

**UPUTSTVO ZA POPUNJAVANJE
PRIJAVNOG OBRASCA
za finansiranje biznisa**

Popunjava aplikant

1. Lični podaci (popuniti u odvojenu kovertu, a ovdje upisati samo šifru)

Ime i prezime	
Spol (Ž / M)	
Datum rođenja	
Adresa (ulica, mjesto)	
Telefon, faks	
E-mail	
Web-stranica	<i>(ukoliko imate)</i>
Školska sprema	<i>Profesionalno zvanje, odnosno stručno obrazovanje</i>
Zanimanje	<i>Vrsta posla kojeg obavljate radi sticanja sredstava za život</i>
Radno iskustvo (trajanje i vrsta)	<i>Odnosi se na honorarne poslove koje ste obavljali, volonterski angažman, te angažmane putem omladinskih zadruga ili studentske poslove.</i>
Radni staž (prijavljen)	<i>Radni staž se odnosi na vrijeme Vašeg radnog angažmana, a koje je evidentirano u vašoj radnoj knjižici.</i>
Da li ste se do sada bavili samostalnom djelatnošću i kojom?	<i>Navedite obrt, odnosno privrednu djelatnost kojom ste se bavili u osnovnom, dopunskom ili dodatnom zanimanju, a u svrhu sticnja dobiti.</i>
Ako radite u timu, navedite članove tog tima i njihove kontakte (e-mail, broj telefona).	<i>Navedite one članove tima koji će biti radno angažovani na ostvarenju poslovnog plana kojeg predlažete.</i>

1. Sažetak poslovnog plana

Sažetak poslovnog plana napišite na kraju, odnosno nakon što ispunite ostala poglavlja poslovnog plana.

Sažetak poslovnog plana treba ukratko da predstavi osnovne elemente biznis plana. Najčešće baš na osnovu sažetka biznis plana potencijalni investitori donose odluku da li uopšte da uzmu u razmatranje Vaš zahtjev za finansiranje poslovne ideje. Sažetak biznis plana treba da pruži kratku sliku o Vama i, Vašoj sadašnjoj djelatnosti, itd.

Naziv biznis plana	
Zašto želite pokrenuti biznis	<i>Objasnite koji je Vaš cilj, zašto ga želite započeti! Neki od motiva su i: biti svoj šef, izbjeći ograničenja u napredovanju zbog pola, dobi, rase ili nedostatka formalnog obrazovanja, raditi kod svoje kuće, raditi baš ono što želite ili iskoristiti neki svoj talent do maksimuma, neka povoljna prilika u okruženju, inovacija i potreba za poboljšanjem nečega...</i>
U kojem sektoru će Vaš biznis djelovati?	<i>Npr. poljoprivreda, zanatske djelatnosti, obrazovanje, zdravstvo...</i>
Cilj poslovnog poduhvata	<i>Opišite cilj Vašeg poslovnog poduhvata, koja su Vaša očekivanja. Kako ocjenjujete moguću poziciju svog poslovnog poduhvata nakon perioda od godinu, dvije ili tri: koliko zaposlenih predviđate, koje tržište pokrivete, koliki je godišnji prihod, kako ocjenjujete svoju poziciju u odnosu na konkurenciju?</i>
Lokacija	<i>Gdje planirate obavljati svoju djelatnost: poslovni prostor, vlastiti stan, da li planirate proširenje itd. Npr. "...prvih mjeseci, proizvodnju ću obavljati u svojoj garaži, a kasnije planiram unajmiti prostor..."Navedite da li se radi o ruralnom ili urbanom dijelu opštine i postoje li određena ograničenja izabrane lokacije.</i>
Broj uposlenih	<i>Procjenite koliko osoba će dobiti posao zahvaljujući pokretanju Vašeg biznisa, odnosno, koliko osoba će biti skinuto sa evidencije Biroa za zapošljavanje</i>
Predračunska vrijednost investicije: ukupna vrijednost ulaganja u osnovna i obrtna sredstva	<i>(Podatak uzimate iz Vašeg investicijskog i finansijskog plana)</i>
Plan finansiranja: 1)vlastita sredstva 2)grant sredstva 3)tuđa sredstva	<i>(Podatak uzimate iz Vašeg investicijskog i finansijskog plana)</i>

2. Menadžment

Koje vrste stručnosti, kompetencija i vještina su potrebne? Nakon što ste definisali Vašu poslovnu ideju, možete odlučiti vrstu organizacionog oblika : privredno društvo (pravno lice, registrujete se u sudu) ili samostalni preduzetnik (fizičko lice, registrujete se u nadležnoj opštini)

- a. Da li ćete osnovati biznis sami ili ćete raditi s timom?
Opišite Vašu, kao i ulogu ostalih članova tima.
- b. Ako imate članove tima, navedite njihovu stručnost, iskustvo, kvalifikacije i godine starosti.
Uradite samoprocjenu snaga tima za izvršenje poslovnog plana.
- c. Koje vještine i znanja nedostaju članovima menadžmentskog tima i na koji način će ih steći?
Uradite samoprocjenu slabosti tima, te načina za njihovo prevazilaženje.
- d. Objasnite na koji način ćete učiniti biznis uspješnim. Postoji li potreba za zapošljavanjem stručnjaka iz oblasti u kojoj će se realizirati biznis kako bi Vaš biznis učinili uspješnim?
Koji su ključni faktori za postizanje uspjeha u navedenom poslu? Brza isporuka, dobar dizajn, performanse...Da li postoji potreba za ekspertizom i kako ćete je obezbjediti?
- e. Navedite pravni oblik organizacije budućeg poslovanja (npr. društvo s ograničenom odgovornošću, samostalna zanatska radnja itd.; navedite razloge za ovakvo opredjeljenje i okvirne troškove registracije).

Listu potrebnih dokumenata možete dobiti:
- za privredno društvo, u sudu
- za samostalne preduzetnike: u nadležnoj opštini.
- f. Koje dozvole ili odobrenja trebate i kako ćete ih dobiti?

3. Proizvod / Usluga

- a. Karakteristike proizvoda / usluge (funkcija, kvalitet, izgled, veličina, itd.)
Opis proizvoda ili usluge mora biti jasan, koncizan i jednostavan, takav da ga je lako razumjeti! Važno je da što jasnije predstavite sve karakteristike proizvoda/usluge i da navedete informacije koje se odnose na funkcionalnost, kvalitet, izgled, veličinu, pakovanje, način isporuke, ali i da navedete simboličke karakteristike Vašeg proizvoda/usluge.
- Koje su sirovine/materijali potrebni u procesu proizvodnje?
- b. Kako ćete proizvesti svoje proizvode / usluge?
Opišite tehnološki proces, navedite najvažnije faze proizvodnje. Koja je oprema i tehnologija neophodna za proces izrade?Ko je odgovoran za izradu?
- c. Gdje će biti smještena Vaša proizvodnja?
Na kojoj lokaciji će se odvijati process izrade proizvoda/usluge i postoje li određena ograničenja izabrane lokacije.

- d. Koje sirovine / materijali su Vam potrebni i kako ćete ih nabaviti?
Ukratko predstavite plan nabavke, pribavljanje dozvola (ako su potrebne), dobavljače...Ko su dobavljači, a ko podugovarači (ako ih ima)?

4. Analiza tržišta

- a. Način istraživanja tržišta (opisati preduzete aktivnosti).
Ukoliko ste radili ili ćete raditi istraživanje tržišta, opišite faze u istraživanju tržišta za Vaš proizvod ili uslugu: koja je definicija problema kojeg ste istraživali, primarni i sekundarni podaci koje ste koristili, analiza i izvještaj.

4.1 Ko su Vaši kupci?

- a. Ko su Vaši kupci – ciljno tržište (njihova dob, gdje žive, koliko zarađuju, šta žele, trebaju)?
Svaki proizvod namijenjen je tačno određenoj grupi korisnika. Prilikom kreiranja proizvoda/usluge i njihovog oglašavanja imajte pred očima svog kupca: gdje živi, gdje kupuje, kakav humor razumije, koje medije prati, koji jezik koristi.
- b. Zašto će oni kupiti Vaš proizvod / uslugu?
Razmislite o potrebama Vaših kupaca, odnosno na koji način Vaš proizvod ili usluga odgovaraju na njihove potrebe. Koji proizvodi ili usluge su trenutno dostupni i koje su njihove slabosti u odnosu na Vaš proizvod...Koja je dodatna vrijednost Vašeg proizvoda?

4.2 Koliko je veliko Vaše potencijalno tržište?

- a. Koliko potencijalnih kupaca imate? (Kako biste ovo izračunali, uzmite broj ljudi koji se nalaze na području u kojem ćete djelovati i procijenite postotak populacije koji stvarno može kupiti Vaš proizvod / uslugu.)
Procijenite broj potencijalnih kupaca vašeg proizvoda, onih čija kupovna moć odgovara cijeni proizvoda/usluge.
- b. Koji se trendovi mogu očekivati na tom tržištu?
Navedite svoju, kao i dostupnu stručnu prognozu trendova na tržištu koje ispitujete.

4.3 Inovativnost

- a. Postoje li već slični proizvodi / usluge?
Analizirajte informacije koje prikupite na Internetu ili putem vaše mreže, u opštinskoj administraciji o sličnim proizvodima i uslugama na tržištu na koje Vi ciljate....
- b. Ako postoje, zašto je Vaš proizvod / usluga bolji od sličnih proizvoda na tržištu?
Navedite listu konkretnih prednosti Vašeg proizvoda/usluge.
- c. Šta Vaš proizvod / uslugu čini inovativnim?
Šta je to što drugi slični proizvodi i usluge na tržištu na koje ciljate nemaju, a Vi nudite?

- d. Kako ćete osigurati da ljudi kupe Vaš proizvod / uslugu umjesto drugih sličnih proizvoda?

Koja je Vaša strategija diferenciranja Vašeg proizvoda na tržištu, navedite konkretne aktivnosti koje planirate. Opišite vrijednost koju ćete svojom uslugom/proizvodom stvoriti za Vaše kupce. Potrebno je navesti činjenice - zašto Vi možete uspjeti, da li je to zbog niže cijene, ili kvaliteta proizvoda ili uvodite novitet na tržište.

- e. Da li je moguća pojava supstituta i kakva je Vaša strategija u tom slučaju?

4.4 Konkurentnost

- a. Ko su Vaši konkurenti? Navedite imena i mjesto njihove lokacije.
Istražite konkurenciju putem Interneta, podataka u opštinskoj administraciji, poslovnim registrima ili strukovnim udruženjima.
- b. Koje su njihove prednosti i nedostaci (šta predstavlja posebno dobre strane nekih od njih, kakve su im cijene, uvjeti prodaje, kako se promoviraju, da li imaju dobru servisnu mrežu, posebno efikasnu uslugu, koje su cijene njihovih proizvoda)?
- c. Kakve će konkurentske prednosti imati Vaš proizvod / usluga i zašto ga konkurencija neće moći kopirati?
Ovdje je naročito bitno navesti u čemu se sastoji inovativnost proizvoda - ako postoji.
- d. Koja je mogućnost uključivanja novih konkurenata?
- e. Koji su potencijali rasta ove djelatnosti?
Između ostalog, konsultujte postojeće analize.

5. Marketing i prodaja

Marketing predstavlja skup odluka o: proizvodu, cijeni, promociji i distribuciji. Marketing-koncepcija: proizvod nije tek rezultat procesa proizvodnje, već rezultat tržišnih potreba i zahtjeva. Kako ćete komunicirati sa Vašim klijentima: promocija, mediji, reklame, panoj, itd. Gerila marketing za poduzetnike? Jeftino i besplatno, a odiše kreativnošću. grafiti, naljepnice, neobični objekti na neobičnim mjestima itd.

5.1 Marketinški plan

- a. Na koji ćete način tržište upoznati s proizvodom / uslugom?
- b. Koje ćete instrumente / sredstva upotrijebiti da dođete do svojih klijenata (promocija, mediji, reklame, panoj itd.)?

- c. Koliko ćete klijenata obuhvatiti svojim marketingom i koji procent od navedenih će kupiti Vaš proizvod?

5.2 Distribucija

Cilj: roba na raspolaganju u pravo vrijeme i na pravome mjestu. Na koji način planirate distribuciju i da li imate potrebna sredstva na raspolaganju? Prikažite troškove.

- a. Ko će vršiti stvarnu prodaju proizvoda? Hoćete li prodavati i vršiti dostavu direktno do kupca? Hoćete li koristiti trgovce za maloprodaju ili veleprodaju? Ako je tako, koji su troškovi prodaje i distribucije Vaših proizvoda?

5.3 Analiza cijene

Pri formiranju cijene, bitno je da imate na umu sve opšte troškove, te dobit. Opšti troškovi obuhvataju: materijal, zalihe, grijanje/struju/iznajmljivanje, troškove rada, administrativne troškove, distribuciju, promociju, itd. Ne zaboravite ni: neproduktivno vrijeme - putovanja, administracija...sve vrijeme provedeno na poslu. Izračunajte i predočite matematičku analizu. Koliko ćete naplaćivati po satu, obavljenom poslu ili prodatoj jedinici proizvoda?

- a. Po kojoj ćete cijeni prodavati svoje proizvode / usluge?
- b. Napravite analizu prodajne cijene proizvoda, uključujući cijenu proizvodnje, distribuciju, promociju, profit / maržu itd.
- c. Koji su uvjeti prodaje – odgođeno plaćanje, olakšice?

5.4 Prodaja

- a. Šta će biti Vaša marža / profit?
Procentualno ili kao razlika između prodaje i ukupnih troškova.
- b. Koliko proizvoda / usluga ćete prodati u prvoj i drugoj godini?

6. Faktori uspjeha i rizika

Faktori uspjeha: šta trebate (osim novca) da biste učinili svoj biznis uspješnim (npr. poslovni partneri, savjet, podučavanje, kontakti itd.)?

Analizirajte izvore rizika, vjerojatnoću nastajanja rizika, izazvane efekte ako dođe do njega i koje radnje možete poduzeti da se izbjegne / smanji djelovanje.

Potencijalni rizici mogu biti: smanjenje potražnje za proizvodom; neredovnost u snabdijevanju sirovinama i rezervnim dijelovima; neodgovarajući kvalitet sirovina / rezervnih dijelova; fluktuacije kvalitetne radne snage; promjena nabavnih cijena komponenti planirane proizvodnje; promjena prodajnih cijena proizvoda; promjena kvaliteta proizvoda i sl.

Upotrijebite analizu SWOT kako biste odredili prednosti, slabosti, prilike i opasnosti.

S-Snage se odnose na unutrašnje prednosti poduzeća: ono što čine poduzeće razlikuje od konkurencije; jedinstvenost usluge, tima, imidža.

W- Slabosti se odnose na mane proizvoda i usluga, slabe karike u lancu marketinga, zaostajanje u odnosu na konkurenciju...

O -Prilike se odnose na prednosti okruženja koje poduzeće može iskoristiti za svoj rast - zakonodavstvo, pojednostavljenje propisa, smanjenje taksi, podsticaji, tehnološki napredak...

T- Prijetnje su spoljni faktori koji se nepovoljno odražavaju na poslovanje: novi trendovi, pojava novih proizvoda (rastuća konkurencija...) To su spoljni činioci koji su izvan naše kontrole.

Prednosti	Slabosti
Prilike	Opasnosti

7. Finansijski plan i investicioni plan

Dajte pregled kalkulacije na osnovu koje ste procijenili potrebnu investiciju u Vaš biznis. Uzmite u obzir novac potreban za:

- zemljište, zgrade, vozila, mašine, kancelarijski materijal, kompjutere itd.

- naknade za registraciju i dozvole, troškove treninga, troškove pripreme biznis plana, putovanja do dobavljača sirovine/materijala itd.
- iznos novca koji stalno trebate imati pri ruci radi poslovanja dok čekate uplatu punog iznosa za proizvode usluge koje ste prodali klijentima

7.1 Investicioni plan (KM)

INVESTICIONE POTREBE	IZNOS /KM/	IZVORI FINANSIRANJA (vlastiti, prijatelj, porodica, banka, drugi)
Stalna sredstva		
Mašina A		
Mašina B		
Mašina C		
Namještaj		
Oprema		
Vozila		
Zemlja		
Zgrade		

Međusuma:		
Troškovi pripreme		
Dozvole		
Registracijske naknade		
Drugi pripremni troškovi		
Međusuma:		
Obrtni kapital		
Međusuma:		
UKUPNO:		

7.2 Finansijski plan

Molimo Vas da opišete Vašu prognozu proizvodnje, očekivani promet i kako ćete doći do njih. Također, predložite budžet sredstava koja tražite iz Fonda, kao i vremenski raspored aktivnosti tokom perioda implementacije.

Prognoze proizvodnje i prodaje

PRODAJA

Navedite proizvode i količine koje ćete proizvoditi (godišnje):

	Vrsta proizvoda	Cijena	Količina	Cijena x količina
A				
B				
C				
D				
E				
Ukupno prodaja:				

TROŠKOVI PRODAJE

Navedite direktne troškove za proizvodnju gore navedenih proizvoda:

1.	Materijali:	Troškovi
----	-------------	----------

a		
b		
c		
2.	Energija (ili drugi direktni troškovi)	
	Vrsta korištene energije:	
3.	Plaće i doprinosi	
	Broj zaposlenih:	
		Troškovi ukupno:

Bilans stanja

Gotovina			
Banka (tekući račun)			
Potraživanja			
Zalihe			
Mašine			
Zemlja i zgrade			
<i>Ukupno aktiva</i>			

Pasiva			
Kratkoročni krediti			
Dug prema dobavljačima			
Dugoročni krediti			
Vlastiti kapital			