



Центар за децу и омладину Врњачка Бања

Пројекат: "Обукама ка финансијској писмености ученика основних и средњих школа"

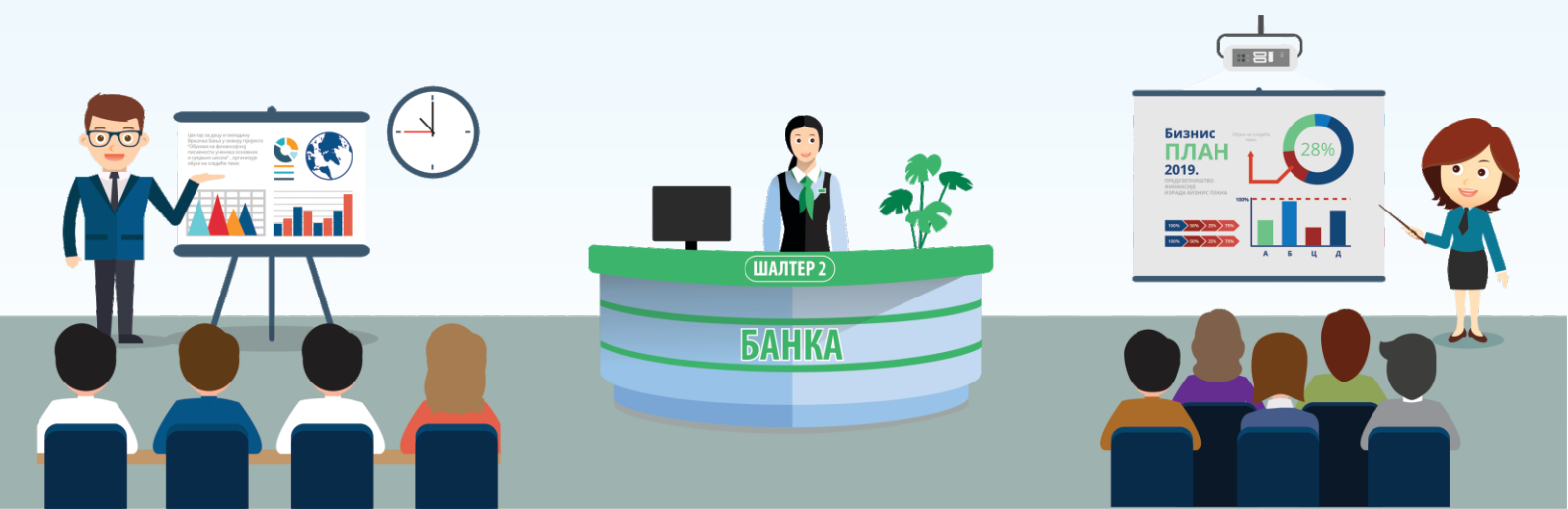
ПРИРУЧНИК

ОСНОВЕ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

2. БИЗНИС ПЛАН

УПРАВЉАЊЕ ПОСЛОВНИМ

ФИНАНСИЈАМА



1. ОСНОВЕ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

Појам и значај предузетништва

- Појам предузетништва
- Значај предузетништва
- Мотиви предузетника

Појам предузетништва

1.) Предузетништво је веома сложен и комплексан феномен, који у себи интегрише два кључна елемента

а.) Спремност да се преузме ризик за остварење свог пословног подухвата

б.) Способност изналажења креативних решења у циљу стварања богатства

Значи, предузетништво се поистовећује са креативношћу, иновативношћу, способношћу предузетника да препозна пословне шансе у

окружењу и његове спремности да покрене бизнис и предузме ризик за успех или неуспех свог пословног подухвата.

3) Предузетник је особа која има идеје, исте претвара у конкретне акције које ће му донети корист - несебично улаже себе за остварење профита.

4.) Предузетништво се најчешће везује за оснивање и управљање малим предузећима (*entrepreneurship*), међутим предузетнички дух и предузетничка иницијатива су подједнако важни и за велика предузећа (*intrapreneurship*)
•Предузетништво се не везује за старосно доба, пол или ниво образовања.

Значај предузетништва

Са аспекта предузетника:

- 1) Самозапошљавање и запошљавање чланова породице.**
- 2) Благостање породице захваљујући креирању прихода и добити.**
- 3) Развој личних потенцијала -осећај самосталности, независности и задовољства због оног што се ради и урађеног (резултата рада).**

Са аспекта шире друштвене заједнице:

- 1) Помаже отварању радних места и већој запослености.
- 2) Представља кључни елемент привредног раста и развоја.
- 3) Утиче на конкурентност и иновативност економије.
- 4) Предузетник плаћа порезе из којих се финансирају различите друштвене делатности као што су здравство, школство, наука, култура, социјална брига.

Мотиви предузетника

Мотиви предузетника или предузетничког понашања су покретачи одређене предузетничке активности ради остварења дефинисаног циља.

- 1) Зарада (добит, новчана сатисфакција),
- 2) Испуњеност (потреба да се ради посао за који се образовао или посао који воли),
- 3) Престиж (имиџ, углед у друштву и очима пословних партнера),
- 4) Самопотврђивање и самодоказивање (потреба да се остваре сопствене идеје, бити сам свој шеф, успети у постављеним циљевима),
- 5) Стваралаштво (осећај да чини нешто корисно и доприноси напретку),
- 6) Уживање у сопственом послу и резултатима ,

- 7) Моћ заснована на тржишној и финансијској позицији,**
- 8) Жеља да се посао развија као породични бизнис у дужем временском периоду како би се обезбедила ституираност породице и будућих покољења),**
- 9) Жеља за флексибилним радним временом или послом који се обавља “од куће”.**

Профил предузетника

- 1) У сваком проблему види шансу – Трагач за новим шансама.**
- 2) Верује у своје идеје – да су тржишно оправдане.**
- 3) Верује у сопствене квалитете – одише самопоуздањем, верује да је права особа за тај посао.**
- 4) Размишља слободно и самостално.**
- 5) Веома мало обраћа пажњу на прошле догађаје и активно ради на откривању нових шанси у ближој или даљој будућности.**
- 6) Креативност – креативан је у свим фазама бизниса, размишља на начин који је ослобођен конвенционалног и традиционалног.**
- 7) Реални оптимиста - полази од реалних претпоставки и поставља реално оптимистичке циљеве**

Личне карактеристике предузетника

- **Флексибилност** – Лако и брзо се прилагођава променама у окружењу, зна да не постоји само један начин остварења циљева, развија неколико сценарија.
- **Добар комуникатор** – Схвата крајњи циљ комуникације, зна да слуша, да на прави начин представи и прода идеју/производ/услугу.
- **Посвећеност** – Спреман је на велика одрицања, радну недељу од више од 60 - 80 радних сати и да се бори са бројним проблемима.
- **Спремност на ризик** – Дефинише ниво прихватљивог ризика (шта добија а шта губи одређеном акцијом) и на тај начин управља ризиком.
- **Истрајност и упорност** – Предузетник не одустаје од реализације своје идеје све док верује да постоје реалне тржишне могућности за његов производ или услугу
- **Такмичарски дух** – Свестан је конкуренције која га мотивише на стално потврђивање и доказивање на тржишту. Увек се пита „шта могу да урадим за своје потрошаче?“ тј. свестан је да успех зависи од способности да се задрже постојећи и привуку нови купци.

• **Акционо оријентисан** – предузентик се постаје када се крене са реализацијом идеје. Предузетник углавном ради самостално јер једино он има потпуну слику како треба и шта треба да се уради да би се остварио циљ. Додатне раднике укључује само за помоћне послове и у каснијим фазама развоја посла.

Породични бизнис

- 1) Предузетнички бизнис се најчешће започиње у облику породичне радње/радионице где се искључиво ангажују чланови породице.
- 2) Породица је прво и најближе окружење пред природни ослонац за све његове активности.

Предности породичног бизниса

Посвећеност послу

Дугорочна оријентација и поузданост

Стабилна пословна култура

Брзо доношење одлука

Висок степен поноса

Недостаци породичног бизниса

Емотивна питања

Ограничења у прибављању капитала

Ригидност

Већи ризик у случају неуспеха

Недостатак правог лидера

Предности самосталног пословања

- Радим оно што волим и уживам у томе, и имам контролу над својим животом и судбином
- Разликовање од других
- Остваривање сопственог пуног понтецијала и неограниченог профита у складу са тржишним приликама
- Допринос друштву и признање на основу уложеног труда

Недостаци самосталног пословања

- Више радних сати и напоран рад
- Несигуран приход
- Ризик губитка инвестираног капитала
- Лошији квалитет живота, до успостављања бизниса
- Доста стреса
- Потпуна одговорност

Разлози да покренемо предузетништво

- Пратимо своју сопствену идеју за чију реализацију имамо личне способности и жељу за успехом и генерисање добити стечене од сопственог труда.
- Покрените се!

2. БИЗНИС ПЛАН

Пословање

- Скуп активности које се одвијају да би се произвео одређени производ односно пружила одређена услуга са циљем задовољења потреба корисника и остварења одређене добити.
- Да бисмо започели или унапредили одређен потребно је да имамо:
 - Добре пословне идеје
 - Вештине за обављање дефинисаног посла
 - Финансијска средства

Планирање пословања је неопходно

- Уколико желимо да успешно реализујемо неки посао, морамо га пре свега испланирати, поштовати одређена правила и процедуре
- У посао се улаже много средстава, рада, енергије и времена, са основним циљем да се оствари одговарајућа добит, развој или опстанак
- Ради успешног планирања пословног подухвата потребно је извршити пажљиву процену улагања, ризика и добити
- Пре свега Нову пословну идеју треба скицирати – то ће бити нацрт будућег Бизнис плана

Шта је бизнис план?

- Документ који представља планирану пословну идеју, разрађује начин њеног спровођења, проверава њену практичну изводљивост и очекиване ефекте,
- Документ који говори о циљевима пословања и начину њиховог остваривања;
- Разрађена скица планиране пословне активности;
- Резиме досадашњих и будућих активности фирме;

Бизнис план је визит карта фирме (пројекта), која се користи за представљање пословним партнерима, заинтересованим инвеститорима, кредиторима, важним купцима

Такође, Бизнис план има сврху да предузетник или директор фирме добије јасну представу где се налази фирма и где жели да стигне кроз одређено време користећи постојеће или додатне ресурсе.

Зашто бизнис план?

Из више разлога!

- Да се разради пословна идеја, провери њена могућа реализација у пракси и процене очекивани ефекти;
- Да се направи избор између неколико алтернатива;
- Као путоказ и подсетник за текуће активности;
- За проверу остварених резултата и благовремено реаговање, уколико посао крене у нежељеном правцу;
- Да се упореди стварно са планираним стањем;
- За обезбеђење кредита или других видова подршке (партнерство, инвеститори, донатори...);
- За добијање послова (тендери, конкурси);

Када се припрема бизнис план?

- Приликом започињања новог посла;
- Код унапређења и развоја пословања;
- Ради обезбеђења финансијских средстава

- ЛОГО -

[- назив предузећа/радње -]

БИЗНИС ПЛАН

Адреса

Телефон

E-mail

www

Уобичајени садржај бизнис плана

Уводни део

РЕЗИМЕ

- 1. Менаџмент и организација**
- 2. Производ / услуга**
- 3. Маркетинг план**
- 4. Формулисање стратегије конкурентности**
- 5. План производње и оперативни план**
- 6. Финансијски план**
- 7. План раста и развоја**
- 8. Додаци / прилози**

• Садржај бизнис плана није стандардизован – усклађује се са захтевима крајњег корисника

Уводни део

- Уводне напомене – зашто се ради бизнис план, ко је аутор и битне напомене за читаоце
- Упознавање са привредним субјектом – Основне информације о предузећу, подаци о регистрацији, основној делатности, власнички односи и структура власништва, расположива пословна средства, финансијски показатељи досадашњег пословања, тржишна позиција, конкуренција, значајни купци и корисници услуга, главни добављачи итд.

Резиме

То је сажета рекапитулација најважнијих елемената

**саставља се на крају, а у документу стоји одмах после Ув*

Менаџмент и организација

- Способност и искуство менаџмент тима по појединим пословним функцијама (комуникација, доношење одлука, преговарање, планирање, решавање проблема, дефинисање)
- Менаџмент тим: топ менаџмент, саветници, професионалци по уговору
- Запослени: број запослених, квалификација, компетенције, пол, старости

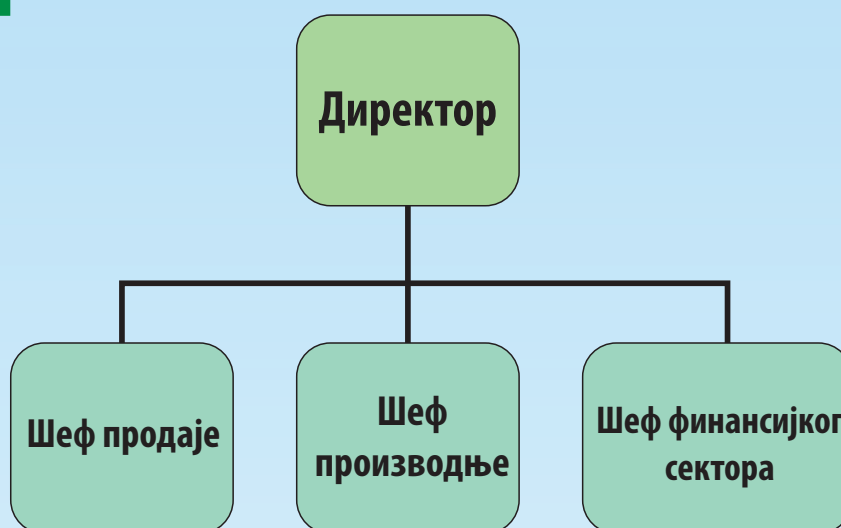
Врста и структура власништва

Редни број	Власник/сувласници	% удела у власништву
	Укупно	100%

Менаџмент тим

Име и презиме	Референце

Менаџмент тим - хијерархијска структура



Производ/Услуга

- Полазна тачка у представљању пословне идеје је опис производа и услуга које ће се пласирати на тржиште
- Производ/услуга = суштина и сврха предузетништва, крајњи резултат пословне активности
- Производ/услугу треба у потпуности описати, на јасан и једноставан начин, уз избегавање високо стручне терминологије (читаоци или инвеститори не морају бити познаваоци те области)
- Навести конкурентске предности производа – шта је то што их издваја у односу на исте или сличне постојеће производе/услуге на тржишту
- Које користи и погодности ће имати купци од коришћења производа/ услуге
- Додатне погодности– специјалне понуде, гаранције, услови, попусти...

Маркетинг

Маркетинг није реклама !

Основни циљ је разумевање купаца и њихових потреба (**4 P** – product, promotion, price and place)

- Задатак и циљ маркетинга – продати производ/услугу
- Ни време ни средства које се утроше на маркетинг, нису сувишни нити изгубљени
- Квалитет производа/услуге је врло важан, али не и пресудан фактор при избору од стране купца
- Маркетинг је врло често једна од кључних активности која утиче на успех неког посла
- Никакав маркетинг не може да помогне у продаји лошег производа !

Анализа тржишта

- Прикупљање и анализа разноврсних података о потенцијалним купцима, постојећој конкуренцији, економском окружењу...
- Потребно је да се спроведе пре покретања посла
- Циљ је да установите да ли постоји и колико је тржиште за **Вашег производа/услуге:**
 - да сагледате колики је број потенцијалних корисника
 - да одредите “Ваш” део тржишта који реално можете да покријете и задовољите у потпуности
 - да на основу тога процените колику реализацију и приход можете да очекујете

- **Профил купаца** - Ко су купци? Каква је њихова куповна моћ? Да ли њихова старост, пол, образовање, занимање, животни стил и сл... утичу на куповину? Да ли купују једном или више пута? Како цена, квалитет, паковање, гаранција, сервис, попуст утичу на одлуку о куповини? Да ли је производ /услуга за њих неопходност, само једна од набавки или луксуз?

- **Профил гране (ПЕСТ анализа – политичко за економски, социо-културни и технолошки фактори)** колика је величина тржишта, какви су трендови у грани у којој предузеће послује, пројекције, баријере с циљем утврђивања укупног тржишног потенцијала. Извести закључке да ли је тржиште у експанзији (или консолидацији), у којем правцу, по којој динамици, какве су политичке прилике и тенденције,...

- **Профил конкуренције** - истраживање конкуренције, класификација, анализа конкуренције, начин пословања конкуренције

Анализа конкуренције

Р.бр.	Произвођач / конкурент	Јаке стране предузећа	Слабе стране предузећа
1.	Предузеће А	• Водећи произвођач • Широки производни асортиман • Агресиван наступ на тржишту • Велике инвестиционе намере	• Велико учешће производа лошег квалитета • Ценовна неконкурентност
2.	Предузеће Б	• Поседује значајне, релативно савремене производне могућности	• Ограничени резултати ван гравитационог географског подручја
3.	Предузеће Ц	• Поседује савремене капацитете • Оптимална структура производа • Уведен систем квалитета • Поуздан произвођач	• Слабо коришћење капацитета • Лоша маркетинг стратегија
4.	Предузеће Д	• Поседује велике производне могућности • Обучен кадар	• Слабо коришћење капацитета • Произвођач без јасне визије • Лоша тржишна позиција • Лоша мотивисаност кадрова

SWOT анализа нашег предузећа (конкурентност на тржишту)

Снаге (strengths) (унутрашњи фактори - Ваше добре стране)	Слабости (weaknesses)
Шансе (opportunities) Спољашњи фактори - из окружења	Претње (threats)

Формулисање стратегије конкурентности

- **Ценовна стратегија (планирана политика цена, посебне понуде, услови плаћања)**
- **Позиционирање (тржишне нише)**
- **План промотивних активности (циљне јавности, ПР технике, ПР буџет)**
- **Лого, производни и дизајн паковања**
- **Сервис и гаранција**
- **Канали дистрибуције**

Ценовна стратегија и план продаје

- На који начин одређујете ваше цене у односу на конкуренцију?
- Какву ценовну политику имају ваши конкуренти?
- Да ли вашом ценом можете да остварите конкурентску предност?
- Да ли сте у обзир узели реакцију конкуренције на ваше цене?
- Да ли су ваше цене тако одређене да су директно у функцији остваривања профита?
- Да ли вам ваше цене дозвољавају проширење тржишног учешћа?
- Да ли поједине законске одредбе рестриктивно делују на ваше цене?

План производње и оперативни план

- План набавке основних средстава, техничко технолошке карактеристике, цена, период амортизације, сервисирање, приказ свих основних средстава
- План набавке репроматеријала за производњу по ставкама за сваки производ појединачно,
- Нормативи утрошка репроматеријала и енергије по јединици производа
- Оперативни план се сачињава на основу анализе привредне развијености ширег региона, удаљености тржишта продаје, удаљености тржишта набавке, транспортних путева и саобраћајница, расположивости енергетских извора, расположивости воде, расположивости радне снаге, еколошких услова, климатских услова, и др

3. УПРАВЉАЊЕ ПОСЛОВНИМ ФИНАНСИЈАМА

Финансијски планови

- Структура инвестиционих улагања – у објекте, опрему, лиценце, дозволе, инфраструктуру, залихе итд. са спецификацијом трошкова
- Предвиђени извори финансирања и услови обезбеђења средстава
- Пројекција очекиваних прихода – табеларни приказ
- Пројекција појединачних трошкова пословања и укупног расхода – спецификација (пословни простор, основна средства, репроматеријал, енергенти, трошкови зарада, трошкови промоције, транспорта, и сл)
- Пројекција биланса успеха (очекиване добити), биланса стања, финансијских токова
- Економска анализа и оцена пројектованих резултата
- Закључна оцена планираног пројекта (исплативост инвестиције)

Финансијске анализе

- Финансијске анализе су најважнији сегмент била који приказује очекиване економске и финансијске планираног посла, његову оправданост и исплативост
- На основу планираног обима производње и продаје, врше се пројекције основних финансијских показатеља:
 - Очекиваних годишњих прихода
 - Појединачних и укупних расхода (трошкова пословања)
 - Очекиваних новачаних токова
 - Пројекција очекиваног биланса успеха (обрачун добити)
 - Анализа и економска оцена пројектованих величина

Пројекције се раде под претпоставком непроменљивих цена.

Анализа и оцена пројектованих величина

Оцена економске оправданости и прихватљивости (исплативости) планираног посла

- Статички метод
- Динамички метод

Користе се подаци пројектовани за средњу планску годину (годину постизања пуног капацитета)

Статичка оцена пројектованих резултата

- **Коефицијент економичности** = укупни приходи/укупни расходи (већи од 1)
(колико се оствари прихода на сваки динар расхода)
- **Стопа акумулативности** = нето добит/укупан приход (већи од 15%)
(способност планираног пројекта да оствари принос на уложена средства)
- **Време враћања улагања** = укупна улагања/нето добит (мањи од 7)

Динамичка оцена пројектованих резултата

- Нето садашња вредност
- Интерна стопа рентабилности
- Време враћања улагања

За израчунавање динамичких показатеља, потребно је сачинити пројекције економског и финансијског тока

Оцена ризика - праг рентабилности

- **Рентабилност** — способност предузећа да са уложеним средствима оствари максимални профит
- **Праг рентабилности** представља обим производа су укупни трошкови покривени реализацијом.
- Праг рентабилности представља доњу границу при којој су трошкови и продајна вредност истоветни, то је онај капацитет на који настаје или престаје позитивно пословање предузећа.
- Праг рентабилности се зове и **преломна тачка**, све док се не постигне праг рентабилности предузеће послује у зони губитка, а кад се оствари преломна тачка настаје добитак (и обрнуто)

План раста и развоја

- Визија, мисија
- Стратешки план развоја предузећа
- Увећање производње
- Смањење трошкова
- Запошљавање квалитетних стручњака у техничкој оперативи и организационој структури
- Перманентна едукација запослених - увећање свеукупног знања предузећа (организација која учи)
- Циљање на нове тржишне нише купаца

Извори финансирања

- **Сопствени капитал** - лични или из пословне резерве
- **Банкарски кредити** – краткорочни кредити за текуће пословање (за набавку репроматеријала и за остале трошкове производње) и дугорочни кредити - инвестициони (за куповину или изградњу пословних објеката, за куповину опреме)
- **Инвестициони партнери** (удели, деонице)



ОШ "Бранко Радичевић" Вранеша



ОШ "Живадин Апостоловић" Трстеник



Техничка школа Тутин



радионица "Др Зоран Ђинђић" Ниш



Угоститељско туристичка школа Нови Пазар



Економско техничка школа Ушће Трстеник



ОШ "Младост" Врњаци



Школа моде и лепоте Ниш



ОШ "Растко Немањић" Нови Пазар



Угоститељско туристичка школа В.Бања



радионица Техничка школа Ђуприја



ОШ "Меша Селимовић" Нови Пазар

Партнери: (обуке су одржане у : Основним школама - "Младост" Врњаци и "Бранко Радичевић" Вранеша из општине Врњачка Бања, "Др. Зоран Ђинђић" Ниш, "Меша Селимовић" и "Растко Немањић" из Новог Пазара, "Живадин Апостоловић" из Трстеника Средњим школама – Техничка школа из Ђуприје, Техничка школа из Тутина, Угоститељско туристичка школа из Новог Пазара, Угоститељско туристичка школа из Врњачке Бање, Економско техничка школа Ушће из Трстеника и Школа моде и лепоте из Ниша

Руководилац пројекта

Валентина Крстић

Предавачи

*Јелена Михајловић
Мерсида Јандрић*



Министарство просвете,
науке и технолошког развоја

**Пројекат је финансијски подржан од стране Министарства просвете,
науке и технолошког развоја Републике Србије**