



BIZNIS PLANIRANJE

Ukoliko krećete od ideje:

U preseku onoga što **znate da radite** i onoga što **volite da radite** postoje šanse za biznis ideju, ali je neophodno da naučite kako da u takvom poslu ostvarite profit. Ukoliko biznis ideju počnete da gradite na ukrštanju onoga što volite da radite i **potreba tržišta** (onoga što vam može donositi prihode, odnosno profit), moraćete da planirate dovoljno vremena i sredstava da naučite da radite to što ste zamislili.

Koja je odgovarajuća forma za vas?

Samostalno pokretanje i vođenje biznisa podrazumeva da imate dovoljno sredstava za otpočinjanje posla i za period poslovanja dok ne počnete da ostvarujete profit. Sve pobjede su vaše, ali i svi rizici i gubici su vaši. Ako ste navikli da radite sami i da se ne oslanjate mnogo na druge, ovo će sigurno biti vaš put.

Radom u **partnerstvu** (ortačkom društvu) delite rizike, rad i dobit na način na koji se dogovorite sa partnerom/partnerima. Rad u partnerstvu se uči i zahteva dodatno ulaganje u razvoj i održavanje partnerskih odnosa. S druge strane, kroz rad u partnerstvu možete mnogo da naučite.

Kada kupite **franšizu**, odnosno odlučite se za franšizni način poslovanja, kupujete *ime* koje je neko razvio (ili još preciznije – brend), *znanje i veštine* koje je neko već sakupio, sistematizovao i preneće vam ih tokom procesa kupovine franšize, i *podršku u radu* koju davalac franšize obično zahteva kako bi osigurao standard proizvoda koji je predmet franšize.

Za više informacija o raspoloživim franšizama u Srbiji možete se informisati na www.fransize.rs.

Šta je to poslovno planiranje?

Pri pokretanju biznisa poslovno planiranje obuhvata analizu biznis ideje, formiranje tima, analizu tržišta (potrebe kupaca i konkurenciju), testiranje ideje i razvijanje biznis plana. Nakon pokretanja biznisa, poslovno planiranje podrazumeva praćenje promena na tržištu, potreba kupaca, razvoja tehnologije i sl. i u skladu sa time prilagođavanje poslovanja.

Sprovedite „stejkholder analizu“

Stejkholderi (eng. *Stakeholders*) su pojedinci, grupe i/ili institucije koji imaju direktan ili indirektan interes ili uticaj u vezi sa Vašom organizacijom/socijalnim preduzećem. Stejkholder analiza podrazumeva, dakle, identifikovanje svih strana koje mogu imati uticaj na BIZNIS PLANIRANJE ili interes za Vašu organizaciju, i obrnuto, na koje može uticati funkcionisanje Vaše organizacije ili poslovanje Vašeg preduzeća, na primer:

- Zaposleni
- Država
- Klijenti/Korisnici usluga/Kupci
- Šira društvena zajednica
- Partneri
- Investitori/donatori
- Dobavljači
- Mediji
- ...

Obrazovni program

su pripremile i sprovode ga organizacije



Business
Innovation
Programs



smartKOLEKTIV

Razmislite kako vi utičete na njih i oni na vas:

- Na koji način su oni uključeni u Vašu organizaciju?
- Koji je njihov interes od pokretanja socijalnog preduzeća?
- Kakav uticaj oni mogu imati na Vaše planove?
- Sa kim još bi trebalo da sarađujete?

Procenite vaše poslovno okruženje:

Pri proceni okruženja treba sprovesti sledeće analize:

1. Analiza spoljnih faktora (PEST eng. Political, Environmental, Social and Technological Analyses – politička, ekonomska, društvena i tehnološka analiza) – treba da Vam pomogne da razumete uticaj tržišnih faktora na poslovanje.

Analiza spoljnih faktora			
Politička	Ekonomska	Društvena	Tehnološka
Politički faktori ili odluke koji utiču na poslovno okruženje	Pitanja koja utiču na kupovnu moć fizičkih i pravnih lica	Faktori koji utiču na potrebe klijenata i potencijalna tržišta	Inovativni razvojni trendovi koji mogu da utiču na tržište
Primeri: Porezi Zakoni Zapošljavanje Ekološki propisi Trgovinske restrikcije/tarife Politička stabilnost Evropa	Primeri: Ekonomske rast Kamatne stope Kurs Inflacija Nezaposlenost Ponuda/trajznja	Primeri: Demografske i kulturološke promene Stopa rasta/pada nataliteta Društveni stavovi Karakteristike tržišta radne snage (npr. broj nezaposlenih sa visokom stručnom spremom itd.)	Primeri: Istraživanja i razvoj Automatizacija Tehnološke promene Inovacije

2. Komercijalna procena – pomoći će Vam da proverite uravnoteženost svojih tržišnih i društvenih ciljeva, odnosno uravnoteženost tržišnih i netržišnih prihoda.

Socijalno preduzeće mora da poveže ekonomske i društvene ciljeve i premosti razlike između njih. U primeru koji navodimo u tabeli, kada postoji mogućnost da se smanje troškovi, malo je verovatno da će smanjenje troškova za zaposlene biti prihvatljivo ako je svrha socijalnog preduzeća da obezbedi zaposlenost. Tek kada utvrdite da nema sukoba ciljeva, možete krenuti u realizaciju.

Poređenje tržišnih i društvenih ciljeva	
Tržišni ciljevi Koliko potencijala za rast ima na tržištu? Koliki profit mogu da ostvarim na svakom proizvodu? Koliko daleko mogu da idem u smanjenju troškova (na primer, osoblja) da bih povećao svoj profit?	Društveni ciljevi Da li preduzeće pruža motivišuće radno okruženje? Koliko radnih mesta će preduzeće stvoriti? Koliko je raznovrstan opseg poslova koji će biti potrebni za rad preduzeća?

Obrazovni program

su pripremile i sprovode ga organizacije



Business
Innovation
Programs



smartKOLEKTIV

Procenite sopstvene kapacitete

Analizirajte sledeće aspekte:

- Procena organizacione kulture – koja se odnosi na to kako trenutno funkcionišete / poslužete.
- Procena kapaciteta – koja podrazumeva sposobnosti Vašeg preduzeća, u smislu Vaših veština i mogućnosti.
- Procena rizika – koja će Vam pomoći da razumete svoj stav prema riziku i koja će Vam obezbediti informacije za efektivno planiranje i pomoći Vam da odlučite da li ste spremni za investiranje.



KORISNI LINKOVI

Zašto je bitan biznis plan:

<http://www.poslovanja.com/tekstovi/emagazin-ekonomist/14-kako-sa-biznis-planom-doci-do-novca-investicija.htm>
<http://www.cpa.hr/hr/poslovno-planiranje/>
http://web.efzg.hr/dok/RAC/hpercevic/poslovno_planiranje/Poslovno%20planiranje%20-%20pojam%20i%20vrste.pdf

Vodiči za pokretanje socijalnog preduzeća i pisanje biznis plana:

<http://www.sens.rs/socijalno-preduzetnistvo/publikacije/218-vodic-za-pokretanje-sp-biznis-po-meri-coveka>
http://www.forthsectordevelopment.org.uk/documents/New_BusPlanGuide.pdf
<http://www.socialenterprise.org.uk/advice-services/publications/start-your-social-enterprise>

Vodiči za stakeholder analizu:

http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/938f1a0048855805beacfe6a6515bb18/Ifc_StakeholderEngagement.pdf?MOD=AJPERES
<http://www2.mmu.ac.uk/media/mmuacuk/content/documents/bit/Stakeholder-analysis-toolkit-v3.pdf>
<https://www.entrepreneur.com/article/247574>

Obrazovni program

su pripremile i sprovode ga organizacije



Business
Innovation
Programs



smartKOLEKTIV