

2. Dugoročni planovi poslovanja

Opisati u kom pravcu preduzeće ima nameru da se kreće, planirane aktivnosti

Od izuzetnog značaja za razvoj poslovne ideje ili projekta je i definisanje dugoročnih planova poslovanja: kako želite da vas klijenti vide na tržištu, na koji način želite da budete prepoznati, koji je krajnji cilj vašeg poslovanja (na primer: biti prepoznat kao kvalitetan proizvođač, sa kontinuiranom dostavom, konkurentnog kvaliteta i cene; Proširiti poslovanje na inostrana tržišta). Da biste uspešno formulisali svoj cilj, on mora da ispunjava određene kriterijume, odnosno trebalo bi bude “pametna” — SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Timely). Ukratko, vaš cilj treba da bude: Specifičan — da znate šta tačno želite da ostvarite i u kojoj meri; Merljiv — da možete da vodite evidenciju o progresu i meri ostvarenosti cilja; Ostvariv — da ste u stanju da dostignete cilj, s obzirom na materijalne i ljudske kapacitete vaše firme; Relevantan — da je cilj od značaja za vas i vaše kupce u datom trenutku; Vremenski određen — da vežete ostvarenje cilja za određeni vremenski period.

Naravno da opis poslovne ideje, kao i cilj, zavise od same ideje koju ima vaša kompanija, pa stoga predlažemo osmislite što jasnije formulacije, koje daju konkretan uvid u vašu poslovnu ideju.

Investicije u narednom periodu (ne odnosi se na kredit za koji se aplicira)

Ukoliko vaši planovi podrazumevaju poduhvate koji prevazilaze investicije koje će se realizovati sredstvima iz kredita za koji aplicirate, opišite ih ovde. Opišite šta je još potrebno uraditi da bi se vaši razvojni planovi realizovali, šta je potrebno nabaviti ili finansirati, koliko će vam sredstava biti potrebno za to i na koji način ćete ih obezbediti. Takođe predstavite i dinamiku realizacije investicije.

Obrazovni program

su pripremile i sprovode ga organizacije