



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 pobeđe 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

Obrazovni program

su pripremile i sprovode ga organizacije

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
- ...

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:	Primeri:	Primeri:	Primeri:
Porezi	Ekonomski rast	Demografske i	Istraživanja i razvoj
Zakoni	Kamatne stope	kulturološke promene	Automatizacija
Zapošljavanje	Kurs	Stopa rasta/pada	Tehnološke promene
Ekološki propisi	Inflacija	nataliteta	Inovacije
Trgovinske restrikcije/tarife	Nezaposlenost	Društveni stavovi	
	Ponuda/traznja	Karakteristike tržišta	
Politička stabilnost		radne snage (npr. broj nezaposlenih sa visokom stručnom spremom itd.)	
Evropa			

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

Obrazovni program

su pripremile i sprovode ga organizacije

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

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 stejkholder 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

