

KAKO DOĆI DO POSLOVNE IDEJE





International
Labour
Organization

**KAKO DOĆI
DO POSLOVNE
IDEJE**

KAKO DOĆI DO POSLOVNE IDEJE

Autor izvorne publikacije je Međunarodna organizacija rada.

Copyright © International Labour Organization 2015

Prvo izdanje: 2015



Ovaj materijal nema ograničenja u pogledu pristupa, a distribuira se po osnovu licence Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 IGO License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo>). Korisnici mogu da koriste, dijele, prilagođavaju i nadgrađuju izvornu publikaciju, čak i u komercijalne svrhe, kako je navedeno u licenci. Svaki novi rad u kom je preuzet izvorni sadržaj mora biti isti kao u licenci CC-BY-SA. Međunarodna organizacija rada mora biti jasno navedena kao vlasnik izvornog djela. Upotreba amblema Međunarodne organizacije rada u vezi sa radom korisnika nije dozvoljena.

Prevođenje - ukoliko se ova publikacija prevodi, potrebno je dodati sljedeći tekst: *Ovaj prevod nije uradila Međunarodna organizacija rada (MOR), te ga ne treba smatrati zvaničnim prevodom MOR-a. MOR ne odgovara za sadržaj ili tačnost prevoda.*

Adaptiranje - ukoliko se ova publikacija adaptira, potrebno je dodati sljedeći tekst: *Ovo je adaptacija izvorne publikacije Međunarodne organizacije rada (MOR). Odgovornost za izražene stavove i mišljenja leži isključivo na autoru ili autorima, za koje se MOR ne smatra saglasnom.* Na adaptiranim publikacijama na koje Jedinica MOR-a za mala i srednja preduzeća nije dala saglasnost ne može se koristiti brend i logotip.

Svi upiti u vezi sa pravima i dozvolama uputiti na poštansku adresu: ILO Publications (Rights and Licencing), CH-1211 Geneva 22, Switzerland, ili na elektronsku adresu: rights@ilo.org.

International Labour Office

Generate your business idea / International Labour Office, Enterprises Department. - Geneva: ILO, 2015

ISBN: 978-92-2-132840-7 (print); 978-92-2-132841-4 (web pdf)

International Labour Office Enterprises Dept.

enterprise creation / entrepreneurship / small enterprise

03.04.5

ILO Cataloguing in Publication Data

Nazivi koji se koriste u publikacijama MOR-a, a koji su u skladu sa praksom Ujedinjenih nacija, i sadržaj koji je izložen u njima, ne izražavaju stav Međunarodne organizacije rada u pogledu pravnog statusa bilo koje zemlje, područja ili teritorije, ili njenih vlasti, ili u vezi s razgraničenjem njenih granica.

Odgovornost za stavove izražene u potpisanim člancima, studijama i drugim radovima leži isključivo na njihovim autorima, a njihovo objavljivanje nužno ne znači da ih Međunarodna organizacija rada podržava.

Spominjanje naziva kompanija i komercijalnih proizvoda i procesa ne znači da ih Međunarodna organizacija rada podržava, dok nespominjanje neke kompanije, komercijalnog proizvoda ili procesa nije znak neodobravanja.

Publikacije i digitalni proizvodi MOR-a mogu se nabaviti kod većih knjižara i platformi za digitalnu distribuciju, ili naručiti direktno putem adrese ilo@turpin-distribution.com. Više informacija možete dobiti na našoj internet stranici: www.ilo.org/publns ili upitom na adresu: ilopubs@ilo.org.

Štampano u Bosni i Hercegovini

Ova publikacija je urađena uz pomoć Evropske unije. Sadržaj ove publikacije je isključiva odgovornost Međunarodne organizacije rada u okviru implementacije projekta EU4Business i ne predstavlja nužno stanovišta Evropske unije.

O programu *Kako pokrenuti posao i unaprijediti poslovanje* (SIYB)

Program *Kako pokrenuti posao i unaprijediti poslovanje* (SIYB) je program obuke iz menadžmenta, čiji je akcenat stavljen na otvaranje i unapređenje malih firmi kao strategije otvaranja većeg broja kvalitetnijih radnih mjesta za žene i muškarce, posebno u zemljama u razvoju. Procjenjuje se da je realizovan u preko 100 zemalja i spada među najveće programe u ovoj oblasti u svijetu.

Program ima četiri povezana kursa - *Kako doći do poslovne ideje* (GYB), *Kako pokrenuti posao* (SYB), *Kako unaprijediti poslovanje* (IYB) i *Kako proširiti poslovanje* (EYB).

MOR realizuje program u strukturi sa tri stuba, koju čine viši predavači, predavači i krajnji korisnici - potencijalni i aktivni preduzetnici. Viši predavači koji imaju MOR-ovu licencu zaduženi su za razvoj kapaciteta predavača za efektivno izvođenje programa SIYB. Nadalje, ovi predavači obučavaju preduzetnike na kursovima u okviru programa SIYB. MOR igra presudnu ulogu u identifikovanju i širenju najbolje prakse, realizaciji obuke, aktivnostima praćenja, vršenju kontrole kvaliteta i pružanju tehničkih savjeta u pogledu realizacije programa SIYB.

O kursu *Kako doći do poslovne ideje* (GYB)

Kako doći do poslovne ideje (GYB) je kurs za ljude koji žele da pokrenu posao, ali nisu sigurni koju bi poslovnu ideju realizovali. Potencijalnim preduzetnicima pomaže da prepoznaju različite poslovne ideje, analiziraju ih i izaberu onu koja najviše obećava. Kurs GYB komplementaran je kursu *Kako pokrenuti posao* (SYB) pošto potencijalni preduzetnik mora da ima jasnu predstavu o poslu koji želi da pokrene.

Kurs GYB traje dva do tri dana. Na seminarima se koristi pristup aktivnog učenja na osnovu izloženog problema, gdje se ispituje individualni potencijal, želje i potrebe polaznika na osnovu, na primjer, kraćih praktičnih primjera i grafičkih ilustracija.

Autori i izrazi zahvalnosti

Priručnik za kurs GYB rezultat je kolektivnog rada i sadrži iskustva i znanja prikupljena tokom tridesetogodišnje realizacije programa. Posebno je neprocjenjiv doprinos viših predavača i predavača programa SIYB, koji su testirali, koncipirali i realizovali program u različitim zemljama. Izradu ovog priručnika svojim iskustvom, podrškom i konstruktivnim prijedlozima omogućio je veliki broj kolega iz mreže praktičara SIYB, konsultantskih firmi i MOR-a.

Ovaj priručnik počiva na materijalima koji su prvobitno bili izrađeni 1998. godine; Instrument MOR-a za preduzetništvo mladih (YEF) kasnije je revidirao izvorni tekst priručnika, a za pisanje i pregled bile su zadužene Milena Mileman i Sibonžil Sibande (Sibongile Sibanda). Kraći doprinosi i drugi vrijedan materijal i ideje koje su korišćene u verziji YEF dali su Julijus Mutio (Julius Mutio), Marek Harsdof (Marek Harsdoff), Milan Dajveča (Milan Divecha), Namsifu Njagabona (Namsifu Nyagabona), Majk Oneko (Mike Oneko), Doroti Katantazi (Dorothy Katantazi) i Stiven Kjalibula (Stephen Kyalibulha).

Tim autora izdanja iz 2015. godine, koji je revidirao postojeći tekst i napisao nekoliko poglavlja koja odražavaju najnovija razmišljanja o razvoju preduzeća i srodnim oblastima, čine Pan Min Tue (Phan Minh Tue) i Pranati Mehta (Pranati Mehtha). Stilsku i jezičku lekturu teksta uradio je Stiv Rejmond (Steve Raymond).

Veliku zahvalnost dugujemo iskusnim višim predavačima programa SIYB za reviziju nacrtu rukopisa i sugestije koje su dali na osnovu svog iskustva, a to su: Disu Zomahun (Dissou Zomahoun), Gemunu Vijesena (Gemunu Wijesena), Sibonžil Sibanda (Sibongile Sibanda) i Valter Verheve (Walter Verhoeve). Posebnu zahvalnost dugujemo kolegama iz MOR-a - Mareku Harsdorfu iz Programa za zelene poslove pri Odjeljenju za preduzeća; Jurgenu Menzeu i Estebanu Tromelu iz Odjeljenje za pitanje roda, ravnopravnosti i diverziteta; Juliji Falt iz odjeljenja za HIV, AIDS i svijet rada na njihovom doprinosu sadržaju ovog priručnika.

Kraće priloge, savjete i pomoć kod povezivanja sadržaja sa finansijskim temama dali su Čeril Frankijevič (Cheryl Frankiewicz) i Severin Debos (Severine Deboos) (tehnički ekspert u Jedinici za socijalne finansije Odjeljenja za preduzeća, MOR).

Za opremanje publikacije i ilustracije bio je zadužen Tai Van Luan (Thai Van Luan), korice je dizajnirao Mauricio Konstanca (Maurizio Constanza).

Zahvaljujemo se članovima Tima za globalnu koordinaciju programa SIYB na njihovom neprocjenjivom doprinosu u pripremi i završnoj izradi priručnika: Mertenu Siversu (Merten Sievers) (specijalista - usluge razvoja lanca vrijednosti i razvoja poslovanja), Evi Majurin (Eva Majurin) (globalni koordinator programa SIYB) i Tokozil Njuman (Thokozile Njuman).

Sadržaj

UVOD	i
1. Čime se ovaj priručnik bavi?	i
2. Kome je namijenjen?	i
3. Ciljevi ovog priručnika	i
4. Kako se ovaj priručnik koristi?	i
 DIO I - VI KAO PREDUZETNIK	 1
1. Imate li sve što je potrebno da biste postali preduzetnik?	1
2. Koja su vrsta i grana djelatnosti vama najbliži?	4
2.1. Oblast djelatnosti	6
2.2. Vrsta djelatnosti	6
2.3. Navedite oblast i vrstu svoje djelatnosti	7
3. Kako povećati preduzetničke sposobnosti i vještine?	8
 DIO II - TRŽIŠTE VAS ČEKA	 11
1. Vaša poslovna ideja	11
2. Šta čini poslovnu ideju?	13
2.1. Na koju će potrebu kupaca vaš posao odgovoriti?	13
2.2. Koje proizvode i usluge ćete prodavati?	15
2.3. Kome ćete prodavati?	17
2.4. Kako ćete prodavati proizvode i usluge?	18
2.5. U kom stepenu vaš posao zavisi od okruženja u i kojoj mjeri utiče na okruženje?	19
 DIO III - LISTA VAŠIH POSLOVNIH IDEJA	 23
1. Lanino iskustvo	23
2. Kako sačiniti listu poslovnih ideja?	25
3. Učite od uspješnih vlasnika firmi	26

4.	Učite iz iskustva	31
4.1	Vlastito iskustvo	31
4.2	Iskustva drugih	31
5.	Istražite svoje poslovno okruženje	33
6.	Analiza okruženja	37
6.1	Prirodni resursi	37
6.2	Sposobnosti i vještina ljudi u lokalnoj zajednici	38
6.3	Proizvodi od sekundarnih sirovina	39
6.4	Zamjena za uvozne proizvode	40
6.5	Publikacije	40
6.6	Trgovački sajmovi i izložbe	41
7.	Kreativno razmišljanje	43
8.	Usmjereno kreativno razmišljanje	44
9.	Vaša lista ideja	47
DIO IV - NAJBOLJE POSLOVNE IDEJE ZA VAS		49
1.	Pregledajte svoju listu ideja	49
2.	Ispitivanje terena	53
4.2	Vođenje razgovora	53
4.2	Kome se obratiti?	53
3.	Analiza SWOT	55
3.1	U firmi	55
3.2	Van firme	56
DIO V - VAŠA POSLOVNA IDEJA		61

1. Čime se ovaj priručnik bavi?

Priručnik *Kako doći do poslovne ideje* (GYB) govori o osnovnim uslovima koje jedan preduzetnik mora da ispuni, sposobnostima koje mora da ima i načinima na koje može doći do dobre poslovne ideje.

2. Kome je namijenjen?

Ovaj priručnik je od koristi svim potencijalnim preduzetnicima koji žele da pokrenu posao, ali nisu sigurni koju poslovnu ideju da materijalizuju.

3. Ciljevi ovog priručnika

Kada završite ovaj priručnik, moći ćete da:

- procijenite da li zadovoljavate osnovne uslove da biste postali uspješan preduzetnik
- jasno iznesete poslovnu ideju koja vam padne na um
- utvrdite potencijalne izvore poslovnih ideja i sačinite listu ideja
- suzite listu ideja, a zatim izaberete onu koju ćete razraditi i realizovati kao posao

4. Kako se ovaj priručnik koristi?

U ovom priručniku, naći ćete:

- **primjere poslova:** Uporedite ove primjere sa svojim poslom i iskoristite ih da unaprijedite rad i profitabilnost.
- **aktivnosti:** Praktične vježbe na pola svakog poglavlja priručnika koje će vam pomoći da proaktivno razmišljate o konceptima i načinu primjene na buduće poslovanje.
- **procjene:** Odgovori na pitanja pomoći će vam da procijenite svoju sposobnost i spremnost da postanete preduzetnik.
- **akcione planove:** Popunite i koristite akcione planove na kraju određenih poglavlja. To će vam pomoći da praktično primijenite svoje znanje.

U priručniku se koristi nekoliko ikonica koje će vas voditi kroz učenje. Ikonice i njihovo značenje objašnjeni su ispod:



Kada vidite ovu ikonicu, slijedi rad na aktivnostima ili odgovaranje na pitanja.



Kada vidite ovu ikonicu, slijedi procjena koja će vam pomoći da izmjerite svoju sposobnost i spremnost da postanete preduzetnik.



Ova ikonica vam govori gdje naći više informacija ili šta treba uraditi.

VI KAO PREDUZETNIK

Da li vas uzbuđuje ideja da imate i vodite svoju firmu? Iako zvuči sasvim privlačno, biti preduzetnik nosi ogromnu odgovornost i suočavanje sa brojnim izazovima!

Prije svega, potrebno je da utvrdite da li ste sposobni da vodite svoju firmu. Povoljne okolnosti u kombinaciji sa određenim crtama karaktera i vještinama nužan su element da se razvijete u uspješnog preduzetnika. Biće vam potrebna i posebna znanja i iskustva u datoj oblasti u kojoj želite da uspijete u poslu za koji se odlučite.

Ovdje dajemo dvije procjene koje treba da uradite prije nego što krenete u posao. Prvom procjenom mjeri se da li imate odgovarajuće sposobnosti za preduzetnika. Druga procjena pomoći će vam da odredite vrstu i oblast djelatnosti koja bi vam mogla odgovarati.

1. Imate li sve što je potrebno da biste bili preduzetnik?

PROCJENA



Sljedeća procjena pomoći će vam da utvrdite da li zadovoljavate osnovne uslove za preduzetnika. Odgovorite na pitanja iskreno.

Razmislite o svakom od sljedećih faktora koji su navedeni u obliku pitanja. Ako odgovorite DA na pitanja koja se odnose na neki faktor, taj faktor smatrajte svojom jakom stranom. Ako na većinu pitanja odgovorite NE ili ako niste sigurni šta da odgovorite, na tim faktorima treba da radite prije nego što pokrenete svoj posao.

CRTE KARAKTERA,
VJEŠTINE I PRILIKE

JAKE
STRANE

NA ČEMU JE
POTREBNO
RADITI

Zanos

Da li žarko želite da pokrenete svoj posao? Da li bi to imalo smisla i značilo vama, vašoj porodici i zajednici? Da li ste zaneseni time da uspijete u poslu i da li ste spremni da ga stavite na prvo mjesto, maltene ispred svega?

☐☐

Orijentisanost ka cilju

Da li možete da vidite širu sliku i postavite jasne ciljeve za svoju firmu? Da li ste odlučni u tome da sav svoj trud uložite u postizanje ciljeva?

☐☐

Donošenje odluka

Kada se nađete u teškoj situaciji, da li možete da ostanete smireni, potražite adekvatne informacije i donesete važne odluke bez odlaganja ili prebacivanja problema nekom drugom?

☐☐

Preuzimanje rizika

Ne postoji poslovna ideja koja je apsolutno sigurna. Uvijek postoji rizik od neuspjeha. Da li ste svjesni rizika i da li prihvatate mogućnost da firma propadne? Da li ste ikada pokušali da se informišete da biste iskreno mogli da procijenite koliki rizik ste spremni preuzeti?

☐☐

Sposobnost da podnesete stres

Preduzetnici su izloženi velikom stresu zbog teških odluka koje moraju da donose, rada sa različitim poslovnim saradnicima i dugog radnog vremena. Da li možete da zadržite pozitivan duh pod pritiskom? Možete li u teškoj situaciji da vidite i priliku?

☐☐

Socijalna podrška

Vođenje posla zahtijeva mnogo vremena i truda. Da li ćete dobiti adekvatnu podršku porodice, prijatelja i drugih privrednika?

☐☐

Finansijska situacija

Pristup finansijskim resursima za početak poslovanja veoma je bitan. Da li ste odvojili na stranu nešto novca za pokretanje posla? Imate li porodicu ili prijatelje koji bi bili spremni i mogli da vam pozajme novac? Imate li štednju ili kreditni istorijat kod finansijske institucije koja daje kredite za otvaranje preduzeća?

☐☐

Vještine iz poslovnog menadžmenta

Vještine iz poslovnog menadžmenta znače sposobnost da efikasno vodite preduzeće. Da li ste dobri u nekim oblastima poslovnog menadžmenta, npr. marketingu, prodaji, utvrđivanju troškova, motivaciji zaposlenih, itd.?

Posvećenost zajednici

Preduzetnik igra važnu ulogu u razvoju zajednice. Da li ste svjesni ove uloge? Da li ste posvećeni socijalnom napretku zajednice u cjelini?

Izbrojte jake strane i oblasti na kojima treba raditi kako ste gore naveli i ovdje unesite zbir.

Broj
oblasti koje
su vam jaka
strana

Broj
oblasti na kojima
je potrebno
raditi

AKTIVNOST 1



Pogledajte navedene oblasti i kažite koje od onih za koje ste rekli da na njima treba raditi i razvijati ih su presudne za vaš poslovni uspjeh. Navedite ih u okviru ispod:

Presudne oblasti na kojima treba raditi i razvijati ih:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Koje su vrste i oblasti djelatnosti vama najbliži?

Ukoliko se opredijelite za djelatnost na osnovu svog radnog iskustva, tehničkih vještina, poznavanja poslovne prakse, hobija, socijalnih veza ili porodičnog miljea, itd. veća je šansa da ćete uspjeti.

Pogledajte sljedeće primjere:



Hasan radi za kurirsku službu već godinama. Naučio je kako da vodi kurirske poslove i razvije potrebnu mrežu. Razmišlja da otvori svoju kurirsku službu koja bi radila u zemlji i regionu istočne Bosne.

Marija je odrasla u porodici koja se bavi poljoprivredom. Njeni roditelji proizvode sezonsko povrće i prodaju lokalnim prodavnicama. Marija je završila agronomiju. Poznaje različite tehnike uzgoja biljaka i želi da promoviše proizvodnju, prodaju i konzumiranje organske hrane u svojoj zajednici. Odlučuje se da uzgaja sezonsko povrće na zemlji svojih roditelja i prodaje ga preko maloprodajne mreže.



Lana voli modu. Kada je bila student u glavnom gradu, išla je u šoping i otkrila čitav izvor uvozne odjeće i modnih dodataka po pristupačnim cijenama. Sada se vratila u rodni grad. Odlučila je da na tom izvoru nabavlja modne artikle i preprodaje ih u buticima u svom mjestu.

Luka je nekoliko godina radio za preduzeće za prodaju građevinskog materijala. Veoma dobro poznaje sve marke i kvalitete različitog materijala koji se koristi u građevinarstvu. Kada je prošle godine renovirao svoju kuću, shvatio je da u njegovom mjestu ne postoji prodavnica sa materijalom koji mu je potreban. Odlučio je da u blizini otvori radnju koja bi prodavala sve vrste osnovnog građevinskog materijala, kao što su cement, cigla, crijep, pijesak, farba, itd. Voli da upoznaje ljude i savjetuje ih o različitim vrstama građevinskog materijala.



U tekstu ispod dajemo pregled vrste i grane djelatnosti koju osobe u našim primjerima izabrale.

Oblast djelatnosti	Poljoprivreda	MARIJINA proizvodnja povrća			
	Građevinarstvo				LUKINA prodavnica građevinskog materijala
	Prevoz		HASANOVA kurirska služba		
	TEKSTIL			LANIN veleprodajni butik	
	 (mnogo više)				
		Proizvodnja	Usluge	Veleprodaja	Maloprodaja
Vrsta djelatnosti					

U sljedećem odjeljku, detaljnije govorimo o privrednim granama i djelatnostima uopšte, a zatim ćemo vam predložiti one koji bi za vas bili najbolji.

2.1 Oblast djelatnosti

Oblast djelatnosti je privredna kategorija, npr. agronomija, ribarstvo, prehrambena industrija, tekstilna industrija, građevinarstvo, proizvodnja namještaja, kozmetičke usluge, kancelarijski materijal, itd. Vaš talenat, porodični milje, iskustvo, hobi ili interesovanja često će vas inspirisati da razvijete sklonost ka određenoj privrednoj grani. Vaša odluka da se bavite određenom privrednom granom treba da odrazi i vaša znanja, vještine i prilike.

2.2 Vrste djelatnosti

Vrsta djelatnosti pokazuje kako ćete funkcionisati u privrednoj grani koju ste izabrali. Crte vaše ličnosti i dostupne mreže često će vas opredijeliti za odgovarajuću djelatnost.

Postoje sljedeće osnovne vrste djelatnosti:

- Proizvodnja

Proizvodnja je djelatnost u kojoj se koristi sirovina, npr. koža, sekundarne sirovine, drvo, tekstili ili metal i od njih se pravi novi ili drugačiji proizvod. Na primjer, tu spada proizvodnja obuće, odjeće, namještaja, papirne galanterije i poljoprivredne opreme. Ako znate kako se proizvodi neki proizvod i kako da proizvedete proizvod za kojim postoji tražnja, tj. koji kupci žele, možete se baviti proizvodnjom.

- Usluge

Pružaoци usluga su ljudi čija firma prodaje određenu uslugu, npr. usluge prevoza, turističke usluge, frizerski saloni, banke, kurirske usluge, usluge u građevinarstvu, usluge popravke, čišćenja, krećenja, njege, itd. Ako volite da radite sa ljudima i odgovarate na njihove specifične potrebe, možda je pružanje usluga za vas.

- Veleprodaja

Veleprodaja nabavlja velike količine određenih proizvoda od dobavljača i preprodaje ih maloprodajnim objektima, koji ih onda dalje prodaju potrošačima. Ukoliko poznajete preduzeća koja proizvode i prodaju svoje proizvode na veliko i znate kako da uspostavite odnose sa maloprodajnim objektima, možda je veleprodaja za vas.

- Maloprodaja

Maloprodajni objekti nabavljaju gotove proizvode od veleprodajnih objekata i dobavljača i preprodaju ih uz dobit. Na primjer, to su piljare, prodavnice bijele tehnike, odjeće, kancelarijskog materijala, kompjuterske opreme i mobilnih telefona, itd. Ukoliko volite da upoznajete različite ljude i imate pristup dobroj lokaciji za prodavnicu, možda je maloprodaja za vas.

2.3 Opredijelite se za oblast i vrstu djelatnosti



PROCJENA

Sljedeća procjena pomoći će vam da se opredijelite za oblast i vrstu djelatnosti. Odgovorite na pitanja iskreno.

1. Moja interesovanja - uživam da radim sljedeće (uključujući hobi):	Moguće oblasti djelatnosti:
2. Moje iskustvo - radio sam ili sam se školovao u sljedećim oblastima djelatnosti (navedite poslove, obuku i druge izvore radnog iskustva):	
3. Moja poslovna mreža - poznajem sljedeće ljude, prijatelje i rođake koji imaju svoj posao i koji bi mogli da mi daju informacije, savjet ili pomoć (navedite njihovu poziciju):	Moguće vrste djelatnosti:
4. Želim da: • radim sa većim brojem ljudi / radim sam • budem aktivan i radim na otvorenom / radim za kancelarijskim stolom cijeli dan • obavljam fizičke poslove / radim na mjestu koje mi omogućava da budem kreativan / radim posao koji zahtijeva logičko razmišljanje • pažnju usmjerim na tehničke pojedinosti / razgovaram sa ljudima i brinem za njih	

Ne zaboravite da ova procjena može da vas usmjeri u oblast djelatnosti i vrstu koja vam najviše odgovara. Uvijek se možete vratiti ovoj procjeni, ponovo razmisliti o odgovorima koje ste dali i odgovoriti drugačije.

3. Kako povećati preduzetničke sposobnosti i vještine?

Šta ukoliko nemate sve poželjne crte i vještine jednog preduzetnika ili ako vam vaše prilike u ovom trenutku ne dozvoljavaju da postanete preduzetnik? Pogledajte oblasti koje ste procjenjivali i navedite one na kojima treba raditi i razvijati, a koje su presudne za vaš poslovni uspjeh. Postoji nekoliko načina da unaprijedite svoje preduzetničke sposobnosti. Možete da:

- učite od ljudi koji imaju svoju firmu, naročito ljudi koji posluju u oblasti i vrsti djelatnosti koju ste izabrali
- pohađate obuke
- zaposlite se kao asistent ili šegrt u uspješnoj firmi u oblasti i vrsti djelatnosti koja vas interesuje
- čitate članke o preduzećima u vašoj oblasti i vrsti djelatnost u novinama i ekonomskim časopisima, bilo na internetu ili u biblioteci, što će vam pomoći da razmislite o problemima sa kojima se ova preduzeća suočavaju i prijedlozima rješenja
- učlanite se u udruženje malih preduzeća u vašoj regiji i učestvujte na forumima
- svakodnevno ili sedmično odvajajte na stranu manji iznos, što će vam pomoći da finansirate svoju firmu
- razvijate sljedeće vještine i stavove tako što ćete ih svakodnevno primjenjivati u svojim aktivnostima:
 - povećavajte motivisanost i posvećenost planiranjem budućnosti
 - ako stvari krenu po zlu, analizirajte šta se desilo i radite na sposobnosti da učite iz grešaka
 - prihvatite probleme, procijenite šta bi bilo rješenje i preuzmite rizik
 - budite otvoreniji za nove ideje i mišljenja drugih.

Možda bi trebalo da razmislite o tome da nađete partnera koji ima komplementarne sposobnosti umjesto da u posao ulazite sasvim sami. Partner bi mogao da doprinese finansijskim sredstvima, kolateralom ili odnosima sa pružaocima finansijskih usluga, koji bi mogli biti od koristi ukoliko vam ikada zatreba kredit.

Postoje uspješni privrednici koji nisu imali veliko iskustvo ili praksu u oblasti ili vrsti djelatnosti kojom se sada bave prije nego što su otvorili firmu. Bitno je da budete svjesni stvari na kojima treba da radite i napravite plan djelovanja u tu svrhu prije nego što te stvari počnu da negativno utiču na vaš posao. Popunite akcioni plan na sljedećoj stranici, koji će vam pomoći da procijenite kako da unaprijedite svoja znanja, vještine i poslovne prilike.



AKCIONI PLAN		
Na čemu treba raditi	Kako to unaprijediti?	Kada?



TRŽIŠTE VAS ČEKA

1. Vaša poslovna ideja

Janino iskustvo

Jana ima malu farmu, a muž joj radi u obližnjem rudniku; međutim, iako su oboje zaposleni, ne zarađuju dovoljno da plate školovanje svoje djece.



Jana odlučuje da pokuša da pokrene posao: uzgoj pilića. Zna kako se to radi, a ujak joj je pozajmio 400 KM za početak. Međutim, prije nego što je nabavila piliće, neko joj je rekao da postoji ogromna tražnja za suncokretovim uljem, na tržištu je nestašica. Trgovci idu od vrata do vrata poljoprivrednih proizvođača i mole ih da proizvode više. Smatrajući da može mnogo više zaraditi cijeđenjem ulja iz suncokreta, Jana mijenja svoju poslovnu ideju i ulazi u posao proizvodnje ulja.

Jana se nikada nije bavila proizvodnjom suncokreta. Sav pozajmljeni novac potrošila je na nabavku sjemena, đubriva i opreme za cijeđenje ulja. Pošto je većinu zemljišta zasijala suncokretom, ostalo je manje za uzgoj kukuruza i povrća za potrebe porodice.

Hemikalije iz đubriva počele su da utiču na djecu, koja se sve češće razbolijevaju. Jana sada mora da troši više na hranu. Da bi se dobilo ulje, potrebno je mnogo vremena i truda, tako da je morala da zaposli pomoć. Mnogi drugi su takođe počeli da uzgajaju suncokret. Iz tog razloga, kada je ulje bilo spremno za prodaju, tržište je već bilo prezasićeno ovim proizvodom, a Jana nije mogla da nađe kupca. Da bi smanjila gubitak, bila je prisiljena da prodaje ulje po veoma niskoj cijeni lokalnoj prodavnici. Rezultat je veoma mala zarada; a uz to ne može da vrati pozajmicu.



Šta je pogrešno kod Janine poslovne ideje? Zašto?

Da pogledamo sada drugi primjer:

Ljiljino iskustvo

Ljilja radi na montažnoj traci u jednoj fabrici odjeće više od pet godina. Plata joj je niska, a često mora da radi prekovremeno. Jednom joj je u goste došla snaha i požalila se da ne može da nađe pristojnu odjeću za svoju dvanaestogodišnju djevojčicu. Kaže da je u prodavnicama sve ili za mlađu djecu ili za odrasle. Kada je otišla, Ljilja odlučuje da obiđe prodavnice u svom gradu. Vidjela je tinejdžerke u radnjama, ali je primijetila da je ponuda za taj uzrast ograničena, i u smislu veličine i asortimana. Već je razmišljala da dà otkaz i pokrene svoj posao.



Stoga odlučuje da dizajnira prigodnu odjeću i haljine za tinejdžerke. Napravila je skice odjeće koja bi se tom uzrastu svidjela, odnijela u lokalni butik i pitala vlasnike da li bi kupovali haljine na crtežima, koliko bi platili i koliko bi kupili. Vlasnicima su se crteži svidjeli i rekli su da će njene modele staviti u radnju. Ljilja uzima ušteđevinu i kupuje mašinu za šivenje i materijal za prvu turu. Radi uveče nakon posla u fabrici. Sve njene haljine dobro se prodaju, a radnje su voljne da joj plaćaju u gotovini po isporuci. Ljilja odlučuje da dà otkaz i bavi se samo svojim poslom. U roku od šest mjeseci, Ljilja počinje da dobija redovne narudžbe od butika. Planira da kupi još jednu šivaću mašinu i zaposli jednu prijateljicu da radi s njom.

Zašto je Ljilja uspješna u svom poslu? Zbog čega je postala uspješna?

Pokrenuti posao nije jednostavno. Treba dosta rada i planiranja. Trud i novac mogu biti uzalud uloženi ako ne uđete u posao koji je za vas. Pravi posao počinje dobrim opisom poslovne ideje koju imate.

2. Šta čini poslovnu ideju?

Poslovna ideja je kratak i precizan opis osnovnog posla kojim namjeravate da se bavite. Prije nego što otvorite firmu morate imati jasnu predstavu o djelatnosti kojom ćete se baviti.

Poslovna ideja će vam reći:

- **kakvu** potrebu kupaca će vaša firma zadovoljavati i koje kupce ćete privući,
- **koje** proizvode i usluge ćete prodavati,
- **kome** ćete prodavati,
- **kako** ćete prodavati proizvode i usluge,
- **u kojoj mjeri** vaš posao zavisi od okruženja u i kojoj mjeri utiče na okruženje. Dobra poslovna ideja biće kompatibilna sa održivim korišćenjem prirodnih resursa i poštovaće društvenu i prirodnu sredinu od koje zavisi.

2.1 Na koju će potrebu kupaca vaš posao odgovoriti?

Kod poslovne ideje, uvijek morate imati na umu kupce i njihove potrebe.



Možda je dobra ideja da otvorite vrtić u komercijalnom dijelu grada pošto će istu potrebu imati i mnogi drugi roditelji.



Možda bi bila dobra ideja da otvorite firmu za prikupljanje i reciklažu otpada u tom kraju. Ne samo da je ta usluga potrebna ovom vlasniku restorana, nego i mnogim drugim stanovnicima u tom kraju.

Pogledajmo Janin i Ljiljin slučaj:



Jana je proizvodila suncokretovo ulje, a da pri tom nije znala:

- postoji li tražnja za uljem,
- kome treba,
- zašto se traži baš suncokretovo ulje, a ne neko drugo jestivo ulje.

Dakle, nije imala predstavu kolika će biti tražnja za suncokretovim uljem. Posljedično, nije mogla naći kupce, pošto je potreba već bila zadovoljena u trenutku kada je bila spremna da ponudi svoj proizvod.



Pošto je Ljilja istražila tržište, znala je da djevojčice i tinejdžerke imaju ograničen izbor i mogućnost da kupe odjeću dizajniranu posebno za taj uzrast. Odjeća koju su nosile bila je krojena ili za manju djecu ili odrasle. Ljiljin cilj je da odgovori na ovu potrebu proizvodnjom moderne odjeće koja je po mjeri ovog uzrasta.

2.2 Koje proizvode i usluge ćete prodavati?

Zavisno od vaših vještina i potrebe kupaca, potrebno je da se opredijelite za proizvod ili uslugu koju će vaša firma prodavati. Isto tako, treba imati na umu da to mora biti proizvod ili usluga koje su ljudi spremni da plate, i to po cijeni koja će vam omogućiti da ostvarite dobit.

Proizvod je predmet koji ljudi kupuju i koriste. To može biti nešto što ste sami napravili ili što ste kupili u svrhu dalje prodaje. Alat, peciva, odjeća i predmeti u maloprodaji spadaju u proizvode.



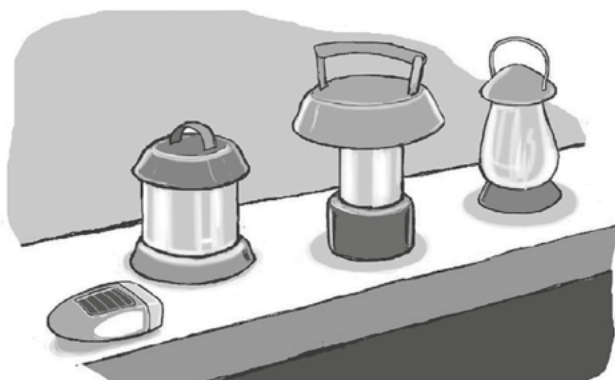
Izrada i prodaja ženske odjeće



Proizvodnja i punjenje mlijeka od soje za prodaju



Izrada i prodaja kućnog namještaja



Izrada i prodaja solarnih lampi

Usluga je nešto što činite za ljude, a oni vam to plaćaju. Na primjer: dostava robe, bankarske usluge, čuvanje djece, popravka, prikupljanje sekundarnih sirovina iz stambenih zgrada, vođenje tura, itd. spadaju u usluge.



Dostava pice



Videoteka



Popravka telefona



Auto-praona

Vratimo se Jani i Ljilji:



Jana je uzgajala suncokret i proizvodila suncokretovo ulja bez prethodnog znanja i iskustva. Nije poznavala izazove posla, kao što su toksini iz đubriva ili vrijeme potrebno za cijeđenje ulja. Jana nije imala nikakvu prednost koju je mogla da iskoristi u svom poslu i suočila se sa prevelikim problemima, tako da nije mogla da ostvari zaradu.



Ljilja je imala značajno iskustvo u izradi odjeće. Poznavala je šivenje. Međutim, nije imala nikakvo iskustvo u dizajniranju odjeće, pa je prvo sama sebe testirala tako što je uradila nekoliko crteža i pokazala ih vlasnicima butika. Pokrenula je posao tek nakon što su butici prihvatili da izlože i prodaju prvu turu haljina.

2.3 Kome ćete prodavati?

Nijedan posao ne može uspjeti bez kupaca. Iz tog razloga, od suštinske je važnosti da znate ko će vam biti kupci. Da li ćete prodavati određenom tipu kupaca ili svima u tom kraju? Mora biti dovoljno ljudi koji su spremni i mogu da plate vaš proizvod ili uslugu, inače posao neće opstati.



Vratimo se Jani i Ljilji:



Jana uopšte nije znala ko bi mogli biti krajnji kupci ulja. Jednostavno se usmjerila na proizvodnju ulja i mislila da će ga od nje otkupljivati prodavnice. Tako, nije znala kolika je tražnja za njenim proizvodom.

Isto tako, nije znala postoji li konkurencija koja će odgovoriti na istu potrebu kupaca.



Ljilja je znala da će njeni kupci biti tinejdžerke u kraju. Istražila je tržište - obišla je butike i ciljane kupce da bude sigurna da postoji stvarna tražnja na koju bi ona mogla da odgovori. Isto tako, znala je da trenutno nema

konkurencije koja bi mogla da odgovori na istu potrebu.

2.4 Kako ćete prodavati proizvode i usluge?

Kako ćete prodavati proizvode i usluge? Ako planirate da otvorite radnju, znate kako ćete prodavati svoj proizvod, ali proizvođači i pružaoci usluga svoj proizvod mogu prodavati na razne načine. Proizvođač, na primjer, može prodavati direktno kupcima, maloprodaji ili veleprodaji.

Neke firme prodaju direktno svojim kupcima.



Namještaj B&C proizvodi i prodaje garniture direktno Kafeu Melodi.

Neke firme prodaju direktno svojim kupcima.



Distributer riže „Jasmina” svoju rižu prodaje prodavnicama mještovite robe.

Vratimo se Jani i Ljilji:



Jana nije planirala kako će prodavati svoj proizvod. Kada je proizvela ulje, jednostavno je krenula unaokolo i pokušala da ga proda radnjama.



Na samom početku, Ljilja je odlučila da svoje proizvode prodaje buticima. Razgovarala je sa vlasnicima čak i prije nego što je ušla u posao da provjeri da li će se prodavati njen proizvod.

2.5 U kom stepenu vaš posao zavisi od okruženja u i kojoj mjeri utiče na okruženje?

Posao može biti dugoročno održiv samo ako je u harmoniji sa društvenim i prirodnim okruženjem. U kom stepenu vaš posao zavisi od okruženja? Da li zavisi od vremena, tla ili drugih prirodnih resursa? Je li potrebna posebna radna snaga iz lokalne zajednice? Da li je potrebna lokalna zajednica kao podrška? Šta treba da uradite da biste bili sigurni da će vaš posao doprinijeti životnoj sredini i pomoći lokalnoj zajednici? Da li će vaš posao čuvati životnu sredinu ili imati negativan uticaj? Kako biste sveli na minimum ili sanirali negativni efekat koji bi eventualno imao?





Vratimo se Jani i Ljilji:



Jana nije znala za štetne toksine u đubrivu koje je koristila. Njen posao dugoročno neće preživjeti ako ne riješi problem negativnog uticaja toksičnog đubriva. Isto tako, negativno će uticati na zdravlje njene djece.



Ljilja je uzela u obzir činjenicu da u zajednici nije bilo nekog izbora odjeće za tinejdžerke. To je prednost koju će iskoristiti da razvije svoj posao i zadrži profitabilnost.



AKTIVNOST 3

Sad kada već imate poslovnu ideju, opišite je pomoću sljedećeg obrasca:

Ovo je moja poslovna ideja:
Koju potrebu će moj posao zadovoljiti?
Koji ću proizvod / uslugu pružati?
Kome ću prodavati?
Kako ću prodavati proizvod / uslugu?
U kom stepenu moj posao zavisi od okruženja u i kojoj mjeri utiče na okruženje?

U ovoj fazi nije problem ako ne znate da opišete svoju ideju do kraja. Ako ništa drugo, znate koje su vam informacije potrebne za poslovne ideje o kojima ste razmišljali. Možda će vam biti potrebna lista ideja koje ćete uzeti u obzir umjesto jednog nejasnog koncepta. U narednim odjeljcima, pomoći ćemo vam da dođete do više poslovnih ideja prije nego što izaberete najbolju.

VAŠA LISTA POSLOVNIH IDEJA

1. Harisovo iskustvo

Haris je radio kao uvoznik plinskih šporeta pet godina prije nego što je odlučio da sam uđe u posao. Njegova tetka je vlasnica uspješne radnje koja prodaje i iznajmljuje različitu opremu, tako da je ponudila da mu bude finansijski partner i obezbijedi sredstva za novoregistrovanu firmu. Ne želi da učestvuje u poslovanju, osim u podjeli dobiti, a prepustila bi mu vođenje posla.

Haris počinje da razmatra različite poslovne ideje.



Voli da pravi torbe koje se sviđaju mnogim njegovim prijateljima. Iz tog razloga, razmišlja da ih prvo pravi i prodaje turistima kao suvenire. Međutim, u razgovoru sa nekoliko vlasnika radnji, shvatio je da je broj turista premali da bi posao bio profitabilan.

Haris razmišlja da otvori prodavnicu plinskih šporeta pošto zna odakle da ih uveze, a poznaje funkcije i kvalitet svakog proizvođača. Istražio je tržište i saznao da u njegovom kraju ima prilično prodavnica koje prodaju ove šporete i da im je prodaja niska. Često daju popuste i imaju akcije, ali nijedna akcija nije im značajno povećala prodaju. Zaključuje da je bolje da ne ulazi na tako zasićeno tržište.

Iako još uvijek razmišlja o poslovnoj ideji. Haris pomaže tetki da se useli u novu kuću. Iako nije teško naći kombi za iznajmljivanje, niko ne nudi usluge selidbe, npr. pakovanja, utovara i istovara. Haris mora da zamoli nekoliko prijatelja da mu pomognu da spakuje i preveze tetkin namještaj i stvari.

Cijeli vikend provode u traženju ambalaže, rastavljanju velikih stvari, pakovanju, utovarjanju u kombi i istovarjanju stvari u novu kuću, raspakivanju i

ponovo sastavljanju. Harisa interesuje zašto nema nijedne firme za selidbe u njegovom kraju. Shvativši da možda ima poslovnu ideju, raspituje se o ovoj oblasti biznisa i svoju poslovnu ideju iznosi na sljedeći način:



Ovo je moja poslovna ideja: Pakovanje i selidba kuće / kancelarijskog prostora

- **Na koju potrebu će moj posao odgovoriti?** Svi sa kojima sam razgovarao slažu se da je selidba, bilo kuće ili poslovnog prostora, izuzetno komplikovana i da treba dosta vremena da se čovjek preseli. U ovom kraju nema firme koja pruža usluge pakovanja i selidbe. Iz tog razloga, ukoliko pružim potrebne usluge, imaću stabilnu tražnju.
- **Koji ću proizvod / uslugu pružati?** Namjera mi je da ponudim kompletne usluge pakovanja i selidbe kuće ili kancelarijskog prostora. Iako nemam iskustva u ovom poslu, imam određeno iskustvo u rukovanju, skladištenju i prevozu robe. To sam naučio kad sam radio za preduzeće za uvoz plinskih šporeta. Zamoliću brata koji je odličan u upravljanju da isplanira posao. Pored toga, mogu da zamolim i pouzdanog prevoznika koji često radi za tetkinu radnju.
- **Kome ću prodavati?** Namjeravam da počnem tako što ću usluge ponuditi svim svojim rođacima, prijateljima, njihovim prijateljima i tetkinim kupcima. Proširiću poslovanje i reklamirati se u cijelom gradu.
- **Kako ću prodavati uslugu?** Uslugu mogu prodavati direktno kupcima. U početku, upoznaću sa idejom svoje prijatelje, rođake i tetkine kupce. Nakon nekoliko selidbi za rodbinu i prijatelje, proširiću tržište i okačiti plakate tamo gdje ima dosta prodavnica, poslovnog prostora, stanova i kuća za iznajmljivanje.
- **U kojoj mjeri će moj posao zavisiti od okruženja i uticati na okruženje?** Karton i ambalažu koristiću nekoliko puta i tako smanjiti količinu otpada.

Kako je Haris došao do svoje poslovne ideje?

Haris nije razmatrao samo jednu ideju:

- Tražio je različite poslovne ideje koje bi odgovarale njegovim interesovanjima, a gdje bi mogao da iskoristi svoje znanje i radno iskustvo.
- Svaku ideju je detaljno opisao.
- Dok je razmatrao ove ideje, shvatio je da neke ne bi prošle zbog nedovoljne tražnje, nedovoljno kupaca ili oštre konkurencije.
- Dok je opisivao ideju, utvrdio je resurse koje bi mogao da iskoristi, kao što je znanje njegovog prijatelja, tatkina baza kupaca ili pouzdan prevoznik kog poznaje.

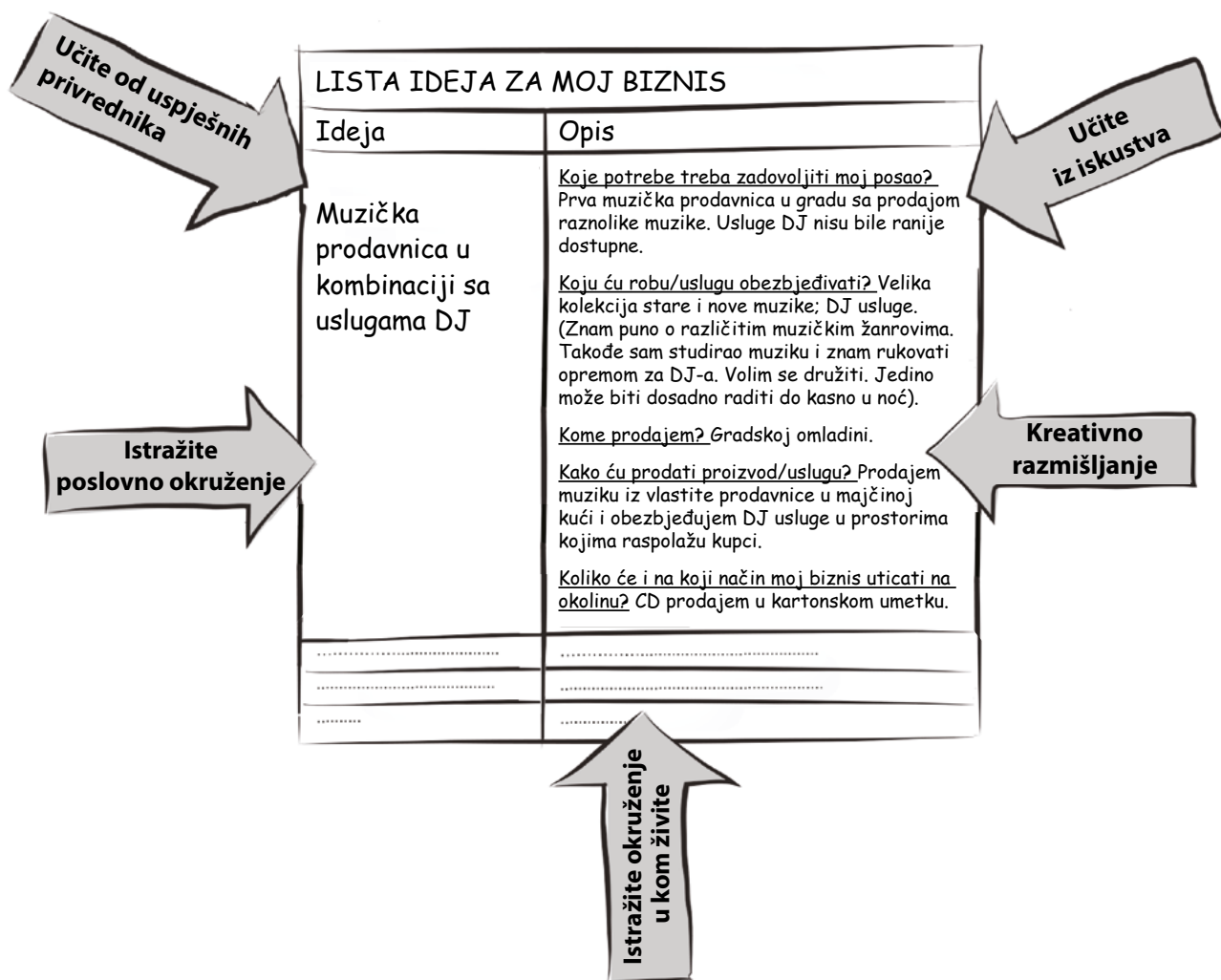
2. Kako sačiniti listu svojih poslovnih ideja?

Sad kad ste se upoznali sa Harisovom idejom, pokušajte da smislite nekoliko svojih ideja.

Svaka poslovna ideja treba da počiva na poznavanju tržišta i potreba na tržištu. Tržište čine ljudi koji žele da kupe određeni proizvod ili usluge, tj. kupci. Tržište se razlikuje zavisno od mjesta, ljudi koji žive u određenom kraju, načina života i proizvoda i usluga na koje troše novac. Kada se budete upoznali sa tržištem u svom kraju, možda ćete prepoznati poslovne ideje kojima ranije niste posvećivali pažnju.

Kada smišljate poslovnu ideju, pokušajte da budete otvoreni prema svemu. Prvi cilj je da dođete do što je moguće više ideja i napravite listu svih mogućih poslovnih prilika. Lista će vam dati više mogućnosti! Zatim, pregledajte listu i označite ideje koje vam zvuče najrealnije, a koje bi mogle biti i najisplativije.

Postoje razni načini na koje možete doći do poslovne ideje, npr. anketiranjem lokalnih firmi ili razgovorom sa postojećim vlasnicima. U daljem tekstu bavimo se različitim pristupima traženju poslovnih ideja. Informacije koje prikupite iz jednog pristupa mogu dopuniti druge i pomoći vam da jasno iznesete svoju poslovnu ideju. Napravite listu poslovnih ideja do kojih ste došli koristeći različite pristupe (vidjeti sljedeći primjer).



O svakom pristupu (predstavljenom strelicama u gornjem primjeru) biće riječi u narednim odjeljcima.

3. Učite od uspješnih vlasnika firme

Možete dosta toga naučiti od ljudi u vašem kraju koji su već prošli kroz proces osnivanja firme. Pokušajte da od njih dobijete sljedeće informacije:

- Od koje ideje su krenuli?
- Kako su došli do nje?
- Kako su od te ideje došli do uspješne firme?
- Kakvu dobit firma ima i kako se uklapa u lokalnu sredinu?
- Odakle im novac za osnivanje firme?

Maja je u potrazi za idejom - želi da pokrene svoj posao. Odlučuje da razgovara sa uspješnim privrednicima u svom kraju. Telefonira Harisu i zakazuje sastanak. Kada bude išla kod Harisa, ponijće obrazac za analizu poslovnih ideja, u kom će zapisati njegove odgovore na pitanja koja će mu postaviti.

OBRAZAC ZA ANALIZU POSLOVNIH IDEJA

Naziv firme: Harisove usluge pakovanja i selidbe

Proizvod i usluge: Široka lepeza usluga pakovanja i selidbe kuće ili poslovnog prostora

Glavni kupci: Fizička i pravna lica koja sele kuću ili poslovni prostor

Kada i zašto je vlasnik odlučio da se bavi ovim poslom?

Haris je započeo ovaj posao 2009. godine kada mu je trebalo više novca. Dok je tetki pomagao da se preseli, shvatio je da je selidba ogroman posao i da u njegovom kraju nema preduzeća za pakovanje i selidbu. Takođe, imao je iskustvo u rukovanju, skladištenju i prevozu robe koje je stekao dok je radio za firmu koja je uvozila plinske šporete.

Zašto je vlasnik mislio da je to dobra ideja za takvu firmu?

Haris je ispitao tržište i shvatio da se dosta ljudi u njegovom kraju često seli. Svi su se žalili da je selidba ogroman posao i da u gradu nema usluga pakovanja i prevoza, što bi im bilo od velike koristi.

Kako je vlasnik saznao šta potencijalni kupci žele?

Haris je razgovarao sa prijateljima, rodbinom, vlasnicima drugih firmi i komšijama.

Koje je prednosti i jake strane vlasnik iskoristio prilikom pokretanja posla?

(npr. ranija iskustva, obuka, socijalne mreže, kontakti, hobiji) Haris ima tetku koja ima firmu i koja je htjela da mu pomogne da finansira početak posla. Iskustvo je stekao prilikom pakovanja, skladištenja i prevoza robe na svom ranijem poslu. Isto tako, ima brata koji mu pomaže da organizuje posao.

Na koje probleme je vlasnik naišao kada je počinjao da radi?

Haris nije mnogo znao o marketingu, tako da mu je u početku bio teško da ljude upozna sa posebnom uslugom koju nudi.

Da li se proizvod / usluga mijenjao tokom vremena?

Poslovanje se proširilo. Sada ima svoj kombi, a sljedeće godine planira da kupi još dva i zaposli još ljudi.

Kako poslovanje utiče na životnu sredinu i zajednicu?

Haris koristi karton i ambalažu najmanje dva ili tri puta prije nego što je proda lokalnoj firmi za reciklažu. Na taj način, ne samo da štedi na troškovima, nego i smanjuje količinu otpada. (Ljudi koji sami pakuju stvari prilikom selidbe često poslije bace ambalažu). Njegova firma obezbjeđuje radna mjesta za mještane. U njegovoj firmi mogu se zaposliti i ljudi sa nižom školskom spremom pošto za njih ima najprostije zadatke.

Napomene:

- Ponekad ono što volite da radite nije profitabilna poslovna ideja. Haris ne bi mogao da ostvari zaradu prodajom kožnih torbi.
- Prva ideja koja vam padne na pamet ne mora uvijek biti najbolja. Važno je da se upoznate sa tržištem prije nego što krenete da radite na ostvarivanju ideje. Prije nego što se upustio u posao, Haris je shvatio da za njegove torbe ne bi bilo tržišta.
- Ako vam se javi dobra ideja, ali nemate dovoljno znanja o nekim aspektima, možete zaposliti kvalifikovane ljude ili uspostaviti poslovne veze.
- Možda će vam biti potrebna finansijska pomoć za početak.
- Harisova poslovna ideja se pokazala uspješnom zato što počiva na očiglednoj poslovnoj prilici i poznavanju tržišta.



AKTIVNOST 4

Sada pronađite nekoliko uspješnih poslovnih ideja u vašem okruženju.

- Navedite tri firme u vašem kraju koje smatrate uspješnima. Pokušajte da nađete firme koje posluju najmanje tri godine. Na linije ispod upišite naziv firme i proizvode ili usluge koje prodaju.

- Napravite tri obrasca kao što je onaj na stranici 30. za svaku od tri navedene firme.
- Porazgovarajte sa vlasnicima tih firmi. Pitajte ih da li dijele vaše mišljenje da im je firma uspješna. Pitajte ih kako su se odlučili da krenu u taj posao. Da li su shvatili da na tržištu postoji tražnja bez ponude? Jesu li imali neka iskustva, kontakte i vještine koje su mogli da iskoriste? Da li su znali još nekog u tom poslu? Da li je to prvi posao u njihovom životu? Na linije na sljedećoj stranici upišite i druga pitanja koja biste postavili vlasniku.

[illegible]

- Nakon razgovora sa vlasnicima, popunite obrazac za analizu poslovnih ideja i navedite što je moguće više pojedinosti.
- Razmislite o faktorima zbog kojih je data poslovna ideja dobra i zašto je bilo moguće da izraste u uspješan posao. Prvo pronađite odgovore na sljedeća pitanja i zapišite ih na obrazac u rubriku „Napomene”:
 - Šta ste zaključili na osnovu iskustava drugih vlasnika firmi?
 - Šta mislite, u čemu je vlasnik pogriješio?
 - Kako biste vi izbjegli te greške?
 - Šta je, prema vašem mišljenju, doprinijelo uspjehu firme?

Kada završite ovu aktivnost, imaćete bolji uvid to kako se dolazi do poslovne ideje. Isto tako, bićete svjesni problema koje ljudi imaju kada pokušavaju da poslovnu ideju pretoče u stvaran posao.

OBRAZAC ZA ANALIZU POSLOVNIH IDEJA

Naziv preduzeća: _____

Proizvodi ili usluge: _____

Glavni kupci: _____

Kada i zašto je vlasnik odlučio da se bavi ovim poslom?

Zašto je vlasnik mislio da je dobra ideja da krene u takav posao?

Kako je vlasnik saznao šta potencijalni kupci žele?

Koje je prednosti i jake strane vlasnik iskoristio prilikom pokretanja posla? (npr. ranija iskustva, obuka, porodični milje, kontakti, hobiji)

Na koje probleme je vlasnik naišao prilikom pokretanja posla?

Da li se proizvod / usluga mijenjao tokom vremena?

Na koji način firma utiče na životnu sredinu i zajednicu?

Napomene:

4. Učite iz iskustva

4.1 Vaše iskustvo

Pogledajte listu svojih interesovanja, iskustava i mreža poznanstava na stranici 7 (Dio I, odjeljak 2.3). Možete li na osnovu svojih ranijih iskustava doći do nekih poslovnih ideja? Razmislite o svakom iskustvu.

Krenite od sebe. Kakvo je vaše iskustvo kao kupca na tržnici? Jeste li ikada cijeli dan hodali po radnjama u potrazi za nekim proizvodom da ga na kraju ne biste pronašli? Sjetite se proizvoda i usluga koji su vam nekada bili potrebni, a koje niste mogli da nađete.

4.2 Iskustva drugih

Pitajte porodicu i prijatelje šta bi željeli da kupe, a što nije dostupno u okruženju. Saznajte šta se dešava oko vas kroz razgovor sa ljudima različitih godina života, društvenog statusa, itd. Isto tako, možete obići grupe u zajednici, kolege, itd. i detaljnije se upoznati sa tržištem.

Kao primjer, ovdje navodimo nekoliko komentara koji će vam pomoći u potrazi za poslovnom idejom:

- "Nikako ne mogu da nađem neku kutiju u kojoj mi se ručak ne bi skroz ohladio".
- "Izbor šerpi i lonaca u prodavnicama je baš ograničen".
- "Ne postoji pouzdan način da se pošalje poklon-paket prijateljima i rođacima koji žive na selu".
- "U ovom gradu nema dovoljno zabave, vikendom je strašno dosadno".
- "Baš mi trebaju neke knjige iz marketinga, ali u ovom gradu nema dobre knjižare".
- "Na ulicama je strašno mnogo smeća. Trebalo bi da neko nešto preduzme".
- "Ne mogu da nađem pristojnog molera u ovom gradu. Posljednji nije dobro pripremio površine, samo je sve prefarbao, uključujući prašinu".
- "U gradu ima samo jedan butik, a prodavačica je užasno neljubazna. Uz to, mušterijama uopšte neće da pokaže robu".
- "U blizini lokalne bolnice nema apoteke. Kada mi ljekar propiše lijek, do prve apoteke moram ići autobusom".
- "Ne sviđa mi se kako se prodavačica u našoj piljari ophodi prema svojim zaposlenima, ali u blizini nema druge radnje u kojoj mogu da nađem ono što mi treba".
- "U blizini fabrike nema ni kantine ni kafića, tako da ne mogu na užinu ili kafu kad hoću".
- "Kad god mi se mašina pokvari, teško je naći majstora u kratkom roku".
- "Dubrivo na tržištu je preskupo, a nema organske alternative".

Uradite aktivnost 5 ispod i razmislite do kojih poslovnih ideja možete da dođete na osnovu iskustava koja ste naveli.



AKTIVNOST 5

U rubrici ispod, navedite svoja iskustva kao kupca ili iskustva drugih. Zatim, zapišite poslovne ideje koje bi kupcima obezbijedile proizvode i usluge koje su im potrebne i koje žele.

Lična iskustva	Poslovne ideje
Iskustva drugih kupaca	Poslovne ideje
Komentari o lošoj usluzi	Poslovne ideje
Problemi na koje nailazite kada pokušavate da nešto postignete	Poslovne ideje
Problemi u okruženju	Poslovne ideje



Dodajte ove poslovne ideje svojoj listi ideja (koristite obrazac na stranici 47). Pokušajte da svaku ideju iznesete što je moguće jasnije, na osnovu sljedećih pet kriterija:

- Na koju potrebu će moj posao odgovoriti?
- Koji ću proizvod / uslugu pružati?
- Kome ću prodavati?
- Kako ću prodavati proizvod / uslugu?
- U kojoj mjeri će moj posao zavisiti od okruženja i uticati na okruženje?

5. Istražite lokalnu poslovnu sredinu

Do poslovne ideje možete doći i istraživanjem lokalne zajednice. Saznajte koje firme već rade u vašem kraju i šta nedostaje na tržištu.

Ako živite na selu ili u malom gradu, možda ćete ideju naći pošto nedostaje ponešto iz svake djelatnosti. U suprotnom, možda ćete se morati fokusirati na željene oblasti i vrste djelatnosti koje ste naveli u Dijelu I priručnika. Ovu aktivnost biće mnogo lakše uraditi sa poslovnim partnerom ili na terenu. Obidite najbližu industrijsku zonu, tržnice i tržne centre.

Majino iskustvo

Maja pokušava da smisli poslovnu ideju. U tu svrhu, prikupila je informacije o firmama koje posluju u njenom gradu. Maja voli da kuha. Kada je išla na fakultet, radila je pola dana u pekari. Interesuje je i uređenje doma i moda. Maja voli da upoznaje različite ljude. Iz tog razloga, voljela bi da se bavi uslužnom djelatnošću ili maloprodajom u vezi sa kuhanjem, uređenjem doma ili modom.



Šta je Maja uradila:

- obišla je tržni centar u njenom kraju, gdje se nalazi dosta skupih restorana, butika i prodavnica za uređenje doma
- prošetala centralnom tržnicom, gdje ljudi često mogu da kupe namještaj, odjeću, bijelu tehniku i predmete za kuću po razumnoj cijeni
- obišla je komercijalnu zonu u kojoj posluje dosta veleprodajnih objekata koji prodaju prehrambene namirnice i odjeću. Tu se takođe nalazi veleprodaja metalne galanterije.
- razgovarala je sa lokalnim udruženjem privrednika o vrstama registrovanih djelatnosti i provjerila poslovni imenik, gdje je vidjela koje se firme još oglašavaju.

Maja voli kuhanje, uređenje doma i modu. Stoga, priprema listu svih firmi koje ste time bave, a posluju u kraju koji je obišla.

Kuhanje	Uređenje doma	Moda
– 5 pekara – 12 prodavnica mješovite robe – 3 restorana – 5 kafića – 8 štandova sa brzom hranom – 6 prodavnica pića – 2 ugostiteljska objekta koja pružaju uslugu dostave hrane	– 1 fabrika namještaja koja proizvodi namještaj od drveta – 3 prodavnice namještaja – 1 prodavnica sa predmetima za uređenje doma ručne izrade – 2 manje galerije – 4 prodavnice za uređenje enterijera koje prodaju lampe, farbu, tapete, umjetničke ramove, dekorativne predmete – 3 prodavnice poklona	– 12 krojača – 5 butika za dame – 2 prodavnice za trudnice – 7 prodavnica cipela i torbi – 4 prodavnice odjeće za djecu – 2 butika za muškarce – 2 prodavnice tradicionalne odjeće

Maja je takođe zapazila sljedeće:

- Većina mještana nema dovoljno novca. Uglavnom kupuju na malim, jeftinim kioscima, a nema luksuznih prodavnica sa artiklima za razonodu.
- Poljoprivreda je glavna privredna grana u tom kraju.
- To je lokalna turistička destinacija i dosta ljudi iz susjednih gradova je obilazi. Ima dosta malih hotela i barova.
- Čini se da se broj mladih povećava. Ima dosta vrtića.
- Grad očigledno raste i razvija se pošto ima dosta građevinskih firmi i radnji sa građevinskim materijalom.
- Ekološka situacija se pogoršava. Ni vlasnike firmi ni mještane ne zabrinjava zagađenje. Na ulicama je smeće, a lokalne fabrike zagađuju vazduh.

Zatim, Maja sačinjava sljedeću listu radnji kojih nema u njenom gradu, a koje bi mogle biti dobra poslovna prilika. Razmišlja šta je vidjela u susjednim gradovima, o proizvodima i uslugama koje su tamo dostupne, a nema ih u njenom gradu.

Kuhanje	Uređenje doma	Moda
– prodavnica svježe hrane za bebe – časovi kuhanja za turiste – ugostiteljski objekat koji obezbjeđuje povoljne lanč pakete za kancelarije – prodavnica za tinejdžere koja nudi bezalkoholna pića, gazirane čajeve, mlijeko, frape, svježe cijedeno voće i sladoled pored univerziteta i škola	– umjetnički ramovi i police po narudžbi (usluga) – proizvodi za kuću (maloprodaja) – ručno rađeni dekorativni predmeti za kuću od recikliranih materijala (proizvodnja) – galerija slika za uređenje doma sa kafićem (usluga) – plastično / papirno cvijeće za uređenje doma (maloprodaja)	– krojenje i prodaja modne odjeće – prodavnica polovne odjeće – osnovni kurs šivenja za tinejdžere – ručno rađeni ukrasni predmeti od reciklirane odjeće

Spajajući ideje sa eventualnim potrebama ljudi u gradu, Maja je izdvojila nekoliko ideja:

- prodavnica svježe hrane za bebe
- ugostiteljska radnja sa dostavom na radno mjesto
- prodavnica i štand sa osvježanjem za tinejdžere
- galerija slika za uređenje doma sa kafićem
- radnja sa plastičnim / papirnim cvijećem za uređenje doma
- prodavnica polovne odjeće
- ručno rađeni dekorativni predmeti od reciklirane odjeće

Maja je takođe pretražila internet i pročitala poslovne publikacije u potrazi za drugim idejama.



O tome kako doći do poslovnih ideja više ćete saznati u sljedećem odjeljku - Ispitivanje okruženja



AKTIVNOST 6

Sljedite navedene korake i prikupite informacije o postojećim firmama i potencijalnim novim poslovima u vašem kraju ili mjestu u kojem biste željeli da pokrenete posao.

1. Još jednom pogledajte procjenu na stranici 7 (Dio 1, odjeljak 2.3) u dijelu koji govori o oblasti djelatnosti koja vas najviše interesuje.
2. Pomoću sljedećeg obrasca zapišite različite poslovne opcije koje postoje u vašem kraju i u okviru vašeg interesovanja.

Oblast djelatnosti.....	Oblast djelatnosti.....	Oblast djelatnosti.....

3. Pogledajte listu i pokušajte da odgovorite na sljedeća pitanja:

- U kojoj djelatnosti ima dosta potencijalnih konkurenata? U kojoj djelatnosti ih je malo? Zna li zašto u ovoj oblasti ima toliko firmi?
- Šta vam vaša lista govori o lokalnom tržištu i načinu na koji ljudi troše novac? Zapišite najmanje pet stvari koje ste zapazili.

4. Ima li prostora za još jednu firmu u oblasti koja vas interesuje? Mislite li da tu leži poslovna prilika za vas?

- U rubrici ispod napišite nekoliko djelatnosti koje ne postoje u vašem kraju.
- Moguće djelatnost i u vašem kraju:

Oblast djelatnosti.....	Oblast djelatnosti.....	Oblast djelatnosti.....

Ovu listu možete dopuniti nakon što proučite sljedeći odjeljak: Analiza okruženja

6. Analiza okruženja

Iskoristite svoju kreativnost i nađite više poslovnih ideja u vašem mjestu. Pogledajte listu postojećih djelatnosti. Ako lista obuhvata većinu lokalnih tržišta, možda ćete moći da se bolje upoznate sa branšama ili pružaocima usluga na koje se lokalna privreda oslanja.

Majin grad je poljoprivredni centar, koji zavisi od poljoprivrede. Opslužuje veliki broj okolnih sela. Možda vaš grad zavisi od rudarstva, ribarstva, industrije ili turizma. Možda postoje neke obrazovne ili javne institucije koja zapošljavaju veliki broj ljudi.

Možda bi bilo dobro da razmislite o poslovnim idejama i u odnosu na sve resurse i institucije u vašem kraju. Na primjer, razmislite o sljedećem:

- prirodnim resursima
- karakternim crtama i vještinama ljudi u lokalnoj zajednici
- zamjeni za uvozne proizvode
- proizvodima od sekundarnih sirovina
- publikacijama
- trgovačkim sajmovima i izložbama

6.1 Prirodni resursi

Razmislite čega u vašem kraju ima u velikim količinama, a od čega bi mogao da se napravi koristan proizvod bez štete po okolinu. U prirodne resurse spadaju materijali iz tla, poljoprivrede, šume, minerali, voda, itd.

Možda je tlo bogato dobrom glinom koja se može iskoristiti za proizvodnju cigle. Može se koristiti i za druge stvari, npr. izradu tanjira, šolja ili crijepa.



Razmislite kako biste ove resurse iskoristili, a da budete u mogućnosti da na osnovu njih poslužete godinama. Drugim riječima: vodite računa da vaša poslovna ideja ne iscrpi prirode resurse na kojima bi se vaš posao temeljio.

6.2 Karakteristike i vještine ljudi u lokalnoj zajednici

Razmislite da li ljudi u vašem kraju imaju neke posebne karakteristike ili vještine koje bi bile korisne za posao:

- Postoje li u vašoj zajednici ljudi koji su dobre zanatlije, krojači ili stolari, ili koji imaju specifične vještine potrebne za izradu predmeta koji su jedinstveni za vaš kraj?
- Možete li naći studente koji su nedavno diplomirali, a koje biste mogli zaposliti?
- Postoje li vaspitači, medicinske sestre ili ljudi koji bi mogli da ponude usluge za djecu, stare i bolesne?
- Da li je vaša zajednica digitalno uvezana?
- Da li je infrastruktura u vašoj zajednici razvijena?
- ...



6.3 Proizvodi od sekundarnih sirovina

Poslovne prilike mogu se roditi i iz materijala koje su već iskoristili domaćinstva i firme. Razmislite o mogućnosti da se sekundarne sirovine koriste u proizvodnji korisnih i isplativih proizvoda. Sekundarne sirovine koje se mogu reciklirati prepoznaju se analizom određenih sirovina, kako bi se vidio način odlaganja otpada. U većini slučajeva, preduzeća žele da rade sa preduzetnicima koji njihov otpad mogu da pretvore u vrijedne i isplative proizvode.

Od stvari koje bacamo uvijek se nešto može iskoristiti. Reciklirati se može otpad nastao iz poljoprivredne proizvodnje, komunalni otpad, stara mehanizacija i kućni aparati kao i industrijski otpad. Ljudi bacaju i hranu koja se može iskoristiti za proizvodnju komposta ili stelje za stoku. Bacaju se i papir, staklo, aluminijum, a sve se to može reciklirati. Razmislite šta se sve može napraviti od stvari koje su drugima smeće.

Otpad iz industrije sadrži korisne materijale. Preduzeće za proizvodnju tekstila baca komadiće tekstila koji se mogu iskoristiti za nešto drugo. Fabrike koje proizvode plastiku imaju ostatak materijala koji može biti koristan kao izolacija, punjenje za jastuke ili nova vrsta goriva.



Postoji li mogućnost da reciklirate nešto čega u vašem kraju ima u izobilju? Postoji li način da se resursi koriste efikasnije? Možda biste mogli pojedincima i institucijama da ponudite uslugu ekološkog odlaganja otpada ili od otpada možda možete da napravite nešto novo.

6.4 Zamjena za uvozne proizvode

Postoji li nešto što se uvozi, a moglo bi da se proizvodi na lokalnom nivou? Na neke uvozne proizvode plaćaju se visoke uvozne dažbine, zbog čega su veoma skupi. Možete istražiti mogućnost da krenete u posao gdje uvozne proizvode možete bez problema da proizvodite lokalno.



6.5 Publikacije

Publikacije na internetu i drugi štampani materijal mogu vam pomoći da dođete do ideja. Postoje mnogobrojne stranice na internetu na kojima ćete naći ne samo poslovne ideje, nego i franšizne poslove. Postoje poslovi koji se odvijaju preko interneta, a možete im pristupiti od kuće ako imate internet konekciju.

Novine su odličan izvor ideja. Tu ćete često naći vrste djelatnosti kojima biste vi mogli da se bavite, ili proizvode koje biste vi mogli da obezbjeđujete u svom kraju. Ideje možete naći i u oglasima, kao i člancima o poslovnim trendovima u drugim mjestima.



6.6 Trgovački sajmovi i izložbe

Organizacije održavaju trgovačke sajmove raznih proizvoda i usluga. Odlaskom na ove sajmove vidjećete razne nove poslovne ideje koje niste razmatrali. Obavezno posjetite sve sajmove u oblasti koja vas interesuje.





AKTIVNOST 7

Pogledajte svoju zajednicu i napišite napomene uz sljedeće stavke:

Prirodni resursi	Poslovne ideje
Proizvodi od sekundarnih sirovina	Poslovne ideje
Zamjena za uvozne proizvode	Poslovne ideje
Publikacije	Poslovne ideje
Trgovački sajmovi i izložbe	Poslovne ideje

Dodajte ove poslovne ideje svojoj listi ideja (koristite obrazac na stranici 47). Pokušajte da svaku ideju iznesete što je moguće jasnije, na osnovu sljedećih pet kriterija:

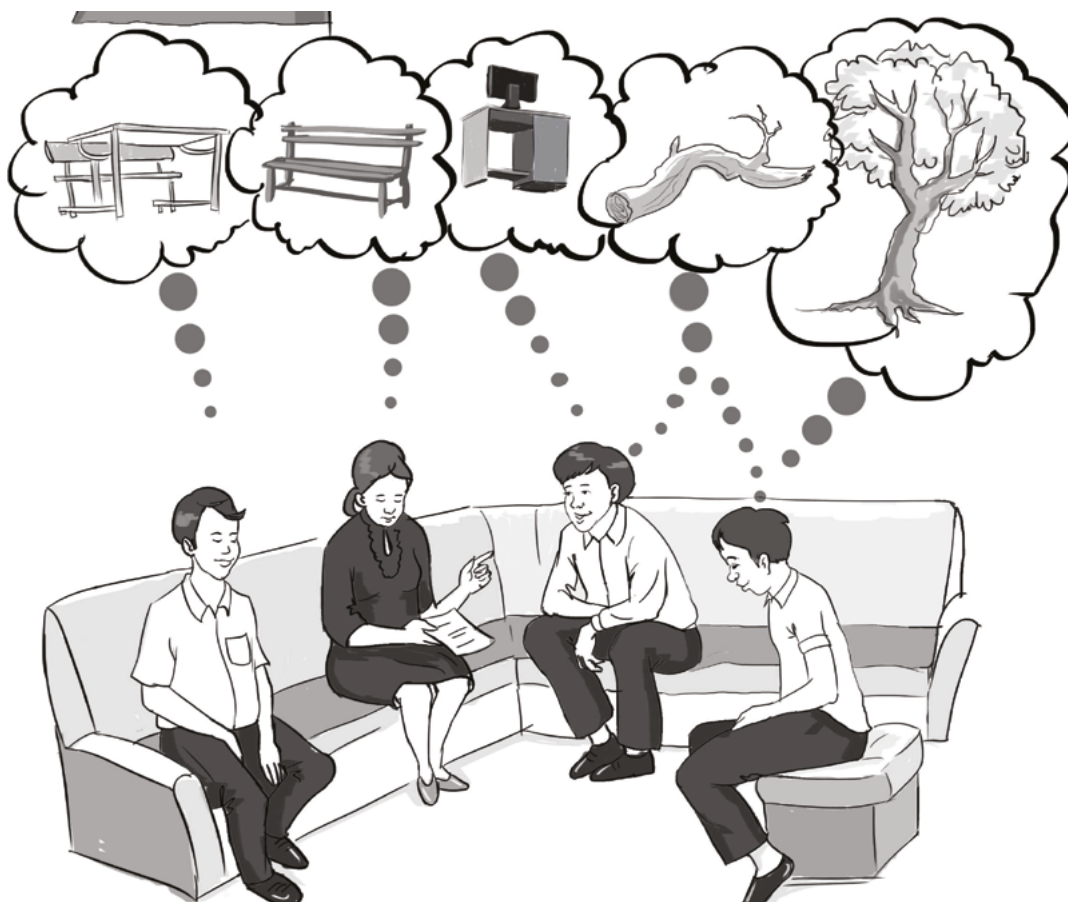
- Na koju potrebu će moj posao odgovoriti?
- Koji ću proizvod / uslugu pružati?
- Kome ću prodavati?
- Kako ću prodavati proizvod / uslugu?
- U kojoj mjeri će moj posao zavisiti od okruženja i uticati na okruženje?

7. Kreativno razmišljanje

Kreativno razmišljanje vam otvara um i način na koji sagledavate razne ideje. Krećete od riječi ili teme, zatim zapisujete sve što vam padne na pamet u vezi s njom. Zapišite što je moguće više stvari koje vam padnu na pamet, ma kako da se činile nepovezane ili čudne. Dobre ideje mogu nastati iz nečega što se prvo činilo čudnim.

Kreativno razmišljanje daje najbolje rezultate kada se radi u grupi. Okupite porodicu i prijatelje i zamolite ih da vam pomognu tako što će zapisati svoje ideje kada čuju riječ ili temu.

Uzećemo Kemu kao primjer. Zamolio je sestru i dva prijatelja da s njim kreativno razmišljaju da bi došli do poslovne ideje. Dugo vremena je radio kao stolar u fabrici namještaja, tako da je krenuo od riječi „drvo“. U početku, ideje za posao povezan sa drvetom dolazile su sporo. Međutim, uskoro su došli do velikog broja mogućnosti.





Probajte da kreativno razmišljate sami.

1. Krenite od riječi koja se odnosi na oblast djelatnosti koja vas interesuje ili nešto što poznajete i zapišite sve ideje koje vam padnu na um. Pišite sve dok više ništa ne budete mogli da smislite.

2. Sad se vratite na početak i pogledajte šta ste zapisali. Da li vam riječi daju ideje za posao?

Čak i ako ne možete naći ideju koja vam se sviđa, sama vježba je korisna i pomoći će vam da se otvorite za nove poglede. Sada izaberite riječ prema vašim vještinama, ranijem radnom iskustvu, školskoj spremi ili interesovanjima i na novi list papira zapišite sve proizvode koji se odnose na tu riječ.

Što više budete ovako razmišljali, postajate sve bolji u iznalaženju realnih poslovnih ideja.

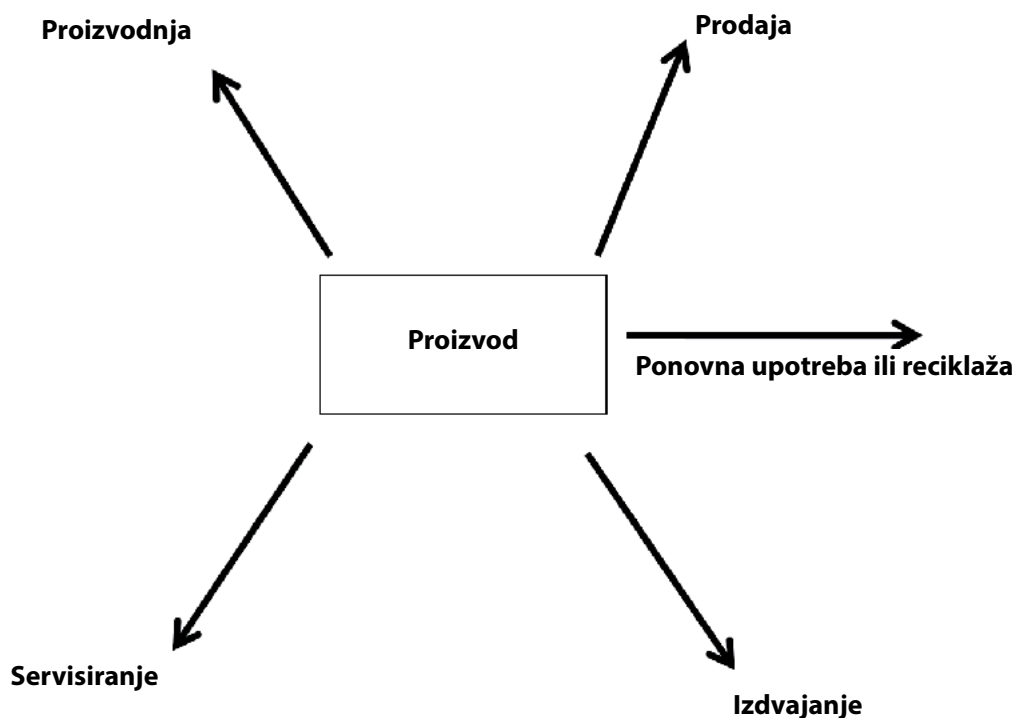
8. Usmjereno kreativno razmišljanje

Usmjereno kreativno razmišljanje je razmišljanje o različitim procesima koji se podrazumijevaju u vođenju određenog posla i ili proizvodima / uslugama koji se mogu ponuditi u vezi sa tim procesima. Ovo nije isto kao razmišljanje o slučajno izabranim predmetima koji se tiču određene oblasti ili vrste djelatnosti.

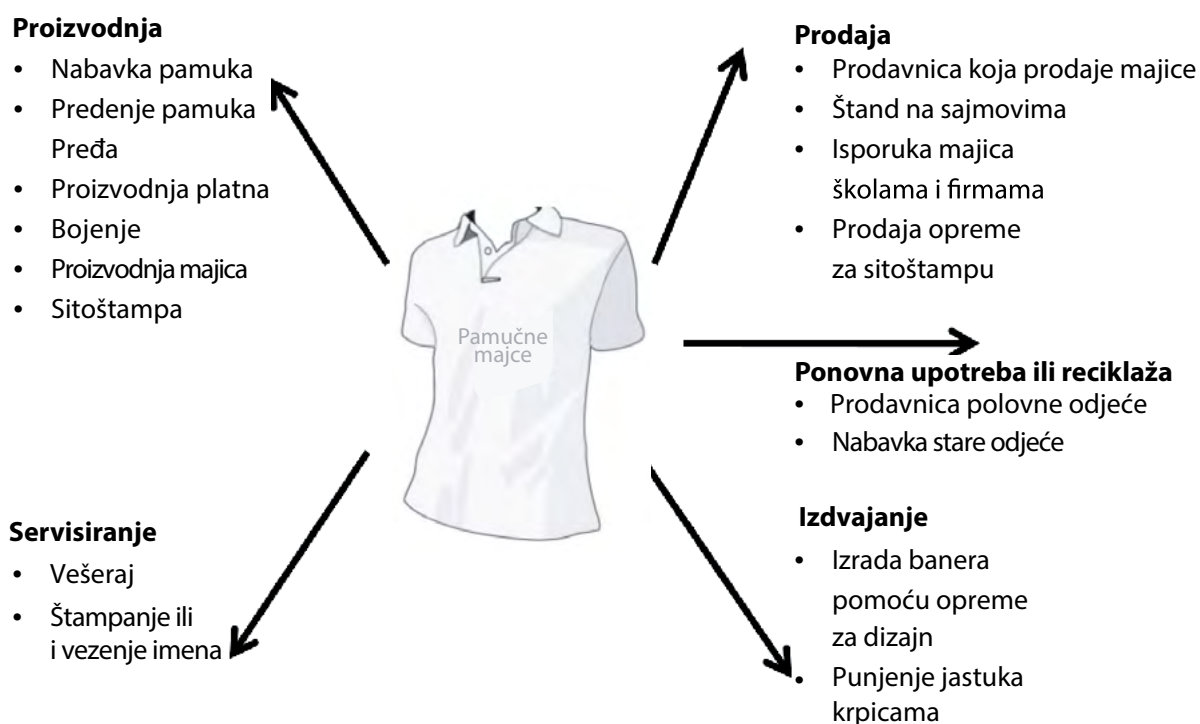
Pokušajte da se sjetite svih poslova koji se tiču određenih aspekata nekog proizvoda:

- ko je uključen u proizvodnju
- ko je uključen u prodaju
- ko je uključen u reciklažu ili ponovnu upotrebu materijala
- ko je indirektno povezan (izdvojeno preduzeće)
- ko je uključen u servisiranje

Ovo se može ilustrovati na sljedeći način:



Razmilite o različitim procesima za svaku stavku. Nastavite dok vam ne ponestane ideja. Da ponovimo: zapišite sve što vam padne na pamet. Kasnije odlučite da li se isplati i da li je dobro. Pogledajmo primjer pamučnih majica:



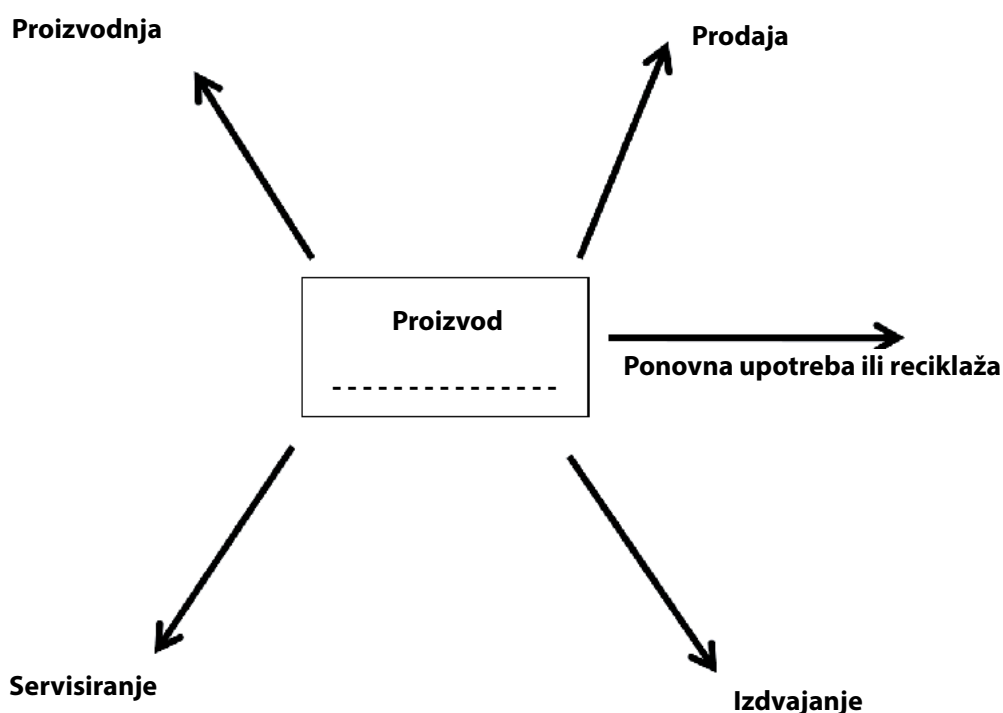


Isprobajte usmjereno kreativno razmišljanje sami.

Izaberite proizvod koji poznajete. To može biti neki proizvod iz vaše struke, iz iskustva ili interesovanja. Može biti ideja koju već imate za posao ili izaberite neki proizvod o kom ste nešto više saznali u razgovoru sa vlasnicima uspješnih firmi u vašem kraju.

Koristite sljedeći dijagram. U centralni dio napišite proizvod ili srodnu oblast djelatnosti.

Zatim, počnite da kreativno razmišljate o svakoj navedenoj stavci: proizvodnja, prodaja, ponovna upotreba ili reciklaža, izdvojena firma i servis.



Ovu vježbu možete ponoviti koliko god puta želite, a svaki put koristite neki drugi proizvod. Svaki put koristite novi list papira.

Ako nemate mnogo poslovnih ideja na svojoj listi ideja, ponovite sve tehnike koje ste do sada koristili - tako ćete više saznati o tržištu i djelatnosti.

Ne zaboravite da uspješan posao uvijek počiva na dobroj poslovnoj ideji. Ako imate listu ideja, imaćete veći izbor i bolju priliku da izaberete dobru poslovnu ideju. Vrijedi odvojiti vrijeme i stvarno se potruditi da nađete ideje koje su dobre i adekvatne.

9. Vaša lista ideja



AKTIVNOST 10

Osvrnite se na sve aktivnosti koje ste uradili u ovom odjeljku kada budete popunjavali sljedeću listu ideja

MOJA LISTA IDEJA	
Ideja	Opis

NAJBOLJE POSLOVNE IDEJE ZA VAS

1. Pregledajte svoju listu ideja



Nakon što je uradila sve što je opisano u Dijelu III, Maja je došla do 17 ideja. Međutim, kada je uzela u obzir sljedećih pet kriterija, suzila je listu na svega šest ideja.

- Na koju je potrebu potrebno odgovoriti?
- Koje proizvode i usluge ćete prodavati?
- Kome ćete prodavati?
- Na koji način?
- U kom će stepenu posao zavisiti od okruženja i u kojoj mjeri će uticati na okruženje?

Ovih šest ideja postale su najbolje ideje koje će sada razmotriti.

MOJA LISTA IDEJA	
Ideja	Opis
Solarne lampe i punjači	Na koju je potrebu potrebno odgovoriti? Potreba za osvjetljenjem tamo gdje je struja nepouzdana, skupa i često nestaje. Koji proizvod / usluga? Solarne lampe i punjači. Jedna nevladina organizacija trenutno uči ljude kako da prave solarne lampe i punjače. Postoji i program finansiranje firmi koje proizvode solarne proizvode. Kome prodavati? Svim domaćinstvima i firmama u mom kraju, pošto struja često nestaje. Kako prodavati? U prodavnicama opreme i materijala za kuću. Kako će posao uticati na životnu sredinu? Lampe koriste solarnu energiju, koja je obnovljivi energent. Punjač traje dugo tako da ima dug vijek trajanja i ne mora se često mijenjati. Punjači koji sadrže toksične materijale odlagaće se tako da ne zagađuju životnu sredinu i ne dospijevaju u vodu za piće.

Uslužna djelatnost: dostava hrane na radno mjesto	Na koju je potrebu potrebno odgovoriti? Ljudi na poslu treba da jedu svježu hranu po razumnoj cijeni koja im se dostavlja za vrijeme pauze. Niko drugi u gradu ne pruža ovu uslugu. Koji proizvod / usluga? Dostava lanč paketa. Znam da kuham i uživam u kuhanju. Za početak nije potrebno mnogo novca. Kome prodavati? Kancelarijskim radnicima u centru grada. Kako prodavati? Putem telefona - ljudi bi zvali ujutru i naručili jedan od četiri lanč paketa koji bi bili na jelovniku svaki dan. Kako će posao uticati na životnu sredinu? Nije jednostavno riješiti se jednokratne ambalaže od stiropora koja loše utiče na životnu sredinu. Papir je bolji, ali to znači da se troši drvo, što doprinosi uništavanju šuma. Radije bih koristio višekratne posude; međutim, malo ih je teže kupiti svaki dan poslije ručka.
Proizvodnja crijepa	Na koju je potrebu potrebno odgovoriti? Dosta ljudi u gradu gradi kuće i treba im crijep. U gradu niko ne proizvodi crijep, tako da ga radnje nabavljaju iz fabrike u drugom mjestu. Koji proizvod / usluga? Crijep. Lokalna glina je dobra za crijep, ima je dosta i jeftina je. Ne znam kako se crijep pravi, ali volim da učim stvari. Oprema bi bila skupa. Kome prodavati? Lokalne radnje nabavljaju crijep od fabrika u drugim mjestima. Međutim, problem je što nisam siguran koliko bi bilo kupaca i da li bih mogao da pravim crijep istog kvaliteta kao i fabrika. Kako prodavati? Preko radnji sa građevinskim materijalom. Kako će posao uticati na životnu sredinu? Crijep od gline nije štetan po životnu sredinu.
Prodavnica polovne odjeće	Na koju je potrebu potrebno odgovoriti? Dosta ljudi želi da nosi lijepu odjeću, ali ne mogu da priušte novu. Koji proizvod / usluga? Prodavnica polovne odjeće. U gradu nema slične prodavnice. Pazila bih da kupujem polovnu odjeću koja je moderna i dosta jeftinija od odjeće u lokalnim radnjama. Nekada sam radila u butiku. Imam dobro oko za modu i znam kako da prepoznam kvalitetnu odjeću. Zaista bih uživala da vodim prodavnicu, srećem ljude i prodajem modernu odjeću. Kome prodavati? Porodicama sa niskim prihodima i studentima sa malo novca. Kako prodavati? Iznajmiću poslovni prostor u centru grada. Moram da vidim koliko bi to koštalo. Kako će posao uticati na životnu sredinu? Ovdje se radi o reciklaži odjeće, tako da je dobro za okolinu. Moj posao zavisi od dobrog izvora polovne odjeće.

Agencija za kućnu njegu	Na koju je potrebu potrebno odgovoriti? Postoji potreba za kućnom negom ili medicinskom negom, pošto je u lokalnim bolnicama gužva i ne pružaju usluge njege smrtno bolesnih pacijenata. U gradu ne postoji ovakva firma. Zajednici je zaista potrebna ova usluga pošto dosta ljudi mora da radi i nema vremena da neguje bolesne rođake. Koji proizvod / usluga? Usluga kućne njege. Često sam negovala bolesne. Takođe, sestra mi je medicinska sestra i mogla bi mi pomoći. Mogla bih da se upišem na kurs medicinske pomoći i radim za nevladinu organizaciju koju finansiraju donatori i pomažem onima koji ne mogu da plate uslugu. Moglo bi se zaposliti dosta žena iz zajednice koje bi pružale ovu uslugu. Zaista uživam u ovom poslu pošto volim da pomažem ljudima. Kome prodavati? Porodicama sa starim i/ili bolesnim članovima. Kako prodavati? Otvorila bih agenciju i reklamirala se u lokalnim novinama, na internetu i preko lokalnih doktora i bolnica. Kako će posao uticati na životnu sredinu? Zajednica bi pozdravila ovu uslugu pošto je to etički rad, pomažemo ljudima u stanju potrebe.
Odvoz smeća	Na koju je potrebu potrebno odgovoriti? Mnogi se žale da ne znaju gdje da ostavljaju smeće i da općinske/opštinske vlasti ne obezbjeđuju redovan i čest odvoz smeća. Isto tako, ne postoji deponija za građane, tako da ljudi ne mogu da odlože smeće. Koji proizvod / usluga? Usluga odvoza smeća. Pored pružanja prijeko potrebne usluge i naplate, dodatni prihod može se ostvariti reciklažom proizvoda od plastike, metala, papira i tekstila. Možda će općinske/opštinske vlasti potpisati ugovor sa mnom. Jedan prijatelj je nekad radio u odjeljenju za komunalne poslove, može mi dati savjet. Kome prodavati? Pružaćemo komunalne usluge tako da bi trebalo da imamo dosta kupaca koji su voljni da plate odvoz smeća. Kada budemo imali deponiju i kupimo kamione za odvoz smeća, imaćemo račune za svaku kuću i firmu u kraju i povezaćemo se sa firmama koje se bave reciklažom otpada da nabavljaju materijal od nas. Kako prodavati? Direktni odvoz. Biće potreban početni kapital za vozila i vozače. Međutim, postoje ručna kolica koja promoviše lokalna NVO za zaštitu životne sredine koja se mogu koristiti za kućni otpad. Mogla bih početi na malo sa ovim kolicima i angažovati nezaposlenu omladinu u zajednici, početi pružati usluge, a onda proširivati poslovanje kako novac bude pristizao i nabaviti kamione za odvoz smeća. Kako će posao uticati na životnu sredinu? Ovom uslugom čistimo životnu sredinu.

Možda već imate svoju listu ideja. Iako je svaka poslovna ideja već opisana, vjerovatno ima još dosta toga što ne znate o poslovima na listi. Sljedeća pitanja pomoći će vam da dođete do više informacija i suzite listu na tri najbolje ideje.

Pokušajte da date odgovore za svaku ideju:

KOJI

- Koju nezadovoljenu potrebu kupaca želite da zadovoljite?
- Koju potrebu kupaca zadovoljavaju vaši proizvodi ili usluge?

KAKAV

- Kakve proizvode i usluge žele vaši kupci?
- Kakav kvalitet žele?
- Kakve informacije imate o proizvodima ili uslugama za ovu djelatnost?
- Kakav je uticaj, pozitivan ili negativan, vašeg posla na zajednicu i životnu sredinu?

KO

- Ko će biti vaši kupci u ovom poslu? Da li će ih biti dovoljno da vam posao bude isplativ?
- Ko vam je konkurencija i koje su im jake i slabe strane?

KAKO

- Kako ćete obezbijediti kvalitet proizvoda i usluga koji vaši kupci žele?
- Kako poznajete kvalitet proizvoda koji vaši kupci žele?
- Kako vođenje ovog posla odgovara vašim karakternim crtama, vještinama i prilikama?
- Kako znate da postoji potreba za tim poslom u vašem kraju?
- Šta mislite, kako ćete se osjećati nakon deset godina u ovom poslu?

OSTALA BITNA PITANJA

- Gdje možete doći do savjeta i informacija o ovom poslu?
- Da li će to biti jedini posao te vrste u vašem kraju?
- Ako postoje slične djelatnosti, kako ćete se uspješno takmičiti s njima?
- Koja je vaša komparativna prednost? (Na primjer: da li biste efikasnije obezbjeđivali proizvode i usluge koje bi eventualno zamijenile one koje već postoje na tržištu? Da li bi vaša firma na kraju imala veću stopu rasta od postojećih firmi kao rezultat te prednosti?)
- Da li mislite da će vam firma biti održiva?

- Da li vam je potrebna oprema, prostor ili kvalifikovani radnici? Da li mislite da ćete uspjeti da nađete sredstva za ove potrebe?
- Gdje ćete naći sredstva za pokretanje posla?
- Da li je u vašem poslovnom modelu moguće uštedjeti novac kroz smanjenje, ponovnu upotrebu ili recikliranje materijala?

Da biste mogli da objektivno odgovorite na ova pitanja, potrebno je da dođete do više informacija ispitivanjem terena.

2. Ispitivanje terena

Razgovorom sa mogućim budućim kupcima ili dobavljačima i pripadnicima poslovne zajednice, možete doći do korisnih informacija o faktorima koji će uticati na vašu poslovnu ideju. Možete neformalno da razgovarate s njima, iznosite zapažanja i dogovorite formalniji obilazak i razgovor. Za obilazak su potrebni vrijeme i trud, ali tokom ispitivanja terena već ćete početi da se ponašate kao uspješan privrednik. Kontakti koje ostvarite tokom ovih posjeta biće korisni kada pokrenete svoj posao.

2.1 Vođenje razgovora

Pogledajte listu svojih interesovanja, iskustava i mreža poznanstava na stranici 7 (Dio I, odjeljak 2.3). Možete li na osnovu svojih ranijih iskustava doći do nekih poslovnih ideja? Razmislite o svakom iskustvu. Krenite od sebe. Kakvo je vaše iskustvo kao kupca na tržnici? Jeste li ikada cijeli dan hodali po radnjama u potrazi za nekim proizvodom da ga na kraju ne biste pronašli? Sjetite se proizvoda i usluga koji su vam nekada bili potrebni, a koje niste mogli da nađete.

2.2 S kim razgovarati?

Treba da razgovarate sa tri važne grupe:

- Potencijalni kupci: Njihovo viđenje je suštinski bitno da biste znali da li im je vaš budući proizvod važan i da li ćete morati da mijenjate svoju ideju da odgovorite na njihove potrebe.
- Konkurencija, dobavljači i subjekti sa finansijskim sredstvima: Njihovo mišljenje ukazaće vam na izazove konkurencije sa kojima biste se suočili, kao i druga pitanja koja su bitna za vaš potencijalni posao.
- Finansijske institucije: Upoznajte se sa uslovima kreditiranja da biste znali da li ćete za pokretanje posla moći dobiti kredit.
- Ključni izvori informacija i mišljenja: Ovo su ljudi koji dosta znaju o vrsti i oblasti djelatnosti kojom želite da se bavite i dobro poznaju vaše potencijalne kupce. Njihovo mišljenje daće vam dosta materijala za razmišljanje, a mogu vam dati bolji uvid u to da li je vaša poslovna ideja izvodljiva.



AKTIVNOST 11

Za svaku poslovnu ideju, planirajte da saznate više informacija kroz ispitivanje terena; popunite sljedeći obrazac:

Poslovna ideja:	
Šta treba saznati?	
S kim razgovarati?	Koja pitanja postaviti?
1.....	
2.....	
3.....	
4.....	

Kada dođete do više informacije za svaku poslovnu ideju, primijetićete da postoje razlozi iz kojih su neke ideje bolje od ostalih. Na primjer: neka ideja može biti dobro primljena kod potencijalnih kupaca, možda ne postoji konkurencija, ali će biti potrebna ogromna kapitalna ulaganja. S druge strane, neka poslovna ideja može biti popularna kod potencijalnih kupaca, zahtijevati manja ulaganja, ali konkurencija može biti velika. Iz tog razloga, druga ideja je možda izvodljivija ako nemate pristup velikim sredstvima.

Zapišite tri ideje koje zadovoljavaju sve kriterije i nose najveći potencijal. Nakon što suzite listu poslovnih ideja na tri najbolje, sljedeći korak je analiza SWOT na osnovu koje birate najbolju od ove tri ideje.

3. Analiza SWOT

Analiza SWOT je metod koji se često koristi da se odredi najbolja poslovna ideja. Pomaže da se usredsredite na eventualne problematične strane i potencijalne prednosti svake ideje ponaosob.

SWOT znači:

S	jake strane (engl. S trengths)
W	slabe strane (engl. W eaknesses)
O	prilike (engl. O pportunities)
T	prijetnje (engl. T hreats)

3.1 U firmi

Da biste analizirali jake i slabe strane svoje poslovne ideje, morate procijeniti da li će poslovi ići dobro i koji su eventualne prepreke i problemi.

Jake strane su specifični pozitivni aspekti koji će vašem potencijalnom poslu donijeti prednost u odnosu na slične poslovne poduhvate i konkurenciju. Možda namjeravate da prodajete kvalitetniji proizvod ili da poslužete na lokaciji koja je bliže kupcima. Uvijek će postojati tražnja za novim proizvodima koji na drugačiji način rješavaju stare probleme ili su efikasniji od drugih. Da li će certifikat za fer trgovinu i organski proizvod pomoći vašem proizvodu ili usluzi? Kupci su spremniji da plate više za proizvod sa ovom oznakom.

Slabe strane su ono u čemu je vaša firma slabija od drugih. Možda će troškovi biti viši zato što je lokacija na kojoj poslužete udaljenija od izvora sirovina potrebnih za proizvodnju ili ćete više plaćati prevoz, ili nećete moći da odgovorite na konkurenciju u pogledu standarda kvaliteta.

3.2 Izvan firme

Da biste analizirali prilike i prijetnje predloženog posla, osvrnite se na okruženje. Koji će aspekti sredine imati pozitivan, a koji negativan uticaj na poslovanje?

Prilike su stalna potencijalna kretanja koja su dobra za poslovanje. Na primjer, tražnja za proizvodom može da poraste zbog većeg priliva turista. Isto tako, možda će novi propisi čiji je cilj promovisanje zelenih poslova i društveno odgovornih preduzeća rezultirati većom tražnjom za vašim proizvodom.

Prijetnje su događaji koji negativno utiču na poslovanje. Na primjer: poslovna ideja može biti tako jednostavna da mnogi drugi mogu da odluče da pokrenu isti posao i tako smanje vaš udio na tržištu. Možda je u toku usvajanje novih propisa koji će uticati na vaše poslovanje, npr. propisi kojima se uvode ograničenja na uvoz određenih proizvoda.

Nakon što ste utvrdili svoje jake i slabe strane, prilike i prijetnje, pokušajte da sparite jake i slabe strane i vidite da li će rezultat biti povoljan za vaš posao. Na primjer: ako ljudi traže uslugu koja odgovara vašem proizvodu (prilike) i ako ste okrenuti ka uslugama i bitni su vam detalji (jake strane), možda ćete imati veliku prednost.

Isto tako, sparite slabe strane i prijetnje i utvrdite da li je moguće poraditi na slabim tačkama i sanirati prijetnje. S druge strane, ukoliko se ispostavi da ste kao rezultat dobili veliku prepreku u smislu potencijala ili dobiti, možda bi bilo dobro da odustanete od te ideje.

Na osnovu prikupljenih informacija nakon ispitivanja terena, Maja se odlučila za tri najbolje ideje:

- agencija za njegu u kući
- ugostiteljska radnja sa dostavom na radno mjesto
- prodavnica polovne odjeće

Tabele na sljedećoj stranici pokazuje Majinu analizu SWOT za jednu od predloženih poslovnih ideja: prodavnica polovne odjeće sa kupcima iz lokalne zajednice.

ANALIZA SWOT	
Poslovna ideja: Prodavnica polovne odjeće	
JAKE STRANE Imam iskustva u radu u buticima. Volim modu. Znam da prepoznam kvalitetnu odjeću. Volim da upoznajem ljude. Znam kako da atraktivno izložim odjeću.	SLABE STRANE Nemam prostor za radnju (moram ga iznajmiti). Nemam mnogo izvora jeftine polovne odjeće. Nemam iskustava u šefovanju ljudima. Nemam iskustva u kontroli zaliha.
PRILIKE U gradu nema drugih radnji sa polovnom odjećom. Nova odjeća je skupa, a nema dobrog izbora. Veliki je broj kupaca među studentima i nižom srednjom klasom. Većina mještana nema dovoljno novca koji može da potroši odjednom. Ljudi obično štede na odjeći kada nemaju dovoljno. Sve prisutniji je trend recikliranja radi zaštite životne sredine.	PRIJETNJE Ljudi odjeću nose duže i ne bacaju je. Posao se može jednostavno prekopirati. Mogu izgubiti svoj udio na tržištu ako neko drugi otvori ovakvu prodavnicu u kraju. Troškovi iznajmljivanja prostora su visoki. Gubitak zbog krađe je glavni problem u našoj zajednici.
Prednosti: - Postoji široka baza kupaca među studentima i nižom srednjom klasom. Ljudi ne žele da troše mnogo na odjeću, ali i dalje vole da nose lijepu i kvalitetnu odjeću. Znam kako da izaberem polovnu odjeću koja zadovoljava ove zahtjeve. - Dobra sam u modi i dekoraciji tako da mogu da uredim radnju da lijepo izgleda sa modernom odjećom. Ljudi će se obradovati što su našli unikatnu odjeću po razumnoj cijeni. - Posao odgovara rastućem trendu recikliranja sa ciljem očuvanja životne sredine. Manjkavosti: - Bez više izvora polovne odjeće, biće teško izabrati najbolju odjeću za moju radnju. Moram naći polovnu odjeću u velikim gradovima i razmisliti o tome da zamolim prijatelje da prikupe polovnu odjeću od svojih prijatelja, rođaka i kolega. - Svi troškovi rastu, tako da neću imati neku dobit ako ne budem pazila. Moram kontrolisati zalihe i cijenu odjeće tako da imam dovoljnu maržu da pokrijem sve veće troškove. Trebalo bi ili da se upišem na kurs iz kontrole zaliha ili da zamolim prijateljicu koja zna kako se to radi da mi pokaže. - Stalno moram unapređivati proizvod i uslugu da bih bila ispred konkurencije.	

Maja je uradila analizu SWOT i za druge dvije poslovne ideje i uporedila je prednosti i manjkavosti sve tri.

Prodavnica polovne odjeće:	Ugostiteljski objekat sa dostavom lanč paketa na radno mjesto	Agencija za njegu u kući
Prednosti: - Postoji dosta kupaca među studentima i nižom srednjom klasom sa rastućim trendom u pogledu kupovine ne tako skupih artikala. Međutim, i oni žele modernu, kvalitetnu odjeću. Znam kako da izaberem polovnu odjeću koja zadovoljava ove zahtjeve. - Poznajem modu i dekoracije tako da mogu da uredim prodavnicu na način da izložena moderna odjeća bude privlačna. Ljudi se obraduju kada nađu kvalitetnu odjeću po razumnoj cijeni. - Posao odgovara rastućem trendu recikliranja sa ciljem očuvanja životne sredine.	Prednosti: - Zaposleni imaju veoma malo vremena da sebi ujutru prije posla pripreme ručak. Isto tako, veoma mali broj radnih mjesta ima dobru kantinu. Tražnja za mojim uslugama biće velika. - Znam da kuham. Pripremaću različit jelovnik za ručak svaki dan. Čak i ako se konkurencija razvije, ne bi trebalo da izgubim kupce. - Ljudi uvijek hoće kvalitetne proizvode po razumnoj cijeni. Moja cijena će biti konkurentna zato što neću morati da iznajmljujem poslovni prostor. Takođe, imam neke rođake koji mogu da me snabdijevaju svježim namirnicama uz popust.	Prednosti: - Tražnja za ovom uslugom značajno je porasla zato što je duži životni vijek i posljedično sve veći broj starih, od kojih mnogima treba stalna medicinska pomoć. - Poznajem dosta domaćica koje bi voljele da nešto zarade. Moja sestra i ja možemo da naučimo ove žene osnovama njege bolesnih i starih. - Ljudi se malo plaše da njegovateljima povjere svoje voljene kada nisu kod kuće ili kada su na poslu. Znam ove žene i njihove rođake, tako da mogu da garantujem za njih.
Manjkavosti: - Bez više izvora polovne odjeće, biće mi teže da izaberem najbolju odjeću za moju radnju. Moram naći više izvora polovne odjeće u velikim gradovima i razmisliti da zamolim prijatelje da prikupe polovnu odjeću od svojih prijatelja, rođaka i kolega. - Svi troškovi rastu tako da možda neće biti neke dobiti ako ne budem pazila. Moram kontrolisati zalihe i cijene odjeće s obzirom na maržu da pokrijem veće troškove. Trebalo bi da upišem kurs iz kontrole zaliha ili da zamolim prijateljicu koja zna kako se to radi da mi pokaže. - Uvijek moram unapređivati svoj proizvod i usluge da bih ostala ispred konkurencije.	Manjkavosti: - Trebaće mi više ljudi, ali nemam iskustva u šefovanju ljudima. Moram naučiti kako se vodi posao i upravlja zaposlenima. - Ljudi će možda „prepisati“ moju poslovnu ideju, naročito oni koji imaju štandove sa brзом hranom u blizini poslovnih zgrada. Možda će im trebati manje vremena da dostave hranu. Isto tako, imaju više iskustva.	Manjkavosti: - Mogu postojati ozbiljni rizici u vezi sa zdravljem klijenata. Moji radnici mogu da rade sa jednostavnijim slučajevima. Moram utvrditi proceduru za hitna stanja i svoje odgovornosti jasno navesti u ugovorima sa klijentima.

Na osnovu ovog poređenja, Maja uviđa da sve tri ideje imaju svoje prednosti, ali da bi najlakše mogla da sanira manjkavosti koje se odnose na prodavnicu polovne odjeće. Isto tako, najviše je zainteresovana za tu ideju s obzirom na njenu ljubav prema modi. Odlučuje da se opredijeli za prodavnicu polovne odjeće.

AKTIVNOST 12



Sada uradite SWOT analizu za sve tri poslovne ideje koje ste izabrali.

Prvo, iskopirajte obrazac za analizu SWOT u tri primjerka, kako je prikazano na sljedećoj stranici, a zatim zapišite tri izabrane poslovne ideje na prvi obrazac.

Pažljivo razmislite o njihovim jakim i slabim stranama. Možda se radi o ličnim karakteristikama, finansijskim pitanjima, pitanjima marketinga, lokaciji radnje ili troškovima promocije i prodaje proizvoda. Sve zapišite.

Razmislite o tome kako će vaše poslovanje uticati na životnu sredinu. Koje prilike i prijetnje postoje u vašoj poslovnoj sredini? Možda su vam ih već istakli „ključni izvori informacija” sa kojima ste razgovarali tokom ispitivanja terena. Zapišite ih.

Odgovorite na sljedeća pitanja:

- Mogu li iskombinovati svoje jake strane i prilike da ostvarim veliku prednost?
- Koje manjkavosti daje kombinacija slabih strana i prijetnji? Mogu li ih prevazići? Kako?

Zatim, zapišite prednosti i manjkavosti i način na koji namjeravate da ih prevaziđete.

Kada završite prvu ideju, na druga dva primjerka obrasca uradite analizu SWOT za preostale dvije ideje.

ANALIZA SWOT	
Poslovna ideja:	
JAKE STRANE	SLABE STRANE
PRILIKE	PRIJETNJE
Prednosti Manjkavosti	

Kada završite tri analize SWOT za tri poslovne ideje, uporedite ih i izaberite onu koja ima više prednosti, a manje manjkavosti i/ili je te manjkavosti lakše prevazići.

VAŠA POSLOVNA IDEJA

Ako ste se opredijelili za pravu ideju, čestitamo!

AKTIVNOST 13



Sada možete da ispunite pregled poslovne ideje ispod:

Moja poslovna ideja:

Vrsta djelatnosti:

☐

Proizvodnja

☐

Usluge

☐

Veleprodaja

☐

Maloprodaja

Oblast djelatnosti:

Moj proizvod ili usluga:

.....

Moji kupci:

.....

Biće zadovoljene sljedeće potrebe kupaca:

.....

.....

Opredijelio sam se za ovu poslovnu ideju zbog (prednosti i manjkavosti):

.....

.....

Šta bi još trebalo da saznam da bih se pripremio za ovaj posao?

.....

.....

Nakon što popunite siže vaše poslovne ideje, možete preći na naredni korak: priprema plana poslovanja. Kurs Međunarodne organizacije rada Kako pokrenuti posao (SYB) može vam pomoći u tome. Kurs Kako unaprijediti poslovanje (IYB) pomoći će vam da postanete efikasniji i povećate dobit nakon pokretanja posla.

Ukoliko ste i dalje neodlučni, ne brinite!

Svrha ovog priručnika je da vam pomogne da se pripremite prije nego što krenete u preduzetništvo. Ako smatrate da u ovom trenutku niste spremni za tako nešto, pokušajte da nađete uzrok oklijevanja:

- Da li sumnjate u svoju sposobnost? Mislite li da niste sposobni da budete preduzetnik?
- Jeste li nesigurni u pogledu tržišta i nezadovoljene potrebe na koju vi možete da odgovorite?
- Da li ste nesigurni u pogledu ideje koju želite da realizujete zato što razmatrate više ideja?
- Niste sigurni da li ste u dovoljnoj mjeri analizirali i uporedili svoje ideje?

U svakom slučaju, sada bolje razumijete šta je potrebno da biste došli do dobre poslovne ideje. Ukoliko još niste spremni, nastavite da radite i uspijećete! Na sljedećem obrascu akcionog plana navedite šta ćete sljedeće raditi.



AKTIVNOST 14

AKCIONI PLAN		
Oblasti na kojima treba raditi	Kako ih unaprijediti?	Kada?

KAKO DOĆI DO POSLOVNE IDEJE

Želite da pokrenete posao, ali ste i dalje u potrazi za ostvarivom poslovnom idejom?

Na osnovu priručnika **Kako doći do poslovne ideje (GYB)** nađite konkretnu poslovnu ideju koja je spremna za realizaciju.

Kurs GYB je dio porodice kurseva u okviru programa Kako pokrenuti posao i unaprijediti poslovanje za novoregistrovana preduzeća i male preduzetnike. Program se naslanja na 25 godina iskustva rada u 100 zemalja, u saradnji sa 2.500 lokalnih institucija, 200 sertifikovanih viših predavača i mrežom sa više od 17.000 predavača. Do sada je imao više od 6 miliona klijenata, a ovaj broj ne prestaje da raste!

Verzija za Bosnu i Hercegovinu izrađena je uz finasijsku podršku Evropske unije u okviru projekta EU4Business.

