

1. Poslovanje

1.1 Opis delatnosti

Od kada se klijent bavi ovom delatnošću, opis poslovanja, istorijski razvoj poslovanja

U trenutku kada se odlučite za određenu poslovnu ideju, niko vam ne može garantovati da će ta ideja biti profitabilna, odnosno da ćete ostvariti dobit. Prema tome, nećete moći da znate da li je ideja dobra sve dok ne ispitete njenu **održivost** i profitabilnost. Profitabilnost poslovne ideje ispitaćete izradom poslovnog plana koji se sastoji od 9 segmenata. Na početku je najbitnije da detaljno opišete svoju poslovnu ideju ili svoj biznis, ukoliko već radite.

Ukoliko još niste započeli poslovanje, opis poslovne ideje bi trebalo da sadrži:

- Koje proizvode/usluge ćete prodavati?
- Ko će biti vaši kupci?
- Zašto ste se odlučili za ovu poslovnu ideju?

Ukoliko ste već registrovali biznis i radite, opis bi trebalo da sadrži sledeće:

- Od kada se bavite ovim biznisom?
- Kojom delatnošću se bavite?
- Koje proizvode/usluge prodajete?
- Ko su vaši kupci?
- Kako se vaš biznis razvijao od osnivanja?

Udeo MP/VP i najznačajnijih artikala u ukupnim prihodima (u %)

Neki biznisi svoju prodaju vrše isključivo kroz sopstvenu maloprodaju, drugi isključivo prodaju drugim kompanijama, koje vrše dalju prodaju krajnjim kupcima, a neki, pak, kombinuju maloprodaju i veleprodaju. Prednost maloprodaje je u tome što brzo obezbeđuje gotovinu za finansiranje tekućih obaveza i direktnu komunikaciju sa kupcima, ali ima i svoje troškove. Veleprodaja je dobra jer omogućava prodaju veće količine proizvoda pojedinačnim kupcima, ali, sa druge strane, takvi kupci obično traže bolje uslove u smislu cena i rokova za odloženo plaćanje. U ovom delu opišite kakav je u vašem slučaju odnos maloprodaje i veleprodaje, ili, ako još niste započeli poslovanje, kakvi su vam planovi u tom pogledu. Takođe je potrebno navesti najznačajnije artikale (proizvode ili usluge) koje prodajete i njihovo procentualno učešće u ukupnim prihodima. Jako je važno da predstavite koji su vam artikli najvažniji, tj. od kojih vam u najvećoj meri zavisi poslovanje. Ukoliko imate veliki broj artikala u ponudi, grupišite ih po određenim karakteristikama u srodne kategorije, kako biste ih mogli adekvatno predstaviti i opisati u svom biznis planu.

Opisati lokaciju gde se obavlja delatnost, poslovni prostor u vlasništvu/zakupu (iznos zakupnine, rok zakupa, način plaćanja)

Lokacija biznisa je važna iz više razloga. Adekvatna lokacija omogućava dobar pristup i veliku frekvenciju kupaca, infrastrukturnu povezanost (blizina saobraćajnica, železnica, aerodroma, luka u zavisnosti od vrste biznisa), blizina izvora snabdevanja osnovnim sirovinama, repromaterijalom, odnosno postojanje dobavljača za sve što je potrebno da bi vaš biznis funkcionisao, dostupnost adekvatne radne snage. Opišite svoju lokaciju i poslovni prostor imajući u vidu sve navedene aspekte. S obzirom da prostor u kome obavljate svoju delatnost proizvodi određene troškove, navedite da li je vlasništvu ili ga iznajmljujete, kakvi su uslovi zakupa i koji su najveći troškovi.

Obrazovni program

su pripremile i sprovode ga organizacije



Business
Innovation
Programs



smartKOLEKTIV

Da li postoje povezana lica (opis delatnosti isti kao i za klijenta)?

Povezana lica se razlikuju za fizička (preduzetnik) i pravna lica (društvo sa ograničenom odgovornošću).

Povezana lica u odnosu na fizička lica su njihovi srodnici, supružnici i članovi domaćinstva – takođe preduzetnici.

Povezana lica u odnosu na pravno lice su druga pravna lica u kojima to pravno lice ima značajno učešće u kapitalu, ili pravna lica koja su, zajedno sa vašim pravnim licem, pod kontrolom trećeg lica.

Ukoliko vaša kompanija ima povezana lica, opišite njihovo poslovanje, kao i vrstu veze sa njima. Opišite čime se povezano lice bavi, kolika je imovina, obaveze, način odlučivanja...

Da li poslovanje spada u grupu socijalno odgovornog poslovanja?

Ovde opišite da li u okviru vašeg poslovanja imate aktivnosti koje su osmišljene i usmerene na rešavanje nekih društvenih problema (očuvanje životne sredine, pomoć ugroženima, humanitarne akcije...) iz vašeg okruženja, a da pri tom nisu usmerene na ostvarivanje profita. Da li donirate neka sredstva za rešavanje društvenih problema, da li dajete sponzorstva, da li vi i vaši zaposleni učestvujete ili sprovodite neke akcije koje su usmerene na rešavanje društvenih problema. Ukoliko je odgovor na ova pitanja „da“, opišite zašto ste se odlučili baš za te društveno odgovorne aktivnosti, koliko ste sredstava izdvojili i kakvi su vam budući planovi.

Ukoliko cilj vašeg celokupnog poslovanja nije ostvarivanje profita, već rešavanje određenih društvenih problema, vi onda spadate u grupu socijalnih preduzeća i kandidat ste za podršku koju pruža SMART KOLEKTIV.

1.2 Opis proizvoda/usluga

Detaljan opis proizvoda/usluga, po čemu je jedinstven, zašto bi bio interesantan kupcu

Proizvod/usluga je jedan od najvažnijih elemenata vaše ponude. Podrazumeva se da, kako bi bili uspešni imate kvalitetan proizvod/uslugu. Jako je važno da u fazi analize tržišta dođete do zaključka kako vaši kupci percipiraju kvalitet – šta za njih predstavlja kvalitetan proizvod/usluga. Predstavite što bolje sve važne karakteristike (materijal, dizajn, tehničke karakteristike...) svog proizvoda/usluge, a naročito one po kojima se izdvaja od sličnih konkurentskih proizvoda/usluga na vašem ciljnom tržištu. Kada govorimo o proizvodu, jedinstvenost se može bazirati na: funkcionalnosti, pogodnosti upotrebe, praktičnosti, tehničkim performansama, ekonomičnosti upotrebe (štedi resurse) itd. Kada su u pitanju usluge to može biti: brzina, dostupnost, praktičnost, ekonomičnost itd. Jako je važno da saznate i predstavite zašto će kupci koje ste targetirali kupovati baš vaš proizvod/uslugu, a neki drugi, konkurentski.

Objasniti proizvodni ciklus, da li je proizvodni ciklus zaokružen ili se koriste usluge drugih firmi

Proizvodnja bilo kog proizvoda, ili pružanje bilo koje usluge podrazumeva primenu određene tehnologije, odnosno sukcesivno prolaženje kroz određene faze proizvodnog ciklusa, kako bi se kombinovanjem i korišćenjem različitih resursa, kroz specifičan sled aktivnosti došlo do finalnog proizvoda. Različiti biznisi obuhvataju različite faze proizvodnog ciklusa. Ovde je potrebno da opišete sve faze u proizvodnji proizvoda, odnosno pružanju usluge, karakteristične za vaš proizvodni ciklus. Takođe je potrebno opisati i one faze koje se ne obavljaju u okviru vašeg poslovanja već su poverene drugima.