3.2. Primjena inovativnih poslovnih modela Osnivanje poslovanja: potrebni dokumenti, pravna pitanja, izrada poslovnog plana

3.2.2 Smjernice kako izraditi svoj poslovni plan

TRAIN-C-E-FOOD

e-modul 3 Uspostavljanje(Socijalno) Poduzetništva i razvojnih kooperacija
Listopad 2021

01

Što je poslovni plan?

Jednostavno rečeno, **Poslovni Plan** je:

- Mapa koja detaljno opisuje kako poduzeće - posebno novoosnovano - definira svoje ciljeve i kako će ostvariti svoje ciljeve.
- Pokriva **marketinška, financijska i operativna stajališta** poslovanja.
- Posebno je koristan za nove tvrtke jer ih drži na cilju.
- Bilježi što se treba dogoditi, zašto, kada i koliko će investicija koštati.
- Dobro strukturiran poslovni plan najbolji je način da pokažete bankarima i investitorima da zaslužujete njihovu financijsku potporu.

02

Koja je razlika između zajedničkog poslovnog plana i socijalnog poslovnog plana?

❖ Socijalni poslovni plan ima mnogo sličnosti, ali i razlika u odnosu na bilo koji drugo poslovanje. Socijalni poslovni plan treba obratiti pozornost na sljedeće:

•Jasno navesti socijalnu korist, odnosno socijalnu potrebu koju je poduzetnik dijagnosticirao kao i način na koji će je pokriti, kroz proizvode i/ili usluge socijalnog poslovanja..

• Zabilježiti **socijalni** i **utjecaj na okoliš** koji socijalno poduzeće ima.

•Odrediti sastav poslovnog tima i određene pozicije koje imaju zaposlenici.

•Definirati raspodjelu dobiti kako je naznačeno nacionalnim zakonodavstvom (novčane rezerve, plaće zaposlenika i poticaji produktivnosti, poslovne aktivnosti i otvaranje novih radnih mjesta).

03

Kako izraditi socijalni poslovni plan (1)

TRADICIONALNI POSLOVNI PLAN

- Duljina 10 -20 stranica
- Orijentiran na svaki detalj
- Sveobuhvatan
- Pogodniji je kada tražite financiranje iz tradicionalnih izvora

KRATKI POSLOVNI PLAN

- Obično 1 stranica
- Prikladnije je ako tražite financiranje iz više alternativnih izvora, kao što je grupno financiranje
- Ima oblik tablice u kojoj su predstavljeni glavni dijelovi poslovanja koji se moraju organizirati prilikom osnivanja.
- Ovi dijelovi su blokovi tablice gdje možete voditi kratke bilješke za svaki poslovni dio.

04

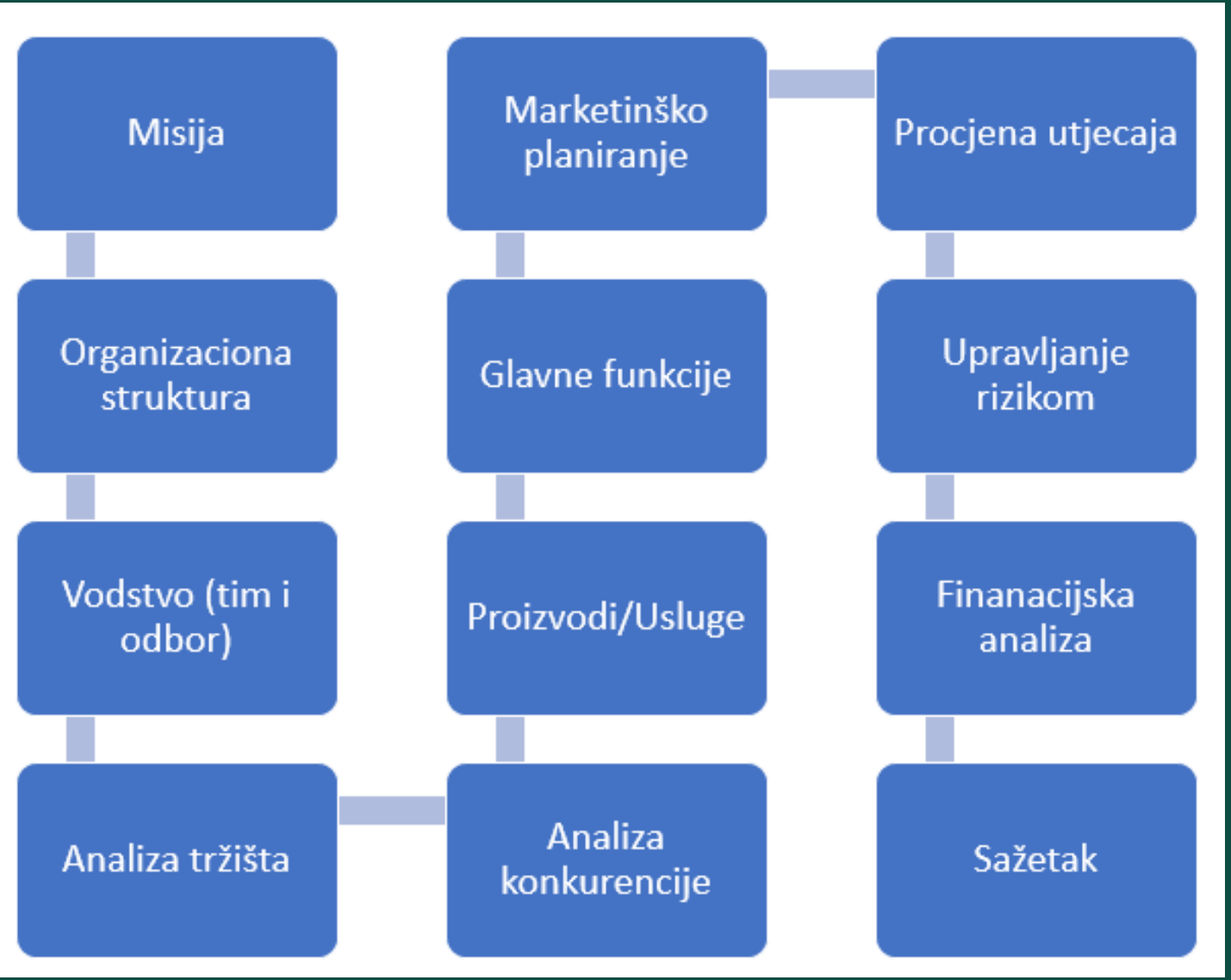
Kako izraditi socijalni poslovni plan (2)

- Daleko najvažniji dio detaljnog i opsežnog poslovnog plana je **Sažetak**.
- Ako je svrha poslovnog plana predstaviti ga investitorima i bankama, posebnu pozornost treba posvetiti načinu na koji je napisan.
- Sažetak je onaj koji će na početku biti poslan potencijalnim investitorima. Ako ih zanima ono što čitaju, poduzetnik će tada biti pozvan na detaljnu prezentaciju svog poslovnog plana.

VAŽNO

- ✓ Uvijek je napisan na kraju.
- ✓ Sastoji se od 2 stranice (maks.)
- ✓ Prikupljenje informacije iz drugih odjeljaka.

12 koraka snažnog socijalnog poslovnog plana



06

12 koraka snažnog socijalnog poslovnog plana (1)

1

Misija: Izvješće o viziji, misiji i vrijednosnoj ponudi.

2

Struktura Organizacije: Definira pravni subjekt Socijalnog poslovanja, upravljanje, njegove programe i položaj.

3

Vodstvo (tim i odbor): Identificira uključeni ljudski kapital kao i budući plan ljudskih resursa (osoblje, savjetnici, volonteri, itd.)

4

Analiza tržišta: Pokazuje trenutni status tržišta/ciljanog tržišta, karakteristike kupaca, njihove potrebe i zašto konzumiraju proizvod/uslugu.

5

Analiza konkurencije: Izravno - neizravno natjecanje i alternative ili opcije.

6

Proizvodi / usluge: Navodi informacije i kratke opise glavnih proizvoda i usluga.

07

12 koraka Snažnog Socijalnog Poslovnog Plana (2)

7

Glavne funkcije. Razvija proces nabave proizvoda ili usluga, uključujući vremenske rasporede i prekretnice.

8

Marketing planiranje: Opisuje strateški pristup vašeg ciljanog tržišta i definira marketinške aktivnosti koje će se koristiti.

9

Procjena utjecaja: Osigurava kvalitetne i kvantitativne informacije i kriterije evaluacije za praćenje društvenih i okolišnih koristi.

10

Upravljanje rizicima. Procijenjuje moguće rizike (unutarnje – eksterne) i pronalazi alternative/načine rješavanja.

11

Financijska analiza. Radi se financijska analiza kako bi se razjasnile potrebe za sljedećih 3-5 godina, ostvarile financijske prognoze i upravljalo prihodima, rashodima i novčanim tokovima.

12

Sažetak. Kratak sažetak s najvažnijim detaljima poslovanja.

SAŽETAK

Sažetak: Ukratko navedite što je vaša tvrtka

- ❑ Zašto će biti uspješna?
- ❑ Koja je vaša izjava o misiji?
- ❑ Koji je vaš proizvod/usluga?
- ❑ Osnovne informacije o: timu koji je vodi, zaposlenicima i lokaciji.
- ❑ Uključite financijske informacije i visoke planove rasta ako namjeravate tražiti financiranje.

OPIS TVRTKE

Opis Tvrtke: Detaljne informacije o vašoj tvrtki

- ❑ Koje probleme rješava vaše poslovanje?
- ❑ Kojim potrošačima i/ili tvrtkama će služiti vaša tvrtka?
- ❑ Koja je vaša konkurentska prednost?
- ❑ Ima li stručnjaka u vašem timu?
- ❑ Jeste li pronašli savršenu lokaciju za svoju trgovinu?
- ❑ Koje su vaše prednosti?

ANALIZA TRŽIŠTA

Analiza tržišta: Napravite kompetitivno istraživanje

- ❑ Koje je vaše ciljno tržište?
- ❑ Koji su trenutni trendovi i teme na vašem tržištu?
- ❑ Tko su vaši konkurenti?
- ❑ Što rade uspješni konkurenti? Možete li to učiniti bolje?

ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE

Organizacija i upravljanje

- ❑ Kako će vaša tvrtka biti strukturirana?
- ❑ Tko će voditi posao?
- ❑ Koja je pravna struktura vašeg poslovanja?
- ❑ Imate li organizacijsku shemu?
- ❑ Pokažite kako će jedinstveno iskustvo svake osobe doprinijeti uspjehu vašeg pothvata.
- ❑ Jeste li prikupili životopise i životopise ključnih članova?

USLUGA ILI LINIJA PROIZVODA

Usluga ili linija proizvoda

- ❑ Koji proizvod(e) prodajete? Koju uslugu nudite?
- ❑ Kakve koristi vaši kupci imaju od vašeg proizvoda/usluge?
- ❑ Kako izgleda životni ciklus proizvoda?
- ❑ Trebate li planove za intelektualno vlasništvo, kao što su prijave autorskih prava ili patenta?
- ❑ Jeste li radili istraživanje i razvoj za svoju uslugu ili proizvod?
- ❑ Ako da, detaljnije.

MARKETING I PRODAJA

Marketing i prodaja

- ❑ Koje su vaše jedinstvene potrebe?
- ❑ Imate li marketinšku strategiju?
- ❑ Kako ćete privući i zadržati kupce?
- ❑ Kako će se odvijati prodaja?
- ❑ Opišite svoje kompletne marketinške i prodajne strategije.

ZAHTJEV ZA FINANCIRANJE

Zahtjev za financiranje: Navedite svoje zahtjeve za financiranjem

- ❑ Koliko će vam sredstava trebati u sljedećih pet godina?
- ❑ Za što ćete ih koristiti?
- ❑ Želite li dug ili kapital?
- ❑ Koje biste uvjete željeli primijeniti?
- ❑ Koji vremenski period pokriva vaš zahtjev?
- ❑ Trebate li sredstva za kupnju opreme ili materijala, isplatu plaća ili pokrivanje određenih računa?
- ❑ Uključite opis vaših budućih strateških financijskih planova, kao što je otplata duga ili prodaja vašeg poslovanja.

FINANCIJSKE PROJEKCIJE

Financijske projekcije: Dajte financijske projekcije kako biste pokazali da je vaše poslovanje stabilno i da će biti financijski uspješno

- ❑ Uključite račune dobiti i gubitka, bilance i izvještaje o novčanom toku za zadnjih tri do pet godina, ako su dostupni.
- ❑ Navedite sve druge usputne troškove koje imate.
- ❑ Osigurajte prospektivne financijske izglede za sljedećih pet godina, uključujući prognozirane račune dobiti i gubitka, bilance, izvještaje o novčanom toku i proračune kapitalnih izdataka.
- ❑ Za prvu godinu budite još konkretniji i koristite tromjesečne — ili čak mjesečne — projekcije.
- ❑ Kakve su vaše projekcije prema vašim zahtjevima za financiranje?
- ❑ Koristite grafikone i tablice kako biste ispričali financijsku priču svog poslovanja.

PRAKTIČNA AKTIVNOST

60 minuta

Što će vam trebati

- ✓ Tiskani oblik: olovka/kemijska, obični markeri i markeriza naglašavanje (opcionalno)
- ✓ Digitalni oblik: uređaj spojen na internet (računalo, prijenosno računalo, tablet itd.), softver za uređivanje dokumenata (npr. Microsoft Word)

SAVJETI

- Zamislite svoj posao što jasnije možete.
- Uključite svoj tim/suradnike u proces.
- Budite sažeti. Ovo je prvi nacrt vaše ideje. Stoga budite sigurni da su vaši odgovori kratki, ali točni.
- Nemojte se bojati grešaka. Ovo je vaša prilika za razmišljanje, eksperimentiranje i učenje iz svog iskustva.
- Procijenite! Uvijek pregledavajte, mijenjajte i poboljšavajte svoj poslovni plan.

Što je marka?

❖ Pojam marka odnosi se na poslovni i marketinški koncept koji pomaže ljudima identificirati određenu tvrtku, proizvod ili pojedinca. Tvrtka se često naziva po njezinoj marki, ako je uspješna, tako postaje način na koji kupci prepoznaju vaše poslovanje.

Marka može biti:

- ✓ Simbol za identifikaciju
- ✓ Oznaka
- ✓ Logotip
- ✓ Ime
- ✓ Riječ
- ✓ Cijela rečenica
- ✓ Kombinacija gore navedenog

Kakav mi je poslovna marka potrebna?

Različite marke odgovaraju različitim proizvodima i uslugama i svidjet će se različitim kupcima:

- **Konceptualna marka:** dizajnirana za podržavanje i promoviranje ideje
- **Robne marke:** povezane s proizvodom ili uslugom

Razvijanje poslovne marke

Uspješna marka pomaže vašem poslovanju privući nove kupce i zadržati postojeće. Treba ga u potpunosti razviti prije nego što se uključi u oglašavanje ili u marketinški materijal.

Koji su koraci za razvoj poslovne marke? (1)

1. **Provedite istraživanje tržišta:** O vašim konkurentima, veličini tržišta na koje mislite plasirat svoju vrijednost, vašim potencijalnim kupcima i pronalaženju financijskih, demografskih i statističkih podataka o vašoj industriji. Po čemu će se vaše poslovanje istaknuti (konkurentska prednost)?

2. **Razmislite o uspješnim markama:** Koji su najprepoznatljivije marke za proizvode ili usluge i zašto se smatraju uspješnim? Pronađite informativni materijal o markiranju od poslovnih stručnjaka.

3. **Razmotrite cijeli svoj posao:** Markiranje treba obuhvatiti svaki aspekt vašeg poslovanja, tako da se mora odražavati u nazivu tvrtke, posjetnicama, prostorijama, marketinškim materijalima, reklamama itd.

Koji su koraci za razvoj poslovne marke? (2)

4 **Budite autentični:** Opišite osobnost svoje tvrtke u nekoliko riječi: vrijednosti, kupci, ono što nudite itd. Budite iskreni!

5 **Ispričajte priču o svom poslu:** Kako je započeo Vaš posao? Kako napredujete? Što se nadate postići?

6 **Potražite stručni savjet:** Bez obzira na to razvijate li markiranje sami ili unajmite profesionalnog konzultanta za markiranje ili dizajnera, marka se mora temeljiti na viziji vašeg poslovanja. Ako idete po stručnu pomoć, dobra ideja bi bila pitati i vidjeti njihov portfelj poslova.

DODATNI SAVJET!

Ako imate mali proračun, upotrijebite natječaj za dizajn: putem web stranice natječaja za dizajn možete postaviti svoj dizajn, a proračun i mreža dizajnera mogu ga pregledati i poslati dizajne. Možete zatražiti izmjene dizajna koji vam se sviđaju prije nego što odaberete pobjednika. To može biti jeftinije od angažiranja stručnjaka jer su mnogi dizajneri studenti, ali i dalje može proizvesti bolji rezultat nego da ste to učinili sami. Ne zaboravite potražiti pravni savjet za pitanja kao što su intelektualno vlasništvo, patenti i zaštitni znakovi.

Također razmotrite...

…kako odabrati i registrirati naziv tvrtke.

…kako napraviti web stranicu za svoju tvrtku.

…kako svoju robnu marku ugraditi u svoj marketinški plan.

…kako provesti istraživanje kupaca kako biste bili sigurni da je vaša robna marka prikladna za vašu ciljanu publiku.

Radni list poslovnog plana

Marketinško planiranje:_____

Procjena utjecaja:_____

Upravljanje rizicima:_____

Financijska analiza:_____

Sažetak:_____

TRAIN-CE-FOOD projekt

https://traincefood.si/hr/home-english

Author: Maria Dalakoura (Institute of Entrepreneurship Development, IED)

mdalakoura@ied.eu

Ovaj projekt sufinancirala je Europska komisija, Opća uprava za unutarnje tržište, industriju, poduzetništvo i mala i srednja poduzeća. GA: SI2.823699.

Ova publikacija odražava samo stavove autora i suradnika, a Komisija se ne može smatrati odgovornom za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u njoj.