

ВИСОКА ПОСЛОВНО ТЕХНИЧКА ШКОЛА
СТРУКОВНИХ СТУДИЈА – УЖИЦЕ

ПРЕДУЗЕТНИШТВО



др Радомир Стојановић,
2016 година

У В О Д

- **ПОЈМОВНО ОДРЕЂЕНЕ** предузетништва
- основни **ЕЛЕМЕНТИ** предузетништва
- шта је **РЕЗУЛТАТ** предузетништва?
- каква је **КОРИСТ** од предузетништва?
- **ГДЕ** се јавља предузетништво?
- **ПРЕДУСЛОВИ** за развој предузетништва
- **ПРЕПРЕКЕ** за развој предузетништва
- посебне **ВРСТЕ** предузетништва

1. П О Ј А М ПРЕДУЗЕТНИШТВА

❖ **НАЧИН РАЗМИШЉАЊА**, ОДНОСНО ПРОЦЕС СТВАРАЊА И РАЗВИЈАЊА ЕКОНОМСКИХ АКТИВНОСТИ **КОМБИНОВАЊЕМ РИЗИКА, КРЕАТИВНОСТИ И/ИЛИ ИНОВАТИВНОСТИ** УЗ ПОУЗДАМУ **УПРАВЉАЧКУ СТРУКТУРУ** УНУТАР НОВЕ ИЛИ ПОСТОЈЕЋЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ

(Зелена књига о предузетнишву у Европи,
Европска комисија 2003)

❖ **ПРОНАЛАЗЕЊЕ** ДОБРИХ ПОСЛОВНИХ ИДЕЈА И ЊИХОВО **ПРЕТВАРАЊЕ У УСПЕШАН ИСХОД** КРОЗ ПРОИЗВОДЕ И УСЛУГЕ КОЈИМ ЋЕ СЕ **ЗАДОВОЉИТИ ПОТРЕБЕ ТРАЖЊЕ** (КУПАЦА И КОРИСНИКА УСЛУГА) А ИСТОВРЕМЕНО **ДОНЕТИ ПРЕДУЗЕТНИКУ ЗАРАДУ И ДРУГЕ САТИСФАКЦИЈЕ**

❖ **СПОСОБНОСТ ПОЈЕДИНЦА ДА УОЧИ** ПОВОЉНУ ШАНСУ, ДА ОБЕЗБЕДИ СРЕДСТВА КАКО БИ СЕ ТА ПРИЛИКА ИСКОРИСТИЛА, ДА **ЗАПОЧНЕ** ПОСЛОВНУ АКТИВНОСТ УЗ **ПРЕУЗИМАЊЕ РИЗИКА,** **ВЕРУЈУЋИ У УСПЕХ** ПОСЛОВНОГ ПОДУХВАТА, ДА **ДАЉЕ РАЗВИЈА И СПРОВОДИ НОВЕ ИДЕЈЕ** КОЈЕ СУ ПРОФИТАБИЛНЕ

❖ ПРЕДУЗЕТНИШТВО ЗНАЧИ **ИНОВАТИВНОСТ**
И **КРЕАТИВНОСТ** У ЦИЉУ ЗАДОВОЉЕЊА
ПРЕПОЗНАТИХ ПОТРЕБА НА ТРЖИШТУ,
СА ЦИЉЕМ ДА СЕ **ОСТВАРИ ПРОФИТ И**
ПОСЛОВНИ УСПЕХ



1.1. ШТА ЈЕ СУШТИНА ПРЕДУЗЕТНИШТВА?

- ❖ **СТВАРАЊЕ ИЛИ ПРЕПОЗНАВАЊЕ ПОСЛОВНИХ ПРИЛИКА** УЗ СПРЕМНОСТ АЛИ И **СПОСОБНОСТ** ДА СЕ ОНЕ НА НАЈБОЉИ МОГУЋИ НАЧИН **ИСКОРИСТЕ**
- ❖ ПРЕДУЗЕТНИШТВО ЈЕ **ПРОЦЕС** И ТО **СТАЛАН И ДУГОТРАЈАН** А НЕ ПОВРЕМЕНА И КАМПАЊСКА АКТИВНОСТ

1.2. ШТА ЈЕ У ОСНОВИ ПРЕДУЗЕТНИШТВА?

- ❖ **НОВИ ПОСАО** (НОВИ ПРОИЗВОДИ-УСЛУГЕ, НОВА ОРГАНИЗАЦИЈА, НОВЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ)
- ❖ **КРЕАТИВНОСТ И ИНОВАТИВНОСТ**
- ❖ **ПРЕУЗИМАЊЕ ПОСЛОВНОГ РИЗИКА** (СА СВИМ МОГУЋИМ НЕГАТИВНИМ ПОСЛЕДИЦАМА, ПОСЕБНО ФИНАНСИЈСКЕ ПРИРОДЕ)



1.3. ШТА СУ ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ ПРЕДУЗЕТНИШТВА?

- КРЕАТИВНОСТ
- ИНОВАТИВНОСТ
- ОБЕЗБЕЂЕЊЕ РЕСУРСА
- ФОРМИРАЊЕ ЕКОНОМСКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ (ПРИВРЕДНОГ СУБЈЕКТА – РАДЊЕ, ПРЕДУЗЕЋА)



ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

```
graph TD; A[ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ ПРЕДУЗЕТНИШТВА] --> B[КРЕАТИВНОСТ]; A --> C[ИНОВАТИВНОСТ]; A --> D[ОБЕЗБЕЂИВАЊЕ РЕСУРСА]; A --> E[ОСНИВАЊЕ ПРИВРЕДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ];
```

КРЕАТИВНОСТ

ИНОВАТИВНОСТ

ОБЕЗБЕЂИВАЊЕ
РЕСУРСА

ОСНИВАЊЕ
ПРИВРЕДНЕ
ОРГАНИЗАЦИЈЕ

ПРЕДУЗЕТНИШВО ЧИНЕ:

ЉУДИ



ОДЛУКЕ КОЈЕ ДОНОСЕ



**КОРАЦИ ПРЕДУЗЕТИ ПРИЛИКОМ ПОКРЕТАЊА
ПОСЛА И УПРАВЉАЊА ПРЕДУЗЕЋЕМ**

БЕЗ ЧЕГА НЕМА ПРЕДУЗЕТНИШТВА???

- БЕЗ ПРАВА НА СВОЈИНУ**
- БЕЗ ПРАВА НА СЛОБОДНО ОБАВЉАЊЕ
ПРИВРЕДНЕ ДЕЛАТНОСТИ**
- БЕЗ ПРАВА НА ПРОФИТ**

1.4. ШТА ЈЕ РЕЗУЛТАТ ПРЕДУЗЕТНИШТВА?

- ❖ НОВА РАДНА МЕСТА
- ❖ ЕКОНОМСКИ РАСТ И РАЗВОЈ
(МИКРО И МАКРО НИВОИ)
- ❖ ЈАЧАЊЕ КОНКУРЕНТСКЕ СПОСОБНОСТИ
(НА НИВОУ ПОЈЕДИНАЧНИХ ПРИВРЕДНИХ
СУБЈЕКТА АЛИ И НАЦИОНАЛНЕ ЕКОНОМИЈЕ)

РЕЗУЛТАТ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

```
graph TD; A[РЕЗУЛТАТ ПРЕДУЗЕТНИШТВА] --> B[НОВА РАДНА МЕСТА]; A --> C[ЕКОНОМСКИ РАСТ И РАЗВОЈ]; A --> D[ЈАЧАЊЕ КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ];
```

**НОВА
РАДНА
МЕСТА**

**ЕКОНОМСКИ
РАСТ И РАЗВОЈ**

**ЈАЧАЊЕ
КОНКУРЕНТСКЕ
ПРЕДНОСТИ**

**1.5. КО ИМА
КОРИСТ
ОД ПРЕДУЗЕТНИШТВА?**

СВИ СУБЈЕКТИ

**КОЈИ НА ПОСРЕДАН ИЛИ НЕПОСРЕДАН НАЧИН
УЧЕСТВУЈУ У**

**ЕКОНОМСКОМ АЛИ И
ДРУШТВЕНОМ ЖИВОТУ ЈЕДНЕ ДРЖАВЕ**

❖ САМИ ПРЕДУЗЕТНИЦИ

- КРОЗ ЛИЧНУ САТИСФАКЦИЈУ,
- ПРОФЕСИОНАЛНО ОСТВАРЕЊЕ,
- ДРУШТВЕНО ПРИЗНАЊЕ,
- ФИНАНСИЈСКУ ДОБИТ



❖ **ВЛАСНИЦИ** ПРИВ. СУБЈЕКТА
КРОЗ ПРОФИТ

❖ **АКЦИОНАРИ**
КРОЗ ДИВИДЕНДЕ

❖ **ЗАПОСЛЕНИ**
КРОЗ ПЛАТЕ И
“СИГУРНА” РАДНА МЕСТА

❖ ДОБАВЉАЧИ, КУПЦИ, ПОСЛОВНИ ПАРТНЕРИ

ДОБАВЉАЧИ ДОБИЈАЈУ ПОУЗДАНЕ КУПЦЕ
И ТАКО СЕБИ ОБЕЗБЕЂУЈУ ПОСАО

❖ ГРАЂАНИ

КРОЗ НОВЕ ПРОИЗВОДЕ,
КРОЗ НОВЕ УСЛУГЕ,
НИЖЕ ЦЕНЕ ПРОИЗВОДА И УСЛУГА
(због иновација и конкуренције)

❖ **ДРЖАВА и ЛОКАЛНИ НИВО**
КРОЗ ВЕЋЕ ПОРЕСКЕ ПРИХОДЕ,
ВЕЋИ ИЗВОЗ,
ВЕЋУ ЗАПОСЛЕНОСТ (а самим тим и
социјални мир),
ЛОКАЛНИ ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ



1.6. ГДЕ СЕ ЈАВЉА ПРЕДУЗЕТНИШТВО?

У СВИМ ДЕЛАТНОСТИМА-
ПРИВРЕДНИМ И НЕПРИВРЕДНИМ,

НЕЗАВИСНО ОД :

- ВЕЛИЧИНЕ,
- ВЛАСНИЧКЕ СТРУКТУРЕ ,
- ЖИВОТНОГ ЦИКЛУСА
- ПОСЛОВНОГ СУБЈЕКТА

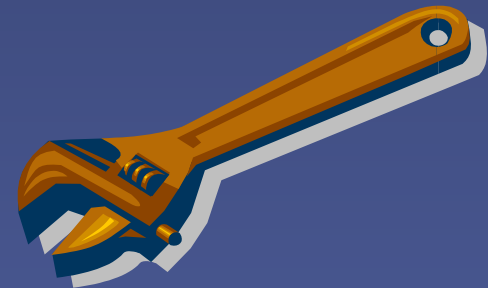
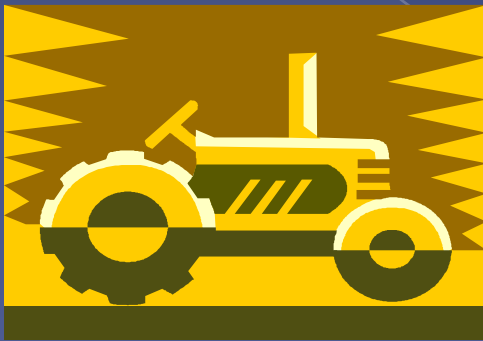
ПРЕДУЗЕЋА:
ПРИВАТНА ПРЕДУЗЕЋА
ЈАВНА ПРЕДУЗЕЋА
ПОРОДИЧНА ПРЕДУЗЕЋА
МЕЂУНАРОДНЕ КОРПОРАЦИЈЕ

НЕПРОФИТНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ
ЈАВНЕ УСТАНОВЕ

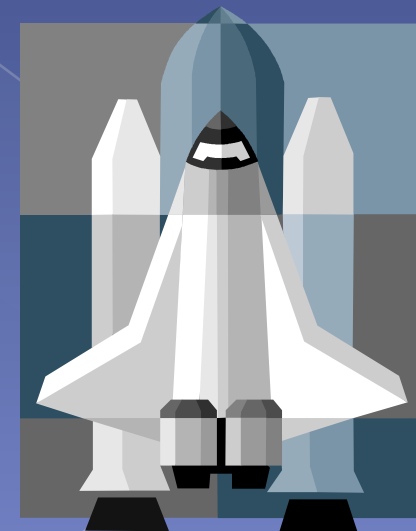
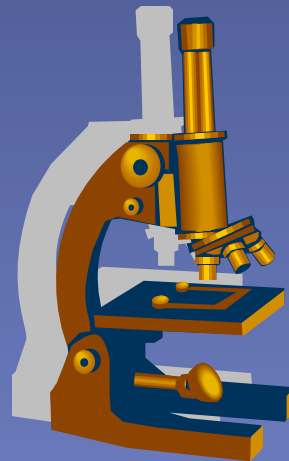
предузетничко размишљање и иновативност на примеру једног **јавног предузећа**



❖ “ТРАДИЦИОНАЛНЕ” ГРАНЕ И ДЕЛАТНОСТИ,



НОВЕ ДЕЛАТНОСТИ И ВИСОКЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ



ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ РАДЊЕ
МИКРО ПРЕДУЗЕЋА
МАЛА ПРЕДУЗЕЋА
СРЕДЊА ПРЕДУЗЕЋА
ВЕЛИКА ПРЕДУЗЕЋА

“ЗРЕЛА” ПРЕДУЗЕЋА
НОВООСНОВАНА ПРЕДУЗЕЋА
“МЛАДА” ПРЕДУЗЕЋА

ВАЖНО!!!!!!!!!!!!!!

**НИЈЕ СВАКА ПОСЛОВНА АКТИВНОСТ
ПРЕДУЗЕТНИШТВО**

МЕЂУТИМ,

**СВАКИ ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПОДУХВАТ
ЈЕСТЕ**

**УЈЕДНО И ПОСЛОВНА АКТИВНОСТ
(БИЗНИС, ПОСАО)**

појам “предузетник”
треба шире схватити
него што га дефинише
Закон о привредним друштвима

ПРЕДУЗЕТНИК ЈЕ:

“пословно способно **физичко лице** које **обавља делатност** у циљу остваривања прихода и које је као такво **регистровано** у складу са законом о регистрацији...

...Наставак

Физичко лице уписано у посебан регистар, које обавља делатност слободне професије, уређену посебним прописом, сматра се предузетником у смислу овог закона ако је тим прописом то одређено”

**(Сл. гласник Републике Србије
36/2011, 99/2011, 83/2014, 5/2015)
чланови од 83 до 92),**

1.7. П Р Е Д У С Л О В И ЗА РАЗВОЈ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

❖ НА МАКРО НИВОУ

- СЛОБОДНО ТРЖИШТЕ
- ИНОВАТИВНА КЛИМА И КУЛТУРА
- ТРАДИЦИЈА ПРЕДУЗЕТНИШТВА
- ПРАВНА СИГУРНОСТ - ЗАКОНСКА ЗАШТИТА ИНТЕЛЕКТУАЛНЕ СВОЈИНЕ, ПРОНАЛАЗАКА, ИНОВАЦИЈА, ПАТЕНАТА И СЛ.
- ИНСТИТУЦИОНАЛНА ПОДРШКА (ДРЖАВНИ И ЛОКАЛНИ НИВО)

❖ **НА МИКРО НИВОУ**

- **НЕГОВАЊЕ ПРЕДУЗЕТНИЧКОГ АМБИЈЕНТА**
- **ДАТИ ШАНСУ ЗАПОСЛЕНИМА ДА ИСКАЖУ СВОЈЕ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ И ИНОВАТИВНЕ СПОСОБНОСТИ**
- **МОТИВИСАТИ ЗАПОСЛЕНЕ И МЕНАЏМЕНТ**
- **СТИМУЛИСАТИ И НАГРАДИТИ ЗАПОСЛЕНЕ**

❖ **НА МИКРО НИВОУ**

ОДНОС ПРЕДУЗЕТНИК-ЗАПОСЛЕНИ:
ПРАВИ ПРЕДУЗЕТНИК
“ЧУВА И НЕГУЈЕ”
СВОЈЕ ЗАПОСЛЕНЕ
(ИСТО БИ ТРЕБАЛО ДА ВАЖИ
И ЗА ЗАПОСЛЕНЕ)

- **ПРИХВАТАЊЕ И РАЗУМЕВАЊЕ ПРОМЕНА**
У ГРАНИ И НА ТРЖИШТУ У КОЈОЈ СЕ
ПОСЛУЈЕ И УОПШТЕ У ОКРУЖЕЊУ

- СПРЕМНОСТ ДА СЕ **ДЕО ПОСЛОВА ПОВЕРИ ДРУГИМА** У ЦИЉУ ЊЕГОВЕ УСПЕШНИЈЕ И КВАЛИТЕТНИЈЕ РЕАЛИЗАЦИЈЕ
- **ОТВОРЕНОСТ ЗА САРАДЊУ** СА ИНВЕСТИТОРИМА И КРЕДИТОРИМА, ДОБАВЉАЧИМА, КУПЦИМА, ОБРАЗОВНИМ ИНСТИТУЦИЈАМА И ДРЖАВНИМ ОРГАНИМА
- СВЕСТ О НЕОПХОДНОСТИ **СТАЛНОГ ОБРАЗОВАЊА** (ФОРМАЛНОГ И НЕФОРМАЛНОГ) И УСАВРШАВАЊА

ОДНОС: ПРЕДУЗЕТНИК - ЗАПОСЛЕНИ



ИЛИ



**ПРЕДУСЛОВИ
ЗА РАЗВОЈ ПРЕДУЗЕТНИШТВА**

**НА МАКРО
НИВОУ**

слободно тржиште,
иновативна клима,
предузетн.традиција,
правна сигурност,
институционална
подршка

**НА МИКРО
НИВОУ**

неговање предуз. амбијента,
дати шансу запосленим,
мотивисати запослене,
стимулисати запослене,
прихватање промена,
отвореност за сарадњу,
стално усавршавање

1.8. П Р Е П Р Е К Е ЗА РАЗВОЈ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

❖ НА НИВОУ ОКРУЖЕЊА

- АДМИНИСТРАТИВНЕ И ПРАВНЕ БАРИЈЕРЕ
(НА ДРЖАВНОМ И ЛОКАЛНОМ НИВОУ)
- НЕДОВОЉНА ЗАШТИТА ИНТЕЛЕКТУАЛНЕ
СВОЈИНЕ
- ПОСТОЈАЊЕ “СИВЕ ЕКОНОМИЈЕ”
- НЕСТИМУЛАТИВНА ПОРЕСКА И ЦАРИНСКА
ПОЛИТИКА
- НЕАДЕКВАТНА ИНСТИТУЦ. ПОДРШКА

❖ **НА НИВОУ ПРЕДУЗЕТНИКА**

- НЕДОСТАТАК ПОСЛОВНИХ ЗНАЊА
- НЕДОСТ. СТРУЧНИХ ЗНАЊА И ВЕШТИНА
- НЕСПРЕМНОСТ ЗА ПРИХВАТАЊЕ СТРУЧНИХ МИШЉЕЊА И КОНСУЛТАНТСКИХ УСЛУГА
!!
- НЕДОСТАТАК ПОЧЕТНОГ КАПИТАЛА
- НЕАДЕКВАТНО ОБРАЗОВАЊЕ
- УЛАЗАК У ПОСАО БЕЗ ПРЕДХОДНОГ ИСПИТИВАЊА ТРЖИШТА

**ПРЕПРЕКЕ
ЗА РАЗВОЈ ПРЕУЗЕТНИШТВА**

```
graph TD; A[ПРЕПРЕКЕ ЗА РАЗВОЈ ПРЕУЗЕТНИШТВА] --> B[НА НИВОУ ОКРУЖЕЊА]; A --> C[НА НИВОУ ПРЕДУЗЕТНИКА];
```

**НА НИВОУ
ОКРУЖЕЊА**

администрат. баријере,
“сива” економија,
нестимулативна
пореска политика,
неадекватна
институц. подршка

**НА НИВОУ
ПРЕДУЗЕТНИКА**

недостатак пословних знања,
недостатак вештина,
недостатак почет. капиталала,
неадекватно образовање,
неспремност за прихватање
стручних мишљења...

1.9. ПОСЕБНИ ОБЛИЦИ ПРЕДУЗЕТНИШТВА



❖ **ЖЕНСКО ПРЕДУЗЕТНИШТВО**

ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПОДУХВАТ КОЈИ ЈЕ
ОСМИСЛИЛА И РЕАЛИЗОВАЛА ЖЕНА

СПЕЦИФИЧНЕ БАРИЈЕРЕ:

- ОТЕЖАН ПРИСТУП ФИНАНСИЈАМА И ДРУГИМ НЕОПХОДНИМ РЕСУРСИМА
- УСКЛАЂИВАЊЕ ПОРОДИЦА-ПОСаО
- СТЕРЕОТИПНА СХВАТАЊА О УЛОЗИ ЖЕНА⁸

- ❖ **ОМЛАДИНСКО ПРЕДУЗЕТНИШТВО И
ЂАЧКО ПРЕДУЗЕТНИШТВО**
ЗАПОШЉАВАЊЕ И
САМОЗАПОШЉАВАЊЕ МЛАДИХ КРОЗ
ПОДСТИЦАЊЕ И РАЗВИЈАЊЕ
ЊИХОВИХ ПРЕДУЗЕТНИЧКИХ СПОСОБНОСТИ
- ПОСЕБНО ВАЖНО У ЗЕМЉАМА СА ВЕЛИКИМ
ПРОЦЕНТОМ НЕЗАПОСЛЕНОСТИ МЕЂУ
МЛАЂИМ РАДНО СПОСОБНИМ СТАНОВНИШТ.

- ❖ **СОЦИЈАЛНО ПРЕДУЗЕТНИШТВО**
ИНОВАТИВАН НАЧИН ЗА РЕШАВАЊЕ
ЕКОНОМСКИХ,
ОБРАЗОВНИХ,
ЕКОЛОШКИХ
ПРОБЛЕМА У СВОЈОЈ СРЕДИНИ КРОЗ СВОЈ
РАД- УДРУЖИВАЊЕМ И КОРИШЋЕЊЕМ
ОДРЖИВИХ ПОСЛОВНИХ МОДЕЛА
ПОСТОЈИ **ЈАСНА СОЦИЈАЛНА МИСИЈА**



ЗАРАДА НЕ СЛУЖИ ЗА УВЕЋАЊЕ ИМОВИНЕ ПОЈЕДИНЦА ВЕЋ СЕ УЛАЖЕ У ДРУГЕ СВРХЕ:

- ЗАПОШЉАВАЊЕ УГРОЖЕНИХ КАТЕГОРИЈА СТАНОВНИШТВА,
- СОЦИЈАЛНУ ЗАШТИТУ,
- ЗДРАВСТВЕНУ ЗАШТИТУ,
- ОБРАЗОВАЊЕ, КУЛТУРУ,
- ЗАШТИТУ ЖИВОТНЕ СРЕДИНЕ У ЛОКАНОЈ ЗАЈЕДНИЦИ



ПОСЕБНО ВАЖНО ЗА:

- НЕЗАПОСЛЕНЕ,
- ИНВАЛИДЕ,
- ПОВРАТНИКЕ ИЗ ЗАТВОРА,
- ИЗЛЕЧЕНА ЛИЦА,
- САМОХРАНЕ РОДИТЕЉЕ...

**ОБЕЗБЕЂУЈЕ ПРОФЕСИОНАЛНО И ДРУШТВ.
УКЉУЧИВАЊЕ ОДРЕЂЕНИХ КАТЕГОРИЈА:**

- ПОДИЗАЊЕМ ОБРАЗОВНОГ НИВОА,
- СТИЦАЊЕМ ОДРЕЂЕНИХ ВЕШТИНА,
- ПРЕКВАЛИФИКАЦИЈОМ И
- РАЗВИЈАЊЕМ ДРУШТВ. СОЛИДАРНОСТИ

2. ПРЕДУЗЕТНИК

КО ЈЕ ПРЕДУЗЕТНИК?

ПРЕДУЗЕТНИК ЈЕ ОСОБА КОЈА
ТРАГА ЗА
ПОВОЉНИМ ПОСЛОВНИМ **ПРИЛИКАМА**,
КРЕИРА И **СПРОВОДИ**
ОДРЕЂЕНЕ АКТИВНОСТИ ДА БИ СЕ
ОСТВАРИЛИ ПОСТАВЉЕНИ ЦИЉЕВИ,
А СВЕ ТО УЗ
ПУНУ СВЕСТИ О ПОСТОЈАЊУ **РИЗИКА**

2. ПРЕДУЗЕТНИК

КО ЈЕ ПРЕДУЗЕТНИК?



АЛИ И...



**ПРЕДУЗЕТНИШТВО СЕ ВРЕМЕНОМ
МЕЊА И РАЗВИЈА ТАКО ДА СЕ**

**САВРЕМЕНИ ПРЕДУЗЕТНИЦИ ПРЕ СВЕГА
СЕ ФОКУСИРАЈУ НА
СВОЈА СТРУЧНА ЗНАЊА И
ПОСЛОВНЕ ВЕШТИНЕ
А НЕ (САМО) НА ИНТУИЦИЈУ**

2.1. ОСОБИНЕ ПРЕДУЗЕТНИКА

- САМОПОУЗДАЊЕ

(веровање у властите снаге и способности;
реалност у процени стварних могућности)

- САМОСТАЛНОСТ



- **КРЕАТИВНОСТ**
- **ИНОВАТИВНОСТ**

(креирање и увођење промена;
развој и примена нових:
производа, услуга,
решења, процеса, поступака...)



- ПРЕУЗИМАЊЕ **ИНИЦИЈАТИВЕ**

- **ОДГОВОРНОСТ**

економска

законска (пословање у складу са законима)

морална (поштовање моралних начела и
општеприхв. друштвених норми)

- **ИСТРАЈНОСТ**

- **ВРЕДНОЋА** (МАРЉИВОСТ)

- **ПОСВЕЋЕНОСТ** ПОСЛУ И ПРЕДУЗЕЋУ

- РАЗУМНО ПРЕУЗИМАЊЕ **РИЗИКА** !!!!!!!!!!!!!!!



- **ВИЗИОНАРСТВО**



- УСМЕРЕНОСТ НА **БУДУЋНОСТ**

- СПРЕМНОСТ НА СТАЛНО **УСАВРШАВАЊЕ**
ПОСТОЈЕЋИХ И СТИЦАЊЕ НОВИХ ЗНАЊА
И ВЕШТИНА



- **ФЛЕКСИБИЛНОСТ** И СПРЕМНОСТ НА БРЗО
РЕАГОВАЊЕ

2.2. ОПШТЕ УПРАВЉАЧКЕ ОСОБИНЕ ПРЕДУЗЕТНИКА

- СТРАТЕГИЈСКЕ ВЕШТИНЕ**
- ВЕШТИНЕ ПЛАНИРАЊА**
- ФИНАНСИЈСКЕ ВЕШТИНЕ**
- МАРКЕТИНГ ВЕШТИНЕ**
- ВЕШТИНЕ УПРАВЉАЊА ПРОЈЕКТИМА**
- ВЕШТИНЕ УПРАВЉАЊА ВРЕМЕНОМ**

2.3. ФАКТОРИ ОД КОЈИХ ЗАВИСИ ПОСЛОВНИ УСПЕХ ПРЕДУЗЕТНИКА (4Ц)

- **КАРАКТЕРИСТИКЕ** (characteristics)
личне особине предузетника
- **СПОСОБНОСТИ** (competencies)
поседовање одговарајућих вештина
- **УСЛОВИ** (conditions)
постојање повољности из окружења
- **КОНТЕКСТ** (context)

ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ ВЕШТИНЕ

- ВЕШТИНА

УРОЂЕНА СПОСОБНОСТ +

ТРЕНИНГ (УЧЕЊЕ, ВЕЖБА, ОБРАЗОВАЊЕ)

- УСПЕХ

ВЕШТИНА +

СПОСОБНОСТ ДА СЕ НЕКА ВЕШТИНА
ИСПОЉИ У ПРАКСИ

2.4. РАЗЛИКА ИЗМЕЂУ САВРЕМЕНОГ МЕНАЏЕРА И ПРЕДУЗЕТНИКА



МЕНАЏЕР: ПРОФЕСИОНАЛНО УПРАВЉА ПРЕДУЗЕЋЕМ И КАПИТАЛОМ (ТУЋИМ) И ЗА ТО ПРИМА ПЛАТУ КОЈА ЈЕ УНАПРЕД УГОВОРЕНА⁵ СА ВЛАСНИКОМ-ВЛАСНИЦИМА КАПИТАЛА.

- ПОСТОЈЕ И **СЛИЧНОСТИ И РАЗЛИКЕ**
- ЧЕСТО СЕ ФУНКЦИЈЕ И АКТИВНОСТИ ПРЕПЛИЋУ И **ПРЕКЛАПАЈУ**
- ИАКО **НЕ ПОСТОЈИ ЧВРСТО РАЗГРАНИЧЕЊЕ** ИЗМЕЂУ ОВА ДВА ПОЈМА, ИПАК СЕ УОЧАВАЈУ ОДРЕЂЕНЕ РАЗЛИКЕ

предузетник

- ствара **идеје**
- користи могућности
- ствара нове визије
- ка циљу и акцији
- **промена** као шанса
- преузима ризик
- иновације
- знање и способност
- будући догађаји
- изворни **ауторитет**
- мења **окружење**
- **неформалне** информ.

менаџер

реализује идеје
решава проблеме
експлоат. предх.успехе
ка извршењу задатка
промена као претња
избегава **ризик**
оптимиз.постојећег
професија
спроводи **процедуре**
стечени ауторитет
прилагођава се окруж.
формалне информац.

ВАЖНО: ову поделу треба схватити **условно!!!!!!**

2.5. ГДЕ И КАДА ПРЕДУЗЕТНИК ТРЕБА ДА ЗАПОЧНЕ НОВИ ПОСАО?

НЕМА ПРЕЦИЗНОГ И УНИВЕРЗАЛНОГ ПРАВИЛА
АЛИ:

- НАЈБОЉЕ У **ИСТОЈ** ДЕЛАТНОСТИ, ИСТОМ ТРЖИШТУ И ИСТОЈ ТЕХНОЛОГИЈИ ГДЕ ЈЕ ПРЕДУЗЕТНИК РАНИЈЕ РАДИО
(зато што ту пословну област најбоље познаје)
- ВРЛО УСЛОВНО: У СВОЈИМ ТРИДЕСЕТИМ ИЛИ ЧЕТРДЕСЕТИМ ГОДИНАМА И ТО **ПОСЛЕ**
ОДРЕЂЕНОГ БРОЈА ГОДИНА ПРАКТИЧНОГ
ИСКУСТВА

2.6. ВРСТЕ ПРЕДУЗЕТНИКА

ПРОНАЛАЗАЧ

- КРЕАТИВНОСТ АЛИ
- БЕЗ МЕНАЏЕРСКИХ И ПОСЛОВНИХ ЗНАЊА И ИСКУСТВА



ПРОМОТЕР

- ПОКРЕТАЧКА СНАГА АЛИ
- БЕЗ ПРАВЕ КРЕАТИВНОСТИ И МЕНАЏЕРСКИХ ВЕШТИНА И ПОСЛОВНОГ ЗНАЊА

АДМИНИСТРАТОР

- ЗНАЧАЈНЕ МЕНАЏЕРСКЕ СПОСОБНОСТИ
- ДОБРИ ЗА УХОДАНЕ ОПЕРАЦИЈЕ, РУТИНЕ И СТАТУС КВО
- КРЕАТИВНОСТ НИЈЕ ПРИМАРНА И ЧЕСТО СЕ И НЕ ЗАХТЕВА (ДИРЕКТОРИ...)



ПРЕДУЗЕТНИК

- КРЕАТИВНОСТ
- ИНОВАТИВНОСТ
- МЕНАЏЕРСКЕ СПОСОБНОСТИ
- ПОСЛОВНЕ ВЕШТИНЕ

вештине менаџера, пословне вештине,

НИСКО

ВИСОКО

В
И
С
О
К
А

креативн.
иноват.

проналазач

+ -

предузетник

+ +

Н
И
С
К
А

промотер

- -

менаџер,
администратор

- +

3. ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПРОЦЕС

**АКТИВНОСТИ СУБЈЕКТА
УКЉУЧЕНИХ У СПРОВОЂЕЊЕ
КОНКРЕТНОГ ПРЕДУЗЕТНИЧКОГ ПОДУХВАТА
ОДНОСНО
РЕАЛИЗАЦИЈУ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ ИДЕЈЕ
ЗАСНИВАНЕ НА:
ТРЖИШНО ОПРАВДАНОЈ И
ПРОФИТАБИЛНОЈ ПОСЛОВНОЈ ПРИЛИЦИ**

ФАЗЕ

ПРЕДУЗЕТНИЧКОГ ПРОЦЕСА

- **ПРЕПОЗНАВАЊЕ И ПРОЦЕНА ШАНСЕ**
- **РАЗВОЈ ПОСЛОВНОГ (БИЗНИС) ПЛАНА**
- **ОБЕЗБЕЂЕЊЕ ПОТРЕБНИХ РЕСУРСА (ОБИМ И СТРУКТУРА РЕСУРСА) односно пословне прилике)**
- **УПРАВЉАЊЕ НОВИМ ПРИВРЕДНИМ СУБЈ. (стр, сур; МСП, велико предузеће...)**

3.1. Е Л Е М Е Н Т И П Р Е Д У З Е Т Н И Ч К О Г П Р О Ц Е С А

- ТРЖИШНА ШАНСА - ПОСЛОВНА ПРИЛИКА
- **ПРЕДУЗЕТНИК** (покретач предузет. процеса)
- **ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ТИМ** (преузима одговорн. и ризик за даљу судбину почетне идеје односно пословне прилике)
- КОРИШЋЕЊЕ РАЗЛИЧИТИХ **РЕСУРСА-**
(изналажење њихове оптималне комбинац.)
- **КООРДИНАЦИЈА** и **УРАВНОТЕЖЕЊЕ**
елемената кроз сам процес

РЕСУРСИ

неопходни за реализацију
предузетничког процеса

ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ТИМ

ПРЕДУЗЕТНИК
(као покретач
предузетничког
процеса)

ПОСЛОВНА ПРИЛИКА

као предуслов за
отпочињање
предузетн. процеса

КООРДИНАЦИЈА

свих елемената
предуз. процеса

СВЕ ОВЕ КОМПОНЕНТЕ ПРЕДУЗЕТНИЧКОГ ПРОЦЕСА СУ **ПРОМЕНЉИВЕ** И **ПОДЛОЖНЕ ПРОМЕНАМА**: МОГУ ДА СЕ МЕЊАЈУ, ДОДАЈУ, ЕЛИМИНИШУ, ПРЕКОНПОНУЈУ.

ЈЕДНИМ РЕЧЈУ, **ПРЕДУЗЕТНИК** И **ЊЕГОВ ТИМ** **МОГУ ДА УТИЧУ НА ЊИХ** КАКО БИ ЗАПОЧЕЛИ ПОСЛОВНУ АКТИВНОСТ И ОСТВАРИЛИ ПОСЛОВНЕ ЦИЉЕВЕ.

ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПРОЦЕС ЗНАЧИ:
СТАЛНО РЕШАВАЊЕ ПРОБЛЕМА УЗ ПРЕДХОДНО
АНАЛИЗИРАЊЕ,
ПРИЛАГОЂАВАЊЕ И
УОЧАВАЊЕ ПРОПУСТА

ПРЕДУЗЕТНИК СТАЛНО “ВАГА” ОДНОС:
РИЗИК - ДОБИТ



**ПРЕДУЗЕТНИК МОРА ДА СЕБИ СТАЛНО
ПОСТАВЉА СЛЕДЕЋА ПИТАЊА
И ДАЈЕ ОДГОВОРЕ НА ЊИХ:**

- **КОЈА ЈЕ ЛОША СТРАНА** У ОВОЈ ПОСЛОВ. ПРИЛИЦИ?
- **КОЈИ СЕ ПОВОЉАН ИСХОД МОЖЕ ДА ОЧЕКУЈЕ?**
- **КОЈИ РЕСУРСИ** СУ ПОТРЕБНИ ДА БИ СЕ МАКСИМИЗИРАО РЕЗУЛТАТ ?
- **КОЛИКО** РЕСУРСА ЈЕ ПОТРЕБНО?

- ШТА СУ **“ПРЕТЊЕ”И РИЗИЦИ** У РЕАЛИЗАЦИЈИ НЕКЕ ПОСЛОВНЕ ИДЕЈЕ?
- ДА ЛИ И КОЛИКО ТИ **РИЗИЦИ** МОГУ ДА СЕ НЕУТРАЛИШУ ИЛИ ДА СЕ СВЕДУ НА РАЗУМНУ МЕРУ?
- КАКО **ПРИЛИКЕ У ОКРУЖЕЊУ** МОГУ ДА УТИЧУ НА РЕАЛИЗАЦИЈУ ПОСЛОВНЕ ПРИЛИКЕ?

3.2. ПРИЛИКЕ (ШАНСЕ)

**СКУП ПОВОЉНИХ УСЛОВА КОЈИ СТВАРАЈУ ПОТРЕБУ ЗА
НОВИМ ПРОИЗВОДИМА И УСЛУГАМА
ОДНОСНО НОВИМ ПОСЛОВНИМ АКТИВНОСТИМА**

**ПОСЛОВНА ИДЕЈА И ПОСЛОВНА ПРИЛИКА
ЈЕСУ 2 ПОВЕЗАНА И СЛИЧНА ПОЈМА АЛИ**

НИСУ

СИНОНИМИ (НЕМАЈУ ИСТО ЗНАЧЕЊЕ) !!!!!!!!!!!!!!!

**ПОСЛОВНА ИДЕЈА:
ПОЧЕТАК СВАКОГ
ПРЕДУЗЕТНИЧКОГ ПОДУХВАТА**

ШТА СВЕ МОЖЕ ДА БУДЕ ПОСЛОВНА ШАНСА?

ИЗМЕНЕ ЗАКОНА О
САОБРАЋАЈУ



ДОЛАЗАК ФИАТ-а
У КРАГУЈЕВАЦ



УКИДАЊЕ ВИЗА ЗА
ЗЕМЉЕ ЕУ



**ПОСЛОВНА ПРИЛИКА ЗНАЧИ
ТРЖИШНО ПРОВЕРЕНУ ПОСЛОВНУ ИДЕЈУ-
ИДЕЈУ КОЈА ИМА:**

ТРЖИШТЕ

ЗА КОЈОМ ПОСТОЈИ ПОТРЕБА

ТРАЖЊУ

**(ДОВОЉНО ВЕЛИКУ И АЛИ
ПЛАТЕЖНО СПОСОБНУ)**

ВАЖНО !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

**ДОБРА ИДЕЈА
НЕ ЗНАЧИ УВЕК
ОБАВЕЗНО И ДОБРУ
ПОСЛОВНУ ПРИЛИКУ**

ОДРЖИВА

ПРАВОВРЕМЕНА

**ПОСЛОВНА
ПРИЛИКА
мора да буде:**

**ПРЕТВОРЕНА У
КОНКРЕТАН ПРОИЗВОД
ИЛИ УСЛУГУ који ће
бити од користи купцима**

ПРИВЛАЧНА

ВАЖНА ЈЕ ВЕШТИНА ПРЕДУЗЕТНИКА ДА

БРЗО:

- **ПРОЦЕНИ ПОТЕНЦИЈАЛ** ПОЧЕТНЕ ИДЕЈЕ И
- **ПРЕДЛОЖИ**
ШТА И
КАКО ДАЉЕ СА ЊОМ

УМЕШНОСТ ПРЕДУЗЕТНИКА ЈЕ ДА
ДОБРУ ИДЕЈУ ТРАНСФОРМИШУ
У ПОВОЉНУ ПРИЛИКУ



**2 ПРИМЕРА ПОСЛОВНИХ ИДЕЈА КОЈЕ СУ
УСПЕШНО ПРЕТОЧЕНЕ У ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПОДУХВАТ
(СТОМАК ЕЛИМИНАТОР И КОСМОДИСК)**

ПРОЦЕС:

ПОСЛОВНА ИДЕЈА - ПРИЛИКА - УСПЕШАН ПРОИЗВОД

3.2.1. КРИТЕРИЈУМИ ЗА ПРОЦЕНУ ВРЕДНОСТИ НЕКЕ ИДЕЈЕ

- **ДА ЛИ ПОСТОЈИ КРИТИЧНА МАСА КУПАЦА?**
- **ДА ЛИ КУПОВНА МОЋ** НОСИЛАЦА ТРАЖЊЕ НА ЗАДОВОЉАВАЈУЋЕМ НИВОУ?
- **ДА ЛИ ТРЖИШТЕ ПЕРСПЕКТИВНО ТЈ. ДА ЛИ ИМА ПОТЕНЦИЈАЛ** ЗА ЗНАЧАЈАН ГОДИШЊИ РАСТ У НАСТУПАЈУЋИМ ГОДИНАМА?
- **КАКВА ЈЕ МОГУЋНОСТ ДА СЕ РОБЕ И УСЛУГЕ НАПЛАТЕ УНАПРЕД?**

**СВА ПОМЕНУТА ПИТАЊА МОГУ
ДА СЕ СВЕДУ НА ЈЕДНО
КЉУЧНО ПИТАЊЕ**

**ДА ЛИ ПОСТОЈИ
ЕКОНОМСКА ОПРАВДАНОСТ ЗА
“ПРЕТВАРАЊЕ” ИДЕЈЕ / ПРИЛИКЕ У
ОДРЕЂЕНИ ПРОИЗВОД/УСЛУГУ???**

3.2.2. ИЗВОРИ ЗА ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ ИДЕЈЕ

- КУПЦИ

- КОРИСНИЦИ И ПОТРОШАЧИ
мишљења,
примедбе и
рекламације на
постојеће производе и услуге

- СОПСТВЕНА **ИСТРАЖИВАЊА**
- **КОПИРАЊЕ** ТУЋИХ РЕШЕЊА
имитација и
угледање
на постојеће производе, услуге,
организацију... конкурената и других
привредних субјеката
- **ПРОНАЛАЗАЧИ**, ИНОВАТОРИ, АУТОРИ
ПАТЕНАТА

- **ЛИЧНА ИСКУСТВА**

- **ЗАПОСЛЕНИ** И РУКОВОДИОЦИ КОД
ПРЕДУЗЕТНИКА

(њихова запажања, предлози, критике... у вези постојећих производа или увођења нових)

- **КОНСУЛТАНТСКЕ КУЋЕ И КОНСУЛТАНТИ**

- **НЕДОСТАЦИ И ГРЕШКЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ**

(уочавање недостатака код конкуренције како би се својим производом то исправило)

МЕТОДЕ ГЕНЕРИСАЊА ИДЕЈА

- **БРЕЈНСТОРМИНГ** (brainstorming)
групна метода добијања нових идеја
(њихова запажања, предлози, критике... у вези
постојећих производа или увођења нових)
- **ФОКУС ГРУПЕ**
- **ПРОБЛЕМСКА АНАЛИЗА**
фокусирање на проблеме, листа проблема,

3.2.3. РАЗЛОЗИ ЗА НЕУСПЕХ НЕКИХ ИДЕЈА (ТИПИЧНЕ “ПОЧЕТНИЧКЕ” ГРЕШКЕ)

- ПРЕЦЕЊИВАЊЕ

НЕРЕАЛНО САГЛЕДАВАЊЕ ПОТЕНЦИЈАЛА
СОПСТВЕНЕ ИДЕЈЕ

- ПРЕАМБИЦИОНЕ ИДЕЈЕ

ТЕЖЊА ЗА ВЕЛИКИМ БРОЈЕМ ПРОИЗВОДА,
ДА СЕ ЗАДОВОЉИ (ПРЕ)ВЕЛИКО ИЛИ
ЦЕЛО ТРЖИШТЕ

- **НЕФОКУСИРАНОСТ (РАСПЛИЊАВАЊЕ)**
НА ПОЧЕТКУ, СВЕ ДЕЛУЈЕ ЗАНИМЉИВО И
И ЧИНИ СЕ ДА ЈЕ СВЕ МОГУЋЕ.
ПОЧЕТНИЦИ СЕ НЕПОТРЕБНО ОПТЕРЕТЕ.
ТРЕБА СЕ ФОКУСИРАТИ НА ЈЕДНУ АКТИВНОСТ
И ТУ ДАТИ СВОЈ МАКСИМУМ.
- **НЕРЕАЛНО САГЛЕДАВАЊЕ СВИХ** ТРОШКОВА.
ОБИЧНО ПОЧЕТНИЦИ ПОДЦЕНЕ ВИСИНУ
ТРОШКОВА, ПОГОТОВО ПОЧЕТНЕ ТРОШКОВЕ

(НАСТАВАК...)

- **ПРЕУСКО ДЕФИНИСАНА ПРЕДУЗЕТ. ИДЕЈА**
СА ОГРАНИЧЕНОМ ИДЕЈОМ НЕМА ДОВОЉНО
БРЗОГ РАСТА И РАЗВОЈА А НИ ОПСТАНКА НА
ТРЖИШТУ. НЕ МОЖЕ ПОСАО ДА СЕ ЗАСНИВА
НА САМО ЈЕДНОМ ПРОИЗВОДУ.

ЗА ПОЧЕТНИКЕ ЈЕ

НАЈВАЖНИЈА ДОБРА ПРОЦЕНА ИДЕЈЕ

**ТЈ. ДА ЛИ ОНА МОЖЕ ДА ПРЕРАСТЕ У
У ОЗБИЉНУ ПОСЛОВНУ АКТИВНОСТ**

3.3. РЕСУРСИ

СВАКА **СТВАР** ИЛИ **КВАЛИТЕТ**
КОЈИ МОЖЕ ДА БУДЕ
КОРИСТАН У ПРЕДУЗЕТ. ПРОЦЕСУ

НОВАЦ???????

НИКАКО ЈЕДИНИ И НАЈВАЖНИЈИ
ПРЕДУСЛОВ ЗА ЗАПОЧИЊЕ ДЕЛАТНОСТИ
И ЗА УСПЕШНО ПОСЛОВАЊЕ



још нешто!!!!!!!!!!!!!!



ВРЕДНИ РЕСУРСИ

ОМОГУЋАВА ПРЕДУЗЕТНИКУ (И ПРЕДУЗЕЋУ)
ДА РЕАЛИЗУЈЕ ПОСЛОВНИ ПОДУХВАТ
ЕФИКАСНО И ЕФЕКТНО
У ЦИЉУ **ИСКОРИШЋЕЊА ПРИЛИКЕ ИЗ ОКРУЖ.**

ДОСТУПНИ СУ ВЕЛИКОМ БРОЈУ ПРЕДУЗЕТНИКА

- **КАДРОВИ**

(њихово знање и искуство)

- **ВЛАСНИШТВО НА ОПРЕМОМ И ПРОСТОРОМ**

- **ПОСЕБНЕ ВЕШТИНЕ**

(нпр. организација, маркетинг, финансије...)

РЕТКИ РЕСУРСИ

РЕСУРСИ СУ РЕТКИ СВЕ ДОК НИСУ ЛАКО ДОСТУПНИ КОНКУРЕНТИМА (кад постану лако доступни онда престају да буду ретки)

МОГУ ДА БУДУ ФАКТОР КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ

МОГУ У ЗНАТНОЈ МЕРИ ДА ДОПРИНЕСУ ИНОВАТИВНОСТИ И ЛИДЕРСКОЈ ПОЗИЦИЈИ НА ТРЖИШТУ

примери ретких ресурса:
ДОБРА ЛОКАЦИЈА (производних погона или
продајних објеката),

КОНТРОЛА НАД ПРИРОДНИМ РЕСУРСИМА

ПОСЕБНО УСПЕШНИ МЕНАѢЕРИ

МЕЂУТИМ:

- РЕТКИ РЕСУРСИ СУ **ВРЛО СКУПИ** и
- **НЕ** ОБЕЗБЕЂУЈУ **ТРАЈНУ** КОНКУРЕНТСКУ
ПРЕДНОСТ НА ТРЖИШТУ

РЕСУРСИ НЕМОГУЋИ ЗА ИМИТИРАЊЕ

РЕСУРСИ ЧИЈЕ ЈЕ ИМИТИРАЊЕ ИЛИ СУПСТИТУЦИЈА ЕКОНОМСКИ НЕИСПЛАТИВО

ПРИМЕРИ:

- **СПЕЦИФИЧНА ЗНАЊА** КАО ПОСЕБНА ВРЕДНОСТ (ГЕНЕТСКИ ИНЖЕЊЕРИНГ, РАЗВОЈ СОФВЕРА, БИОИНЖЕЊЕРИНГ)
- **ОРГАНИЗАЦИОНА КУЛТУРА** (споља тешко уочљива)
- **ОДНОС ПРЕМА КУПЦИМА**
- **ОДНОС ПРЕМА ДОБАВЉАЧИМА**

**РЕСУРСИ КОЈИ
НЕМАЈУ ЗАМЕНУ (СУПСТИТУТ)**

**СТРАТЕШКИ РЕСУРСИ КОЈИ НЕ МОГУ ДА СЕ
ЗАМЕНЕ ОБИЧНИМ**

3.3.2. ТИПОВИ РЕСУРСА



ФИЗИЧКИ РЕСУРСИ

ЗЕМЉИШТЕ, ОПРЕМА, ЛОКАЦИЈА;
РУДЕ, МИНЕРАЛИ...

ОПИПЉИВИ СУ И УГЛАВНОМ **НИСУ ТРАЈАН**
ИЗВОР КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ



У Г Л Е Д (РЕПУТАЦИЈА) КАО РЕСУРС

**СЛИКА КОЈУ ОКРУЖЕЊЕ ИМА О КОНКРЕТНОМ
ПРИВРЕДНОМ СУБЈЕКТУ**

НЕОПИПЉИВ РЕСУРС

**НА НИВОУ ПРОИЗВОДА ИЛИ УСЛУГЕ: КАО
ЛОЈАЛНОСТ БРЕНДУ**

НА НИВОУ ПРЕДУЗЕЋА: КАО ОПШТИ ИМИЏ

**ОВАЈ РЕСУРС МОЖЕ ДА БУДЕ РЕЛАТИВНО
ДУГОРОЧАН** УЗ ЊЕГОВО СТАЛНО НЕГОВАЊЕ
И УНАПРЕЂЕЊЕ ОД СТРАНЕ ПРЕДУЗЕЋА

УНУТРАШЊА ОРГАНИЗАЦИЈА КАО РЕСУРС

ТАКОЂЕ **НЕОПИПЉИВ** РЕСУРС И ЧИНИ ЈЕДАН
СУБЈЕКАТ ДРУГАЧИЈИМ ОД КОНКУРЕНЦИЈЕ

ОРГАНИЗАЦИЈА КОЈА **БРЗО** МОЖЕ ДА СЕ
ПРИЛАГОДИ ПРОМЕНАМА ЈЕ СПАДА МЕЂУ
НАЈВАЖНИЈЕ РЕСУРСЕ ПРЕДУЗЕТИКА

СТРУКТУРА ФИРМЕ,
СИСТЕМ ОДЛУЧИВАЊА,
ПРОЦЕДУРЕ,
ПРОЦЕСИ

ФИНАНСИЈСКИ РЕСУРСИ

**ВРЕДАН И НЕОПХОДАН РЕСУРС
АЛИ НЕ И РЕДАК РЕСУРС**

**УГЛАВНОМ НИЈЕ ИЗВОР ТРАЈНЕ
КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ**

**МЕЂУТИМ, УПРАВЉАЊЕ ФИНАНСИЈСКИМ
РЕСУРСИМА ЈЕСТЕ ИЗВОР
ТРАЈНЕ КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ**

ИНТЕЛЕКТУАЛНИ И ЛЉУДСКИ РЕСУРСИ

**ЗНАЊЕ И ИСКУСТВО:
ПРЕДУЗЕТНИКА,
РУКОВОДЕЋЕГ КАДРА И
ЗАПОСЛЕНИХ**

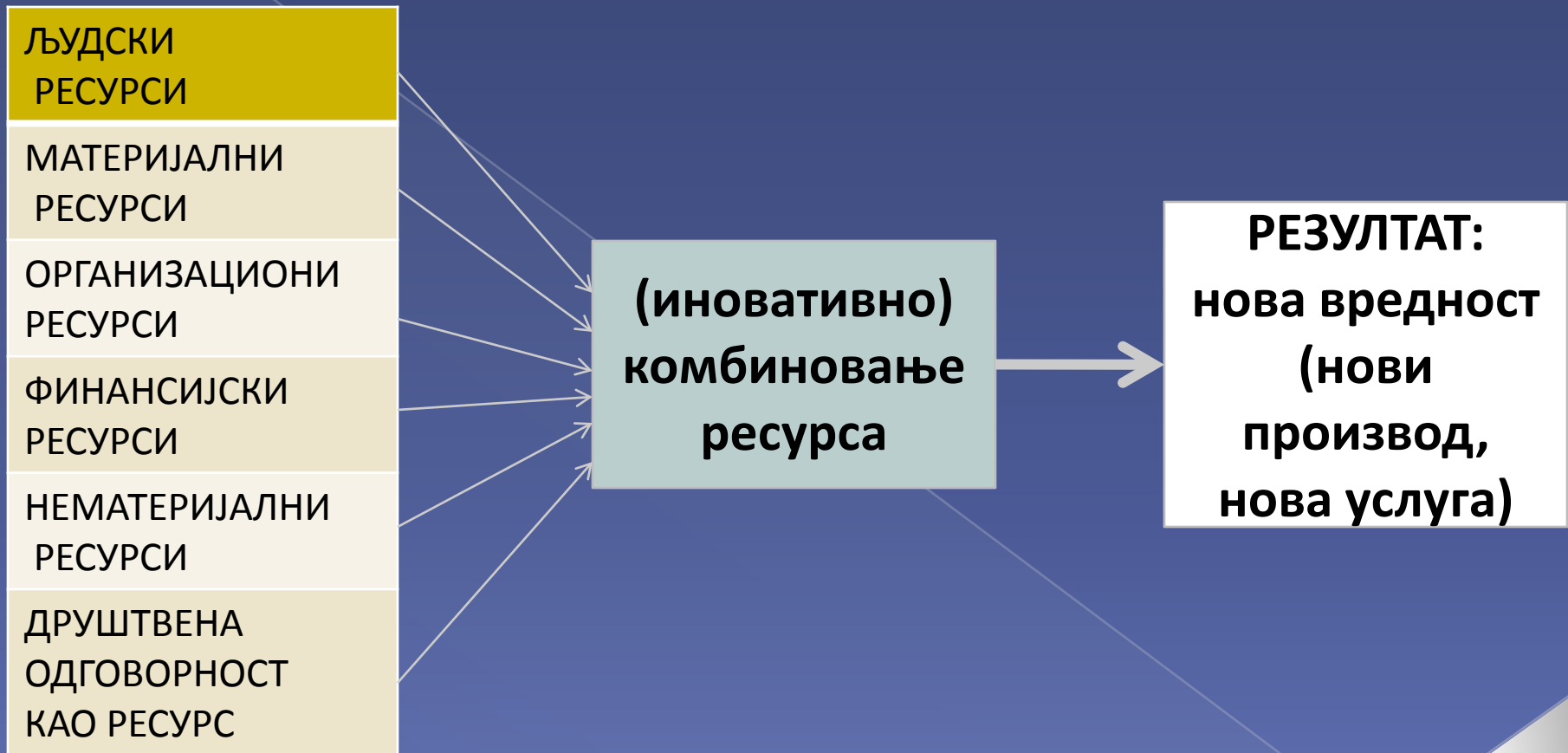
ТЕХНОЛОШКИ РЕСУРСИ

**ОПРЕМА И ЛАБОРАТ. ЗА ИСТРАЖИВАЊЕ,
ТЕСТИРАЊЕ, РАЗВОЈ И КОНТР. КВАЛИТЕТА ;
АУТОРСКА ПРАВА,
ПАТЕНТИ,
РЕЦЕПТУРЕ...**

МОГУЋА ЈЕ И СЛЕДЕЋА ПОДЕЛА РЕСУРСА:

- **ЉУДСКИ РЕСУРСИ**
- **МАТЕРИЈАЛНИ РЕСУРСИ**
- **ОРГАНИЗАЦИОНИ РЕСУРСИ**
- **ФИНАНСИЈСКИ РЕСУРСИ**
- **НЕМАТЕРИЈАЛНИ РЕСУРСИ**
- **ДРУШТВЕНА ОДГОВОРНОСТ КАО РЕСУРС**

КОМБИНОВАЊЕ (МИКС) РЕСУРСА У ЦИЉУ ОСТВАРИЈАЊА ПРЕДУЗЕТН. ПОДУХВАТА



3.4. ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ТИМ

КЉУЧНИ ДЕО ПРЕДУЗЕТНИЧКОГ ПРОЦЕСА

НЕОПХОДНИ КВАЛИТЕТИ ЗА УСПЕШАН ТИМ

- СТРУЧНОСТ
- ИСКУСТВО
- МОТИВИСАНОСТ
- ИСТРАЈНОСТ
- СПРЕМНОСТ НА ТИМСКИ РАД
- КРЕАТИВНОСТ
- ЛОЈАЛНОСТ ПРЕМА ТИМУ И ПРЕДУЗЕЋУ...



АПОЛО СИНДРОМ !!!!!!!!!!!!!!!

**ТИМ САСТАВЉЕН ОД ВРХУНСКИ СТРУЧНИХ
ПОЈЕДИНАЦА КОЈИ МЕЂУТИМ, КАО ТИМ
ЈАКО ЛОШЕ ФУНКЦИОНИШУ**

зашто?

- наметање свог мишљења
- прецењивање сопствене улоге и значаја
- понашање само у складу са личним интерес.
- стварају се безизлазне ситуације кроз неуспешне покушаје да се остали чланови тима убеде у исправност свог мишљења (тзв. “самртнички загрљај”)
- губљење времена на “празне приче”

како решити такву ситуацију?

- изоставити доминантне и сујетне појединце из тима
- посебним начином вођења тима (вођа тима мора да постави циљеве, приоритете и да уобличава дискусију)



4. УЛОГА ОКРУЖЕЊА

У РАЗВОЈУ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

ВАЖНО ПИТАЊЕ ПРЕ ОТПОЧИЊАЊА СВАКЕ ПОСЛОВНЕ АКТИВНОСТИ:

- **КАКВО ЈЕ ОКРУЖЕЊЕ** (ЕКОНОМСКО, ПОЛИТ. И ДРУШТВЕНО);
- **НА КОЈИ НАЧИН И КОЛИКО МОЖЕ ДА УТИЧЕ** НА ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПРОЦЕС И ДОНОШЕЊЕ ОДЛУКА?

АНАЛИЗА И ПОЗНАВАЊЕ ОКРУЖЕЊА ЈЕ
ВАЖНА ПОЧЕТНА АКТИВНОСТ
ОД КОЈЕ ДОСТА **ЗАВИСИ И УСПЕХ**
СВАКЕ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ И ПОСЛОВНЕ АКТИВНОСТИ

4.1. ШТА СВЕ СПАДА У ОКРУЖЕЊЕ ОД ЗНАЧАЈА ЗА ПРЕДУЗЕТНИЧКУ АКТИВНОСТ?

ИНТЕРНО ОКРУЖЕЊЕ (само предузеће)

- ПРОИЗВОДЊА, ФИНАНСИЈЕ, КАДРОВИ,
РУКОВОДСТВО, НАБАВКА...
- ПОД **КОНТРОЛОМ ПРЕДУЗЕТНИКА**
- ИНТЕРАКТИВНИ ОДНОС ИЗМЕЂУ ПОСЛОВНИХ
ФУНКЦИЈА

МИКРООКРУЖЕЊЕ

- ДОБАВЉАЧИ, ПОТРОШАЧИ, ДИСТРИБУТЕРИ;
- ПРИВ. КОМОРЕ, ЛОКАЛНА ВЛАСТ, ДЕОНИЧАРИ...
- САМО **ДЕЛИМ. ПОД КОНТРОЛОМ** ПРЕДУЗЕТНИК

МАКРООКРУЖЕЊЕ (општи фактори)

-ЕКОНОМСКО

(инфлација, инвестиције, платни биланс),

ЗАКОНОДАВНО

ТЕХНОЛОШКО

(развој нових технологија, улагања у науку)

ПОЛИТИЧКО

(политички систем, политичка стабилност...)

СОЦИО-КУЛТУРОЛОШКО

(навике, обичаји, друштвене вредности од утицаја на облике потрошње и понашање потрошача)

...наставак

ДЕМОГРАФСКО

(структура-старосна, образовна, полна...)

ПРИРОДНО

(природна богатства, заштита животне средине)

**НИКАКО ИЛИ ВРЛО МАЛО
ПОД УТИЦАЈЕМ ПРЕДУЗЕЋА АЛИ
ЗАТО МАКРООКРУЖЕЊЕ ИМА
ЗНАЧАЈАН УТИЦАЈ НА ПОСЛОВАЊЕ
ПРЕДУЗЕЋА/ПРЕДУЗЕТНИКА**

**ПРЕДУЗЕТНИК МОРА ДА
ПРАТИ,
АНАЛИЗИРА,
РЕАГУЈЕ И
ПРИЛАГОЂАВА
СЕ СВОМ ОКРУЖЕЊУ**

НИВОИ ОКРУЖЕЊА

МАКРО ОКРУЖЕЊЕ:

политичко
законодав.
технол.
демограф.
природно
социокултур



МИКРО ОКРУЖЕЊЕ:

добављачи
купци
конкуренција
посредници

ИНТЕРНО ОКРУЖЕЊЕ

4.2. АНАЛИЗА ОКРУЖЕЊА



4.2.1. СКЕНИРАЊЕ ПРОМЕНА

- ОСМАТРАЊЕ ОКРУЖЕЊА,
- ИДЕНТИФИКОВАЊЕ КЉУЧНИХ ЕЛЕМЕНАТА И ЊИХОВИХ КАРАКТЕРИСТИКА
- ЦИЉ: **УЧИТИ ПРОМЕНЕ КОЈЕ СУ У ТОКУ**
КАКО БИ ИМ СЕ ПРЕДУЗЕТНИК
БЛАГОВРЕМЕНО ПРИЛАГОДИО

ПРЕДУЗЕТНИК СИСТЕМАТИЧНО ПРАТИ ВИШЕ ИЗВОРА ПОДАТАКА:

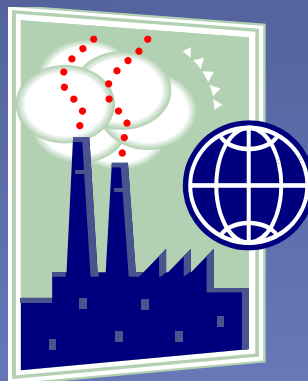
- БЕРЗАНСКЕ ИЗВЕШТАЈЕ
- СТРУЧНЕ ПУБЛИКАЦИЈЕ
- ИЗВЕШТАЈЕ И АНАЛИЗЕ ЦЕНТРАЛНЕ БАНКЕ
- МАТЕРИЈАЛЕ ПРИВРЕДНИХ КОМОРА
- МАТЕРИЈАЛЕ ОСТАЛИХ ИНСТИТУЦИЈА
- ИНФОРМАЦИЈЕ КРОЗ ЛИЧНЕ КОНТАКТЕ
- МЕДИЈЕ...



**ПРЕДУЗЕТНИК ТРЕБА ДА ЈЕ У КОНТАКТУ И СА
КОНСУЛТАНТСКИМ КУЋАМА И СТРУЧЊАЦИМА
ОДРЕЂЕНОГ ПРОФИЛА !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!**

ТРЕНДОВИ ОД ЗНАЧАЈА ЗА ПОКРЕТАЊЕ И РАЗВОЈ ПОСЛОВНЕ АКТИВНОСТИ

- **РАСТ ЗНАЧАЈА ДРУШТВЕНЕ ОДГОВОРНОСТИ**
ЗАРАДА НЕ СМЕ ДА БУДЕ ЈЕДИНИ И НАЈВАЖ-
НИЈИ КРИТЕРИЈУМ. БРИГА О ОКРУЖЕЊУ
МОРА ДА БУДЕ САСТАВНИ ДЕО ПОСЛОВАЊА.
СЕМ ТОГА, ТАКО СЕ ГРАДИ ПОЗИТИВАН ИМИЦ
ПРЕДУЗЕЋА.



- РАД ОД (КОД, ИЗ) КУЋЕ
ИНФОРМАТИВНА ДЕЛАТНОСТ,
ИНТЕЛЕКТУАЛНЕ УСЛУГЕ-
ПРЕВОЂЕЊЕ
ЛЕКТОРИСАЊЕ
ЧАСОВИ ЈЕЗИКА
ЧУВАЊЕ ДЕЦЕ
КЊИГОВОДСТВО
ИЗРАДА ПРОЈЕКТА
ВЕШТАЧЕЊА...



...наставак

- **ЗДРАВЉЕ, ФИТНЕС, ТУРИЗАМ**

СПОРТ,

РЕКРЕАЦИЈА,

РАЗОНОДА,

ТУРИЗАМ,

ПУТОВАЊА,

СПА И ФИТНЕС,

ЗДРАВА ХРАНА,

ПРАВИЛНА ИСХРАНА...

СУ ИЗВОР НОВИХ ИДЕЈА

(КАО ПОСЛЕДИЦА ПОВЕЋАНЕ БРИГЕ О

ЉУДСКОМ ЗДРАВЉУ)



- ОРИЈЕНТАЦИЈА НА ГЛОБАЛНО ТРЖИШТЕ
РАСТ ИЗВОЗА КАО ФАКТОР ОЧУВАЊА
СОПСТВЕНЕ КОНКУРЕНТСКЕ ПОЗИЦИЈЕ



- КУЋНА РАДИНОСТ (ПОСЕБНО ИНТЕРЕСАНТНО У ТУРИЗМУ И РУРАЛНИМ ПОДРУЧЈИМА-ИЗДАВАЊЕ СМЕШТАЈА ТУРИСТИМА И СЕОСКИ ТУРИЗАМ)



4.2. 2. ПОСМАТРАЊЕ-МОНИТОРИНГ

ПРАЋЕЊЕ КЉУЧНИХ ЕЛЕМЕНАТА
КОЈИ СУ ОДЗНАЧАЈА ЗА ОПСТАНАК И
ПРОФИТАБИЛНОСТ НОВОГ ПОСЛА.

ЦИЉ:

САЗНАТИ КАКО ЋЕ РАЗЛИЧИТИ ЕЛЕМЕНТИ ИЗ
ИЗ МАКРО ОКРУЖЕЊА ДА УТИЧУ НА ПРЕДУЗЕТ.
ОДНОСНО НА НОВУ ПОСЛОВНУ АКТИВНОСТ

ОВА ФАЗА ЈЕ МАЊЕ УОПШТЕНА ОД
ПРЕДХОДНЕ И ВИШЕ ЈЕ ФОКУСИРАНА
(НА ЕЛЕМЕНТЕ ИЗ ОКРУЖЕЊА)

4.2.3. **ПРЕДВИЋАЊЕ БУДУЋИХ ВРЕДНОСТИ**

НИВОА ЦЕНА, ИНФЛАЦИЈЕ, КАМАТНИХ
СТОПА, ВРЕДНОСТИ ДОМАЋЕ ВАЛУТЕ...

4.2.4. **ПРОЦЕЊИВАЊЕ**

НАЈВАЖНИЈИ И **НАЈТЕЖИ** ДЕО АНАЛИЗЕ
ОКРУЖЕЊА.

СУДБИНА ПОСЛОВНОГ ПРОЈЕКТА **ЗАВИСИ**
ОД ИСПРАВНЕ ПРОЦЕНЕ ОКРУЖЕЊА И
АДЕКВАТНОГ ОДГОВОРА ПРЕДУЗЕТНИКА

ТРАЖИ СЕ ОДГОВОР НА ПИТАЊЕ: ШТА СВЕ ОВО ЗНАЧИ?

2 АСПЕКТА:

АНАЛИЗА **ПОЛИТИЧКОГ СТАЊА**

АНАЛИЗА **ИНТЕРЕСНИХ ГРУПА**

(ПОЈЕДИНЦИ И ГРУПЕ КОЈИ ИМАЈУ ОДРЕЂЕНЕ
ИНТЕРЕСЕ, ЗАХТЕВЕ ИЛИ УДЕО У УПРАВЉАЊУ
И ВЛАСНИШТВУ ПРИВРЕДНОГ СУБЈЕКТА)

СПОЉНИ СТЕЈКХОЛДЕРИ

ИНТЕРНИ СТЕЈКХОЛДЕРИ

(ДЕОНИЧАРИ, ЗАПОСЛЕНИ, МЕНАџЕРИ)

**ПРЕДУЗЕТНИК МОРА ДА
ВОДИ РАЧУНА О
ИНТЕРЕСИМА И ЗАХТЕВИМА
РАЗЛИЧИТИХ
ИНТЕРЕСНИХ ГРУПА**

**БИЋЕ И У СИТУАЦИЈИ
ДА БИРА ИЗМЕЂУ ЊИХОВИХ
РАЗЛИЧИТИХ И МЕЂУСОБНО
СУПРОСТАВЉЕНИХ ИНТЕРЕСА**

**АНАЛИЗА СТЕЈКОЛДЕРА ТРЕБА ДА
ПРЕДУЗЕТНИЦИМА ПРУЖИ
ОДГОВОРЕ НА СЛЕДЕЋА ПИТАЊА:**

- **КО** СУ СТЕЈКОЛДЕРИ?
- ШТА СУ ЊИХОВИ **ИНТЕРЕСИ**?
- КОЛИКИ ЈЕ **ЗНАЧАЈ** СВАКОГ ОД ЊИХ?

- КАКВЕ **ЗАХТЕВЕ** ИМАЈУ ПРЕМА ПРЕДУЗЕТНИКУ ОДНОСНО ПРЕМА ОДРЕЂЕНОЈ ПОСЛОВНОЈ ИДЕЈИ?
- КО СУ **НАЈВАЖНИЈИ** СТЕЈКХОЛДЕРИ СА АСПЕКТА РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПОСЛОВНЕ ИДЕЈЕ?

5. ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ СТРАТЕГИЈЕ

❖ СТРАТЕГИЈЕ

ПЛАНСКА ОДЛУКА КОЈОМ СЕ ДЕФИНИШУ
БАЗИЧНИ НАЧИНИ ОСТВАРЕЊА ЦИЉЕВА

ИЗБОР ОСНОВНИХ НАЧИНА ОСТВАР. ЦИЉЕВА

❖ ЦИЉ

СТАЊЕ-СИТУАЦИЈА КА КОЈИМА ЈЕ УСМЕ-
РЕНА ПЛАНСКА АКТИВНОСТ

ОДРАЖАВА **АСПИРАЦИЈЕ ПРЕДУЗЕТНИКА**
И ПРИВРЕДНОГ СУБЈЕКТА

5.1. НАЧИНИ УЛАСКА НА ТРЖИШТЕ

НА **ПОЧЕТКУ**
ПОСЛОВНОГ ПОДУХВАТА
ОСНОВНО ПИТАЊЕ ГЛАСИ:
КАКО и **СА ЧИМЕ**
ДА ПОЧНЕМ ?



ГЛАВНИ НАЧИНИ УЛАСКА НА ТРЖИШТЕ:

- нови производ / нова услуга
- паралелна конкуренција
- франшизинг



5.1.1. НОВИ ПРОИЗВОД / НОВА УСЛУГА (БИТИ ПРВИ АЛИ И НАБОЉИ)

- **ОФАНЗИВНА СТРАТЕГИЈА**
- **ПОКУШАЈ ЗАУЗИМАЊА ВОДЕЋЕ ИЛИ ДОМИНАНТНЕ ПОЗИЦИЈЕ НА ТРЖИШТУ**
- **ПРЕДНОСТ СТАРТА,**
- **НИЖА ЦЕНА ПРОИЗВОДА ЗБОГ ПРИМЕНЕ НОВИХ ТЕХНОЛОГИЈА,**
- **ПРЕПОЗНАТЉИВОСТ У ЈАВНОСТИ**

- РИЗИЧНА СТРАТЕГИЈА АЛИ АКО УСПЕ
МОЖЕ ДОНЕТИ ЗНАТАН ПОСЛОВНИ УСПЕХ
- ПЕРМАНЕНТНА ВОДЕЋА ПОЗИЦИЈА **ЗАХТЕВА**
СТАЛНУ ИНОВАТИВНОСТ
- ВОДИТИ РАЧУНА О:НИЖИМ **ТРОШКОВИМА**,
БОЉЕМ **КВАЛИТЕТУ** И САВРЕМОНОМ **ДИЗАЈНУ**
- **ЗАХТЕВА БРЗО РЕАГОВАЊЕ НА:**
ПРОМЕНЕ У ОКРУЖЕЊУ И
НОВЕ ПОТРЕБЕ КУПАЦА

5.1.2. ПАРАЛЕЛНА КОНКУРЕНЦИЈА ("ЈА ТАКОЂЕ")

- УВОЂЕЊЕ "ДУПЛИКАТА" НА ТРЖИШТЕ
- НА ТРЖИШТЕ СЕ УЛАЗИ СА ПРОИЗВОДОМ КОЈИ НИЈЕ ИСТИ СА ПОСТОЈЕЋИМ ВЕЋ ИМА НЕКЕ РАЗЛИКЕ И ВАРИЈАЦИЈЕ
- **ОСНОВ:** НЕЗАДОВОЉСТВО КУПЦА НЕКИМ СВОЈСТВОМ ПОСТОЈЕЋЕГ ПРОИЗВОДА

- **НАПАДАЈУ СЕ СЛАБЕ ТАЧКЕ ПОСТОЈЕЋЕГ ПРОИЗВОДА / УСЛУГЕ** (предузетник уочава слабе тачке конкурента и својим новим производом покушава да их “исправи”)
- **РЕЛАТИВНО ЛАК НАЧИН** (због ниских улазних баријера) АЛИ...
- ПОСТОЈИ И **“КРЕАТИВНА ИМИТАЦИЈА”**: ИМИТИРАНИ ДЕО + КРЕАТИВНИ ДЕО

5.1.3. ФРАНШИЗИНГ

ПОСЛОВНИ ОДНОС У КОЈЕ ЈЕДНА СТРАНА (ВЛАСНИК-ДАВАЛАЦ ФРАНШИЗЕ) ДОДЕЉУЈЕ ПРАВО ДРУГОЈ СТРАНИ (КОРИСНИК- ПРИМАЛАЦ ФРАНШИЗЕ) ДА ПРАВИ ИЛИ ПРОДАЈЕ ПРОИЗВОДЕ И/ИЛИ УСЛУГЕ (ПРЕДМЕТ ФРАНШИЗЕ) КОЈЕ ЈЕ ПРОИЗВЕО ДАВАЛАЦ ФРАНШИЗЕ, У СКЛАДУ СА ЊЕГОВИМ ПРАВИЛИМА ПОСЛОВАЊА И ПОД ЗАШТИЋЕНИМ КОМЕРЦИЈАЛНИМ ИМЕНОМ ДАВАОЦА ФРАНШИЗЕ.

...наставак

КОЈА ЈЕ КОРИСТ ЗА ПРИМАОЦА ФРАНШИЗЕ?

- ДОБИЈА ГОТОВО ЗНАЊЕ, ПОДРШКУ (ОБУКЕ, ПРОЦЕДУРЕ, МАРКЕТИНГ), ИСКУСТВО А ЧЕСТО И РОБУ
- СМАЊУЈЕ РИЗИК ОД НЕУСПЕХА
- **СИГУРНИЈИ НАЧИН ЗАПОЧИЊАЊА ПОСЛА**
- ЗАКЉУЧУЈЕ СЕ ФРАНШИЗНИ УГОВОР

КОЈА ЈЕ КОРИСТ ЗА ДАВАОЦА ФРАНШИЗЕ?

- ГЕОГРАФСКО ШИРЕЊЕ
- “УНОВЧАВАЊЕ” СВОЈИХ ПОСЛОВНИХ ВЕШТИНА И ЗНАЊА

5.2. КАКО ЗАШТИТИТИ СВОЈУ ПОЗИЦИЈУ? (ИЗОЛАЦИОНИ МЕХАНИЗМИ)

- ❖ **ЗАШТИТА ПРАВА СВОЈИНЕ**
ПАТЕНТИ, ЗАШТИТНИ ЗНАК, ВЛАСНИЧКА ТЕХНОЛОГИЈА... АЛИ ОВИ МЕХАНИЗМИ НИСУ ТРАЈНИ
- ❖ **ПРВИ ПОКРЕТАЧ**
РАЗВОЈНА И ИСТАЖИВАЧКА КОМПОНЕНТА, СТАЛНА ПОБОЉШАЊА И ИНОВАЦИЈЕ
 - ОПАСНОСТ: ОПУШТАЊЕ, ПРЕПУСТИТИ СЕ САМОЗАДОВОЉСТВУ, ОТПОР ПРОМЕНАМА
 - ПРЕПОЗНАТИ ТРЕНУТАК КАДА ТРЕБА ДА СЕ ¹³⁴МЕЊА ПОСТОЈЕЋА СТРАТЕГИЈА

5.3. СТРАТЕГИЈЕ РАСТА



ПРАВЦИ
раста

ЕКСПАНЗИЈА
ДИВЕРСИФИКАЦИЈА

МЕТОДИ
раста

ИНТЕРНИ
ЕКСТЕРНИ
КОМБИНОВАНИ

ТЕМПО
раста

ОФАНЗИВНИ
ДЕФАНЗИВ.

❖ ПРАВЦИ РАСТА

- ЕКСПАНЗИЈА

(у оквирима постојећег тржишта и побољшања производа)

- ДИВЕРСИФИКАЦИЈА

(раст изван основне делатности па се производи и услуге међусобно знатно разликују)

- хоризонтална
- вертикална
- конгломератска

	ПРОИЗВОД	
ТРЖИШТЕ	постојећи	НОВИ
постојеће	пенетрација тржишта	развој тржишта
ново	проширив. тржишта	диверсификација

МАТРИЦА ПРОИЗВОД / ТРЖИШТЕ:

ПОСТОЈЕЋИ ПРОИЗВОД/ **ПОСТОЈЕЋЕ** ТРЖ.

НАЈМАЊИ РИЗИК

НОВИ ПРОИЗВОД/ **НОВО** ТРЖИШТЕ

НАЈВЕЋИ РИЗИК

ПОСТОЈЕЋИ ПРОИЗВОД/ **НОВО** ТРЖИШТЕ

РАЗВОЈ ТРЖИШТА

НОВИ ПРОИЗВОД/ **ПОСТОЈЕЋЕ** ТРЖИШТЕ

РАЗВОЈ ПРОИЗВОДА

...наставак

❖ **МЕТОДЕ РАСТА**

ИНТЕРНИ ОСЛОНАЦ НА **СОПСТВЕНИ**
КАПИТАЛ И **СНАГЕ**

ЕКСТЕРНИ СПАЈАЊЕ И УДРУЖИВ. **СА**
ДРУГИМ ПРЕДУЗЕЋИМА

КОМБИНОВАНИ **ИНТЕРНИ+ЕКСТЕРНИ**

❖ **ТЕМПО РАСТА**

ОФАНЗИВНИ

ДЕФАНЗИВНИ

5.4. ФИНАНСИРАЊЕ ПРЕДУЗЕТНИЧКОГ ПОДУХВАТА

ЗА ОТПОЧИЊАЊЕ АЛИ И “ОДРЖАВАЊЕ”
ПРЕДУЗЕТНИЧКОГ ПОДУХВАТА
НЕОПХОДАН ЈЕ ОДГОВАРАЈУЋИ КАПИТАЛ

**КАКО ОБЕЗБЕДИТИ
НЕОПХОДАН (ПОЧЕТНИ) КАПИТАЛ??**

2 НАЧИНА:

- а) ПОСЕДОВАЊЕ **СОПСТВЕНОГ** КАПИТАЛА
- б) АНГАЖОВАЊЕ **ТУЋЕГ** КАПИТАЛА

а) АНГАЖОВАЊЕ СОПСТВЕНОГ КАПИТАЛА (САМОФИНАНСИРАЊЕ)

**ИЗ: - ЛИЧНИХ ИЗВОРА,
- ПОРОДИЦА, ПРИЈАТАТЕЉИ
- ТЕКУЋЕ ЗАРАДЕ**

**СТОПА САМОФИНАНСИРАЊА ПРЕДУЗЕЋ
ОДНОС СОПСТВЕНЕ НОВЧАНЕ АКУМУЛА-
ЦИЈЕ И УКУПНИХ УЛАГАЊА У ИНВЕСТИ-
ЦИЈЕ (СТЕПЕН ПОКРИВЕНОСТИ УКУПНИХ
ИНВЕСТИЦИЈА СОПСТВЕНОМ АКУМУЛА-
ЦИЈОМ)**

б) АНГАЖОВАЊЕ **ТУЂЕГ** КАПИТАЛА

- **БАНКАРСКО ФИНАНСИРАЊЕ**

**ЗАЈАМ У РАТАМА (МЕСЕЧНО
У ОДРЕЂЕНОМ ПЕРИОДУ)**



**ЗАЈАМ ЗАСНОВАН НА АКТИВИ
(РОБА ИЛИ ОПРЕМА)**

ОБРТНИ ВИД КРЕДИТА

пословање се финансира у потребном моменту а враћа када је пословање стабилно

КРЕДИТ

ДУЖНИЧКО-ПОВЕРИЛАЧКИ ОДНОС У КОМЕ **БАНКА УСТУПА НА КОРИШЋЕЊЕ ДЕО СВОЈИХ РАСПОЛОЖИВИХ СРЕДСТАВА (**НОВАЦ**) ОДРЕЂЕНОМ ПРИВРЕДНОМ СУБЈЕКТУ (**ПРЕДУЗЕЋУ**) УЗ УНАПРЕД ОДРЕЂЕНЕ **УСЛОВЕ** (КАМАТА, ГАРАНЦИЈА, РОК ОТПЛАТЕ...)**

ПАЖЊА!!!!!!!!!!!!

Колико су услови кредитирања повољни за предузетника, посебно на самом почетку предузетничког подухвата??????????

- **ДРУГИ ИЗВОРИ ФИНАНСИРАЊА**
ЕМИТОВАЊЕМ ХАРТИЈА ОД ВРЕДНОСТИ,

ФИНАНСИРАЊЕ ФАКТУРАМА са одложеним
роком плаћања,

ЏОИНТ ВЕНЧР ФИНАНСИРАЊЕ

ФИНАНСИРАЊЕ ЛИЗИНГОМ

РИЗИЧНИ КАПИТАЛ

СИСТЕМ ИНСИТУЦИОНАЛНЕ ПОДРШКЕ

6. К В А Л И Т Е Т И П Р Е Д У З Е Т Н И Ш В О

СПОСОБНОСТ ПРОИЗВОДА И УСЛУГА **ДА**
ЗАДОВОЉИ ПОТРЕБЕ КУПАЦА ИЛИ
КОРИСНИКА УСЛУГА

УСАГЛАШЕНОСТ СА ЗАХТЕВИМА

ФАКТИЧКИ КВАЛИТЕТ
(испунити **обећано**)

ПЕРЦИПИРАНИ КВАЛИТЕТ
(добити **очекивано**)

TQM Total Quality Management **(УПРАВЉАЊЕ УКУПНИМ КВАЛИТЕТОМ)**

НАПОР ПРЕДУЗЕТНИКА
НИЈЕ УСМЕРЕН САМО НА
КВАЛИТЕТ ПРОИЗВОДА / УСЛУГЕ
ВЕЋ НА
КВАЛИТЕТ ПОСЛОВАЊА У ЦЕЛИНИ

ШТА ПРЕДХОДИ TQM ?

ПОЗНАВАЊЕ КУПАЦА

(ЊИХОВИХ ОЧЕКИВАЊА, ЗАХТЕВА,
ПОТРЕБА И НАВИКА) И ТО КРОЗ
ИСТАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА

ОРГАНИЗАЦИОНИ СИСТЕМ

У ОКВИРУ ПРЕДУЗЕЋА КОЈИ ЈЕ
СПРЕМАН И СПОСОБАН
ДА СЕ ПРИЛАГОДИ НОВИНАМА

КАКО ПОСТИЋИ АЛИ И ОДРЖАТИ ОДГОВАРАЈУЋИ КВАЛИТЕТ ?

- КОНТИНУИРАНО ПОБОЉШАЊЕ**
- БЕНЧМАРКИНГ**
- АУТСОРСИНГ**

БЕНЧМАРКИНГ

ИДЕНТИФИКОВАЊЕ НАЈБОЉЕГ У ДЕЛАТНОСТИ-
“РЕПЕРА”,
ПОРЕЂЕЊЕ СА ЊИМ И
ПРИЛАЂАВАЊЕ СВОГ ПРОИЗВОДА СА ЊЕГОВ.
(КОПИРАЊЕ И ИМИТИРАЊЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ)



ПАЖЊА КОД ПРИМЕНЕ БЕНЧМАРКИНГА !!!!

- НИЈЕ ЗА ПРЕДУЗЕЋА
КОЈА СЕ ВЕЋ ОДЛИКУЈУ КВАЛИТЕТОМ
- НЕДОСТАТАК: МОГУЋЕ ЈЕ УТРОШИТИ И
ВРЕМЕ И НОВАЦ НА **ПОГРЕШНЕ** СТВАРИ
- ПАЗИТИ НА КОГА СЕ УГЛЕДА

АУТСОРСИНГ

**ПРИБАВЉАЊЕ ВРХУНСКОГ КВАЛИТЕТА
ИЗВАН СВОГ ПРИВРЕДНОГ СУБЈЕКТА**

7. ПРЕДУЗЕТНИШТВО И МАРКЕТИНГ

ПОСЛОВНА КОНЦЕПЦИЈА ПО КОЈОЈ СЕ
ПРЕДУЗЕЋА УСМЕРЕВАЈУ НА **ЗАДОВОЉЕЊЕ**
ПОТРЕБА ПОТРОШАЧА И УЈЕДНО ПО ТОМ
ОСНОВУ **ОСТВАРЕЊЕ ДОХОТКА**

- ПРОЦЕС А НЕ ЧИН (СТАЛНО СЕ ОДВИЈА)
- **У ЦЕНТРУ ПАЖЊЕ**: ЉУДСКЕ ПОТРЕБЕ И
ЊИХОВО ЗАДОВОЉЕЊЕ

ЕКОНОМСКИ ПРОЦЕС ЗАТО ШТО:

- **ПОВЕЗУЈЕ ПРОИЗВОДЊУ И ПОТРОШЊУ**
- ОЛАКШАВА РАЗМЕНУ

МАРКЕТИНГ МИКС

КОМБИНАЦИЈА ИНСТРУМЕНАТА МАРКЕТИНГА

ПРОИЗВОД

ЦЕНА

ПРОМОЦИЈА

КАНАЛИ ПРОДАЈЕ

ВАЖНА ЈЕ МЕЂУСОБНА **УСКЛАЂЕНОСТ** ТИХ
ИНСТРУМЕНАТА И ЊИХОВА **ОПТИМАЛНА**
КОМБИНАЦИЈА

ЗАЈЕДНИЧКЕ ТАЧКЕ **МАРКЕТИНГА И ПРЕДУЗЕТНИШТВА**

- У ЦЕНТРУ ПАЖЊЕ: **ПОТРЕБЕ КУПАЦА**
- **КОНТИНУИРАНО ПОСМАТАЊЕ ОКРУЖЕЊА**
- **СТАЛНА ПРОЦЕНА ИНФОРМАЦИЈА**
- **ОБА ПРОЦЕЊУЈУ НОВ ПРОИЗВОД/УСЛУГЕ**
- **ОРИЈЕНТАЦИЈА НА РАСТ И РАЗВОЈ**

ПОДЦЕЊИВАЊЕ МАРКЕТИНГА ОД СТРАНЕ
ПРЕДУЗЕТНИКА, ШТО УОПШТЕ НИЈЕ РЕТКА ПОЈАВА,
ИМА ЗА РЕЗУЛТАТ
ПОСЛОВНИ НЕУСПЕХ И НЕСТАНАК СА ТРЖИШТА

8. ДРУШТВЕНА ОДГОВОРНОСТ И ПРЕДУЗЕТНИШТВО

ЕТИЧКО ПОНАШАЊЕ:

ПРАВНО ПОНАШАЊЕ

(У СКЛАДУ СА ВАЖЕЋИМ ПРОПИСИМА,
СТАНДАРДИМА И ЗВАНИЧНИМ АКТИМА)



“НЕШТО ЈОШ”

(ПОНАШАЊЕ У СКЛАДУ СА
МОРАЛНИМ НОРМАМА СТАНДАРДИМА)

ОСИМ О ПРОФИТУ, ПРЕДУЗЕТНИК МОРА ДА ВОДИ РАЧУНА КАКО ЋЕ ЊЕГОВО ПОСЛОВАЊЕ ДА УТИЧЕ НА ОКРУЖЕЊЕ:

- **ЗАПОШЉАВАЊЕ / ОТПУШТАЊЕ,**
- **ОТВАРАЊЕ / ГАШЕЊЕ ПОГОНА,**
- **УТИЦАЈ НА ЕКОЛОГИЈУ,**
- **УТИЦАЈ ПРОИЗВОДА НА ЗДРАВЉЕ ЉУДИ**
- **ДОНАЦИЈЕ И ПОМОЋ ЛОКАЛАЛНОЈ ЗАЈЕДНИЦИ**

**МОРАЛНО ПОНАШАЊЕ И БРИГА О
УЖОЈ И ШИРОЈ ДРУШТВЕНОЈ ЗАЈЕДНИЦИ
УТИЧУ И НА
ПОЗИТИВАН ИМИЏ ПРЕДУЗЕЋА**

**ИЗГУБЉЕНО И ИЗИГРАНО ПОВЕРЕЊЕ
СЕ ИЗУЗЕТНО ТЕШКО ИЛИ НИКАКО НЕ ВРАЋА
И МОЖЕ ДА РЕЗУЛТИРА
ПОСЛОВНОИМ КРАХОМ**

9. ПОСЛОВНИ (БИЗНИС) ПЛАН

ШТА је пословни план?

КОМЕ је намењен?

Која је **УЛОГА** пословног плана?

ЗАШТО пословни план?

КО саставља пословни план?

Како треба да изгледа **САДРЖАЈ** посл. плана?

Које су **НАЈЧЕШЋЕ ГРЕШКЕ** при изради?

**ПИСАНИ ДОКУМЕНТ У КОМЕ СЕ ДЕТАЉНО
ПЛАНИРА, ОПИСУЈЕ, АНАЛИЗИРА И ПРОЦЕЊУЈЕ
ЕКОНОМСКА, ФИНАНСИЈСКА И ТРЖИШНА
ДИМЕНЗИЈА ОДРЕЂЕНОГ ПРОЈЕКТА ИЛИ НОВЕ
ПОСЛОВНЕ АКТИВНОСТИ**

**СВЕОБУХВАТНА РАЗРАДА
ПОСЛОВНЕ ТЈ. ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ АКТИВНОСТИ
СА ЦИЉЕМ ДА СЕ ДОКАЖЕ
ДА ЛИ ВРЕДИ ЗАПОЧЕТИ УОЧЕНУ
ИДЕЈУ ОДНОСНО ПОСЛОВНУ ПРИЛИКУ**

ДОКУМЕНТ КОЈИ САДРЖИ ОСНОВНЕ
ЕЛЕМЕНТЕ ЈЕДНОГ ПОСЛОВНОГ ПОДУХВАТА
КОЈИ НАМЕРАВА ДА РЕАЛИЗУЈЕ ЈЕДАН
ПРЕДУЗЕТНИК ИЛИ ПРЕДУЗЕЋЕ. **ОМОГУЋАВА**
ПОТЕНЦИЈАЛНИМ ИНВЕСТИТОРИМА БРЖЕ
РАЗМАТРАЊЕ ПРЕЗЕНТИРАНОГ ПОДУХВАТА
КАО И **ЛАКШЕ И ЕФИКАСНИЈЕ** ОДЛУЧИВАЊЕ
О ЕВЕНТУАЛНОМ ФИНАНСИРАЊУ ОДНОСНО
УЧЕШЋУ У РЕАЛИЗАЦИЈИ ИСТОГ.

ГАРАНЦИЈА ОЗБИЉНЕ И ОДГОВОРНЕ НАМЕРЕ⁵⁹
ДА СЕ РЕАЛИЗУЈЕ ПОСЛОВНИ ПОДУХВАТ

КОМЕ ЈЕ НАМЕЊЕН?

ЗА УНУТРАШЊУ И

СПОЉНУ УПОТРЕБУ:

КРЕДИТОРИМА

(банке, развојни фондови),

ДАВАОЦИМА ПОДСТИЦАЈНИХ СРЕДСТАВА

(надлежне институције, општине и градови)

ИНВЕСТИТОРИМА,

ПОТЕНЦИЈАЛНИМ ПАРТНЕРИМА

КОЈА ЈЕ УЛОГА ПОСЛОВНОГ ПЛАНА?

- **ПРОВЕРА РЕАЛНОСТИ** ПОСЛ. ПРИЛИКЕ
- **ПРЕДУСЛОВ ЗА ДОБИЈАЊЕ КРЕДИТА**
- **АНИМИРА ПОТЕНЦИЈАЛНЕ СТРАТЕШКЕ И ПОСЛОВНЕ ПАРТНЕРЕ**
- **ПОМАЖЕ КОД УПРАВЉАЊА И ПРИМЕНЕ ПОСЛОВНЕ ПОЛИТИКЕ**

ЗАШТО ПОСЛОВНИ ПЛАН?

- БЕЗ ЊЕГА СЕ НЕ МОЖЕ ДА ДОБИЈЕ **БАНКАР. КРЕДИТ ИЛИ ПОДСТИЦАЈНА СРЕДСТВА** ОД НЕКЕ ДРЖАВНЕ ИЛИ ЛОКАЛНЕ ИНСТИТУЦ.
- БЕЗ ЊЕГА НИКО НЕЋЕ ДА УЛОЖИ ФИНАНС. ИЛИ ДРУГА СРЕДСВА У ПРЕДУЗЕЋЕ
- ЊИМЕ СЕ **ДЕФИНИШЕ РАЗВОЈНИ ПЛАН**
- **СЛУЖИ КАО ПУТОКАЗ** ЗА СВАКОДНЕВНЕ АКТИВНОСТИ ВЛАСНИКА И ЗАПОСЛЕНИХ

...наставак

- УЈЕДНО СЛУЖИ **И ЗА ПРОМОЦИЈУ** ПРЕДУЗ.
- МОЖЕ ДА ПОЗИТИВНО **УТИЧЕ И НА ИМИЏ** ПРЕДУЗЕЋА
- ОМОГУЋАВА ЕВЕНТУАЛНУ **САРАДЊУ И СА ИНОСТРАНИМ** ПАРТНЕРИМА
- СЛУЖИ ЗА **РАНО ОТКРИВАЊЕ “УСКИХ ГРЛА”** У ПРОИЗВОДНОМ ПРОЦЕСУ И ОРГАНИЗАЦИОНОЈ СТРУКТУРИ

КО СASTAVЉA ПОСЛОВНИ ПЛАН?

- **ПРЕДСТАВНИК ПРЕДУЗЕЋА** (ПРЕДУЗЕТНИК И / ИЛИ МЕНАЏМЕНТ И ЗАПОСЛЕНИ) ЗАТО ШТО БИ ТРЕБАЛО ДА ОНИ НАЈБОЉЕ ПОЗНАЈУ ПРОБЛЕМАТИКУ ПОСЛОВАЊА

АЛИ И

- **СТРУЧНИ КОНСУЛТАНТ.** ОВО ИЗ РАЗЛОГА ОБЈЕКТИВНОСТИ, ПОГОТОВО АКО УНУТАР ПРЕДУЗЕЋА НЕМА СТРУЧНИХ И ИСКУСНИХ КАДРОВА ЗА ПИСАЊЕ ПОСЛОВНОГ ПЛАНА ИЛИ СУ У ПИТАЊУ ПОЧЕТНИЦИ

В Р С Т Е ПОСЛОВНОГ ПЛАНА

- пословни план **БУДУЋЕГ ПРЕДУЗЕЋА**
(од стране **потенцијалног** предузетника)
- пословни план **ПОСТОЈЕЋЕГ ПРЕДУЗЕЋА**

- **ИНОВАТИВНИ** пословни план (којим се елаборира идеја о **новим** производима, услугама или нивом предузећу)
- **РЕПРОДУКТИВНИ** (којим се елаборира идеја о **постојећем** производу или услузи)

НАЈЧЕШЋЕ ГРЕШКЕ КОД САСТАВЉАНА ПОСЛОВНОГ ПЛАНА

- ПРЕОПШИРАН
- НЕМА ЛОГИЧКУ СТРУКТУРУ
- НИЈЕ УРАЂЕН У ФОРМИ КОЈУ ЗАХТЕВА ОНАЈ КОМЕ ЈЕ НАМЕЊЕН (банка, фондови...)
- НЕЈАСАН
- ТЕХНИЧКИ ЛОШЕ УРАЂЕН
- НИЈЕ СТРАНИРАН
- БЕЗ ТАБЕЛА, ГРАФИКА, ФОТОГРАФИЈА...

САДРЖАЈ ПОСЛОВ. ПЛАНА

- НЕ ПОСТОЈИ САМО ЈЕДАН НАЧИН ИЗРАДЕ
- КОЛИКО КОД ДА ЈЕ ВАЖАН САДРЖАЈ,
МОРА ДА СЕ ПОШТУЈЕ И ФОРМА
- **ДА ЈЕ РАЗУМЉИВ И ЗА “ЛАИКЕ”**
- **БЕЗ СУВИШНИХ ТЕХНИЧКИХ ДЕТАЉА**
- ПРЕМА ЗАХТЕВИМА ОНИХ КОЈИ ОДЛУЧУЈУ
- **УВЕРЉИВ** СВОЈИМ САДРЖАЈЕМ И ФОРМОМ
- САДРЖИ **ДЕТАЉНО ОПИСАНЕ** ЦИЉЕВЕ,
ШАНСЕ И РИЗИКЕ

МОГУЋИ САДРЖАЈ И РЕДОСЛЕД ПОГЛАВЉА ПОСЛОВНОГ ПЛАНА

1. ИЗВРШНИ РЕЗИМЕ

2. ПОСЛОВНА ОБЛАСТ ПРЕДУЗЕЋА

3. ИСТРАЖИВАЊЕ И АНАЛИЗА ТРЖИШТА

4. ЕКОНОМИЈА ПОСЛОВАЊА

5. МАРКЕТИНГ ПЛАН

6. ПРОЈЕКТИ И РАЗВОЈНИ ПЛАН

7. ПРОИЗВОДНИ И ОПЕРАТИВНИ ПЛАН

8. МЕНАЏМЕНТ ПЛАН

9. СВЕОБУХВАТНИ ПРОГРАМ РАДА

10. КЉУЧНИ РИЗИЦИ И ПРОБЛЕМИ

11. ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН

12. ПРЕДЛОГ ЗАХТЕВА ПРЕДУЗЕЋА



ПРИЛОЗИ !!!!!

9.1. ИЗВРШНИ РЕЗИМЕ

- НАЛАЗИ СЕ **НА ПОЧЕТКУ**
- САСТАВЉА СЕ НА КРАЈУ ПИСАЊА
- КРАТКО И КОНЦИЗНО
- 1-2 СТРАНИЦЕ
- ИНВЕСТИТОРИ И БАНКАРИ **ПРВО ЧИТАЈУ**
БАШ ОВО ПОГЛАВЉЕ

- ОПИС ПОСЛОВНОГ КОНЦЕПТА
- ПРИЛИКА И СТРАТЕГИЈА (тренд, окружење мане конкуренције)
- ЦИЉНО ТРЖИШТЕ (купци, тржиште, стопа раста, % удела)
- КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ
- ЕКОНОМСКИ ПОКАЗАТЕЉИ
- ТИМ (знања, искуства)
- ЗАХТЕВИ

9.2. ПОСЛОВНА ОБЛАСТ ПРЕДУЗЕЋА

- **ГРАНА**

ТРЕНУТНО СТАЊЕ У ГРАНИ,
ТРЕНДОВИ,
ВЕЛИЧИНА ТРЖИШТА

- **ПРЕДУЗЕЋЕ** И ЊЕГОВ КОНЦЕПТ

- **ПРОИЗВОД / УСЛУГЕ**
ОПИС,
ПРИМЕНА,
ПОСЕБНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ,
ПРЕДНОСТ У ОДНОСУ НА КОНКУРЕНТЕ
МОГУЋНОСТ ЗА ШИРЕЊЕ ПРОИЗВ. ПРОГРАМА
- **СТРАТЕГИЈЕ УЛАСКА И РАСТА**
КЉУЧНИФАКТОРИ УСПЕХА,
ДИНАМИКА РАСТА

9.3. ИСТРАЖИВАЊЕ И АНАЛИЗА ТРЖИШТА

- КОРИСНИЦИ (КУПЦИ)
- ВЕЛИЧИНА ТРЖИШТА И ТРЕНДОВИ (% УЧЕШЋА И ГОДИШЊИ РАСТ ЗА 5 ГОДИНА)
- КОНКУРЕНЦИЈА (ПРЕДНОСТИ, МАНЕ, КО СУ ЛИДЕРИ, СУПСТИТУТИ)
- ПРОЦЕНА УДЕЛА НА ТРЖИШТУ И ПРОДАЈА
- ПРОЦЕНА БУДУЋИХ ТРЖИШНИХ КРЕТАЊА (КАКО ЋЕ СЕ ПРАТИТИ ТРЖ. КРЕТАЊА; КАКО УНАПРЕДИТИ И ПРОШИРИТИ ПРОИЗ.)

9.4. ЕКОНОМИЈА ПОСЛОВАЊА

- **БРУТО МАРГИНА**
(ПРОДАЈНА ЦЕНА- ВАРИЈАБИЛНИ ТРОШК.)
- **ПРОФИТНИ ПОТЕНЦИЈАЛ** (ВЕЛИЧ. ПРОФИТА,
СА/БЕЗ ПОРЕЗА, МОГУЋИ ПОРЕМЕЋАЈИ)
- ФИКСНИ И ВАРИЈАБИЛНИ **ТРОШКОВИ**
- ВРЕМЕ ПРЕЛОМНЕ ТАЧКЕ ПРОФИТАБ.
- ВРЕМЕ ДОСТИЗАЊА ПОЗИТИВ. ТОКА НОВЦА

9.5. МАРКЕТИНГ ПЛАН

- ЦЕНЕ

НАЧИН ФОРМИРАЊА,
УПОРЕДИТИ СА КОНКУРЕНТСКИМ
ОДНОС:ЦЕНЕ/ТРЖИШ. %

- ТАКТИКЕ ПРОДАЈЕ

СОПСТВЕНА МРЕЖА,
ЗАСТУПНИЦИ;
МАРЖЕ,
НАЧИН ИЗБОРАДИСТИБУТЕРА
ОЧЕКИВАНА ПРОДАЈА ПО ПРОДАВЦУ / ГОДИШ

- **ГАРАНЦИЈЕ**
ГАРАНТНИ РОК
ОБУХВАТ ГАРАНЦИЈЕ
ПОРЕЂЕЊЕ СА КОНКУРЕНЦИЈОМ
- **ПРОМОЦИЈА**
ИНСТРУМЕНТИ
ПРОМОТИВНИ МИКС
ПЛАН,
ТРОШКОВИ, СТРУКТУРА ТРОШКОВА
- **ДИСТИБУЦИЈА**
% ТРАНСПОРТНИХ ТРОШКОВА,
ПРЕПРЕКЕ,
ШТА АКО СЕ ИЗВОЗИ

9.6. ПРОЈЕКТНИ И РАЗВОЈНИ ПЛАН

ИНЖЕЊЕРСКИ ПРИСТУП

- СТАЊЕ РАЗВОЈА И ЗАДАЦИ (ШТА ЈОШ НЕДОСТАЈЕ ДА БИ СЕ ПОЈАВИТИ НА ТРЖ.)
- **СМЕТЊЕ** И ОПАСНОСТИ (УТИЦАЈ РАЗВОЈА И ПРОЈЕКТОВАЊА НА ТРОШКОВЕ)
- УНАПРЕЂЊЕЊЕ ПОСТОЈЕЋИХ ПРОИЗВОДА И НОВИ ПРОИЗВОДИ (НАРЕДНИ ПРОЈЕКТИ)
- ТРОШКОВИ
- **ЗАШТИТА ИНТЕЛЕКТ. СВОЈИНЕ** (ПАТЕНТИ, СПОРАЗУМИ, НЕРЕШЕНА ПИТАЊА)

9.7. ПРОИЗВОДНИ И ОПЕРАТИВНИ ПЛАН

ЛОКАЦИЈА, ОПРЕМА, ПРОСТОР, ИНВЕНТАР...

- ОПЕРАТИВНИ ЦИКЛУС
- ГЕОГРАФСКО ПОДРУЧЈЕ ПРОИЗВОДЊЕ (+/-)
- УРЕЂАЈИ (**ОПРЕМА**, СКЛАДИШТЕ, КАНЦЕЛАР;
КУПИТИ/ИЗНАЈМИТИ, ПОТРЕБА ЗА ОПРЕМОМ
У НАРЕДНЕ 3 ГОДИНЕ, ПРОШИРИВАЊЕ КАП.)
- СТРАТЕГИЈА (**КУПИТИ/НАПРАВИТИ**; УСПОРУ-
ЧИОЦИ, УПРАВЉАЊЕ КВАЛИТЕТОМ И ИНВ)
- ПРАВНА РЕГУЛАТИВА (ПРОПИСИ, ДОЗВОЛЕ,
ОГРАНИЧЕЊА, ЗАКОН О ДЕЛАТНОСТИ)

9.8. МЕНАЏМЕНТ ТИМ

- ОРГАНИЗАЦИЈА (**ОРГ. ШЕМА**)
- КЉУЧНИ ЧЛАНОВИ (ОПИС ОДГОВОРНОСТИ)
- ПЛАТЕ И ДРУГА ПРИМАЊА
- ОСТАЛИ ИНВЕСТИТОРИ
- **ЗАПОШЉАВАЊЕ** (ТРЕНУТНО И ПЛАНОВИ)
- УПРАВНИ ОДБОР
- ОСТАЛИ ДЕОНИЧАРИ (ПРАВА И ОГРАНИЧЕЊА)
- **САВЕТНИЦИ** И ДРУГЕ УСЛУГЕ

9.9. СВЕОБУХВАТАН ПРОГРАМ РАДА

ВРЕМЕНСКА КОМПОНЕНТА, РОКОВИ

- ЦИКЛУС КОНВЕРЗИЈЕ НОВЦА (**ОД СИРОВИНЕ ДО НАПЛАТЕ ПРОДАЈЕ**)
- **КРАЈЊИ РОКОВИ** И ПРЕЛОМНЕ ТАЧКЕ КРИТИЧНЕ ЗА УСПЕХ
- **ПОТРЕБАН БРОЈ ЉУДИ** (И ЊИХОВ ОДНОС ПРЕМА **РАЗВИЈАЊУ ПОСЛА**)
- **МОГУЋА “ИСКАКАЊА”** ОД ПЛАНИРАНОГ (КАКО ИЗБЕЋИ, МИНИМИЗИРАТИ НЕГАТИВНИ УТИЦАЈ)

9.10. КЉУЧНИ РИЗИЦИ



РИЗИК

**МОГУЋНОСТ ДА СЕ ДЕСЕ
НЕПРЕДВИЂЕНИ И НЕЖЕЉЕНИ
ДОГАЂАЈИ СА ПОСЛЕДИЦАМА**

МЕНАѢМЕНТ РИЗИКОМ

**ДЕО УКУПНОГ СИСТЕМА УПРАВЉАЊА
ЈЕДНОГ ПРЕДУЗЕЋА / ОРГАНИЗАЦИЈЕ**

**РАСТОМ И РАЗВОЈЕМ ПРЕДУЗЕЋА,
ПРОБЛЕМИ СА КОЈИМ СЕ СУСРЕЋУ
(САМИМ ТИМ И РИЗИЦИ) СУ
СВЕ ОБИМНИЈИ И СЛОЖЕНИЈИ**

- РИЗИЧНИ **ДОГАЂАЈ**

- **ВЕРОВАТНОЋА** ДОГАЂАЈА

- ВЕЛИЧИНА УЛОГА (ЧИТАЈ:
ВИСИНА **ГУБИТКА**)



(...НАСТАВАК)

ИЗБОР: **РИЗИЧНИЈА** **ИЛИ** **СИГУРНИЈА** ВАРИЈАНТА?

ОДЛУКА ЗАВИСИ ОД

- АТРАКТИВНОСТИ СВАКЕ ВАРИЈАНТЕ
- НИВОА ГУБИТКА КОЈЕ ЈЕ ПРЕДУЗЕЋЕ СПРЕМНО ДА ПОДНЕСЕ
- ВЕРОВАТНОЋЕ УСПЕХА

ВРСТЕ РИЗИКА

- **ОПЕРАТИВНИ** због:

НЕДОСТАТКА ПРЕДУЗЕТНИЧКИХ ВЕШТИНА,
НЕДОВОЉНОГ ЗНАЊА У ВЕЗИ БИЗНИС ПЛАНА,
НЕДОСТАТКА ПОСЛОВНИХ ИФОРМАЦИЈА

- **ТРЖИШНИ**

ИНФЛАТОРНА КРЕТАЊА
НЕСТАБИЛНИ ДЕВИЗНИ КУРС

...наставак

ПОСТОЈАЊЕ СИВЕ ЕКОНОМИЈЕ
ПОЈАВА НОВИХ КОНКУРЕНАТА
ПОГРЕШНОГ ИЗБОРА ПАРТНЕРА
ПОНАШАЊА ПОТРОШАЧА

- **КРЕДИТНИ**

КАКО ИЗВРШИТИ КРЕДИТНЕ ОБАВЕЗЕ

ВАЖНО: **ОПРЕЗ КОД ЗАДУЖИВАЊА!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!**

- **КУЛТУРОЛОШКИ**

- **ПОЛИТИЧКИ**

ОСНОВНО ПИТАЊЕ: **НЕ** КАКО УТИЦАТИ **ВЕЋ** КАКО
ОДГОВОРИТИ-РЕАГОВАТИ НА ОВУ ВРСТУ РИЗИК

...НАСТАВАК

- **ПРЕПОЗНАТИ** МОГУЋЕ РИЗИКЕ, ПРЕПРЕКЕ И ПРОДИСКУТОВАТИ О:
 - **ПАДУ ЦЕНА** СВОЈИХ ПРОИЗВОДА/УСЛУГА
 - НЕОСТВАРЕНОМ **ОБИМУ ПРОДАЈЕ**
 - НЕПОЖЕЉНИМ ПОСЛОВНИМ ТРЕНДОВИМА
 - **ПРЕКОРАЧЕЊУ** РАЗВОЈНИХ ТРОШКОВА
 - ПРОБИЈАЊУ **РОКОВА**
 - НЕДОБИЈАЊУ БАНКАРСКОГ КРЕДИТА
 - **НЕДОСТАТКУ НОВЦА** ПРЕ ОБЕЗБЕЂЕНЕ НАРУЏБИНЕ
 - НЕДОСТАТКУ НОВЦА ПОСЛЕ ДОБИЈАЊА НАРУЏБЕ

ВАЖНО!!!!

- **ЈАСНО ИСТАЋИ КЉУЧНЕ РИЗИКЕ**
ЗА ПОСЛОВАЊЕ / ПОЧЕТАК
- **ДАТИ ПЛАН ЗА ПРЕВАЗИЛАЖЕЊЕ**
РИЗИКА



9.11. ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН

ИСТАЋИ **ПОТЕНЦИЈАЛ** ПОСЛОВНЕ ПРИЛИКЕ И **ВРЕМЕНСКУ ДИМЕНЗИЈУ** ФИНАНС. ТОКА

ПОТРЕБЕ ЗА ГОТОВИНОМ, АНАЛИЗА **ТОКОВА НОВЦА**, ОЧЕКИВАНЕ ЗАРАДЕ И ДАВАЊА

- **СТВАРНИ БИЛАНС УСПЕХА И БИЛАНС СТАЊА**
(ТЕКУЋА И ПРЕДХОДНЕ 2 ГОДИНЕ)

- **ПРОЈЕКЦИЈА** БИЛАНСА УСПЕХА

- **ПРОЈЕКЦИЈА** БИЛАНСА СТАЊА

...наставак

- ПРОЈЕКЦИЈА **АНАЛИЗЕ ТОКА НОВЦА**
(МЕСЕЧНО ЗА ПРВУ ГОДИНУ, КВАРТАЛНО ЗА НАРЕДНЕ ДВЕ...)
- ДИЈАГРАМ ПРЕЛОМНЕ ТАЧКЕ РЕНТАБИЛИТ.
- **КОНТРОЛА ТРОШКОВА** (КО ЈЕ ОДГОВОРАН, УЧЕСТАЛОСТ И НАЧИН КОНТРОЛЕ)
- КЉУЧНИ ЕЛЕМЕНТИ
(МАКСИМУМ ПОТРЕБНОГ ГОТОВОГ НОВЦА, БРЗИНА НАПЛАТЕ ДУГОВА...)

9.12. ПРЕДЛОГ ЗАХТЕВА ПРЕДУЗЕЋА

СУШТИНСКО ПИТАЊЕ:

ШТА

ПРЕДУЗЕЋЕ КОНКРЕТНО

ТРАЖИ И

ШТА НУДИ???

- ЖЕЉЕНО ФИНАНСИРАЊЕ (ПОТРЕБНА КОЛИЧИНА НОВЦА У НАРЕДНЕ НПР. 3 ГОДИНЕ)
- **ПОНУДА** ИНВЕСТИТОРУ (ДЕОНИОЦЕ, ДУГ СА ГАРАНЦИЈОМ...)
- КАПИТАЛИЗАЦИЈА (ТРЕНУТНО И БУДУЋЕ СТАЊЕ СА ДЕОНИЦАМА...)
- **УПОТРЕБА ПОЗАЈМЉЕНОГ НОВЦА** (ОПИС НАМЕНЕ И СТРУКТУРЕ)

9.13. ПРИЛОЗИ

ИЗВЕШТАЈИ КОНСУЛТАНАТА

**ФОТОГРАФИЈЕ (ПРОИЗВОДА, ОПРЕМЕ,
ЛОКАЦИЈЕ, ПРОСТОРА...)**

ТЕХНИЧКЕ АНАЛИЗЕ

РЕФЕРЕНЦ ЛИСТЕ, ПРЕПОРУКЕ

ФОТОКОПИЈЕ ЗАКОНА И ПРОПИСА, ЛИЦЕНЦИ...

ПРЕЛОМНА ТАЧКА РЕНТАБИЛИТЕТА (ПТР)

ПОКАЗУЈЕ ОНАЈ ОБИМ ПРОИЗВОДЊЕ ГДЕ СУ
УКУПНИ ПРИХОДИ ЈЕДНАКИ УКУПНИМ РАСХОДИМА

$$\text{ПТР} = \text{ФТ} / 1 - (\text{ВТ} / \text{УТ})$$

ФТ ФИКСНИ ТРОШКОВИ

ВТ ВАРИЈАБИЛНИ ТРОШКОВИ

УТ УКУПНИ ТРОШКОВИ