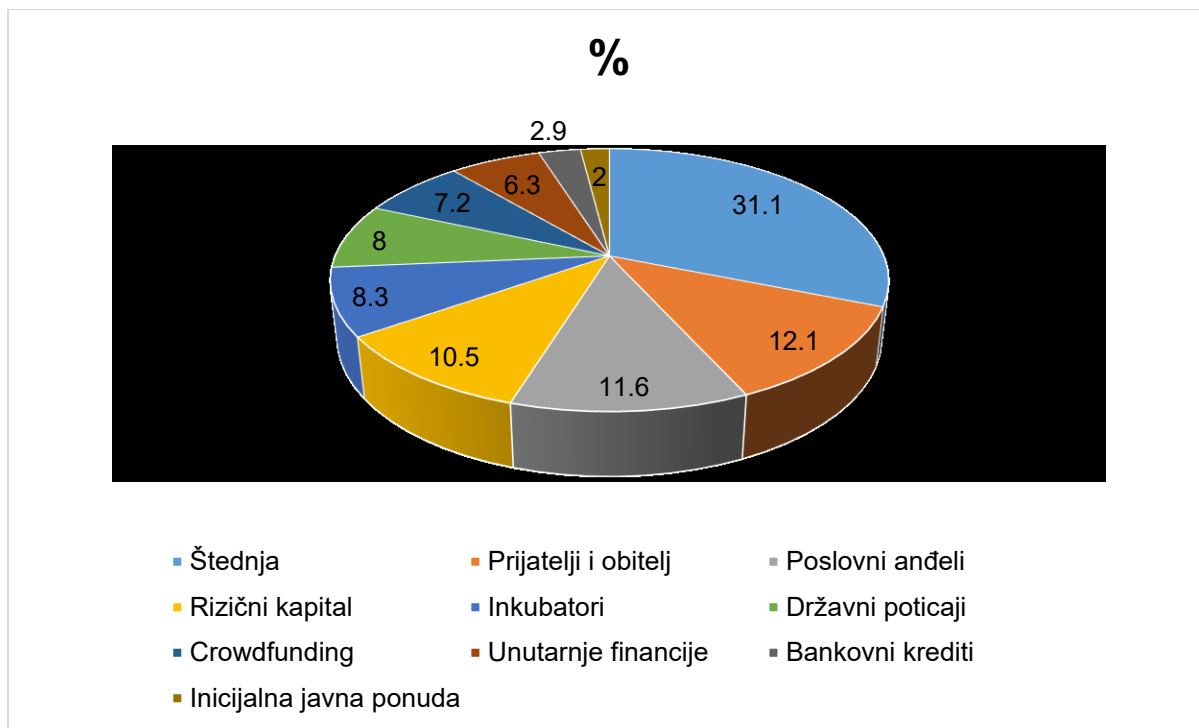
- *Crowdfunding* ili skupno financiranje – prikupljanje financijskih sredstava od većeg broja ljudi putem međumrežnih platformi;
- Anđeli investitori – financijska sredstva od strane dobrovoljnih ulagača, koji ujedno pružaju i intelektualnu podršku, a za uzvrat traže uglavnom pravo nadgledanja i upravljanja društvom;

- *Venture* kapital – nije uvijek prikladan jer ulagači traže društva s visokim potencijalom rasta u sektorima kao što su informacijska tehnologija, komunikacije i biotehnologija. Oni zauzimaju poziciju suvlasnika u društvu pa će u slučaju startupa tražiti značajan udio u vlasničkoj strukturi kako bi nadomjestili rizik investiranja;
- Rizični kapital – ulaganje u društva u privatnom vlasništvu koja imaju potencijal ostvariti visoke stope rasta tijekom razdoblja od 3 do 7 godina. Ta ulaganja imaju za cilj transformirati društvo i stvoriti novu vrijednost kroz aktivno upravljanje. Ovi fondovi prikladni su za financiranje u fazi intenzivnog rasta ili konsolidacije na tržištu;
- Potpore i subvencije startupima – poduzetnički inkubatori kao akceleratori razvoja, koji se usmjeravaju na podršku novim društvima u ranoj fazi razvoja. Također, državne agencije često osiguravaju financiranje u vidu bespovratnih sredstava i subvencija, uz uvjet zadovoljenja kriterija.

Vidljivo je kako su startupima na raspolaganju različiti izvori financiranja. U praksi se često pristupa njihovu kombiniranju, što se smatra učinkovitim. Prikaz strukture financiranja startupa u Europi daje se u nastavku (Grafikon 1.).

### **Grafikon 1. Struktura financiranja startupa u Europi**





Izvor: Izrada autora prema: Startup monitor (2019.) EU Startup Monitor. Dostupno na: <https://startupmonitor.eu/> (13.11.2021.).

U strukturi financiranja dominiraju štednja, te zajmovi od prijatelja i rodbine, poslovnih anđela. Slijede rizini kapital i inkubatori te državni poticaji. Najmanje su popularni financijski resursi od bankovnih kredita i javnih ponuda.

#### 1.4. STRUKTURA I PRIMJERI STARTUPA

Iako je u praksi moguće govoriti o različitim klasifikacijama ili strukturama startupa, smatra se najjednostavnijim tvrditi kako se oni mogu razlikovati ovisno o sektoru i djelatnosti u kojoj se javljaju, načinu financiranja, ideji koje su nositelji i proizvodima te uslugama. U medijima i znanstvenim radovima moguće je uočiti i ostale primjere struktura startupova. Jedna od njih razikuje sljedeće (Brezak Brkan, 2020):

- *Small business* startupi;
- Skalabilni startupi;
- Startupi za prodaju;
- Društveno odgovorni startupi;

- *Lifestyle* startupi;
- Korporativni startupi.

U suvremeno doba sve su popularniji društveno odgovorni startupi, e-startupi i tehnološki usmjereni startupi. Smatra se kako su pojedine vrste i struktura istih odraz aktualnih poslovnih zbivanja i suvremenih ekonomskih trendova. O najuspješnijim primjerima startupa u svijetu bilo je riječi pa se u ovome dijelu spominju primjeri uspješnih startupova u Hrvatskoj. Neki od njih su AdScanner, Agrivi, Amodo, Ascalia, Cognism, Infobip, OptimoRoute, Oradian, ReversingLabs i Rimac Automobili ([www.lider.hr](http://www.lider.hr), 2020). Detaljnije o njima biti će riječi u narednim poglavljima.

### **1.5. ULOGA STARTUPA U DRUŠTVU I EKONOMIJI**

O ulozi startup organizacija u nekom gospodarstvu i društvu moguće je govoriti na temelju prethodno iskazanih definicija i njihovih obilježja. Naime, smatra se opravdanim zaključiti kako su startupovi pokretači promjena, inovacija, ali i zapošljavanja. Oni generiraju nove poslovne ideje, obogaćuju tržište novim proizvodima i uslugama, a u slučaju uspjeha i rasta važan su generator zapošljavanja ([www.lider.hr](http://www.lider.hr), 2020).

Pokretači startupa ne samo da osiguravaju vlastitu egzistenciju i stalno zaposlenje, već to čine i ostalim zainteresiranim. Također, oni su pokretači gospodarske aktivnosti i proizvodnosti, ovisno o vrsti proizvoda i usluga koje na tržištu nude. Već je bilo riječi o tome da je startup uvijek usmjeren na nešto novo, na inovaciju i rješavanje problema. Time se mogu razmatrati i kao ekonomski stabilizatori promjena i problematičnih čimbenika u nekom gospodarstvu i društvu ([www.lider.hr](http://www.lider.hr), 2020).

Održivost je bitna odrednica startupa što dodatno intenzivira njihovu ekonomsku i socijalnu ulogu. Time se smatraju promotorima održivog ekonomskog razvoja i socijalnog napretka. Posebnu značajku u tom segmentu imaju društveno odgovorni starupovi.

## **2. RAČUNOVODSTVO U SUVREMENOM OKRUŽENJU POSLOVANJA**

Računovodstvo kao znanstvena disciplina daje uvid u sve poslovne i financijske transakcije koje se u toku nekog razdoblja događaju na razini svake organizacije. Sukladno tome, može se istaknuti kako računovodstvo prati i izvještava o poslovanju koje se veže uz neko konkretno mjesečno, kvartalno, godišnje ili neko sasvim drugo razdoblje (Puškarević, 2015).

Ova disciplina ima presudnu ulogu, ne samo za organizacije, već i sve ostale izravno i neizravno povezane dionike. Primjerice, organizaciji računovodstvo pomaže da bolje razumije postignute rezultate, procijeni budući financijski i poslovni tijek, a na temelju toga donese i strateške odluke. S druge strane, ostali dionici također, pomoću računovodstvenih izvještaja, imaju uvid u objektivno stanje i uspjeh organizacije, a na temelju toga donose vlastite odluke. Primjerice, država naplaćuje poreze i ostala davanja, investitori odlučuju o ulaganju i slično (Puškarević, 2015).

Računovodstvo danas ima nešto drugačiji značaj od nekadašnjeg. Ono je rezultat dinamičnih promjena na tržištu, ali i promjena u poreznim zakonima i sličnim aktima s kojima je povezano. Također, računovodstvo u suvremeno doba poprima dodatne funkcije i smatra se izravnom podrškom poslovnim organizacijama.

### **2.1. RAČUNOVODSTVO DANAS**

Računovodstvo se može definirati na nebrojeno mnogo načina. Neovisno o pristupu definiranja ovoga pojma, uvijek se ističe kako je riječ o znanstvenoj disciplini koja je posvećena mjerenju, registriranju ili evidentiranju te tumačenju poslovnih procesa, financijskih rezultata i kretanja na primjeru organizacija javnog i privatnog sektora (Puškarević, 2015).

S razvojem poslovanja, ali i međunarodne ekonomije općenito te potreba dionika, dolazi i do intenzivnijeg razvoja računovodstva. Taj razvoj odnosi se primarno na suvremeno poimanje računovodstvene discipline, ali i na razvoj njezinih funkcija.

Dinamične promjene koje su se odrazile na računovodstvo u suvremeno doba nameću potrebu za analizom i definiranjem takozvanog suvremenog računovodstva. U današnjici je važno razlučiti adekvatne definicije koje će obuhvatiti posljedice intenzivnog razvoja ove discipline i cjelovito prezentirati funkcije ove discipline u suvremeno doba. Važno je istaknuti da suvremeno računovodstvo biva obilježeno širim obujmom i razvijenim strukturama njegove sadržajnosti.

Poimanje i razumijevanje suvremenog računovodstva u današnjici se nerijetko provodi na laički način pri čemu se ono izjednačava s knjigovodstvom. Treba pri tome upozoriti da je to u potpunosti neispravno jer knjigovodstvo čini tek dio računovodstvene discipline. Smatra se ispravnijim pojmiti računovodstvo kao jedan od nužnih instrumenata ili sustava kojima se potiče racionalizacija u organizaciji, ali i odnos organizacije spram okoline (Collier, 2003).

Najjednostavnije je istaknuti kako se suvremeno poimanje računovodstva izdiže nad svim dosadašnjim pristupima njegova pojmovnog određenja. Njihova razrada daje se u nastavku:

- Računovodstvo kao informacijski sustav – računovodstvo kao informacijski sustav mjeri poslovne aktivnosti, prerađuje informacije u izvještaje i iste prezentira korisnicima informacija i donositeljima odluka (Harrison i dr., 1998);
- Računovodstvo kao skup sustava – računovodstvo predstavlja skup sustava i procesa koji se koriste za evidentiranje, izvještavanje i tumačenje poslovnih transakcija. Time ono pruža uvid u račune, izvještaje i transakcije svim dionicima (Collier, 2003);
- Računovodstvo kao odgovornost – veže se uz odgovornost računovođe za podnesene izvještaje i događaje koji su prethodili i slijedili (Puškarević, 2015);

- Računovodstvo je umijeće – računovodstvo je umjetnost prezentiranja financijskih informacija o poslovnoj cjelini svim dionicima. To izvještavanje ukazuje na novčane i ekonomske pojmove te resurse u organizaciji, a umijeće se očituje u odabiru informacija koje su bitne korisnicima i koje su pouzdane (Elliott, Elliot, 1999);
- Računovodstvo je jezik poslovanja – ono koristi jedinstveni riječnik za izvještavanje informacija dionicima, metodologije i standarde izvještavanja (Dauderis, Annand, 2014);
- Računovodstvo je skup postupaka, aktivnosti, koncepata, teorija i metoda – računovodstvo obuhvaća sve aktivnosti koje kojima se mjeri uspjeh organizacije u nekom razdoblju, te predviđaju buduće projekcije. Osim toga, ono koristi brojne metode, modele, koncepte, standarde i teorije za obradu informacija u poslovne i financijske izvještaje, ali i za evidentiranje svih poslovnih događaja (Coombs i dr., 2005).

Inicijalno je računovodstvo nastalo kao posljedica praktičnih potreba. To se daje iščitati i iz nekih prvotnih definicija, poput definicije Američkog instituta za certificiranje javnih računovođa prema kojoj je računovodstvo umjetnost zapisivanja, klasificiranja i sažimanja poslova i događaja na značajan način i u novčanom izrazu, te interpretiranja rezultata tih događaja, koji su bar dijelom financijskog karaktera (AICPA, 1953).

Nešto opsežniju i ciljniju definiciju računovodstva dalo je Američko udruženje računovođa, koje navodi kako ono predstavlja proces identificiranja, mjerenja i izvještavanja ekonomskih informacija, koje omogućuju odlučivanje od strane korisnika istih (AAA, 1966). Temeljna kritika ovoj definiciji mogla bi se odnositi na činjenicu da ona računovodstvo predstavlja tek kao pomoć ili podršku u poslovnom odlučivanju, a što se smatra tek jednom od brojnih funkcija ove discipline u suvremenoj domi.

Suvremeno računovodstvo i računovođe bave se, uz navedeno, tumačenjem zapisanih poslovnih događaja i rezultata, ali i rješavanjem konkretnih poslovnih i financijskih problema i ograničenja. Oni su zaduženi za usmjeravanje razvoja organizacije, ali i za konačni uspjeh. Informacije koje generira računovodstvo služe i za optimizaciju korištenja

ograničenih resursa u poslovanju, a s ciljem ostvarenja najboljih mogućih rezultata. Time ono predstavlja svojevrsno umijeće.

Danas postoje tri važne odrednice suvremenog računovodstva, a to su (Puškarević, 2015):

- Učešće u formiranju i implementaciji strategije za pomoć uspjehu organizacije;
- Činjenice da računovođe rade unutar menadžerskog tima;
- Uloga suvremenog računovođe može se opisati kratkim nabrojanjem globalnih inkluzivnih nadležnosti.

Ovime se potvrđuje da suvremeno računovodstvo nadilazi granice nekadašnjeg tradicionalnog, na način da poprime šire razmjere i sve brojnije funkcije. Dodatna obilježja suvremenog računovodstva odraz su korištenja kompleksnih softverskih rješenja i infromatičke tehnologije u svakodnevnom poslovanju.

Današnje, suvremeno računovodstvo neizvedivo je bez ove podrške, što nekada nije bilo nužno pravilo. Daje se istaknuti kako je suvremeno računovodstvo „profesija i znanstveno-praktična disciplina koja na specifičan način uobličava ostvarenje aktivnosti područja organizacije koje u praksi egzistira, raste i razvija se u nezamjenljivi dio sustava praćenja i usmjeravanja ukupnog života organizacije i svih njezinih dijelova (Puškarević, 2015: 60)“.

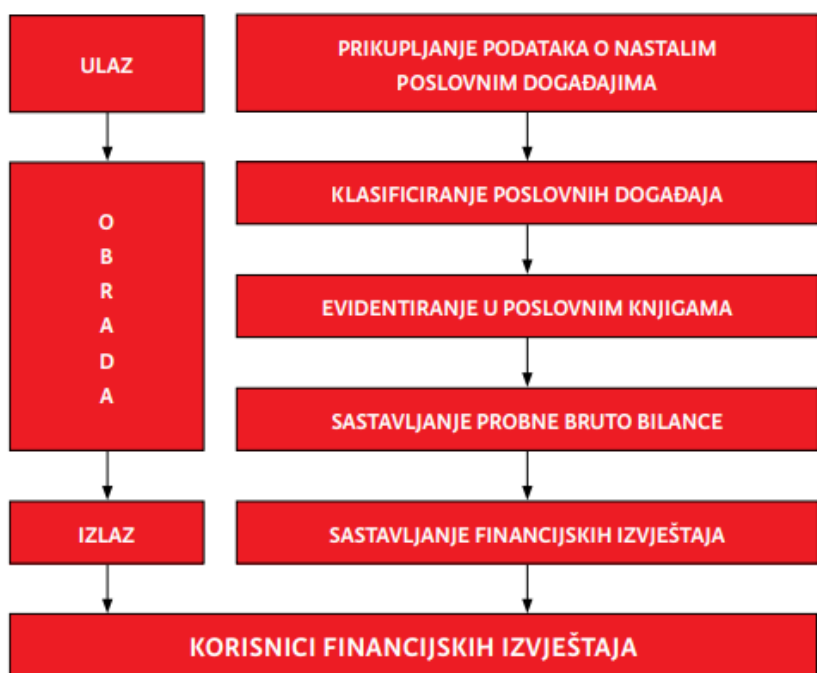
## **2.2. FUNKCIJE I SPECIFIČNOSTI RAČUNOVODSTVA**

Kada se govori o ulozi računovodstva na razini bilo koje organizacije, prvenstveno se analizira računovodstvena funkcija, kao jedna od temeljnih poslovnih i procesnih funkcija u svakoj organizaciji. Računovodstvena funkcija u Hrvatskoj se organizira i djeluje na temelju odredbi Zakona o računovodstvu (Narodne novine, NN 78/2015, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20), koji između ostaloga naglašava obveznu primjenu računovodstvenih standarda pri kreiranju računovodstvenih izvještaja i uopće izvještavanju o poslovnim događajima.

Obveznici primjerne spomenutog Zakona u Hrvatskoj su svi poduzetnici koji imaju sjedište u ovoj državi i koji su osnovani temeljem postojećih zakonskih odredbi države. U kontekstu računovodstvene funkcije na primjeru ovih dionika, posebice se naglašava njezina bitnost koja je izražena kroz evidenciju imovine, kapitala, obveza, rashoda i prihoda te rezultata poslovanja. Time se daje konkretizirati da je računovodstveno poslovna funkcija zadužena za prikupljanje, kronološko i sadržajno sređivanje i dokumentiranje podataka, analitičke evidencije, provedbu evidencija imovine i promjena u imovini poduzeća, kao i za pripremu podataka za izradu računovodstvenih izvještaja i ostalih poslovnih dokumenata. Osim toga, ona daje uvid u izvore i strukturu financiranja, prihoda i rashoda, kao i tijekom poslovanja, odnosno ostvarene rezultate (Gulin i dr., 2012).

Računovodstvena funkcija kao procesa prikazana je Slikom 1.

**Slika 1. Računovodstvena funkcija kao proces**



Izvor: Volarević, H., Varović, M. (2013.) *Osnove računovodstva*. Zagreb: Mate d.o.o. Str. 17.

Osnovni računovodstveni zadaci važni su za istaknuti u ovome kontekstu jer ukazuju na funkcije računovodstva. Oni se odnose na poslove prikupljanja, obrade i prezentiranja

računovodstvenih informacija. Upravo su informacije u suvremeno doba strateški resursi, a njihov izvor, među ostalima, je računovodstvo.

Uloga računovodstva odražava se i kroz doprinos koji ova disciplina, odjela ili funkcija daju ostalim dionicima unutar i izvan organizacije. Primjerice, uprava i menadžment imaju kontinuiranu potrebu za točnim i kvalitetnim financijskim i nefinancijskim informacijama, koje generira upravo računovodstvo. Te informacije daju uvid u proteklo poslovanje, ali su i osnova za kvantificiranje rezultata i planiranje budućih poslovnih događaja i smjerova.

Od ostalih dionika, koji izravno ili neizravno ovise o ovim informacijama, izdvajaju se vlasnici uloženog kapitala, investitori i dioničari. Bitnost ovih informacija u njihovom slučaju je u tome što na temelju istih odlučuju o daljnjem investiranju, procjenjuju prinose na uložna sredstva, kontroliraju gubitak vrijednosti i slično.

S jednostavnošću se daje naslutiti kako je računovodstvena funkcija u nekoj organizaciji jedna od temeljnih. Ona pomaže u procesu odlučivanja dionika, a osobitu ulogu ima i u procesu kontrole poslovanja, kao i za učinkovito upravljanje i ostvarivanje ciljeva poduzeća (Hladika i dr., 2017).

Kod analize uloge i funkcija računovodstva, neovisno o vrsti organizacije, veličini i ostalim obilježjima, vrlo je značajno razmotriti na koji način je računovodstvo povezano s ostalim poslovnim procesima, aktivnostima ili funkcijama. Pregled tih odnosa slijedi (Tablica 2.).

**Tablica 2. Odnos računovodstvene funkcije i ostalih poslovnih funkcija u organizaciji**

FUNKCIJE	ODNOS S RAČUNOVODSTVENOM FUNKCIJOM
----------	------------------------------------



Nabavna funkcija	<p>Informacije o:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obvezama i strukturi obveza;</li> <li>• Kamatama;</li> <li>• Budućim kretanjima i planskoj kalkulaciji;</li> <li>• Eventualnim odstupanjima od planiranog.</li> </ul>
Razvojna funkcija	<p>Informacije o:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vrijednosti uloženog za svaku investiciju;</li> <li>• Troškovi razvoja i kontrola uloženog te povrata;</li> <li>• Obveze prema dobavljačima;</li> <li>• Buduća kretanja investicija i razvoja.</li> </ul>
Proizvodna funkcija	<p>Informacije o:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nezavršenoj proizvodnji i njezinoj strukturi;</li> <li>• Kalkulacija troškova i izlaznih cijena;</li> <li>• Uzroci eventualnih odstupanja i mjere uklanjanja.</li> </ul>
Prodajna funkcija	<p>Informacije o:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gotovim proizvodima na zalih;</li> <li>• Potraživanjima od kupaca;</li> <li>• Obračunatim i naplaćenim kamatama te troškovima;</li> <li>• Predračunima i avansima.</li> </ul>
Financijska funkcija	<p>Informacije o:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dnevnom stanju svih računa novčanih sredstava;</li> <li>• Potraživanja od kupaca;</li> <li>• Vrijednosni papiri i obračuni izvještaja;</li> <li>• Buduća kretanja;</li> <li>• Nepravilnosti i korekcija.</li> </ul>
Upravljačka funkcija	<p>Dobit prema uložnim sredstvima, dobit prema prosječno korištenim sredstvima, vrijednost dionica i iznos dividendi, upotreba kapitala, solventnost, likvidnost, prijedlog plana, izvršenje plana te analize, statistike i kontrole.</p>

*Izvor: Izrada autora prema: Gulin D. i dr. (2012.) Poslovno planiranje, kontrola i analiza, II izmijenjeno i dopunjeno izdanje. Zagreb: Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika.*

Računovodstvena funkcija usko je i izravno povezana sa svim poslovnim funkcijama u svakoj organizaciji. Može se čak tvrditi da učinkovitost i efikasnost pojedinih od njih izravno ovisi o računovodstvenoj funkciji. Razlog tome je i činjenica da propusti u jednoj od poslovnih funkcija destabiliziraju ostale, a time i čitavu organizaciju.

Sve poslovno-procesne funkcije bilo koje organizacije ovise o računovodstvu i kvaliteti izvedbe ovih poslova. Vidljivo je da ono zadire u sve poslovne aktivnosti, o istima izvještava, prati ih, kontrolira, ali i usmjerava. Upravo iz tog razloga, često se u razvijenim i većim organizacijama na mjesta voditelja računovodstvenih odjela postavljaju najstručniji zaposlenici (Gulin i dr., 2012).

### **2.3. RAČUNOVODSTVENA ULOGA NA PRIMJERU STARTUPA**

Uloga računovodstva na primjeru startup poduzeća može se razmatrati kao i uloga ove discipline na primjeru mikro i malog poduzetništva. Razlog tome je činjenica da startup u mnogočemu korespondira s ovim poduzećima. Polazi se od uvjerenja da računovodstvo u startup kompanijama ima jednake funkcije kao što su i prethodno konstatirane, odnosno da ono učvršćuje ovu organizaciju pri čemu pruža objektivne informacije i usmjerava budući razvoj. Podrška i savjetodavna funkcija imaju osobitu ulogu u prvim razdobljima djelovanja startupa, no jednako tako podržavaju i ostatak razvojnog procesa. Time računovodstvo unaprjeđuje efektivnost i efikasnost aktivnosti startupa (Puškarević, 2015).

Zbog same veličine i ostalih obilježja startupa, o kojima je bilo riječi, računovodstvo se često provodi kao *outsourcing*, to jest za ove poslove se angažiraju vanjski dionici, načešće knjigovodstveni obrti. S rastom i razvojem startupa i promjenom strukture dolazi, potencijalno, do organiziranja zasebnog računovodstvenog odjela unutar organizacije.

Uloga računovodstva na primjeru startupa značajna je iz niza razloga. Osim spomenutih funkcija osobito je važno ukazati da svaka odluka polazi od računovodstvenih informacija, podataka i izvještaja. Naposljetku, kako je riječ o novoj organizaciji na tržištu, koja često ovisi o vanjskom kapitalu, to jest povjerenju dionika u organizacije, računovodstvo se ističe kao poveznica između startupa i dionika.

Pomoću računovodstvenih funkcija startup vrši interakciju s društvom. Naime, računovodstvo, između ostaloga, ima i sociološko značenje. Pomoću njega, startup će unaprijediti alokaciju ograničenih resursa s ciljem osiguranja vlastite i društvene dobrobiti. Računovodstveno izvještavanje o poslovanju startupa doprinijeti će prezentaciji i objektivnom sagledanju ekonomskih, finansijskih i razvojnih snaga te rezultata startupa u društvu u kojem djeluje. Na taj način, potencijalno se razvijaju i pozitivni odnosi između ovih strana (Puškarević, 2015).

Sukladno navedenom, računovodstvo se u ovome slučaju javlja kao socijalna ili društvena te institucionalna praksa koja će služiti pojedincima, skupinama, procesima i čitavom društvu, a koja će pomoći u ostvarenju specifičnih ciljeva. Jednako tako računovodstvo je i važan generator sigurnosti i stabiliziranja te minimiziranja rizika, koji je na primjeru startupa vrlo izražen.

### **3. RAČUNOVODSTVENE SPECIFIČNOSTI I FUNKCIJE NA PRIMJERU STATUPA**

Mreža ovih poslovnih subjekata u Hrvatskoj ističe se sve razvijenijom podrškom vodećih dionika, u smislu javnih tijela i institucija, ali i nekih ostalih subjekata, no intenzitet razvoja još uvijek značajnije zaostaje za razvijenijim državama svijeta, posebice Sjedinjenim Američkim Državama. One u ovome smislu prednjače na međunarodnoj razini. Unatoč tome, Hrvatska se može pohvaliti konkretnim i vrlo uspješnim primjerima startupa.

Ovisno o razvijenosti startupa i životnom ciklusu, moguće je govoriti o unutarnjem računovodstvu, odnosno ustrojenom računovodstvenom odjelu unutar organizacije ili vanjskom to jest *outsourcing* usluzi ove prirode. Smatra se kako unutarnje računovodstvo iziskuje nešto veće troškove startupu, no smatra se kako je podrška u tom slučaju cjelovitija i nešto snažnija.

Tendencija je u ovome poglavlju istražiti osnovna obilježja mreže startupova u Hrvatskoj, te analizirati odabrane primjere i računovodstvene specifičnosti na razini tih primjera. Time se detaljnije obrađuje središnji interes ovoga rada i poduzetog istraživanja.

### **3.1. MREŽA STARTUPA U HRVATSKOJ**

Razina razvijenosti mreže startupova u Hrvatskoj još uvijek je značajnije slabija od one na međunarodnoj razini, osobito u usporedbi sa Sjedinjenim Američkim Državama. Iako se startupi tek razvijaju u Hrvatskoj, postoji sve veći broj dionika koji uređuju ova pitanja, kontroliraju ih i potiču razvoj ovog oblika poslovanja.

Osnovne institucije i tijela koja podržavaju razvoj startupa u Hrvatskoj su (Nikolić, Zorić, 2014):

- Ministarstvo poduzetništva i obrta;
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG);
- Hrvatska gospodarska komora (HGK);
- Hrvatska obrtnička komora (HOK);
- Hrvatska udruga poslodavaca (HUP);
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR);

- Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ).

Ova tijela izravno podržavaju sve oblike poduzetništva u Hrvatskoj, a svojim djelovanjem dotiču se i svih pitanja u svezi pokretanja, poslovanja i razvoja startupa. Bitna odrednica ovih dionika je podrška u svim fazama razvoja startupa, bilo putem pružanja informacija, provedbom raznih programa, projekata i ostalim poticajnim mjerama.

Osim ovih dionika treba spomenuti i niz institucija poput regionalnih i lokalnih razvojnih agencija, poduzetničkih centara i inkubatora, tehnoloških parkova, obrazovnih institucija i sličnih. Danas na čitavom području Hrvatske djeluje preko 50 razvojnih agencija koje su usmjerene, između ostaloga, na pružanje podrške, usluga savjetovanja i projektnih rješenja poslovnim subjektima i onima koji to namjeravaju postati. Time one pomažu i u sustavu njihova financiranja jer se često na temelju pisanih projekata vrše prijave za dodjelu subvencija držanih sredstava ili sredstava iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova. Također, Hrvatska broji 30ak poduzetničkih centara, poduzetničke inkubatore i tehnološke parkove te niz ostalih dionika koji čine institucionalnu podršku razvoju startupa u ovoj državi.

Vodeći istraživački centar, koji djeluje i kao svjetska platforma za mapiranje i analizu startup ekosustava diljem svijeta, naziva se Startup Blink - Startup Ecosystem Rankings 2020 (StartupBlink, 2020). Protekle godine provedeno je istraživanje ovih ekosustava na primjeru većeg broja zemalja, a istražena su i ostala obilježja, poput okruženja startupa, utjecaja vanjskih čimbenika i trendova na njihovo poslovanje te slično.

Prema posljednjem mjerenju Startup Blinka 2020. godine, Hrvatska je 39. mjesto kao najbolja lokacija za startupe na svijetu, od ukupno 202 zemlje, koje su obuhvaćene istraživanjem. Ovaj rezultat može se sagledati s pozitivnog aspekta. Naime, s obzirom da se 2019. godine Hrvatska po ovome kriteriju našla na 50. mjesutu, vidljiv je napredak za čak 11 mjesta. To ukazuje na istaknutiji angažman dionika u Hrvatskoj prema razvoju startup povoljne klime i poslovnog okruženja (CEPOR, 2021).

Navodi se i podatak kako su najkonkurentnije zemlje svijeta Sjedinjene Američke Države, Ujedinjeno Kraljevstvo, Izrael, Kanada, Njemačka, Nizozemska, Australija, Švicarska, Španjolska i Švedska. Od susjednih zemalja najuspješnije su Slovenija (35. mjesto), Mađarska (37. mjesto), Srbija (42. mjesto), Bosna i Hercegovina (73. mjesto) (CEPOR, 2021).

U izvješću se, osim Zagreba kao najbolje rangiranog grada, koji je ostvario 115. globalno mjesto, spominju Split, Rijeka, Zadar i Pula, kao atraktivni gradovi za razvoj startupa. U svrhu unapređenja pozicije, ovim istraživanjem generirane su i preporuke zemljama koje su u stome sudjelovale. Primjerice, kako bi Hrvatska unaprijedila poziciju na globalnoj startup sceni, Zagreb bi se trebao pozicionirati u regionalno startup središte, dok bi se u drugim gradovima trebala pružati podrška i razviti snažno startup okruženje. Time bi se smanjilo iseljavanje mladih i talentiranih poduzetnika koji svoja startup poduzeća pokreću najčešće u svjetkim metropolama. Vrlo je važna i uloga javnog sektora koji bi svojim aktivnostima trebao pružiti podršku privatnim inicijativama i biti uključeniji u razvoj startup ekosustava (CEPOR, 2021).

Prošle godine, tijekom listopada provedeno je istraživanje kompanije PwC Hrvatska. U okviru njega ispitan je utjecaj pandemije Covid19 na poslovanje startupa i ostalih kompanija u Hrvatskoj. Uslijedilo je izvješće „Digital Footprint”, koje daje analizu trenutnog stanja hrvatskog startup ekosustava i poslovanja kompanija, kao i pregled očekivanja u budućnosti.

Ovo je izvješće naglasilo kako je pandemija potaknula prilagodbu gospodarstva na način da se intenziviraju značaj i implementacija digitalnih rješenja i transformacije postojećih poslovnih modela. To su trenutno neke od dominirajućih smjernica razvoja, poticanja i osiguranja stabilnosti startupa i ostalih poslovnih subjekata u Hrvatskoj. Može se istaknuti kako startupi gotovo i nemaju ništa drugačiji tretman, u smislu poticanja razvoja, od ostalih poslovnih subjekata, posebice na primjeru mikro i malog poduzeća.

Na primjeru analize ovog i sličnih istraživanja, navodi se da je hrvatski startup ekosustav još uvijek u fazi ranog razvoja. O tome svjedoče sljedeći podaci (Tomić, 2020):

- Gotovo 90 % startupa u Hrvatskoj posluje pet ili manje godina i ima do deset zaposlenih;
- Oko 62 % startupa u Hrvatskoj primilo je investiciju za razvoj svog poslovanja;
- Oko 50 % startupa u Hrvatskoj generira prihode;
- Više od polovice startupa u Hrvatskoj snažno je pogođeno i destabiliziranom pandemijom Covid19, dok trećina startupa ovaju utjecaj nije značajnije doživjela, a ostatak bilježi čak pozitivan utjecaj.

U kontekstu analize startupa u Hrvatskoj treba istaknuti da se Hrvatska, unatoč relativno malom broju ovakvih primjera, ističe nekolicinom onih vrlo uspješnih. To su AdScanner, Agrivi, Amodo, Ascalia, Cognism, Infobip, Optimo Route, Oradian, ReversingLabs i Rimac Automobili. U nastavku se raspravlja o ulozi i obilježjima računovodstva na primjeru startupa. Nakon toga slijedi analiza odabranih primjera ovih dionika.

### **3.2. ULOGA I OBILJEŽJA RAČUNOVODSTVA NA PRIMJERU STARTUPA**

U radu je već bilo riječi o tome kako se računovodstveni poslovi i funkcije obavljaju vrlo slično kao i na primjeru malih i srednjih poduzeća. Pri tome se misli na obvezu ovih kompanija u objavljivanju godišnjih financijskih izvještaja. To se nastoji potvrditi u okviru ovog dijela poglavlja.

Također, konstatirano je da startup kompanija najčešće imaju vanjsko knjigovodstvo koje je zaduženo za ove poslove, odnosno *outsourcing*. Veći startupi i razvijeniji startupi postupno organiziraju vlastiti računovodstveni odjel, što iziskuje veće troškove, ali daje i nešto snažniju podršku poslovanju i poslovnom odlučivanju. Razlog tome je činjenica da unutarnje računovodstvo, to jest odjel računovodstva svakodnevno sudjeluje s ostalim odjelima, prati poslovanje i raspolaže s informacijama „iz prve ruke“.

Startup kompanijama *outsourcing* računovodstva nude čitav spektar usluga, od prvih godina poslovanja pa i u fazama rasta te intenzivnijeg razvoja. Neke od temeljnih funkcija pri tome su (Gulin i dr., 2012):

- Individualni pristup i proaktivno savjetovanje;
- Ušteda vremena;
- Osiguranje od materijalne odgovornosti;
- Online ili fizičko zaprimanje i evidentiranje dokumenatacije o poslovanju;
- Sastavljanje i objavljivanje financijskih izvještaja o poslovanju;
- Obračun plaća;
- Porezni savjeti i plaćanje obveza te slično.

Daje se zaključiti kako se na taj način smanjuje rizik poslovanja, doprinosi poštovanju zakonskih i ostalih odredbi u državi u kojoj posluju, te pomaže u iskorištavanju prava i mogućnosti. Iako se zasebna statistika o startup kompanijama u Hrvatskoj vrlo oskudno vodi i tek je u začetima konkretnijeg razvoja, moguće je ukazati na neka od temeljnih obilježja.

Startup kompanije, prema broju zaposlenika, ostvarenim prihodima i vrijednosti imovine, uglavnom spadaju u skupinu mikro i malih poduzetnika, nešto manje u skupinu srednjih poduzetnika, a najmanjim udjelom u skupinu velikih. Time su ove kompanije, prema postojećem zakonodavnom okviru Hrvatske obvezne sastavljati godišnja financijska izvješća i to ([www.fina.hr](http://www.fina.hr), 2021):

- Bilancu;
- Račun dobiti i gubitka;
- Bilješke uz financijske izvještaje;
- odluku o raspodjeli dobitka/pokriću gubitka.

U skladu s time one su obveznici javne objave pa time javno objavljuju godišnje financijske izvještaje koji su dostupni na web servisu Financijske agencije (FINA). Ova se obveza odnosi se na sve poduzetnike ili startup kompanije koje su registrirane kao



trgovačka društva, trgovci pojedinci i podružnice stranih društava, a koje posluju prema hrvatskim propisima (www.fina.hr, 2021).

Prema dostupnim podacima na web portalu FINA-e, daje se iščitati kako su startup kompanije u Hrvatskoj uglavnom mlade kompanije, koje posluju manje od 10 godina. Prema obilježju djelatnosti koju obavljaju, ove kompanije u većini slučajeva vežu se uz poslovanje u području informacija i komunikacija. One pripadaju uglavnom djelatnostima računalnog programiranja, savjetovanja u svezi s računalima, izdavanjem novih softvera i ostalim djelatnostima ovoga područja.

Računovodstveni poslovi, u smislu evidentiranja poslovnih i financijskih događaja, na primjeru ovih subjekata, a u okviru vanjskih knjigovodstvenih obrta i poduzeća, obavljaju se uz podršku softverskih rješenja ove prirode. Na jednaki način provode se i unutar samih kompanija, onda kada je riječ o onim većim i razvijenijim.

Sva financijska izvješća koja se sastavljaju i javno objavljuju sukladna su (Zakon o računovodstvu, Narodne novine, NN 78/2015, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20):

- Hrvatskim standardima financijskog izvještavanja;
- Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja.

Hrvatski standardi financijskog izvještavanja razmatraju se kao računovodstvena načela i pravila priznavanja, mjerenja i klasifikacije poslovnih događaja, kao i sastavljanja i prezentiranja financijskih izvještaja, a koje donosi Odbor za standarde financijskog izvještavanja sukladno Zakonu o računovodstvu u Republici Hrvatskoj. Međunarodni standardi financijskog izvještavanja su pak međunarodni računovodstveni standardi, koji su uređeni Uredbom (EZ) br. 1606/2002 (Zakon o računovodstvu, Narodne novine, NN 78/2015, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20).

Hrvatski standardi financijskog izvještavanja prilagođeni su potrebama srednjih, malih i mikro poduzetnika, a time korespondiraju potrebama startupa. Njihova svrha je (Zakon o računovodstvu, Narodne novine, NN 78/2015, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20):

- Definirati osnovu izrade i prezentacije financijskih izvještaja;
- Pomoći revizijskim institucijama i samostalnim revizorima u provjeri financijskih izvještaja;
- Pomoći korisnicima izvještaja u njihovu tumačenju.

Financijsko se izvještavanje uvijek provodi na temelju načela neograničenosti vremena poslovanja, nastanaka događaja, značajnosti i sažimanja, dosljednosti (materijalnost), usporedivosti, opreznosti, prijeboju, bilaničnom kontinuitetu.

U nastavku slijede brojevi i nazivi Hrvatskih i Međunarodnih standarda izvještavanja (Tablica 3.).

**Tablica 3. Hrvatski i Međunarodni standardi financijskog izvještavanja**

Hrvatski standardi financijskog izvještavanja	Međunarodni standardi financijskog izvještavanja	
HSF1 1 - Financijski izvještaji HSF1 2 - Konsolidirani financijski izvještaji HSF1 3 - Računovodstvene politike, promjene računovodstvenih procjena, pogreške HSF1 4 - Događaji nakon datuma	MRS 1 - Prezentiranje financijskih izvještaja MRS 2 - Zalihe MRS 7 - Izvještaj o novčanim tokovima MRS 8 - Računovodstvene politike, promjene računovodstvenih procjena i	MSFI 1 - Prva primjena Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja MSFI 2 - Plaćanje temeljeno na dionicama MSFI 3 - Poslovna spajanja MSFI 4 - Ugovori o osiguranju

bilance HSFI 5 - Dugotrajna nematerijalna imovina HSFI 6 - Dugotrajna materijalna imovina HSFI 7 - Ulaganja u nekretnine HSFI 8 - Dugotrajna imovina namijenjena prodaji i prestanak poslovanja HSFI 9 - Financijska imovina HSFI 10 - Zalihe HSFI 11 - Potraživanja HSFI 12 - Kapital HSFI 13 - Obveze HSFI 14 - Vremenska razgraničenja HSFI 15 - Prihodi HSFI 16 - Rashodi HSFI 17 - Poljoprivreda	greške MRS 10 - Događaji nakon izvještajnog razdoblja MRS 11 - Ugovori o izgradnji MRS 12 - Porez na dobit  MRS 16 - Nekretnine, postrojenja i oprema MRS 17 - Najmovi MRS 18 - Prihodi MRS 19 - Primanja zaposlenika MRS 20 - Računovodstvo državnih potpora i objavljivanje državne pomoći MRS 21 - Učinci promjena tečaja stranih valuta MRS 23 - Troškovi posudbe MRS 24 - Objavljivanje povezanih osoba MRS 26 - Računovodstvo i izvješćivanje o mirovinskim planovima MRS 27 - Nekonsolidirani financijski izvještaji MRS 28 - Udjeli u pridruženim subjektima i zajedničkim pothvatima MRS 29 - Financijsko izvještavanje u hiperinflacijskim gospodarstvima MRS 32 - Financijski instrumenti: prezentiranje MRS 33 - Zarada po dionici MRS 34 - Financijsko izvještavanje za razdoblje tijekom godine MRS 36 - Umanjenje imovine MRS 37 - Rezerviranja, nepredviđene obveze i nepredviđena imovina MRS 38 - Nematerijalna imovina MRS 39 - Financijski instrumenti: priznavanje i mjerenje MRS 40 - Ulaganja u nekretnine MRS 41 - Poljoprivreda	MSFI 5 - Dugotrajna imovina namijenjena prodaji i prestanak poslovanja MSFI 6 - Istraživanje i procjena mineralnih resursa MSFI 7 - Financijski instrumenti: objavljivanje MSFI 8 - Poslovni segmenti MSFI 9 - Financijski instrumenti MSFI 10 - Konsolidirani financijski izvještaji MSFI 11 - Zajednički poslovi MSFI 12 - Objavljivanje udjela u drugim subjektima MSFI 13 - Mjerenje fer vrijednosti MSFI 14 - Regulirana aktivna i pasivna razgraničenja MSFI 15 - Prihodi po ugovorima s klijentima MSFI 16 - Najmovi (u primjeni za godišnje periode izvještavanja s početkom u siječnju 2019. godine ili kasnije, uz dopuštenu raniju primjenu ako se primjenjuje) MSFI 17 - Ugovori o osiguranju (u primjeni za godišnja razdoblja izvještavanja s
--	---	---

Izvor: IFRS (2018.) Popis Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja. Dostupno na: <http://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/> (18.11.2021.)

Već je istaknuto da startup u Hrvatskoj uglavnom predstavljaju mirko i mali poduzetnici. Riječ je o obveznicima sastavljanja financijskih izvještaja koji se odnose na bilancu, račun dobiti i gubitka i bilješke uz financijske izvještaje. Ova izvješća moraju pružiti objektivne i istinite podatke o financijskim tokovima, položaju i poslovanju svakog podnositelja.

Bilanca je temeljni financijski izvještaj. Ona predstavlja popis svega što neko poduzeće ima i način na koji je ta imovina financirana. Sastoji se od imovine, kapitala i obveza na

konkretni datum, to jest u nekom razdoblju (Blečić, 2020). Bilanca ima aktivu i pasivu. Aktiva je popis imovine i to dugotrajne imovine (ono što će organizacija koristiti duže od jedne godine) i kratkotrajne imovine (ono što će iskoristiti unutar jedne poslovne godine). Pasiva se odnosi na vlastiti i tuđi kapital, odnosno izvore financiranja. Aktiva i pasiva moraju biti uvijek izjednačene (Blečić, 2020) (Prilog 1.).

Račun dobiti i gubitka (RDG) je izvještaj koji prikazuje dobit, to jest profitabilnost startupa u nekom razdoblju (Prilog 2.). On prikazuje prihode, rashode i konačni profit. Postoje neka temeljna pravila knjiženja i sastavljanja ovog izvještaja. Točnije, prihodi se knjiže kada je usluga isporučena, a ne kada je naplaćeno od kupca. Rashodi se knjiže na jednaki način, onda kada su nastali, a ne kada su plaćeni. Po izdavanju fakture knjiži se potraživanje od kupaca, odnosno obveza prema dobavljaču. Ovaj izvještaj uz bilancu čini temeljne financijske izvještaje poslovnih subjekata općenito, a tako i startupa (Blečić, 2020).

Bilješke uz financijske izvještaje sastavljaju se na kraju godišnjih prijava. One sadrže dodatne podatke i informacije za jednostavnije praćenje izvještaja, posebice bilance i računa dobiti i gubitka. Time upotpunjuju podnesene podatke i daju cjelovitiji prikaz poslovanja i financijskog toka poslovanja.

#### **4. ANALIZA ODABRANOG PRIMJERA - CLOUDGUIDE**

Nakon osnovnih teorijskih postavki u svezi startupa, računovodstva i specifičnosti ove discipline na primjeru startupa, pristupa se analizi konkretnog primjera iz prakse. Prikazuje se inozemni primjer, kojim se nastoji posvjedočiti o značajnijim razlikama u odnosu na hrvatske startupe.

Misli se na poduzeće CloudGuide, koje je strukturno razvijeno kao i hrvatska veća poduzeća, ima vlastiti računovodstveni odjel i razvijene računovodstvene metode, koncepcije i tehnike. Bitna odrednica je snažna softverska podrška koju primjenjuje računovodstvo ovog startupa. Ulaganje u računovodstvenu funkciju i njen razvoj pokazuje da inozemni startupi pridaju iznimnu ulogu i važnost računovodstvu kao podršci svim ostalim poslovnim segmentima.

U okviru poglavlja primarno se navode osnovna obilježja poduzeća, organizacijska obilježja, te ostala relevantna obilježja o njegovu poslovanju i predmetnoj problematici. Time se analiza zaokružuje u smislenu cjelinu, a istraživanje provodi na cjeloviti način.

#### **4.1. O PODUZEĆU CLOUDGUIDE I NJEGOVU RAZVOJU**

CloudGuide spaja sve turističke atrakcije u jednoj aplikaciji sa službenim sadržajem, stvarajući posjetiteljima dugotrajno iskustvo i intenzivirajući angažman s mjestom koje posjećuju. Posjetitelj koristi CloudGuide prije posjeta radi lakšeg planiranja, tijekom posjeta radi uživanja i nakon posjeta kako bi ga učinio nezaboravnim. Turističko mjesto dobiva alat za jednostavnu implementaciju kako bi privukao svoje posjetitelje i bolje ih upoznao putem statistike te privukao više posjetitelja zahvaljujući mrežnom učinku.

CloudGuide objedinjuje sve turističke atrakcije u jednoj aplikaciji sa službenim sadržajem, stvarajući posjetiteljima dugotrajno korisničko iskustvo i pojačavajući angažman na samome mjestu. CloudGuide ima za cilj postati industrijski standard koji turistička mjesta koriste za upravljanje sadržajem i komunikaciju s posjetiteljima. Istodobno, CloudGuide cilja postati glavna referentna točka za razgledavanje. Poznato je kako se diljem svijeta koristi Booking.com za hotele, Skyscanner za letove, TripAdvisor/Yelp za restorane. Sada je u ponudi i CloudGuide koji se brine za kulturnu stranu putovanja.

Poduzeće, koje je nositeljove inovacije, platforme i aplikacije, osnovano je 2014. godine od strane troje ljudi, od kojih su dvije žene. Upoznali su se na Poslovnoj školi ESADE prije 8 godina. Iako su njih troje bili primljeni na različite magistarske programe, većinu

slobodnog vremena, uključujući putovanja, proveli su zajedno. Stoga je razina razumijevanja i međusobnog povjerenja u timu prilično visoka. Svo troje imaju različito porijeklo i potječu iz različitih zemalja i kultura, ali dijele iste strasti. CloudGuide je produkt njihove zajedničke strasti prema putovanjima, kulturi i tehnologiji, ali i rezultat timskog rada (Interni podaci CloudGuide, 2021).

U nastavku se ističu osnivači, kao i osnovni podaci o njima (Interni podaci CloudGuide, 2021):

- Olga Plets (osnivač, izvršni direktor) – ekonomija, financije, upravljanje projektima, internacionalizacija poduzeća, ulazak na tržište. Olga ima iskustvo u upravljanju međunarodnim projektima i koordinaciji uključenih odjela u multinacionalnim kompanijama kao što su Nestle, Zaklada Bertelsmann i slično. Otvorila je novo tržište za španjolsku organizaciju za obnovljivu energiju ([solarig.com/](http://solarig.com/)) i bila je posrednik u pregovorima o spajanju španjolske i američke organizacije. Također, dobitnica je nagrade ESADE Women in Leadership;
- Joris Van Dyck (osnivač, CTO) – elektronički inženjer, informatika, poslovanje. Joris je izvršio tehničku koordinaciju ulaganja od milijun eura u elektranu na obnovljive izvore energije, razvio elektronički uređaj, koji je prodan nekolicini kupaca;
- Cristina Perez (osnivačica, CMO) – zrakoplovni inženjer, umjetnost, moda, novinarstvo, odnosi s medijima. Cristina ima iskustvo u koordinaciji odjela za tisak i medije u različitim organizacijama i na različitim područjima umjetničkog i tehničkog podrijetla. Cristina je tijekom studija na Institutu Marangoni u Londonu sudjelovala u nizu umjetničkih projekata u okviru svog stupnja modnog stila, pa se stoga brine za umjetničku komponentu projekta. Cristina je također bila uključena u istraživanje povijesti umjetnosti, te je stoga dobro upoznata s kulturnom industrijom i sudionicima na tržištu.

Kako je i navedeno, CloudGuide vode Olga Plets (CEO), Joris Van Dyck (CTO) i Cristina Pérez (CMO), menadžerica, elektronički inženjer i umjetnički direktor iz Rusije, Belgije i Španjolske s velikom strašću za kulturu, putovanja i znanost. Do sada su dokazali

konkretne rezultate. Primjerice, Olga je prikupila milijun eura ulaganja od međunarodnih ulagača, vlade i Europske unije. Joris je napisao milijune redaka koda za proizvod koji klijenti i korisnici vole. Cristina je privukla 1000 institucija koje se pridružuju CloudGuideu na međunarodnoj razini .

## 4.2. PROIZVOD

O proizvodu ovoga poduzeća već je bilo riječi. Može se istaknuti kako je to suvremena i inovativna usluga, koja se osobito oslanja na tehnologiju i tehnološka dostignuća u suvremeno doba. Konkretnije, riječ je o softveru, aplikaciji ili platformi specijaliziranih potreba.

CloudGuide objedinjuje sve turističke atrakcije u jednoj aplikaciji sa službenim sadržajem. Time on stvara dugotrajno korisničko iskustvo za posjetitelje i pojačava angažman na web mjestu.

Prilikom prezentacije ovog proizvoda treba se osvrnuti i na zasebne analize slučaja. Misli se primjerice na (Interni podaci CloudGuide, 2021):

- Atomium (Belgija) – cilj je zamijeniti tradicionalne audio vodiče suvremenim digitalnim rješenjem. U okviru ovoga projekta ili primjera ponuđeni su digitalni audio vodiči na aplikaciji CloudGuide. Time su stvoreni audio vodiči za još jedan muzej koji pripada Atomiumu (ADAM), pri čemu je privučeno 10% posjetitelja iz poznatog Atomiuma u manje poznati ADAM;
- Ministarstvo kulture i sporta Španjolske – tendencija je pružiti digitalni komunikacijski alat svim državnim muzejima, osigurati statistiku protoka posjetitelja između muzeja i time dati podršku budućem odlučivanju i razvoju. Svi državni muzeji nalaze se na CloudGuide-u u vidu Big Data izvješća s analizom pojedinih muzeja;
- Parques de Sintra (Portugal) – globalna ideja je ujediniti svih 13 mjesta u jedno rješenje jer sada svako mjesto ima svoj komunikacijski alat. Započelo se s 5 glavnih lokacija i razvilo se nekoliko audio vodiča.

Vidljivo je kako ova aplikacija nudi niz inovativnih rješenja za unapređenje poslovanja na primjeru pojedinih lokacija i institucija. Potvrđuje se time učinkovitost i efikasnost ove inovacije, kao i njezina uloga u poslovanju i razvoju na primjeru konkretnih slučajeva.

#### 4.2.1. TEHNOLOGIJA

Ova se aplikacija temelji na korištenju Django/Python web platforme i poslužitelja baze podataka PostgreSQL. Mobilna aplikacija dostupna je za iOS i Android sustave, tj. pametne i mobilne uređaje. Vodiči za turistička mjesta funkcioniraju na način da se mogu učiniti dostupnima izvan mreže tako da ih korisnik može preuzeti s kućne ili hotelske WiFi mreže umjesto putem 4G mreže.

Dok korisnici ne plate ulaznicu, *offline* paketi ostaju nedostupni i šifrirani u predmemoriji telefona korisnika. Zahvaljujući toj enkripciji, sav sadržaj velike propusnosti (audio/video) može se posluživati sa statičkog web poslužitelja poput Nginxa bez interakcije s bazom podataka. To olakšava skaliranje konačnog rješenja. Skalabilnost se dodatno poboljšava pokretanjem infrastrukture za posluživanje u oblaku, pružajući podatkovne centre u Švicarskoj i SAD-u.

#### 4.2.2. ANALIZA TRŽIŠTA PROIZVODA

Tržište ovog poduzeća i proizvoda/usluge koju nudi uglavnom se nalazi unutar kulturnog turizma. Točnije, usluga je osmišljena za potrebe putnika, turista, posebice onih koji su motivirani kulturnim turizmom i putovanjima. To ukazuje i na ciljni segment potrošača, no treba istaknuti kako oni nisu jedina tržišna niša (Interni podaci CloudeGuide, 2021).



CoudeGuide je orijentiran prema sljedećim tržišnim nišama, potrošačima ili činiteljima ukupne potražnje (Interni podaci CloudGuide, 2021):

- B2C (poslovanje s kupcem) – CloudGuide namijenjen je turistima, ljubiteljima umjetnosti i obiteljima. Turisti mogu planirati svoje putovanje, unaprijed preuzeti gradske pakete sa svim atrakcijama u jednoj aplikaciji, poslati razglednice kući i zadržati priču o svom putovanju; ljubitelji umjetnosti mogu zadržati popis svojih favorita i slijediti dnevni red svojih institucija; obitelji svoj posjet mogu pretvoriti u poučnu avanturističku igru traženja blaga;
- B2B (poslovanje s institucijama) – CloudGuide cilja na turistička mjesta i kulturne institucije koje žele poboljšati iskustvo svojih posjetitelja, povećati angažman i bolje ih upoznati zahvaljujući statistikama, te privući novu publiku zahvaljujući dijeljenju aplikacije s drugim institucijama. CloudGuide im također pomaže u poštivanju nekih zakonskih propisa, zarađivanju novca putem e-trgovine ili prikupljanju sredstava u dobrotvorne svrhe;
- B2G (poslovanje s vladom) – CloudGuide daje gradskim vijećima i vladama priliku za promicanje nacionalne kulture, jačanje turizma, raspodjelu proračuna i ispitivanje relativnih statistika.

Strateški gledano, iznimno je važno istaknuti kako je ovo tržište općenito analizirajući veliko i razvijeno. U svijetu postoji 55 000 muzeja i 10 puta više turističkih atrakcija (spomenici, galerije, parkovi, sajmovi umjetnosti). Godišnje se posjeti više od 3 milijarde posjeta diljem svijeta. Samo u SAD -u godišnje ima milijardu posjetitelja, a prihod od 11 milijardi dolara ostvaruje muzejska industrija (ne računajući sve ostale turističke atrakcije). Jedan od primjera korištenja audio vodiča i obilazaka od kojih zastaje dah je Kip slobode gdje je 2012. godine više od 345 000 posjetitelja obišlo audio obilaske, što je gotovo 1 000 prodajnih audio vodiča dnevno (Interni podaci CloudGuide, 2021).

#### 4.2.3. MARKETINŠKA STRATEGIJA

Ovaj se produkt distribuira među kulturnim ustanovama i turističkim atrakcijama na četiri ključna kanala. Prvo, timovi za upravljanje sadržajem i prodajni timovi poduzeća naporno

rade na privlačenju institucija na platformu kroz strukturirani proces približavanja novim potencijalnim klijentima i praćenjem. Drugo, dogovaraju se partnerstva s gradovima, vladama i kulturnim vijećima. Treće, sudjeluju i tehnološki sponzoriraju kulturne događaje u cijelom svijetu (npr. MuseumNext). Naposljetku, primaju zahtjeve institucija po preporukama i preporukama od trenutnih klijenata.

Na strani akvizicije korisnika koriste se sljedeći kanali (Interni podaci CloudGuide, 2021):

- Institucije koje promiču aplikaciju na licu mjesta (s plakatom ili razglednicama na ulazu u izložbu). Ovaj je kanal najučinkovitiji jer promovira proizvod na licu mjesta "vrućim" klijentima, posebno turistima;
- Društvene mreže na kojima organizacije učinkovito privlače studente, ljubitelje umjetnosti i česte posjetitelje muzeja;
- Časopisi, turističke karte, prijevoz i ostalo.

Jedan od ulagača poduzeća, Nicolas Brumelot, izvršni direktor putovanja rekao je: „Vjerujem da će većina ključnih igrača razviti nove aplikacije/usluge nakon rezervacije kako bi svojim klijentima donijela iskustvo putovanja. CloudGuide sa svojim tržištem turističkih atrakcija tu ima ključnu ulogu (Interni podaci CloudGuide, 2021)“.

CloudGuide izravno povezuje turiste s turističkim mjestima i kulturnim ustanovama i vodi ih untra pričajući službenu priču o mjestu. Ovo trenutno nije u opsegu svih platformi za putovanja, ali može donijeti ogromnu dodanu vrijednost za njihove klijente, budući da je posjet turističkim atrakcijama gotovo uvijek na njihovom popisu. Stoga bi najvjerojatniji izlaz za CloudGuide bila kupnja nekog turističkog diva poput Booking.com-a, Tripadvisora ili drugih.

#### 4.2.4. KONKURENCIJA

Glavni konkurenti uključuju klasične audio vodiče (tj. Guide ID), robne marke aplikacije (Cuseum, GuideKick), te obilaske grada (tj. Izi.Travel) i platforme za prodaju karata. U usporedbi s njima, CloudGuide je jedinstvena aplikacija za sve kulturne ustanove i

turistička mjesta samo sa službenim sadržajem, dok većina konkurenata stvara aplikacije s robnom markom, što znači jedna aplikacija po web stranici (tj. Oncell, Cuseum) ili rade kroz struganje neslužbenih sadržaja (tj. izi.Travel).

Obilježja diferencijacije CloudGuide-a u odnosu na konkurente su (CloudeGuide, 2021):

- Korisnici: sav sadržaj na jednom mjestu dostupan korisniku; zadržite priču o svojim putovanjima; dobivanje prijedloga mjesta za posjetiti na temelju korisničkog profila.
- Institucije: funkcionalnost promocije - iskorištava prednosti dijeljenja aplikacije s drugim institucijama i privlači njihove posjetitelje; brza i laka implementacija, nema potrebe za tehničkom ekspertizom; upoznavanje svojih korisnika putem analitike.
- Vlada: analiza velikih podataka za industriju i državna tijela.

Također treba istaknuti da se CloudGuide natječe s vrlo oštrom i nepredvidivom konkurencijom. Svijetom audio vodiča vlada Antenna International i Acoustiguide, ali audio vodiči postaju zastarjelo rješenje. Ako bi se ovi divovi prebacili na CloudGuide-ov poslovni model, to bi CloudGuide-u stvaralo određene poteškoće jer imaju ugovore s nekim najvećim institucijama, ali čini se da su trenutno previše udobni na svom položaju i da im ne bi bilo od koristi prelazak.

### **4.3. FINANCIRANJE PODUZEĆA**

Prihodovni model ovog poduzeća funkcionira na način da se određenoj instituciji naplati pretplata ovisno o uslugama koje odabere. Riječ je o tzv. modulima. Osim toga, moguće je ponuditi i mogućnost podjele prihoda. Također, postoji niz izvora prihoda zasnovanih na proviziji.

Popisi izvora prihoda su slijedeći (Interni podaci CloudGuide, 2021):

- Multimedija vodi prodaju – postoje dva načina suradnje s institucijom. U prvom slučaju klijent plaća fiksnu godišnju ponudu za korištenje usluge CloudGuide-a, koja ovisi o funkcijama koje ga zanimaju (neograničen sadržaj, lokalizacija u zatvorenom prostoru, promocija, statistika itd.). U drugom slučaju, vodič se može

prodati posjetiteljima ustanove zajedno s ulaznicom ili aplikacijom, što bi predstavljalo dodatni izvor prihoda za ustanovu. Od tog prihoda klijent bi CloudGuide-u platio proviziju po posjetitelju;

- Provizije na usluge prevođenja i snimanja u slučaju da klijent naruči usluge s dodanom vrijednošću putem automatiziranog procesa na platformi CloudGuide-a;
- Provizije za prodaju ulaznica u aplikaciji;
- Provizije za trgovinu unutar aplikacije (prodavaonica darova u aplikaciji);
- Ostale provizije (članstvo, razglednice itd.);
- Analiza velikih podataka o globalnoj statistici i ocjena koje se primjenjuje na male i srednje ustanove ili naplata posjetitelju po preuzimanju vodiča, što je korisnije u ustanovama s velikom brojem posjetitelja.

U slučaju pretplate, postoji besplatni osnovni model s ograničenom funkcionalnošću i plaćenim premium modulima (neograničen sadržaj, podrška za iBeacon, napredna analitika, zaključavanje uređaja, igre, promocija). Razina cijene godišnje pretplate iznosi od 3000 do 6000 eura ovisno o odabranim modulima. U slučaju ustanova s više od 150000 posjetitelja, CloudGuide nudi mogućnost naplate od 0,99-1,99 eura za preuzimanje vodiča i podjelu prihoda (model posjetitelja). U tom slučaju ustanova besplatno dobiva svu CloudGuide tehnologiju i prima 50% prihoda. Osim toga, postoje dodatni izvori prihoda kao što su prodaja usluga s dodanom vrijednošću (prijevodi, snimke) i provizije za trgovinu putem aplikacije, razglednice, ulaznice, članstvo.

Što se tiče investitora, poduzeće uglavnom financiraju privatni ulagači, uključujući dva rizična fonda, jedan iz Silikonske doline i jedan iz Švicarske, Techstars i međunarodne poslovne anđele, među kojima je i bivši izvršni direktor Googlea. Poduzeće je do sada također dobilo dio financijskih sredstava od španjolske vlade i Europske unije.

#### **4.4. DRUŠTVENI ODGOVORI PODUZEĆA NA SUVREMENO POSLOVANJE I DRUŠTVO**

Aplikacija CloudGuide ne samo da pomaže u rješavanju ekoloških problema tradicionalnog turističkog sektora, zamjenjujući ispis razglednica, milijune letaka, karte institucija i druge informacije jednom aplikacijom, gurajući sektor na održiviji put, već i rješava društvene izazove čineći muzeji umjetnosti i turistička mjesta opet uzbudljiv dio školskih izleta i obiteljskih odmora stavljajući sve informacije u svačiji džep i stvarajući lako upijajuće znanje, pomažući im u učenju dok uživaju na putovanju. Čineći turizam lako dostupnim za sve, obrazovnim i održivim, iz temelja se mijenja način rada sektora, što dovodi do kvalitativnih i kvantitativnih poboljšanja ne samo načina na koji putuju, već i načina na koji rezerviraju smještaj, biraju letove i provode vrijeme (CloudeGuide, 2021).

Nadalje, ova aplikacija može pomoći ugostiteljskim objektima da povežu svoje goste s lokalnim zajednicama i s njima podijele priču o svom području, rastjerujući turističke mase s pretrpanih mjesta (demasifikacija i preraspodjela). Uz pomoć CloudGuide-a, institucije, muzeji i galerije mogu ponuditi jednostavno rješenje. To jest, rezultat je jedna aplikacija sa svim potrebnim podacima i više, povezivanje svih partnerskih institucija u mrežu, što pomaže korisnicima da pronađu druge gradove, mjesta i institucije uživati tijekom svojih putovanja.

Putnicima je u 2020. letenje i rezervacija smještaja postalo relativno lakše, ali popunjavanje vremena odgovarajućim programom jedan je od ključeva nezaboravnog iskustva, a kamoli glavni faktor u odlučivanju kamo zapravo putovati. Posjetitelji mogu uživati u dugotrajnom iskustvu, ustanova dobiva inovativno, održivo rješenje koje pomaže gradovima i vladama u rješavanju ekoloških problema i rastu.

Osim toga, zahvaljujući svom mrežnom učinku, CloudGuide je sposoban fizički premjestiti putnike koji odlaze u vodeće svjetske turističke atrakcije na manje poznata mjesta (najmanje 10% putnika koji koriste CloudGuide, odabiru mjesto s manje ljudi kao drugu mogućnost njihovog posjeta) pomaganje pri demistifikaciji turizma. To dovodi turiste iz prenapučenih mjesta dopustivši im dah i smanje negativne učinke masovnog turizma na one koji nemaju dovoljno posjetitelja, tako da i njihove zajednice mogu imati koristi od putovanja.

## **5. PRIMJERI RAČUNOVODSTVENIH SPECIFIČNOSTI U PODUZEĆU CLOUDGUIDE**

U ovom dijelu autor prezentira računovodstvene specifičnosti sa kojima se upoznao tijekom provedene Erasmus+ stručne prakse u poduzeću CloudGuide. Prezentiraju se dva različita primjera. Prvi se odnosi na primjenu računovodstvenih pravila i postupaka prilikom računanja povrata poreza nakon plaćenih faktura, a drugi prilikom računanja iznosa naplate određenom poslovnom subjektu za korištenje usluga za određeni mjesec.

### **5.1. POVRAT POREZA ZA PLAĆENE FAKTURE**

Ovaj primjer sastoji se od dva dijela. Prvi dio prikazuje kako se radi predložak u programu Excel, koje formule je potrebno koristiti kako bi predložak bio automatiziran, te kako se upisuju podaci sa faktura i kako se dobiva iznos povrata poreza.

## 5.1.1. IZRAČUN POVRATA POREZA ZA PLAĆENE FAKTURE

Kako bi započeli s obračunom povrata poreza, potrebno je napraviti u programu Excel predložak (šablonu) u koju se stavljaju podaci sa svake fakture. Prije stavljanja podataka, potrebno je upisati niz formula koje služe za brže i efikasnije rješavanje zadatka. Na Slici 2. prikazan je prvi list koji je ujedno i primarni dio ovog zadatka.

**Slika 2. Primarni list predložka obračuna povrata poreza na naplaćene fakture**

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
	GRUPO	DOCUMENT	FECHA	PROVEDOREES	BASE	OTHER CURRENCY	VAT%	VAT	TOTAL	FACTURA N	BBVA	Sabadell	CC6737	PAYMENT	PAIS	NIF	21%
1														METHC			
2	1	IVA intracomunitario	06/08/2021	Aircall	132,97		0%	0,00	132,97	INV451068	N	N	Y	CC6737	FR	85807437595	27,92
3	2	IVA intracomunitario	22/08/2021	Pipedrive OU	45,00		0%	0,00	45,00	3356223	N	N	Y	CC6737	EE	1,01E+08	9,45
4	3	IVA intracomunitario	28/08/2021	Adobe Systems Software Ireland Ltd	29,99		0%	0,00	29,99	IEE2021007394785	N	N	Y	CC6737	IE	6364992H	6,3
5	4	IVA intracomunitario	06/08/2021	Adobe Systems Software Ireland Ltd	9,99		0%	0,00	9,99	IEE2021006692233	N	N	Y	CC6737	IE	6364992H	2,1
6	5	IVA intracomunitario	12/08/2021	Adobe Systems Software Ireland Ltd	29,99		0%	0,00	29,99	IEE2021006881731	N	N	Y	CC6737	IE	6364992H	6,3
7	6	IVA soportado	03/08/2021	AMAZON WEB SERVICES EMEA SARL	37,17	\$43,51	21%	7,80	44,97	EUINES21-51939	N	N	Y	CC6737	ES	W0185696B	7,8
8	7	IVA soportado	01/08/2021	Marc Grau Parramon	230,00		21%	48,30	278,30	2021 / 04987	N	Y	N	Sabadell	ES	47852879E	48,3
9	8	IVA soportado	02/08/2021	Ceasa Asesores Fiscales,S.L	150,00		21%	31,50	181,50	R21/1.069	Y	N	N	BBVA	ES	B60.036.787	31,5
10	9	IVA soportado	20/08/2021	Catia Castro	180,00		0%	0,00	180,00	118	Y	N	N	BBVA	ES	236400142	37,8
11	10	IVA soportado	08/08/2021	LinkedIn Ireland Unlimited Company	69,90	£58,32	21%	14,68	84,58	6697972363	N	N	Y	CC6737	IE	IE9740425P	14,68
12	11	Sujeto pasivo	24/08/2021	Atlassian Pty Ltd	8,69	\$10,00	0%	0,00	8,69	AT-149971039	N	N	Y	CC6737	AU	EU372001951	1,82
13	12	Sujeto pasivo	17/08/2021	Gavin Duff	129,86	\$150,00	0%	0,00	129,86	GD_00125	N	N	Y	CC6737	UK	0	27,27
14	13	Sujeto pasivo	12/08/2021	Sentry	25,15	\$29,00	0%	0,00	25,15	4ac3911d9ef2ca1397b1	N	N	Y	CC6737	US	-	5,28
15	14	Sujeto pasivo	18/08/2021	DocuSign	14,00		0%	0,00	14,00	INV27403032	N	N	Y	CC6737	US	0	2,94
16	15	Sujeto pasivo	03/08/2021	Sked Social (Dialogue Consulting Pty Ltd)	16,00		0%	0,00	16,00	SG-EUR73580	N	N	Y	CC6737	AU	-	3,36
17	16	Sujeto pasivo	17/08/2021	The Rocket Science Group, LLC	158,42		0%	0,00	158,42	MC06298949	N	N	Y	CC6737	US	EU826477914	33,27
18																	
19																	
20																	
21																	
22																	
23																	
24																	
25																	

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CloudGuide, 2021.

Na prvom listu, koji se zove *RECIBIDAS* (zaprimljene fakture) upisuju se podaci koji su sadržani na svakoj fakturi. Prvi je stupac B koji prikazuje iz koje grupe zemalja je došla faktura. Razlikuju se četiri kategorija zemalja:

- *IVA intracomunitario* - u prijevodu znači „porez unutar zajednice“, a obilježava članice EU (porezna stopa 0%);
- *IVA soportado* - obilježava samo Španjolsku;
- *Sujeto pasivo* - u prijevodu znači „pasivni subjekt“, a odnosi se na sve države osim Španjolske i države koje nisu članice EU (porezna stopa 0%);
- *IVA otros paises* - porez koji primatelj usluge plaća u inozemstvo.

U ovome stupcu koristi se formula:

```
=INDEX(Provedores_Base!A:C; MATCH(E2;Provedores_Base!B:B;0);1)
```

Ova formula služi da se izvuče naziv određene kategorije države. Uz pomoć INDEX formule u rasponu ćelija od A do C na listu *Provedores\_Base* (poslovni subjekti od kojih se dobiva usluga) pronalaze se odabrani subjekt (E2), te da se vrati vrijednost iz stupca 1 (stupac A).

Idući stupci sa glavnog lista predložka (Slika 2.) su:

- Stupac C - sadrži linkove od svake određene fakture u PDV-u;
- Stupac D - datum izdatka fakture;
- Stupac E - naziv poslovnog subjekta od kojeg je zaprimljena faktura;
- Stupac F - osnovica na koju se računa porez;
- Stupac G - za one osnovice koje se izražene u američki dolarima;
- Stupac H - porezna stopa;
- Stupac I - iznos poreza;
- Stupac J - ukupan iznos (osnovica + porez);
- Stupac K - broj fakture.

U stupcima L, M i N koriste se iduće formule:



- Stupac L

=IF(ISNA(MATCH(J2;BBVA!H:H;0));"N";"Y")

- Stupac M

=IF(ISNA(MATCH(J2;Sabadell!H:H;0));"N";"Y")

- Stupac N

=IF(ISNA(MATCH(J2;'CC6737'!H:H;0));"N";"Y")

Jedina razlika ovih formula jest to što traži identičnosti u drukčijim listama bankovnih izvještaja. Na drugom listu prikazani su podaci o poslovnim subjektima (Slika 3.).

**Slika 3. Podaci o poslovnim subjektima**

	A	B	C	D	E
1	<b>GRUPO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PAIS</b>	<b>NIF</b>	<b>VAT%</b>
2	IVA otros paises	5201314 Ltd.	GB	GB270513526	
3	IVA soportado	Adhoc Translations Spain SL	ES	B90406679	
4	IVA intracomunitario	Adobe Systems Software Ireland Ltd	IE	6364992H	0%
5	IVA otros paises	Advertising & Displays Werbecenter-Berli	DE	DE 814153849	
6	IVA soportado	Agile Printing SL	ES	B65646101	21%
7	IVA soportado	Agroturismo Can Cosmi Prats	ES	E57902306	10%
8	IVA intracomunitario	Aircall	FR	85807437595	0%
9	Sujeto pasivo	Aircall.io	US	-	
10	IVA intracomunitario	ALTAIR TRAVEL AGENCY S.A.	GR	EL095172110	0%
11	IVA soportado	Amazon EU S.à r.l.	ES	W0184081H	21%
12	IVA soportado	AMAZON WEB SERVICES EMEA SARL	ES	W0185696B	
13	Sujeto pasivo	Amazon Web Services, Inc.	US	NTT0415USASR008	0%
14	IVA otros paises	Andras House Limited	UK	GB 283027075	
15	IVA soportado	Apple Distribution International	ES	N0072469J	
16	IVA otros paises	Ashbay Communication SA	FR	87312855968	20%
17	Sujeto pasivo	Atlassian Pty Ltd	AU	EU372001951	0%
18	Iva soportado	Aurora de la Iglesia del Prado VO	ES	51069575F	
19	IVA intracomunitario	Bax-shop.es	NL	823007777B01	0%
20	IVA otros paises	Black Ken	FR	90494336761	0%
21	IVA soportado	Boletin Oficial del Registro Mercantil	ES	Q2811001C	21%
22	IVA intracomunitario	BonusEurope OU	EE	101760045	

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CoudGuide, 2021.

Ova slika daje prikaz popisa podataka o poslovnim subjektima (*Provedores\_Base*) koja se koristila u navedenoj formuli. Vidljivo je kako sadrži naziv poslovnog subjekta, vrstu, zemlju porijekla, identifikacijski broj i stopu obračuna poreza.

Na Slici 4. prikazan je jedan od bankovnih izvještaja, list CC6737 (kreditna kartica). Uzmimo za primjer formulu koja je korištena za stupac N. Ona glasi: ako se iznos iz ćelije J2 (*RECIBIDAS*) nalazi u cijelome stupcu H (H:H) na listu CC6737 i ako iznos koji se traži mora biti točan (0 ili *FALSE*), te ako ta tvrdnja nije točna u ćeliju N2 vraća se „N“ (eng. *No*), ako jest točna u ćeliju N2 vraća se „Y“ (eng. *Yes*), a u ovom slučaju iznos iz ćelije J2 bio je uz pomoć formule prepoznat na listu CC6737, te je vraćena oznaka „Y“.

**Slika 4. Prikaz bankovnog izvještaja**

The screenshot shows a BBVA Net Cash bank statement. The header includes the BBVA logo and 'Net Cash'. Below the header, there is a table with columns: Fecha Operación, Concepto, Tipo de movimiento, and Importe (€). The table lists various transactions from August 2021, including payments to Adobe, Atlassian, PayPal, and others. The total balance at the bottom is 44,97.

Fecha Operación	Concepto	Tipo de movimiento	Importe (€)	
29/08/2021	ADOBE ID CREATIVE CLD	Crédito	-29,99	29,99
24/08/2021	ATLASSIAN	Crédito	-8,69	8,69
24/08/2021	PAYPAL *GAVINDUFFVOICE	Crédito	-129,86	129,86
22/08/2021	Pipedrive Oue	Crédito	-45,00	45
18/08/2021	DOCUSIGN INC EUR	Crédito	-14,00	14
17/08/2021	MailChimp	Crédito	-158,42	158,42
13/08/2021	ADOBE IL CREATIVE CLD	Crédito	-29,99	29,99
12/08/2021	TRADE COUNCIL	Crédito	-8,67	8,67
12/08/2021	SENTRY	Crédito	-25,15	25,15
10/08/2021	AIRCALL.IO* AIRCALL IN	Crédito	-132,97	132,97
08/08/2021	LINKEDIN-669*7972363	Crédito	-84,58	84,58
07/08/2021	ADOBE PHOTOGRAPHY PLAN	Crédito	-9,99	9,99
07/08/2021	HOO*HOOTSUITE INC	Crédito	-25,05	25,05
05/08/2021	RECIBO MES ANTERIOR	Crédito	889,16	889,16
03/08/2021	998Pin Schedugram SkedSo	Crédito	-16,00	16
03/08/2021	AWS EMEA	Crédito	-44,97	44,97

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CloudGuide, 2021.

Nadalje, stupac O (Slika 2.) služi kao prikaz kojim je načinom plaćena faktura, te formula koja je potrebna za tu informaciju je:

```
=IF(L2="Y";"BBVA";(IF(M2="Y";"Sabadell";IF(N2="Y";"CC6737";"??"))))
```

Uz pomoć „IF“ funkcije ova formula govori ako se pojavi vrijednost „Y“ u jednoj od prethodnih tri ćelija, vraća se naziv kojim bankovnim računom je plaćeno. U ovom primjeru vrijednost „Y“ je bila pronađena u ćeliji N2, s toga umjesto „Y“, u ćeliji O2, vraća se vrijednost „CC6737“, a to znači da je plaćanje bilo obavljeno kreditnom karticom banke BBVA.

Slijedeći stupci za izradu predloška prikazanog Slikom 2. su stupac P i Q, a njihove formule glase:

- Stupac P

```
=INDEX(Provedores_Base!A:C; MATCH(E2;Provedores_Base!B:B;0);3)
```

- Stupac Q:

```
=INDEX(Provedores_Base!A:D;MATCH(E2;Provedores_Base!B:B;0);4)
```

Ove dvije formule su gotovo identične, te se isto razlikuju kao i formula koja se koristila za stupac B. Princip je jednak, razlika je samo u tome koju vrijednost je potrebno vratiti, a ta razlika je u zadnjem broju formule. Formula za stupac P bila je potrebna da vrati dvoznamenkastu oznaku države iz koje je poslovni subjekt koji je poslao fakturu, a formula koja se nalazi u stupcu Q govori koji je bio NIF (špa. *Numero de Identificacion Fiscal*, hrv. Fiskalni broj za identifikaciju) od poslovnog subjekta koji je poslao fakturu.

Zadnji stupac predloška (Slika 2.) je stupac R. On nam služi da pridodamo osnovici svake fakture stopu od 21%. Ovaj dio će biti kasnije potreban kada ću se sve fakture iz skupine IVA Intracomunitario i Sujeto pasivo upisivati u Contaplus. Formula za ovaj stupac je:

```
=ROUND(F2*0,21;2)
```

Sada kada je predložak potpun, potrebno je sve formule iz svih stupaca u redu 2 povući prema dolje za onoliko redova koliko je faktura poduzeće zaprimilo za prethodni mjesec, te svaku od faktura upisati u svoj red. Nakon što su sve fakture upisane, potrebno je izraditi tablicu koja će prikazivati koliko je poreza bilo plaćeno po kategorijama zemalja. U Tablici 4. prikazano je koliko je poreza bilo plaćeno pa svakoj kategoriji zemalja. Za izračun ove tablice potrebno je izračunati zbroj svih osnovica po svakoj kategoriji zemalja, te iznose poreza, a za to je potrebna samo jedna formula koji je potrebno prilagoditi za svaku ćeliju.

Uzmimo za primjer formulu za iznos poreza za *IVA Intracomunitario* (članice EU) koja glasi:

`=SUMIF(B:B;"IVA intracomunitario";R:R)`

Ova formula služi da se u stupcu B izdvoje svi reci koji sadrže riječ „*IVA Intracomunitario*“, te da im se umnože sve vrijednosti iz stupca R (u ovom slučaju koristi se stupac R zato što sve *IVA Intracomunitario* fakture dolaze bez poreza). Iznose iz tablica potrebno također upisati u program Contaplus, koji će biti objašnjen u nastavku.

**Tablica 4. Obračun poreza po kategoriji zemalja**

	Osnovica	Iznos poreza
IVA SOPORTADO		
0%	180,00	0,00
10%	0,00	0,00
21%	487,07	102,28
IVA INTRACOMUNITARIO	202,94	42,62
INVERSIÓN SUJETO PASIVO	352,12	73,94
IVA OTROS PAISES	0,00	0,00

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CloudGuide, 2021.

Zadnji list ovog predloška sadrži tablicu koja prikazuje koliki je iznos povrata poreza poduzeće ostvarilo, a taj iznos je 102,28 eura. Taj iznos dobiven je zbrajanjem iznosa poreza za stope od 0%, 10% i 21% iz kategorije *IVA Soportado*. Na Slici 5. Sadržani su podaci koje je potrebno prijaviti poreznoj upravi.

**Slika 5. Podaci koje je potrebno prijaviti poreznoj upravi**

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2		<b>IVA DENEGADO (ODBIJEN POREZ)</b>						
3					<b>Base imponible (Porezna osnovica)</b>	<b>Tipo (Stopa) %</b>	<b>Cuota (Udía)</b>	
4		Régimen General (Opci režim)			180,00	21	0,00	
5		Adquisiciones intracomunitarias de bienes y servicios (Stjecanje dobara i usluga unutar zajednice)			0,00		0,00	
6		Otras operaciones con inversión del sujeto pasivo (Ostali poslovi s ulaganjem poreznog obveznika)			487,07		102,28	
7		Modificación bases y cuotas (Izmjena osnova i naknada)			0,00			
8								
9					Total cuota devengada (Ukupno obračunata naknada)		102,28	
10		<b>IVA DEDUCIBLE (ODBITNO OD POREZA)</b>						
11					<b>Base (Osnovica)</b>		<b>Cuota (Udía)</b>	
12		Por cuotas soportadas en operaciones interiores corrientes (Kvota u tekućim internim operacijama)			1019,19		176,22	
13		En adquisiciones intracomunitarias de bienes y servicios corrientes (U akvizicijama unutar zajednice tekućih dobara i usluga)			202,94		42,62	
14								
15					Total a deducir (Ukupno za odbitak)		218,84	
16					-116,56			
17								
18		<b>INFORMACIÓN ADICIONAL (DODATNE INFORMACIJE)</b>						
19		Entregas intracomunitarias de bienes y servicios (Isporuke roba i usluga unutar zajednice)						
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CloudGuide, 2021.

Službeni program za registriranje faktura u Španjolskoj je Contaplus, a on je dio Sage 50cloud grupacije koja je skup računovodstvenih i platnih proizvoda koje je razvila Sage

Group, a namijenjena je malim i srednjim poduzećima. Ovaj program funkcionira na način da se svaka faktura, bankovna transakcija i slično registrira na zasebnu listu „rješenja“ (špa. *asiento*), točnije knjiženja.

Uzmimo za primjer Aircall-ovu fakturu iz Excel-ove datoteke gdje su fakture bile prvobitno upisane (Slika 2., 2. red). Prvi korak ovog knjiženja je da se upiše osnovica ove fakture na dugovnu stranu (Debe) koja iznosi 132,97 eura, a ona se knjiži na konto troška marketinga pod šifrom 6290026. Nakon toga upisuje se iznos porezne stope od 21%, a ona iznosi 27,92 eura (Slika 2., stupac R) na dugovnu stranu podržanog poreza unutar zajednice, šifra konta 4725021. Zatim taj iznos poreza potrebno je odbiti zbog toga što je poduzeće Aircall poslalo fakturu iz inozemstva, a to se radi na način da se pod konto obračunatog poreza, šifra 4775021 stavi taj isti iznos od 27,92 eura na potražnu stranu. Zadnji korak ovog knjiženja je da iznos od 132,97 eura stavi na potražnu stranu na konto pod kojim je Aircall registriran u sustav, točnije pod šifrom 4100180. Ovaj proces prikazan je na Slici 6.

### Slika 6. Registriranje fakture

É	T	Subcuenta	Concepto	Debe	Haber	Dpt.Proyecto	Documento	ContraPartida	Interrump	Metálico	Serie	Factura	Base Imponible	I.V.A.
		6290026	Aircall	132,97	0,00	.	INV451068		NO	NO		0	0,00	
		4725021	Aircall	27,92	0,00	.	INV451068	4100180	NO	NO		0	132,97	21,00
		4775021	Aircall	0,00	27,92	.	INV451068	4100180	NO	NO		0	132,97	21,00
		4100180	Aircall	0,00	132,97	.	INV451068		NO	NO		0	0,00	

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CloudGuide, 2021.

Na ovaj se način registriraju sve *IVA Intracomunitario* i *Sujeto pasivo* fakture. Jedina razlika je u tome što *Sujeto pasivo* zahtjeva drugačije šifre a to su: 4721021 i 47721021. Ovdje je razlika u četvrtom decimalnom mjestu koje označuje kategoriju zemalja. Brojevi koji označuju kategorije su slijedeće:

- 0 - *IVA Soportado* (Španjolska);
- 1 - *Sujeto pasivo* (Pasivni subjekt);
- 5 - *IVA Intracomunitario* (članice EU);

- 9 - *Otros paises* (ostale zemlje).

Kada se registriraju fakture iz kategorije *IVA Soprtado* i *Otros paises*, ne koristi se konto koje počine pod šifrom 477, već samo konto koji počinje s šifrom 472 jer je to porez koje je poduzeće platilo. U ovim grupama poreza postoje tri različite stope, potrebno je koristiti određenu šifru ovisno o koja je stopa prikazana na fakturi, a te šifre su:

- 4720000 (ili 4729000) - stopa poreza od 0%;
- 4720010 (ili 4729010) - stopa poreza od 10%;
- 4720021 (ili 4729021) - stopa poreza od 21%.

Nakon što su sve fakture registrirane, potrebno je registrirati podatke, u smislu ukupnih iznosa poreza po kategoriji zemalja. Postupak je veoma sličan kao i na prošlom primjeru, za *IVA Intracomuntario* i *Sujeto pasivo* koristimo konta 472 i 477, a za *IVA Soportado* samo 472. *Otros paises* se u ovom djelu ne knjiži.

Bitna razlika kod ovih konta jest da se iznosi moraju proknjižiti sa obrnute strane nego na prošlom primjeru. Prilikom upisivanja svakog konta potrebno je označiti u programu da se radi o regularizaciji (špa. *Regularization de partida*). Na kraju, nakon što su sva konta upisana, dodaje se završni konto pod šifrom 4700001 (konto administracije) i stavlja se ukupan iznos od *IVA Soportado* na dugovnu stranu, po primjeru na Slici 7., taj iznos je bio 102,28.

### **Slika 7. Knjiženje ukupnih iznosa poreza po kategoriji država**

Gestión de asientos

Añadir partida   Modificar partida   Eliminar partida   Zoom Partida   Localizar   Imprimir   Casación   Punteo   Centro de información   Añadir Vencimiento   Añadir inmovilizado   Banca electrónica   Grabar asiento   Cancelar asiento   Asientos otros ejercicios   Configurar entorno   Eliminar asientos   Comentarios

Fecha: 23 Entrada asientos predefinidos   Asiento: 363   Descuadre: 0,00    Asiento periódico  
 31-08-21   0

Subcuenta: Iva Devenado Intracom 21% Servicios   Saldo Proyecto: 32,13   Doc./ Pago

Configuración

E	T	Subcuenta	Concepto	Debe	Haber	Dpt.Proyecto	Documento	ContraPartida	Interrump	Metálico	Serie	Factura	Base Imponible	I.V.A.
		4775021	IVA 08.21	42,62	0,00	.		REGULARIZACI	NO	NO		0	0,00	
		4771021	IVA 08.21	73,94	0,00	.		REGULARIZACI	NO	NO		0	0,00	
		4700001	IVA 08.21	102,28	0,00	.			NO	NO		0	0,00	
		4720021	IVA 08.21	0,00	102,28	.		REGULARIZACI	NO	NO		0	0,00	
		4720000	IVA 08.21	0,00	0,00	.		REGULARIZACI	NO	NO		0	0,00	
		4725021	IVA 08.21	0,00	42,62	.		REGULARIZACI	NO	NO		0	0,00	
		4721021	IVA 08.21	0,00	73,94	.		REGULARIZACI	NO	NO		0	0,00	

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CloudGuide, 2021.

Zadnji korak kod registriranja faktura je registriranje na koji je način određena faktura plaćena. Na slici koja slijedi prikazan je bankovni izvještaj za karticu CC6737. Svaku od transakcija potrebno je proknjižiti na zasebnu listu knjiženja (špa. *asiento*). Postupak kojim se registriaju transakcije je jako jednostavan i zahtjeva samo dva konta.

Po primjeru sa Slike 6., uzmimo transakciju od Aircall-a. Kako bi se ova transakcija proknjižila, potrebno je otvoriti konto od davatelja usluge, šifra 4100180. Iznos od 132,97, koji je na prije bio na potražnoj strani, sada se mora proknjižiti na dugovnu strane, te se otvara novi konto, a to je konto od kartice s kojom je plaćeno, šifra 4100011, te se taj iznos knjiži na dugovnu stranu. Na Slici 8. prikazan je postupak knjiženja.

## Slika 8. Prikaz knjiženja transakcija

Gestión de asientos

Añadir partida   Modificar partida   Eliminar partida   Zoom Partida   Localizar   Imprimir   Casación   Punteo   Centro de información   Añadir Vencimiento   Añadir inmovilizado   Banca electrónica   Grabar asiento   Cancelar asiento   Asientos otros ejercicios   Configurar entorno   Eliminar asientos   Comentarios

Fecha: 23 Entrada asientos predefinidos   Asiento: 376   Descuadre: 0,00    Asiento periódico  
 10-08-21   0

Subcuenta: Aircall   Saldo Proyecto: 0,00   Doc./ Pago

Configuración

E	T	Subcuenta	Concepto	Debe	Haber	Dpt.Proyecto	Documento	ContraPartida	Interrump	Metálico	Serie	Factura	Base Imponible	I.V.A.
		4100180	Aircall	132,97	0,00	.		4100011	NO	NO		0	0,00	
		4100011	Aircall	0,00	132,97	.		4100180	NO	NO		0	0,00	

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CloudGuide, 2021.



## 5.2. NAPLATA NAKNADE ZA KORIŠTENJE USLUGE

U ovome se dijelu prikazuje kako poduzeće CloudGuide naplaćuje poslovnim subjektima korištenje svojih usluga. U ovom primjeru prikazuje se poslovanje s poslovnim subjektima iz Portugala, Parkovima Sintre (*Parques de Sintra*). Ovaj slučaj poslovanja određen je na način da CloudGuide omogući Parkove Sintre sa određenom količinom kodova koje ta organizacija prodaje svojim gostima, zatim gosti te kodove koriste kako bi pristupili audio vodičima (također od CloudGuide-a) na svojim mobilnim uređajima.

Financijski sektor CloudGuide-a ima za zadatak da izračuna koliki je iznos koje Parkovi Sintre duguju Clouguide-u za svaki mjesec (izračun se radi za prethodni mjesec). Ova dva poduzeća ima poslovni dogovor da prihod od prodaje kodova dijele u omjeru 1:1 („pola-pola“).

Parkovi Sintre imaju više zasebnih lokacija koje gosti mogu posjetiti, a te lokacije su:

- Visita ao Palácio Nacional de Sintra;
- Palácio Nacional da Pena & Chalet da Condessa d'Edla;
- Palácio Nacional de Queluz;
- Palácio de Monserrate;

Za svaku od tih lokacija potrebno je napraviti zaseban izračun, a za primjer koji slijedi u nastavku uzeta je lokacija Palácio Nacional da Pena & Chalet da Condessa d'Edla. Ovaj tip zadatka potrebno je također izraditi u programu Excel, te napraviti predložak s nizom formula kako bi sve bilo automatizirano i bez grešaka. Prije izrade predložka potrebno je prikupiti određene podatke koji će biti primijenjeni u Excelu. Postoje dva izvora podataka:

- Podaci od Trgovine Play-a i Apple Store-a. Postoje dva tipa:
  - *Input in-app* – kodovi koji su bili prodani putem Trgovine Play-a i Apple Store-a korisnicima ClouGuide-a – ne naplaćuju se poslovnim subjektima;
  - *Codes used* – kodovi koji su bili dani poslovnom subjektu kako bi ih prodali svojim gostima koji do tada nisu bili korisnici CloudGuide-a –prihod se dijeli sa poslovnim subjektom.

- Izvješće Parkova Sintre o broju i načinu posjetitelja – potrebno je nadopuniti CloudGuide-ov utjecaj koji je označen svijetlo plavim ćelijama kako bi se vodili statistički podaci.

Na prvoj listi predložka stavljeni su *Codes Used* podaci. U primjeru ovoga zadatka na Slici 9. u stupcima od A do F prikazan je redoslijed informacija o:

- Univerzalnom jedinstvenom identifikatoru (*Uuid*);
- Pristupni kod (*Access code*);
- Tome za kojeg poslovnog subjekta je bio iskorišten (*Batch*);
- Kada i u koje vrijeme je kod bio prodan (*Sale at*);
- Da li je bio iskorišten (*Used*);
- Kada i u koje vrijeme je kod bio iskorišten (*Used at*);
- Identifikacijskom broju uređaja koji je bio korišten (*Device ID*);
- Tipu uređaja kojim je bio korišten (*Device type*);
- Lokaciji i paketu usluga (*Package*);
- Naplaćenosti usluge (*Charge upon generation*);
- Vrsti korištenja, u svrhi testiranja od strane poslovnog subjekta (*Test?*);
- Virtualnom obliku korištenja (način audio i vizualnog vodiča koji ne zahtjeva fizičku prisutnost) ili na samom licu mjesta (*Onsite ?*).

Za potrebe daljnjih izračuna važno je izdvojiti neobrađeni podatak o datumu iz stupca F (*Used at*), te ga sortirati i prilagoditi tako da ga Excel može prepoznati kao vrijednost datuma. Taj postupak rješava se nizom formula, od kojih se prva nalazi u stupcu H (*Raw data*), a ona glasi:

`=LEFT(F:F;3)&" "&MID(F:F;SEARCH(";",F:F)-2;20)`

U ćeliji F2 upisana je neobrađeni podatak (July 31, 2021, 9:56 p.m.) koji daje informaciju ne samo kojeg je datuma kod iskorišten, već i suvišan podatak u koje vrijeme ga je gost iskoristio. Ova formula koristi tako da se pomoću LEFT funkcije skрати naziv mjeseca (*July*), te ga pretvori u kraticu od tri slova (*Jul*) i prepíše ostali dio podatka (datum).

Slijedeća formula koja se nalazi u stupcu O (*Month*) glasi „=LEFT(N2;3)“. Ova formula koristi se tako da se uzmu prva tri slova s lijeve strane stupca N (*Jul*), a to označava kraticu mjeseca i ona je potrebna za idući stupac (P) koji u sebi nosi formulu s kojom se ta kratica pretvara u brojčanu vrijednost, a ona glasi:

```
=IF(O2="Jan";"01";IF(O2="Feb";"02";IF(O2="Mar";"03";IF(O2="Apr";"04";IF(O2="May";"05";IF(O2="Jun";"06";IF(O2="Jul";"07";IF(O2="Aug";"08";IF(O2="Sep";"09";IF(O2="Oct";"10";IF(O2="Nov";"11";"12")))))))))))
```

Spomenuta formula koristi se IF funkcijom koja daje naredbu da se za svaku kraticu mjeseca iz stupca O pretvori u brojčanu vrijednost mjeseca, npr. u ćeliji O2 nalazila se kratica „*Jul*“, te ju je formula pretvorila u broj 7.

Slijedeće što je potrebno izvući iz neobrađenog podatka jest dan u mjesecu kada je kod iskorišten, a to se radi pomoću formule:

```
=IF(MID(N2;7;1)="";MID(N2;5;2);MID(N2;5;1))
```

Pošto je formula iz stupca N skratila sve nazive mjeseca u kraticu od tri slova, omogućila je da svi neobrađeni datumi imaju jednak broj slova, te samim time datumi su izraženi jednakom količinom znakova, te tako omogućila da ova formula može pravilno djelovati jer ona naređuje da se prvom MID funkcijom ustanovi prvi raspon od kud će se vrijednost uzimati. Prema već naglašenom primjeru (July 31, 2021, 9:56 p.m.), određen je raspon od prvog do sedmog simbola, te drugom i trećom MID funkcijom naređeno je da se nakon petog simbola uzmu iduće dvije znamenke, po primjeru iz formule uzeta je broj 31.

Zadnji podatak koji je potreban izvući iz neobrađenog datuma jest godina, koja se dobije uz pomoć formule:

```
=MID(N2;SEARCH(" ";N2;3)+2;4)
```

Ova formula putem MID funkcije traži u N2 zarez i razmaknicu (" , "), te nakon što tu zapovijed izvrši, uzima četiri iduća simbola, a iz primjera preuzet je broj 2021.

Sada su svi podaci sortirani u zasebne stupce, te ih je potrebno ujediniti pod jednu zajedničku vrijednost, a to se može raditi uz pomoć iduće formule koja se stavlja u stupac S:

```
=Q2&"/"&P2&"/"&R2
```

Ova formula spaja prethodne ćelije u kojima je izražen dan, mjesec i godina, te između njih stavlja kosu crtu kako bi se iduća i ujedno zadnja funkcija mogla primijeniti, a to je funkcija:

```
=DATEVALUE(S2)
```

Ova funkcija pretvara datum predstavljen kao tekstualni niz u valjani Excel datum.

Slika 9. daje prikaz kodova koje su poslovni subjekti prodali svojim gostima.

### **Slika 9. Prodani kodovi**



- c) Stupac J-L –koliko je bilo preuzimanja putem Trgovine Playa-a i Apple Store-a korisnicima ClouGuide-a CloudGuide na licu mjesta (*Downloads / onsite tickets*), u virtualnom obliku (*Downloads / online tickets*) i sveukupno (*Total downloads*).

Prvi stupac koje je CloudGuide dužan ispuniti je stupac F sa slike 10. Izračun se dobije uz pomoć formule:

`=COUNTIFS('Input in-app'!I:I;"Palácio Nacional da Pena, Chalet da Condessa d'Edla";'Input in-app'!T:T;A2)`

Ova formula uz pomoć funkcije COUNTIFS broji na listu 2 (*Input in-app*) koji je identično postavljen kao i list 1 (*Codes Used*) podatke koji odgovaraju pod četiri uvjeta, a ti uvjeti govore da u listu 2 (*Input in-app*) traži tekstualni niz „Palácio Nacional da Pena, Chalet da Condessa d'Edla“, u stupcu I koji sadrži podatke u kojem paketu usluge je bio iskorišten (*Package*) i da datum iz stupca T mora biti identičan kao datum iz ćelije A2 (01.07) iz lista 3 (*Report PNP*).

Slijedeći stupac koji je potreban izračunati je stupac I koji pokazuje koliki je bio udio CloudGuide- a u posjeti bez vodiča, formula koje je potrebna je:

`=SUM(F2:H2)/E2`

Ova formula računa za svaki određeni dan zbroj od koliko je bilo kodova koji su bili prodani putem Trgovine Playa-a i Apple Store-a, CloudGuide-ove karte na licu mjesta i CloudGuide-ove virtualne karte, te taj zbroj dijeli sa brojem posjetitelja bez vodiča. Iduća dva stupca (J i K) sadrže istu formulu, one daju uvid koliko je bilo preuzimanja na licu mjesta ili virtualnom obliku:

- Stupac J

`=COUNTIFS('Codes Used'!I:I; "Palácio Nacional da Pena, Chalet da Condessa d'Edla";'Codes Used'!K:K;"<>1";'Codes Used'!T:T;A2;'Codes Used'!C:C;"Parques de Sintra")`

- Stupac K

=COUNTIFS('Codes Used'!I:I;"Palácio Nacional da Pena, Chalet da Condessa d'Edla";'Codes Used'!K:K;"<>1";'Codes Used'!T:T;A2;'Codes Used'!C:C;"Parques de Sintra API online")

Formula iz stupca J daje naredbu da se na listu 1 (*Codes Used*) u stupcu I (*Package*) izdvoje kodovi s nazivom „Palácio Nacional da Pena, Chalet da Condessa d'Edla“, te da se broje samo kodovi kojima je vrijednost u stupcu K (*Test?*) bilo kakva osim vrijednosti 1 (jer 1 predstavlja da je bio test), zatim datum u stupcu T mora biti isti kao i datum iz A2 u listu 3 (*Report PNP*) i na kraju u listu 1 (*Codes used*) stupac C koji predstavlja za kojeg poslovnog subjekta je bio iskorišten (Batch) izdvojiti kodove s nazivom „Parques de Sintra“.

Jedina različitost koju imaju formule iz stupca J i K je zadnji kriterij; u stupcu J taj kriterij se zvao „Parques de Sintra“, a on predstavlja kodove koji su bili prodani na licu mjesta, dok „Parques de Sintra API online“ predstavlja kodove koji su prodani u virtualnom obliku. Zadnji izračun koji je potreban (stupac T) da se zbroje svi podaci od preuzimanja vezana za CloudGuide:

=J2+K2+F2

**Slika 10. Izvješće o broju i kategorizaciji posjetitelja**

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Date	onsite visits	online visits	Guided visits	Total non guided visits	App Cloudguide	Cloudguide tickets / onsite	Cloudguide tickets / online	%	Downloads / onsite tickets	Downloads / online tickets	Total downloads	
2	1-Jul	1097	71	0	1168	3	0	10	1,11%	0	4	7	
3	2-Jul	996	76	0	1072	0	0	9	0,84%	0	3	3	
4	3-Jul	1298	87	0	1385	2	1	13	1,16%	1	9	12	
5	4-Jul	1557	101	0	1658	1	2	25	1,69%	2	13	16	
6	5-Jul	1678	91	0	1769	2	4	8	0,79%	4	5	11	
7	6-Jul	1526	94	0	1620	1	0	18	1,17%	0	3	4	
8	7-Jul	1618	65	0	1683	0	2	12	0,83%	2	9	11	
9	8-Jul	1796	101	0	1897	4	4	7	0,79%	4	8	16	
10	9-Jul	1363	105	20	1448	4	2	10	1,10%	2	7	13	
11	10-Jul	1196	97	0	1293	1	0	23	1,86%	0	9	10	
12	11-Jul	1623	115	0	1738	0	3	22	1,44%	3	14	17	
13	12-Jul	1727	157	0	1884	3	0	14	0,90%	0	10	13	
14	13-Jul	1649	128	0	1777	2	1	11	0,79%	1	6	9	
15	14-Jul	1738	115	0	1853	8	0	21	1,57%	0	10	18	
16	15-Jul	1639	139	0	1778	1	6	12	1,07%	7	11	19	
17	16-Jul	1531	69	31	1569	0	2	14	1,02%	2	7	9	
18	17-Jul	1603	159	0	1762	3	3	14	1,14%	3	8	14	
19	18-Jul	1680	206	0	1886	2	6	26	1,80%	6	8	16	
20	19-Jul	1672	190	11	1851	2	0	27	1,57%	0	6	8	
21	20-Jul	2035	116	14	2137	1	1	16	0,84%	1	11	13	
22	21-Jul	1989	181	0	2170	3	0	18	0,97%	0	10	13	
23	22-Jul	2160	180	15	2325	3	2	16	0,90%	1	9	13	
24	23-Jul	2067	190	18	2239	0	2	25	1,21%	2	11	13	
25	24-Jul	1897	193	0	2090	5	2	24	1,48%	7	8	20	
26	25-Jul	2090	198	0	2288	2	3	38	1,88%	7	10	19	
27	26-Jul	3004	178	11	3171	3	2	35	1,26%	2	11	16	
28	27-Jul	3190	207	0	3397	3	5	22	0,88%	5	12	20	
29	28-Jul	ND	203	0	203	2	2	35	19,21%	2	23	27	
30	29-Jul	ND	278	13	278	2	0	50	18,71%	0	21	23	
31	30-Jul	ND	182	0	182	4	4	39	25,82%	4	16	24	
32	31-Jul	2802	208	0	3010	3	0	36	1,30%	0	37	40	
33													
34													
35													

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CloudGuide, 2021.

Na zadnjoj listi predložka (INOVICE) prikazani su izračuni koji će kasnije biti uvršteni u službenu fakturu koja će biti poslana Parkovima Sintre. Najprije je bitno izračunati kodove CloudGuide-ove kodove koje su Parkovi Sintre prodali svojim gostima. Taj izračun dobiva se na način da su pomoći formule:

$$=SUM('Report PNP'!G:G)+SUM('Report PNP'!H:H)$$

Ova formula uz pomoć SUM funkcije zbraja sumu koliko je bio broj kupljenih karata u suradnji između Parkova Sintre i CCloudGuide-a na licu mjesta i u virtualnom obliku.

Zatim je potrebno izračunati koliki je iznos naplate po kodu. Taj iznos dobije se pomoću formule:

$$=ROUND(B13/(1+B14)*B16;2)$$



Ova formula dijeli cijenu audio vodiča (1,09 eura) sa poreznom stopom (21%), te na kraju se dijeli zarada se Parkovima Sintre (svakome 50%). Na kraju se broj kodova pomnoži sa iznosom naplate po kodu, te se tako dobije iznos od 311,96 eura koje Parkovi Sintre duguju CloudGuide-u.

Drugi izračun predstavlja koliku zaradu je CloudGuide ostvario prodajom svojih usluga. Dobiva se kao zbroj prodaja unutar aplikacije, formula koja je potrebna za taj izračun je:

`=SUM('Report PNP'!F:F)`

Također se i ovdje treba izračunati naplata korisniku po prodaju putem aplikacije, a za to potrebna je formula:

`=ROUND(B15*B17;2)`

Ova formula se dobiva množenjem prosječnog prihoda od trgovine aplikacija po prodaji sa dijeljenjem prihoda koji je u ovom slučaju 100% u korist CloudGuide-a. Na kraju potrebno je koliko je CloudGuide imao prodaja unutar aplikacije s naplate po jednoj prodaji, te se tako dobije iznos od 53,90 eura koje CloudGuide zadržava za sebe (Slika 11.).

## Slika 11. Izračun izjave o prodaji

	A	B	C	D	E
1	<b>ACCESS CODES</b>				
2	Codes sold Palácio Nacional da Pena, Chalet da Condessa d'Edla	709			
3	Charge per code (net of VAT), EUR	0,44			
4	<b>CHARGE FOR ACCESS CODES, EUR Palácio Nacional da Pena, Chalet da d</b>	<b>311,96</b>			
5	<b>IN-APP SALES</b>				
6					
7	In-app sales (1,09€) Palácio Nacional da Pena, Chalet da Condessa d'Ed	70			
8	Charge per in-app sale (1,09€)	0,77			
9	<b>CREDIT APPLIED, EUR (1,09€) Palácio Nacional da Pena, Chalet da Cond</b>	<b>53,90</b>			
10					
11	<b>PERIOD TOTAL, EUR</b>	<b>365,86</b>			
12					
13	Audioguide price, EUR	1,09			
14	VAT access codes (23%)	23%			
15	Split share (starting)	100%			
16	Split share (long-time)	50%			
17	Averaged proceeds from the app stores per sale	0,77		0,77	0,76
18					
19	Averaged proceeds from the app stores per sale	0,77			
20					

Izvor: Izrada autora prema internim podacima CloudGuide, 2021.

## ZAKLJUČAK

U radu su obrađeni temeljni pojmovi poput startupa, računovodstva, suvremenog pristupa računovodstvenim poslovima i računovodstvenih specifičnosti specifičnih djelatnosti, odnosno startupa. Poseban značaj radu daje studija slučaja, to jest prezentacija primjera inozemne prakse autora u poduzeću CloudGuide.

Na temelju provedenog istraživanja može se zaključiti kako je startup poslovanje razvijenije u inozemstvu, posebice na području Sjedinjenih Američkih Država. U Hrvatskoj postoje neki konkretni primjeri, no uglavnom je riječ o slabije razvijenim poslovnim modelima, koji posluju kao mikro i mali, a rjeđe kao srednji i vrlo rijetko veliki poduzetnici. Oni podliježu standardnim računovodstvenim obvezama i koncepcijama koje vrijede u Hrvatskoj.

Startup u Hrvatskoj najčešće ima vanjsko računovodstvo, a vrlo rijetko je riječ o zasebno utvrđenim računovodstvenim odjelima koji provode računovodstvene poslove. Obveznici su javne objave financijskih izvještaja i to uglavnom bilance, računa dobiti i gubitka i bilješki uz financijske izvještaje. Sva izvješća sastavljaju se i objavljuju sukladno Hrvatskim i Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja.

Treba istaknuti kako se u Hrvatskoj ovi poslovi odvijaju uz podršku osnovnih softverskih rješenja, to jest programa koji služe u računovodstvene svrhe. Sukladno tome, moguće je generirati kako se računovostvo na primjeru startupa razlikuje od onoga na primjeru ostalih poduzeća u smislu sažetijih obveza, nešto jednostavnijih financijskih izvještaja sukladno veličini i nešto proširenijih računovodstvenih funkcija u smislu savjetovanja i podrške općenito.

Na primjeru istražene studije slučaja CloudGuide zamjećuju se nešto izraženije računovodstvene specifičnosti. Ovo poduzeće ima organizacijski utvrđen računovodstveni odjel koji samostalno obavlja sve računovodstvene poslove. To potvrđuje visoku razvijenost poduzeća. Vidljivo je kako se primjenjuju specifični softverski

paketi koji sve računovodstvene obrade provode uz pomoć Excell tablica. Time se uočava inovativniji pristup, u odnosu na hrvatsku praksu.

## LITERATURA

### KNJIGE:

- Coombs, H. i dr. (2005.) Management Accounting: Principles and Applications. London: SAGE Publications Ltd.
- Elliott, B., Elliot, J. (1999.) Financial Accounting and Reporting, Third Edition. England: Pretince Hall Europe
- Gulin D. I dr. (2012.) Poslovno planiranje, kontrola i analiza, II izmijenjeno i dopunjeno izdanje. Zagreb: Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika
- Harrison, Jr., T.W., Horngren, T.C. (1998.) Financial Accounting. Third Edition. New Jersey: Pretince-Hall
- Hladika, M. I dr. (2017.) Računovodstvo financijskih instrumenata. Zagreb: Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika
- Nikolić, G., Zorić D. (2014.) Razvoj startup kulture u Hrvatskoj u funkciji razvoja gospodarstva. Rijeka: Visoka poslovna škola PAR
- Volarević, H., Varović, M. (2013.) Osnove računovodstva. Zagreb: Mate d.o.o.

### ČLANCI:

- Puškarević, S. (2015.) Nužnost savremenog definiranja računovodstva. Tranzicija. Vol XVII. No. 36. Str. 41.65.

### INTERNET:

- Alpha capitalis (2019.) Financiranje startupova. Dostupno na: <https://alphacapitalis.com/2019/04/14/financiranje-startupova/> (13.11.2021.)
- Athena market research (2021.) Što je startup: definicija, primjeri i osnove za njegovo stvaranje. Dostupno na: <https://hr.athenamarketresearch.com/qu-es-una-startup-definici-n> (13.11.2021.)

- Blagus, V., Stipančić, F. (2021.) Kako pokrenuti startup: potpuni vodič za pokretanje startupa u Hrvatskoj. Dostupno na: <https://lider.media/sto-i-kako/kako-pokrenuti-startup-potpuni-vodic-za-pokretanje-startupa-u-hrvatskoj-139047> (13.11.2021.)
- Blečić, B. (2020.) Bilanca. Dostupno na: <https://plaviured.hr/sto-je-bilanca/> (18.11.2021.)
- Blečić, B. (2020.) Račun dobiti i gubitka. Dostupno na: <https://plaviured.hr/sto-je-racun-dobiti-i-gubitka/> (18.11.2021.)
- Brezak Brkan, I. (2020.) Uvod u 6 vrsti startupa koje možete pokrenuti. Dostupno na: <https://www.netokracija.com/startup-hrvatska-vrste-167964> (13.11.2021.)
- CEPOR (2021.) Dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjescje-2020-HR-web.pdf> (16.11.2021.)
- Dauderis, H., Annand, D. (2014.) Introduction to Financial Accounting. Dostupno na: [https://www.opentextbooks.org.hk/zh-hant/system/files/export/22/22913/pdf/Introduction to Financial Accounting Second Edition 22913.pdf](https://www.opentextbooks.org.hk/zh-hant/system/files/export/22/22913/pdf/Introduction%20to%20Financial%20Accounting%20Second%20Edition%2022913.pdf) (11.11.2021.)
- Fina (2022.) Godišnji financijski izvještaji. Dostupno na: <https://www.fina.hr/godisnji-financijski-izvjestaji/obraci> (05.04.2022.)
- Graham, P. (2012.) Startup=Growth. Dostupno na: <http://paltelfoundation.ps/uploads/No.16-Startup=Growth.pdf> (13.11.2021.)
- IFRS (2018.) Popis Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja. Dostupno na: <http://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/> (18.11.2021.)
- Lider (2020.) Top 10 hrvatskih startupa koje morate pratiti u 2021. godini. Dostupno na: <https://lider.media/poslovna-scena/hrvatska/top-10-hrvatskih-startupa-koje-morate-pratiti-u-2021-godini-134672> (13.11.2021.)
- Salamzadeh, A., Kawamorita Kesim, H. (2015.) Startup Companies: Life Cycle and Challenges. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/315308370\\_Startup\\_Companies\\_Life\\_Cycle\\_and\\_Challenges](https://www.researchgate.net/publication/315308370_Startup_Companies_Life_Cycle_and_Challenges) (13.11.2021.)
- Startup Blink (2021.) Startup Ecosystem Rankings 2020. Startup Blink. Dostupno na: <https://www.startupblink.com/> (15.11.2021.)

- Startup monitor (2019.) EU Startup Monitor. Dostupno na: <https://startupmonitor.eu/> (13.11.2021.)
- Stone, T. (2018.) An examination of startup accelerators using social network theory. Dostupno na: <http://eprints.hud.ac.uk/id/eprint/34731/> (13.11.2021.)
- Zakon o računovodstvu, Narodne novine, NN 78/2015, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20. Dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015\\_07\\_78\\_1493.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_07_78_1493.html) (15.11.2021.)

OSTALO:

- Interni podaci CloudGuide

**POPIS SLIKA**

Slika 1. Računovodstvena funkcija kao proces .....	16
Slika 2. Primarni list predložka obračuna povrata poreza na naplaćene fakture .....	40
Slika 3. Podaci o poslovnim subjektima .....	42
Slika 4. Prikaz bankovnog izvještaja .....	43
Slika 5. Podaci koje je potrebno prijaviti poreznoj upravi.....	46
Slika 6. Registriranje fakture .....	47
Slika 7. Knjiženje ukupnih iznosa poreza po kategoriji država .....	48
Slika 8. Prikaz knjiženja transakcija.....	49
Slika 9. Prodani kodovi.....	53
Slika 10. Izvješće o broju i kategorizaciji posjetitelja .....	56
Slika 11. Izračun izjave o prodaji .....	59

## **POPIS GRAFIKONA**



Grafikon 1. Struktura financiranja startupova u Europi ..... 9

**POPIS TABLICA**

Tablica 1. Obilježja startupa .....	4
Tablica 2. Odnos računovodstvene funkcije i ostalih poslovnih funkcija u organizaciji ..	17
Tablica 3. Hrvatski i Međunarodni standardi financijskog izvještavanja .....	27
Tablica 4. Obračun poreza po kategoriji zemalja .....	45

## **POPIS PRILOGA**

## Prilog 1. Bilanca

Oznaka pozicije	Naziv pozicije
	AKTIVA
A	POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL
B	DUGOTRAJNA IMOVINA
I	NEMATERIJALNA IMOVINA
1.	Izdaci za razvoj
2.	Koncesije, patenti, licencije, robne i uslužne marke, softver i ostala prava
3.	Goodwill
4.	Predumovi za nabavu nematerijalne imovine
5.	Nematerijalna imovina u pripremi
6.	Ostala nematerijalna imovina
II	MATERIJALNA IMOVINA
1.	Zemljište
2.	Građevinski objekti
3.	Postrojenja i oprema
4.	Alati, pogonski inventar i transportna imovina
5.	Biološka imovina
6.	Predumovi za materijalnu imovinu
7.	Materijalna imovina u pripremi
8.	Ostala materijalna imovina
9.	Ulagenja u nekretnine
III	DUGOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA
1.	Ulagenja u udjele (dionice) poduzetnika unutar grupe
2.	Ulagenja u ostale vrijednosne papire poduzetnika unutar grupe
3.	Dani zajmovi, depoziti i slično poduzetnicima unutar grupe
4.	Ulagenja u udjele (dionice) društava povezanih sudjelujućim interesom

5.	Ulaganja u ostale vrijednosne papire društava povezanih sudjelujućim interesom
6.	Dani zajmovi, depoziti i slično društvima povezanim sudjelujućim interesom
7.	Ulaganja u vrijednosne papire
8.	Dani zajmovi, depoziti i slično
9.	Ostala ulaganja koja se obračunavaju metodom udjela
10.	Ostala dugotrajna financijska imovina
IV	POTRAŽIVANJA
1.	Potraživanja od poduzetnika unutar grupe
2.	Potraživanja od društava povezanih sudjelujućim interesom
3.	Potraživanja od kupaca
4.	Ostala potraživanja
V	ODGOBENA POREZNA IMOVINA
C	KRATKOTRAJNA IMOVINA
I	ZALIHE
1.	Sirovine i materijal
2.	Proizvodnja u tijeku
3.	Gotovi proizvodi
4.	Trgovačka roba
5.	Predumovi za zalihe
6.	Dugotrajna imovina namijenjena prodaji
7.	Biološka imovina
II	POTRAŽIVANJA
1.	Potraživanja od poduzetnika unutar grupe
2.	Potraživanja od društava povezanih sudjelujućim interesom
3.	Potraživanja od kupaca
4.	Potraživanja od zaposlenika i članova poduzetnika
5.	Potraživanja od države i drugih institucija

6.	Ostala potraživanja
III	KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA
1.	Ulaganja u udjele (dionice) poduzetnika unutar grupe
2.	Ulaganja u ostale vrijednosne papire poduzetnika unutar grupe
3.	Dani zajmovi, depoziti i slično poduzetnicima unutar grupe
4.	Ulaganja u udjele (dionice) društava povezanih sudjelujućim interesom
5.	Ulaganja u ostale vrijednosne papire društava povezanih sudjelujućim interesom
6.	Dani zajmovi, depoziti i slično društvima povezanim sudjelujućim interesom
7.	Ulaganja u vrijednosne papire
8.	Dani zajmovi, depoziti i slično
9.	Ostala financijska imovina
IV	NOVAC U BANCI I BLAGAJNI
D	PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI
E	UKUPNO AKTIVA
F	IZVANBILANČNI ZAPISI
	PASIVA
A	KAPITAL I REZERVE
I	TEMELJNI (UPIŠANI) KAPITAL
II	KAPITALNE REZERVE
III	REZERVE IZ DOBITI
1.	Zakonske rezerve
2.	Rezerve za vlastite dionice
3.	Vlastite dionice i udjeli (odbitna stavka)
4.	Statutarne rezerve
5.	Ostale rezerve
IV	REVALORIZACIJSKE REZERVE
V	REZERVE FER VRIJEDNOSTI

1.	Per vrijednost financijske imovine raspoložive za prodaju
2.	Učinkoviti dio zaštite novčanih tokova
3.	Učinkoviti dio zaštite neto ulaganja u inozemstvu
VI	<b>ZADRŽANA DOBIT ILI PRENESENI GUBITAK</b>
1.	Zadržana dobit
2.	Prenešeni gubitak
VII	<b>DOBIT ILI GUBITAK POSLOVNE GODINE</b>
1.	Dobit poslovne godine
2.	Gubitak poslovne godine
VIII	<b>MANJINSKI (NEKONTROLIRAJUĆI) INTERES</b>
B	<b>REZERVIRANJA</b>
1.	Rezerviranja za mirovine, otpremnine i slične obveze
2.	Rezerviranja za porezne obveze
3.	Rezerviranja za započete sudske sporove
4.	Rezerviranja za troškove obnavljanja prirodnih bogatstava
5.	Rezerviranja za troškove u jamstvenim rokovima
6.	Druga rezerviranja
C	<b>DUGOROČNE OBVEZE</b>
1.	Obveze prema poduzetnicima unutar grupe
2.	Obveze za zajmove, depozite i slično poduzetnika unutar grupe
3.	Obveze prema društvima povezanim sudjelujućim interesom
4.	Obveze za zajmove, depozite i slično društava povezanih sudjelujućim interesom
5.	Obveze za zajmove, depozite i slično
6.	Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama
7.	Obveze za predujmove
8.	Obveze prema dobavljačima
9.	Obveze po vrijednosnim papirima

10.	Ostale dugoročne obveze
11.	Odgodena porezna obveza
D	<b>KRATKOROČNE OBVEZE</b>
1.	Obveze prema poduzetnicima unutar grupe
2.	Obveze za zajmove, depozite i slično poduzetnika unutar grupe
3.	Obveze prema društva povezanim sudjelujućim interesom
4.	Obveze za zajmove, depozite i slično društava povezanih sudjelujućim interesom
5.	Obveze za zajmove, depozite i slično
6.	Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama
7.	Obveze za predujmove
8.	Obveze prema dobavljačima
9.	Obveze po vrijednosnim papirima
10.	Obveze prema zaposlenicima
11.	Obveze za poreze, doprinose i slična davanja
12.	Obveze s osnove udjela u rezultatu
13.	Obveze po osnovi dugotrajne imovine namijenjene prodaji
14.	Ostale kratkoročne obveze
E	<b>ODGOBENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEG RAZDOBLJA</b>
F	<b>UKUPNO – PASIVA</b>
G	<b>IZVANBILANČNI ZAPISI</b>

## Prilog 2. Račun dobiti i gubitka

Oznaka pozicije	Naziv pozicije
I	POSLOVNI PRIHODI
1.	Prihodi od prodaje s poduzetnicima unutar grupe
2.	Prihodi od prodaje
3.	Prihodi na temelju upotrebe vlastitih proizvoda, robe i usluga
4.	Ostali poslovni prihodi s poduzetnicima unutar grupe
5.	Ostali poslovni prihodi
II	POSLOVNI RASHODI
1.	Promjene vrijednosti zaliha proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda
2.	Materijalni troškovi
a)	Troškovi sirovina i materijala
b)	Troškovi prodane robe
c)	Ostali vanjski troškovi
3.	Troškovi osoblja
a)	Neto plaće i nadnice
b)	Troškovi poreza i doprinosa iz plaća
c)	Doprinosi na plaće
4.	Amortizacija
5.	Ostali troškovi
6.	Vrijednosna usklađenja
a)	dugotrajne imovine osim financijske imovine
b)	kratkotrajne imovine osim financijske imovine
7.	Rezerviranja
a)	Rezerviranja za mirovine, otpremnine i slične obveze
b)	Rezerviranja za porezne obveze



c)	Rezerviranja za započete sudske sporove
d)	Rezerviranja za troškove obnavljanja prirodnih bogatstava
e)	Rezerviranja za troškove u jamstvenim rokovima
f)	Druga rezerviranja
8.	Ostali poslovni rashodi
III	FINANCIJSKI PRIHODI
1.	Prihodi od ulaganja u udjele (dionice) poduzetnika unutar grupe
2.	Prihodi od ulaganja u udjele (dionice) društava povezanih sudjelujućim interesom
3.	Prihodi od ostalih dugotrajnih financijskih ulaganja i zajmova poduzetnicima unutar grupe
4.	Ostali prihodi s osnove kamata iz odnosa s poduzetnicima unutar grupe
5.	Tečajne razlike i ostali financijski prihodi iz odnosa s poduzetnicima unutar grupe
6.	Prihodi od ostalih dugotrajnih financijskih ulaganja i zajmova
7.	Ostali prihodi s osnove kamata
8.	Tečajne razlike i ostali financijski prihodi
9.	Nerealizirani dobiti (prihodi) od financijske imovine
10.	Ostali financijski prihodi
IV	FINANCIJSKI RASHODI
1.	Rashodi s osnove kamata i slični rashodi s poduzetnicima unutar grupe
2.	Tečajne razlike i drugi rashodi s poduzetnicima unutar grupe
3.	Rashodi s osnove kamata i slični rashodi
4.	Tečajne razlike i drugi rashodi
5.	Nerealizirani gubici (rashodi) od financijske imovine
6.	Vrijednosna usklađenja financijske imovine (neto)
7.	Ostali financijski rashodi
V	UDIO U DOBITI OD DRUŠTAVA POVEZANIH SUDJELUJUĆIM INTERESOM
VI	UDIO U DOBITI OD ZAJEDNIČKIH POTHVATA
VII	UDIO U GUBITKU OD DRUŠTAVA POVEZANIH SUDJELUJUĆIM INTERESOM

VIII	UDIO U GUBITKU OD ZAJEDNIČKIH POTHVATA
IX	UKUPNI PRIHODI
X	UKUPNI RASHODI
XI	DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA
1.	Dobit prije oporezivanja
2.	Gubitak prije oporezivanja
XII	FOREZ NA DOBIT
XIII	DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA
1.	Dobit razdoblja
2.	Gubitak razdoblja
	PREKINUTO POSLOVANJE (popunjava poduzetnik obveznik primjene MSFI-a samo ako ima prekinuto poslovanje)
XIV	DOBIT ILI GUBITAK PREKINUTOG POSLOVANJA PRIJE OPOREZIVANJA
1.	Dobit prekinutog poslovanja prije oporezivanja
2.	Gubitak prekinutog poslovanja prije oporezivanja
XV	FOREZ NA DOBIT PREKINUTOG POSLOVANJA
1.	Dobit prekinutog poslovanja za razdoblje
2.	Gubitak prekinutog poslovanja za razdoblje
	UKUPNO POSLOVANJE (popunjava samo poduzetnik obveznik primjene MSFI-a koji ima prekinuto poslovanje)
XVI	DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA
1.	Dobit prije oporezivanja
2.	Gubitak prije oporezivanja
XVII	FOREZ NA DOBIT
XVIII	DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA
1.	Dobit razdoblja
2.	Gubitak razdoblja
	DODATAK RDG-u (popunjava poduzetnik koji sastavlja godišnje konsolidirane financijske izvještaje)

XIX	DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA
1.	Pripisana imateljima kapitala matice
2.	Pripisana manjinskom (nekontrolirajućem) interesu

## SAŽETAK

Rad istražuje računovodstvene specifičnosti na primjeru startupa. Riječ je o nedovoljno istraženom sustavu u Hrvatskoj koji se uglavnom zasniva na tradicionalnom računovodstvenom pristupu. S obzirom da hrvatski startupi pripadaju uglavnom mikro i malim poduzetnicima, obveznici su javne objave bilance, računa dobiti i gubitaka te bilješki uz ove financijske izvještaje.

CloudGuide je španjolski startup, koji se ističe visokom razvijenošću i ima ustrojeno vlasitio računovodstvo. On podliježe opsežnijim računovodstvenim obvezama i poslovima, a obračuni i knjiženja podržani su razvijenim programskim rješenjima, koja se uglavnom zasnivaju na korištenju Excel tablica. Ovaj primjer potvrđuje visoku inovativnost na primjeru inozemnih startupa i njihovih računovodstvenih specifičnosti.

Cilj rada je istražiti obilježja startupa računovodstvenih poslova na njihovom primjeru. Svrha je obraditi inozemni primjeri startupa računovodstvenih poslova na istome.

***Ključne riječi: suvremeno računovodstvo, startup, Hrvatska, CloudGuide.***

## SUMMARY

The paper researches the accounting specifics of startups. This is an insufficiently researched and low developed system in Croatia. It is mainly based on the traditional accounting approach. Due to the fact that Croatian startups belong mainly to micro and small entrepreneurs, they are obliged to publish the balance sheet, profit and loss account and notes to these financial statements.

CloudGuide is a Spanish startup which has a high level of development and has its own accounting system. It is subject to more extensive accounting obligations and transactions. Its accounting calculations and postings are supported by developed software solutions, which are mainly based on the use of Excell spreadsheets. This example confirms the high innovation on the example of foreign startups and their accounting specifics.

The aim of this paper is to investigate the characteristics of startups and accounting jobs on their example. The purpose is to process foreign examples of startups and accounting jobs on the same.

***Keywords: modern accounting, startup, Croatia, CloudGuide.***