



Univerzitet u Tuzli

Ekonomski fakultet

PODUZETNIŠTVO U TURIZMU

Školska 2019/2020 godina



Dr. sci. Bahrija Umihanić, red.prof.

- e-mail: bahrija.umihanic@untz.ba i bahrijau@bih.net.ba
- Kabinet: Ekonomski fakultet – kabinet broj 309
- **KONSULTACIJE**
- Utorak : **10:15 -12:00**



Dr. sci. Selma Smajlović

- e-mail: selma.smajlovic@untz.ba i selmasmajlovic12@gmail.com
- Kabinet: Ekonomski fakultet – kabinet broj 26B
- **KONSULTACIJE**
- Utorak : **10:15 -11:00**

Sadržaj nastavnog programa

- Uvod i teoriju i praksu poduzetništva
- Područja poduzetništva u turizmu



- Proces poduzetništva u turizmu (Uvod u poduzetništvo)
- Razvijanje uspješne poslovne ideje u turizmu (Prepoznavanje prilika i generiranje ideja)



- Razvijanje uspješne poslovne ideje u turizmu (Analiza izvodljivosti; Analiza privredne grane i konkurencije)



- Razvijanje uspješne poslovne ideje u turizmu (Razvijanje efikasnog poslovnog modela; Pisanje poslovnog plana/poduzetničkog projekata)



- Pokretanje poduzetničkog poduhvata u turizmu



- Poduzetništvo u turističkoj destinaciji
- Poduzetništvo i inovacije u turizmu



- Trendovi od interesa za razvoj poduzetništva u turizmu
- Institucionalni okvir za razvoj poduzetništva u turizmu



- Karakteristike turističke ponude poduzetništva u turizmu
- Posjeta turističkoj destinaciji

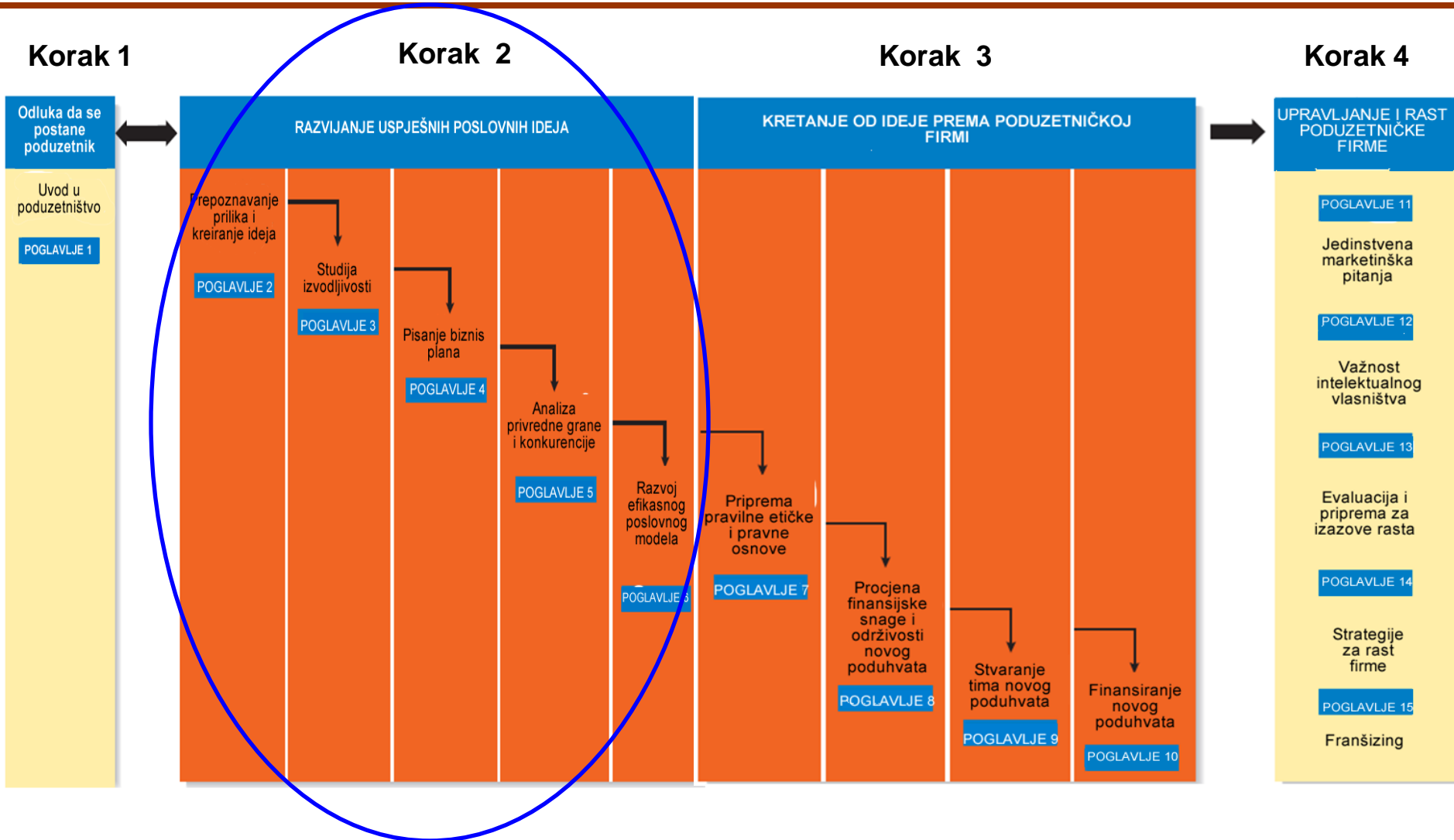


- Posjeta preduzećima koja posluju u području turizma



Koraci poduzetničkog procesa

1 od 2



Razvoj efikasnog poslovnog modela

U pripremi prezentacije korišteni su, uz dopuštenje izdavača, predlošci originalnih prezentacija autora Barringer, R. Duane Ireland.

Klasična poduzetnička priča

AMIE STREET

Prevazilaženje jaza u muzičkoj industriji



JOSHUA BOLTUCH
Suosnivač, Amie Street
BA, Koleđž umjetnosti i nauka, Brown univerzitet, 2006

ELLIOTT BREECE
Suosnivač, Amie Street
BA, Koleđž umjetnosti i nauka, Brown univerzitet, 2006

ELIAS ROMAN
Suosnivač, Amie Street
BA, Koleđž umjetnosti i nauka, Brown univerzitet, 2006

Upoznavanje

© Joshua-om Boltuchom

NAJBOLJI SAVJET KOJI SAM DOBIO

"Prvo se stavi u njihov položaj, a onda sklopi odgovor."

MOJ SAVJET BUDUĆIM PODUZETNICIMA

Nie možete uspjehi sami, pozovite ljude kojima vjerujete i koji su od Vas u nečemu bolji.

MOJE NAJVEĆE IZNENADENJE KAO PODUZETNIKA

Uvijek postoji nešto oko čega se treba brinuti.

ŠTA RADIM U SLOBODNO VRIJEME

Odlazim na koncerte, vidim se sa prijateljima, gledam baseball - veliki sam fan Oakland A timke, odlazim u teretnu, kuglan, čitam i pišem.

PREDNOSTI STUDENTA

Gotovo nimalo odgovornosti i dosta slobodnog vremena (to se nikada kasnije ne dogodi)

ŠTA BIH ŽELIO RADITI ZA 10 GODINA

Putovati širom svijeta

STROOME

Working to Find a Viable Business Model for an Exciting New Web-Based Service for Editing and Remixing Video



Cofounders:

NONNY DE LA PEÑA

Master's in Communications,
University of Southern California, 2009

TOM GRASTY

Master's in Communications,
University of Southern California, 2009

Dialogue with Nonny de la Peña

BEST ADVICE I'VE RECEIVED

Solve a problem

MY ADVICE FOR NEW ENTREPRENEURS

"No" often means "not now"

FIRST ENTREPRENEURIAL EXPERIENCE

Selling my Wacky-Packy card collection to my brother

MY FAVORITE SMARTPHONE APP

Newsy

MY BIGGEST WORRY AS AN ENTREPRENEUR

Timing

MY BIGGEST SURPRISE AS AN ENTREPRENEUR

People want you to succeed

<http://www.amazon.com/gp/feature.html?docId=1000545341&tag=amistr-20>

Web: www.stroome.com

Twitter: Stroome Facebook: Stroome

Šta je poslovni model?

- Model
 - Model je plan ili dijagram koji se koristi kako bi se nešto izradilo ili opisalo.
- Poslovni model
 - Poslovni model firme je plan ili dijagram koji pokazuje kako će se ona takmičiti, koristiti svoje resurse, strukturirati odnose, odnositi prema kupcima i stvarati vrijednost kako bi opstala na osnovu svog profita.
 - Pojam “poslovni model” se koristi kako bi se obuhvatile sve aktivnosti koje definišu način na koji se firma takmiči na tržištu.

Dell-ov poslovni model

1 od 2

- Važno je razumjeti da poslovni model obuhvata područja izvan samih granica firme.
- Gotovo sve firme sklapaju partnerstva sa drugima kako bi poslovni model funkcionisao.
- U slučaju Dell-a, kompaniji je bila potrebna saradnja njenih dobavljača, kupaca i mnogih drugih kako bi njen poslovni model mogao funkcionisati⁶⁻⁷





Dell inc - Michael Dell

Dell inc. (ranije poznat pod imenom Dell Computers) je jedan od najboljih primjera i dobre priče i dobrog biznisa.

Još dok je bio u srednjoj školi, **Michael Dell** je kupio Apple II računar, potpuno ga rastavio i otkrio kako da ga prilagodi svojim potrebama.

Ovaj način prilagođavanja računara svojim potrebama mu se učinio kao zanimljiv pristup pa je reklamirao svoje usluge i počeo dodatno zarađivati prilagođavajući računare potrebama svojih prijatelja.

Kao student na fakultetu, Dell je počeo prodavati računare iz svoje studentske sobe. Shvatio je da je **računarska industrija veoma neefikasna** jer, po načinu na koji su računari prodavani, dok bi stigli do radnji, ono što vrijedi 600\$ bi mušteriju koštalo oko 2000\$. Također je shvatio da je nemoguće kupiti računar sa najnovijom tehnologijom jer je za integriranje najnovije tehnologije u računare koji se prodaju trebalo oko godinu dana.



Dell inc - Michael Dell

Sjećajući se frustriranosti koju je tada osjećao, Dell je kasnije napisao: « **Čitao bi u novinama kako Intel ima neki najnoviji, super-brzi procesor, ali je najbolji koji sam mogao kupiti bio duplo sporiji sve zbog velikih nedostataka u lancu nabavke i materijala**».

Osnova na kojoj je počivao njegov posao bila je savršeno racionalna - umjesto da predviđa potražnju, sastavlja računare i šalje ih prodavcima u nadi da će se prodati. Dell je preuzimao narudžbe, kupovao i ugrađivao dijelove i onda slao proizvod direktno na potrošačev prag. Nisu mu bili potrebni fabrika i oprema da bi ugradio komponente kao ni velika ulaganja u istraživanje i razvoj te što je najvažnije, klijent je dobivao što bi tražio, uključujući dijelove izrađene po najnovijoj tehnologiji.

Praveći proizvod po narudžbi, Dell je eliminirao troškove i rizik u vezi sa gotovim proizvodom. Za razliku od konkurencije, nije se morao brinuti hoće li neko kupiti njegov proizvod jer su njegovi računari bili prodani prije nego su napravljeni. Komentirajući početne godine Dell Computers i ovaj pristup direktne prodaje, Michael Dell je napisao: “ **Pogriješili smo u mnogim stvarima ali je ono što smo radili bilo veoma važno samo po sebi tako da su te greške bile nekako skrivene. i naravno, nismo napravili mnogo istih grešaka već smo shvatali u čemu je problem i kako nastaviti dalje.**”

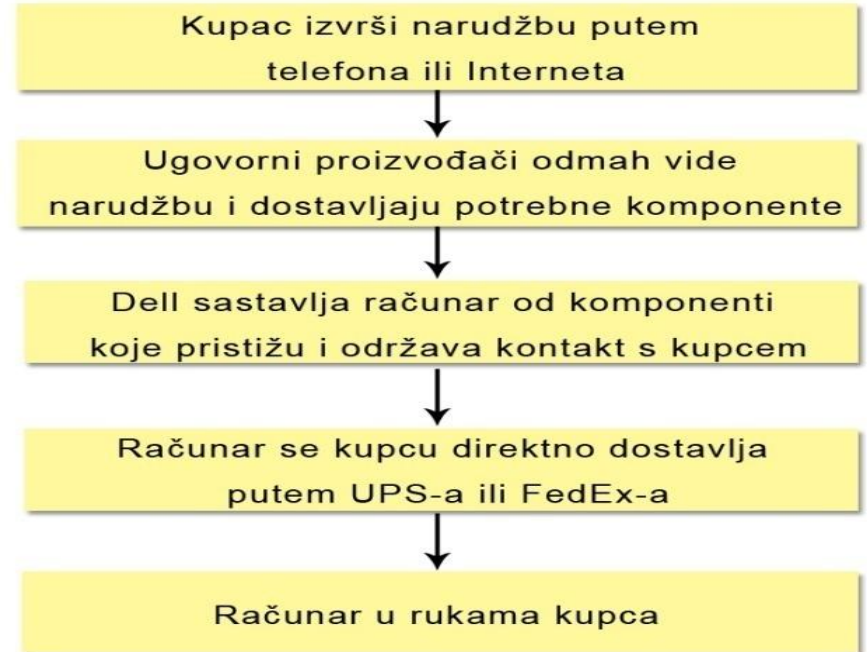
Dell-ov poslovni model

2 od 2

Tradicionalni proizvođači (npr., Hewlett-Packard ili IBM)



Dell



Dell-ov poslovni model

Michael Dell, danas – 31 godinu nakon osnivanja kompanije



#47 Michael Dell

+ Follow (328)

Real Time Net Worth As of 4/12/15

\$18.5 Billion

Chairman and CEO, Dell

Age	50
Source Of Wealth	Dell, Self Made
Self-Made Score	8
Residence	Austin, TX
Citizenship	United States
Marital Status	Married
Children	4
Education	Drop Out, The University of Texas at Austin

Michael Dell on Forbes Lists

#47 Billionaires (2015)

#26 in United States

#48 in 2014

Forbes The World's Billionaires

<http://www.forbes.com/profile/michael-dell/>

Michael Dell says his computer company is thriving since he took it private in October 2013. The business no longer has to disclose its financials, but Dell claims it is growing faster than its rivals Oracle, IBM, Cisco and Hewlett-Packard. **At age 19 he started the business in his Texas dorm room with \$1,000 in 1984. Four years later, it went public with a market capitalization of \$85 million.** By the time Dell took it private again in **2013, the company was worth \$25 billion.** He still holds a 70% stake in the company, but he keeps most of his fortune in his private investment firm MSD Capital, whose wide array of investments includes the the Four Seasons in Maui, PVH Corp. (parent to Tommy Hilfiger and Calvin Klein), and DineEquity (operator of IHOP and Applebee's). **Dell and his wife started the Michael & Susan Dell Foundation in 1999 and have since given away more than \$1 billion, putting most of their money toward promoting education in the United States, South Africa and India**

Značaj poslovnih modela

Veoma je važno imati dobro osmišljen poslovni model iz sljedećih razloga:

- Koristi se kao **tekući nastavak analize izvodljivosti**. Poslovni model kontinuirano postavlja pitanje: “Da li posao ima smisla?”
- **Fokusira pažnju** na to kako se elementi posla međusobno uklapaju da bi stvorili radnu cjelinu
- **Opisuje zašto bi mreža učesnika**, potrebnih da bi poslovna ideja bila održiva, bila voljna raditi zajedno
- **Opisuje temeljnu politiku kompanije** prema svim interesnim stranama, uključujući zaposlenike firme

Raznolikost poslovnih modela

Raznolikosti u poslovnim modelima

- Ne postoji standardni oblik poslovnog modela za određenu privrednu granu ili pak za ciljno tržište unutar privredne grane.
- Međutim, tokom vremena, uspješni poslovni modeli počinju dominirati privrednom granom.
- Uvijek postoje prilike za inovaciju poslovnog modela.

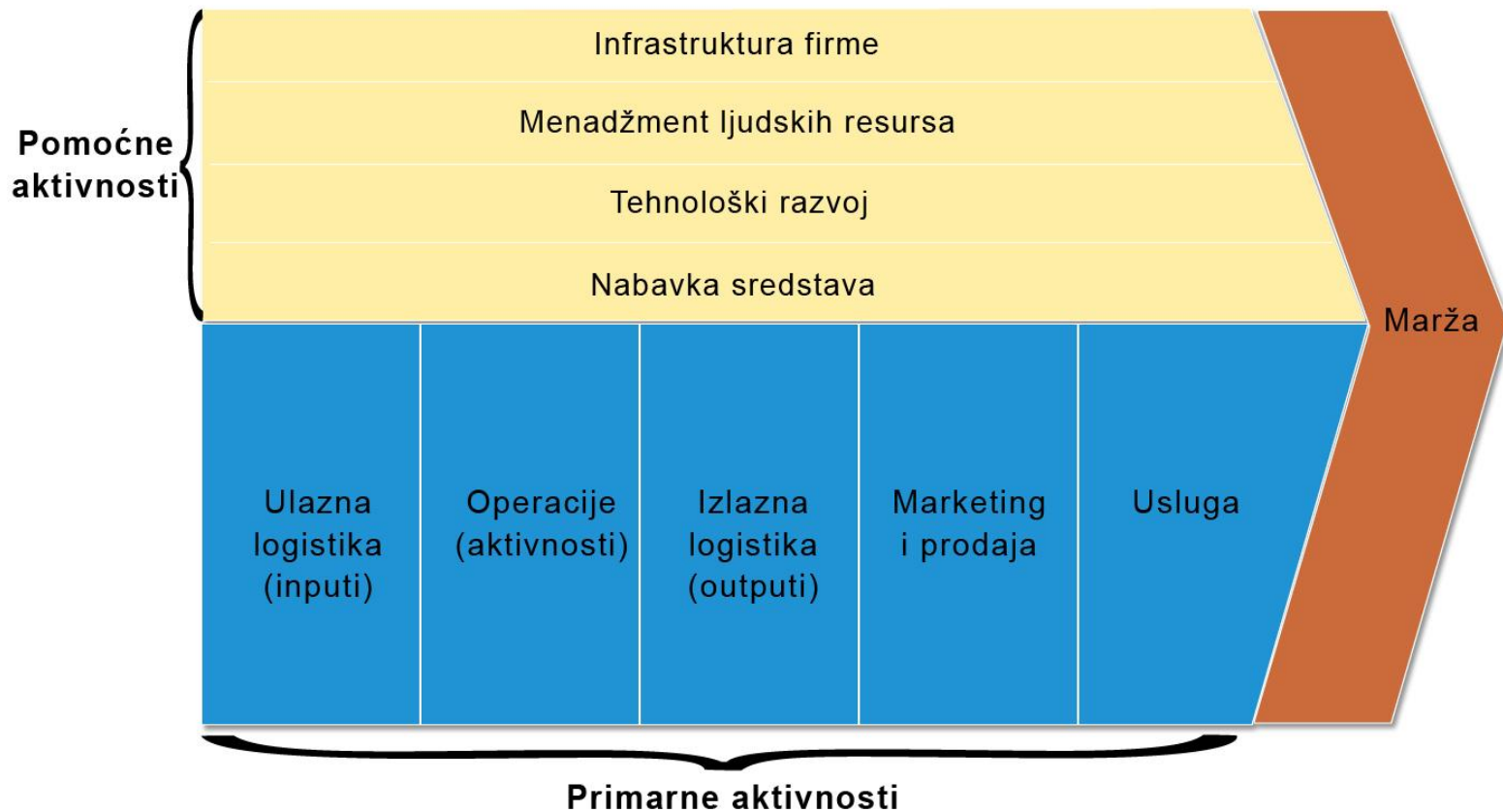
Način na koji on-line kompanija zarađuje novac uveliko definiše njen poslovni model

Metoda zarađivanja novca	Opis
Udruženi programi	Udruženi program je način da se online trgovci, kao 1-800-FLOWERS, još više eksponiraju nudeći proviziju Web site-ovima i blogovima koji su voljni reklamirati njihove proizvode ili usluge. Trgovac im <i>isplaćuje</i> malu proviziju svaki put kada neko klikne na reklamu ili kupi neki proizvod.
Pay-per-click programi	Web site ili blog dozvoli da se oglašivačev link postavi na njegov site a zatim mu <i>se plati</i> mala provizija svaki put kada neko klikne na reklamu. Primjeri su Google AdSense i Yahoo? Search Marketing. Vidjeli ste mnoge reklame Google AdSense-a. Lako ih je uočiti jer se ispod nalazi znak koji kaže Ads by Google“ (Google reklame).
Direktne reklame	Ovdje spadaju baneri (i sve reklame koje se pojavljuju sa strane na Web stranici), ili reklame sa slikama smještenim u sadržaj Web site-a. Web site-ovima, blogovima i drugim online kompanijama se <i>plaća</i> da ovakve reklame postavе na svoje Web site-ove.
Elektronska trgovina Online njihove	Direktna online prodaja proizvoda (na primjer, Amazon.com, Dell.com). kompanijama direktno <i>plaćaju</i> pojedinci i kompanije koje kupe proizvode.
Pretplatničke usluge vrijednost za ljude iz jednom godišnje ili za pristup	Ove online kompanije pružaju usluge koje imaju dovoljnu njihovog ciljnog tržišta, a za koju su spremni <i>plaćati</i> mjesečno. Na primjer, eHarmony naplaćuje godišnju članarinu svojim uslugama pronalaska životnog partnera.

Kako nastaju poslovni modeli

2 od 3

Lanac vrijednosti



Kako nastaju poslovni modeli

3 od 3

- Lanac vrijednosti (nastavak)
 - Poduzetnici posmatraju lanac vrijednosti proizvoda ili usluge da bi ustanovili gdje bi lanac vrijednosti mogao postati još efikasniji ili da bi uočili gdje se može ostvariti značajna dodatna „vrijednost“.
- Ova vrsta analize se može fokusirati na:
 - jednu primarnu aktivnosti u lancu vrijednosti kao što su marketing i prodaja
 - vezu između dvije faze lanca vrijednosti, kao što je veza između operacija, što su aktivnosti potrebne da bi se proizveo proizvod, i izlazne logistike
 - jednu od pomoćnih aktivnosti, kao što je menadžment ljudskih resursa.

Firme koje su osnovane kako bi poboljšale lanac vrijednosti postojećeg proizvoda ili usluge

Naziv nove firme	Dio lanca vrijednosti	Razlog za pokretanje novog preduzeća
Primarne aktivnosti		
Maersk, Viking Logistics	Ulazna logistika	Da bi omogućilo valjano upravljanje materijalom, skladištenje i kontrolu zaliha
Celestica, Flexotronics	Operacije	Da bi omogućilo valjane usluge ugovorne proizvodnje (CM) za kompanije kao što su IBM, Microsoft i Ericsson
FedEx, UPS	Izlazna logistika	Da bi omogućilo nove načine skladištenja i
Naziv nove firme	Dio lanca vrijednosti	Razlog za pokretanje novog preduzeća
Primarne aktivnosti		
Maersk, Viking Logistics	Ulazna logistika	Da bi omogućilo valjano upravljanje materijalom, skladištenje i kontrolu zaliha
Celestica, Flexotronics	Operacije	Da bi omogućilo valjane usluge ugovorne proizvodnje (CM) za kompanije kao što su IBM, Microsoft i Ericsson
FedEx, UPS	Izlazna logistika	Da bi omogućilo nove načine skladištenja i

Komponente poslovnog modela

Četiri komponente poslovnog modela

Temeljna strategija

- Misija preduzeća
- Domet proizvoda/tržišta
- Osnove za diferencijaciju

Strateški resursi

- Ključne kompetencije
- Strateške prednosti

Mreža partnerstva

- Dobavljači
- Partneri
- Drugi ključni odnosi

Odnos prema kupcima

- Ciljni kupci
- Ispunjenje i podrška
- Struktura određivanja

Pisanje poslovnog plana/poduzetničkog projekta

U pripremi prezentacije korišteni su, uz dopuštenje izdavača , predlošci originalnih prezentacija autora Barringer, R. Duane Ireland.

Klasična poduzetnička priča

GROUP TABLE

Iskoristiti pobjednički poslovni plan



DAVID BRIM

Ko-osnivač grupnog stola
Poslovni koledž, Univerzitet centralne Floride, 2008

SCOTT WALL
Ko-osnivač grupnog stola
Poslovni koledž, Univerzitet centralne Floride, 2007

CARL HENDERSON
Ko-osnivač grupnog stola
Poslovni koledž, Univerzitet centralne Floride,
očekivano 2009

Upoznavanje

sa Davidom Brimom

TREKUTNO NA MOM IPOD-U

Bilo šta od klasične muzike, do Jay Z i Johna Mayera

MOJA NAJVEĆA BRIGA KAO PODUZETNIKA

Da neću imati dovoljno finansijskih izvora da moj poduzetnički poduhvat dosegne svoj puni potencijal

MOJ SAVJET BUDUĆIM PODUZETNICIMA

Zauzmite odbrambeni pristup i nemojte se obeshrabrivati

MOJE NAJVEĆE IZNEHAĐENJE KAO PODUZETNIKA

Sva se vrata otvaraju kad jednom pokrenete stvari

PREDNOSTI STUDENTA

Učenje i to da ste u mogućnosti iskoristiti izvore koji su vam pristupačni

ŠTA RADIM U SLOBODNO VRIJEME

Pecam, čitam, učim i provodim vrijeme sa svojim prijateljima

LINCOLN&LEXI

Proceeding on the Strength of a Winning Business Plan



Getting Personal with LINCOLN&LEXI

Founder:

MEG FISHER
Orlando University, 2009

Dialogue with Meg Fisher

MY FAVORITE SMARTPHONE APP
Facebook

MY BIGGEST WORRY AS AN ENTREPRENEUR
Not being able to keep up with demand

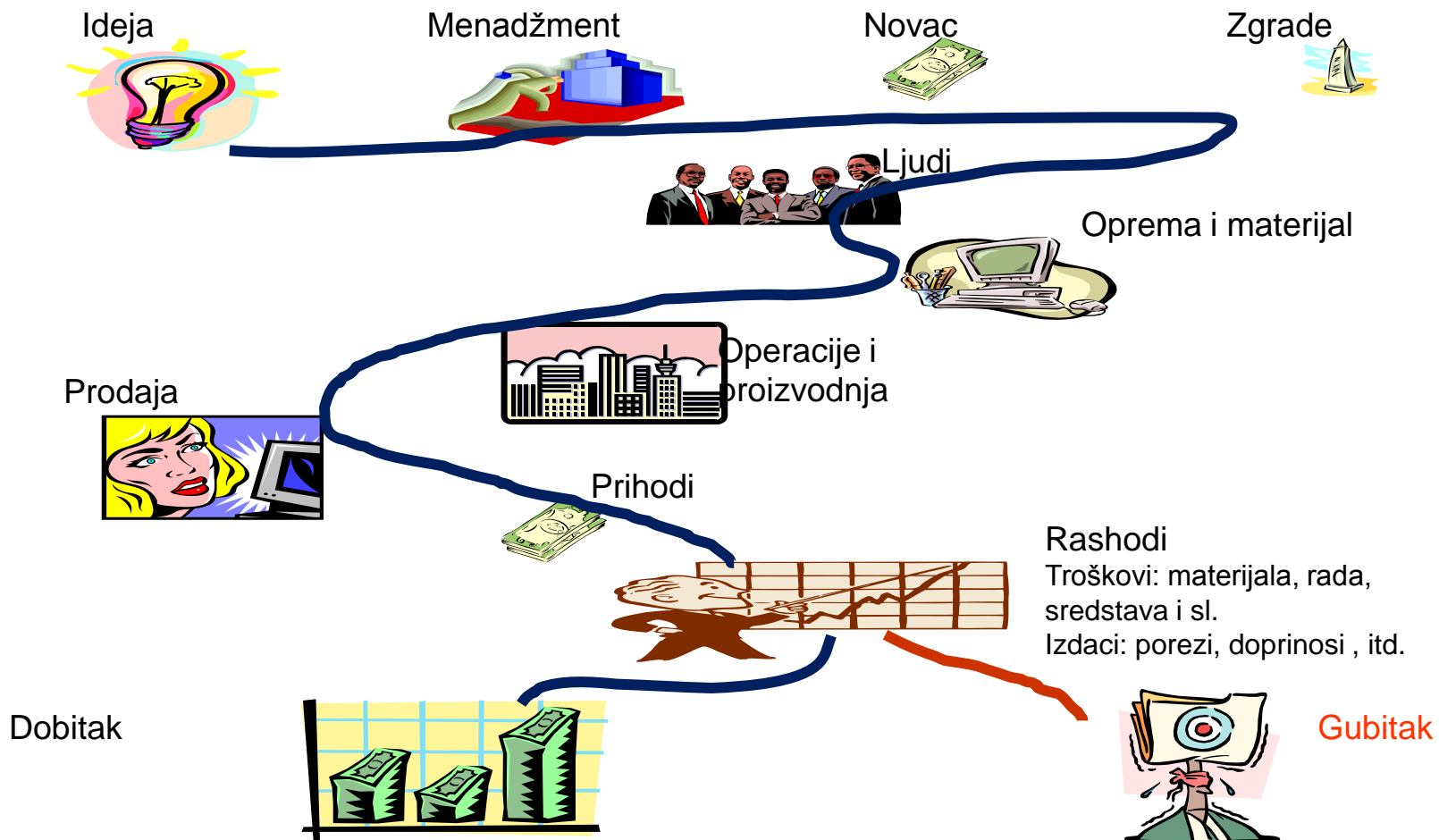
MY ADVICE FOR NEW ENTREPRENEURS
Believe 150 percent in what you are doing, follow your dream, and make it happen.

MY BIGGEST SURPRISE AS AN ENTREPRENEUR
Everyone wants to help and see you succeed.

BEST PART OF BEING A STUDENT
Having such a large network of experienced professionals who want to see you succeed

WHAT I DO WHEN I'M NOT WORKING
Work out and spend time with family and friends

Put od ideje do biznisa



Kako prevesti engleski izraz *Business Plan*?

- Izrazi kao što su plan posla ili plan novog posla odnosno plan biznisa bi mogli biti mogući prevodi engleskog izraza *Business Plan*, ali oni ne bi izdržali ozbiljniju jezičku i što je još važnije stručnu kritiku.
- Naime, ekonomska teorija pravi distinkciju između pojmova: Plan poslovanja, Investicioni program, Poduzetnički projekt.

Definicija poduzetničkog projekta

- Poduzetnički projekt, korak po korak pisana analiza kako da poduzetnik ideju pretvori u realnost i svoju prednost, nije ništa drugo nego dobro strukturirani projekt koji mora da odgovori na pitanja tipa: što, kako, kome, koliko, kada i gdje proizvoditi, prodavati ili usluživati, te koliko profita ostvariti u početnim i kasnijim godinama eksploatacije projekta.

Neka od važnih obilježja biznis plana?

- Biznis plan je važan dokument koji pomaže uspjehu u poslu
- Njegova izrada zahtijeva vrijeme i sredstva, ali ih i štedi
- Pomaže poduzetniku pri detaljnoj analizi njegovih ideja
- Usmjerava provođenje aktivnosti naročito važne za početak samostalnog poslovanja
- Utvrđuje mjerljive učinke koji su osnovica za potvrdu opravdanosti ulaganja, te uloženi napora poduzetnika
- Dokumentuje pregovaračku sposobnost poduhvata, tj. privlači potencijalne partnere i omogućuje bržu realizaciju kreditnih zahtjeva
- Važan je ne samo zbog prezentacije partnerima i finansijerima već i zbog provjere opravdanosti poduhvata sa stanovišta poduzetnika

Dvostruka upotreba dokumenta

- Prvi, biznis plan je **interni dokument** koji pomaže realizaciju biznis ideje. To bi trebalo uvjeriti čitaoca da je ta biznis ideja uvjerljiva i da ta “avantura” počne eksplatisati tu ideju u bliskoj budućnosti. Kada je pripremljen pažljivo, biznis plan ima ulogu kao važna auto karta za inicijalni menadžment tim i za zaposlenike u toj firmi.
- Drugi, biznis plan je **eksterni dokument**. On predstavlja instrument za mlade firme da prezentiraju potencijalnim investitorima, dobavljačima, poslovnim partnerima kako će funkcionirati njihov biznis na način da se ostvare planirani ciljevi poslovanja.

Razlozi za pisanje biznis plana

- Ove tri mlade poduzetnice planiraju otvoriti modni butik za žene.
- One imaju dovršenu analizu izvodljivosti i rade na svom poslovnom planu.
- Tkanine koje planiraju držati u svojoj radnji su razmotane preko stola na kojem rade.



Smjernice za pisanje biznis plana

<http://www.businessplanpro.com/>

The screenshot shows a web browser window displaying the Business Plan Pro website. The browser's address bar shows the URL www.businessplanpro.com. The website header includes the Business Plan Pro logo, a 'Leave a Message Chat Offline' button, and the Palo Alto Software logo with contact information: (800) 229-7526 and a 'nam e-mail' link. Navigation tabs for 'Kupi Standard', 'Kupi Premier', and 'Saznajte više' are visible. The main content area features a large advertisement for the 'Business Plan Pro 15th Anniversary Edition'. It includes an image of the software box, a description in Croatian: 'Napravite poslovni plan danas najpopularniji poslovni plan softvera, koj prodavati se bolje svi drugi zajedno', and two 'Add to Cart' buttons for the Standard (\$99.95) and Premier (\$199.95) editions. A 'View Feature Tour!' button is also present. Below the main ad, a quote from THE WALL STREET JOURNAL reads: 'Takes the guesswork out of writing a business plan'. A secondary navigation bar offers links like 'Home', '#1 Recommended', 'Expert Guidance', '500+ Sample Plans', 'Easy Financials', 'Publishing', and 'Compare Editions'. A large banner below this bar features a photo of a man at a laptop and the text: 'The fastest, easiest way to write your plan'. Below this banner are two sections: 'Top 10 Prednosti' and 'Easy Financije'. The Windows taskbar at the bottom shows the Start button, Google search, a folder named 'ŠKOLSKA 2010-2011', a Microsoft PowerPoint window, and the Business Plan Pro application window. The system clock shows 11:22.

Poslovni plan Pro - Poslovni...
www.businessplanpro.com
Ova je stranica prevedena s jezika engleski na hrvatski Prikaži original
BusinessPlanPro.com Leave a Message Chat Offline
Palo Alto Software (800) 229-7526 nam e-mail
Kupi Standard Kupi Premier Saznajte više
Business Plan Pro 15th Anniversary Edition
New for 2010!
Napravite poslovni plan danas najpopularniji poslovni plan softvera, koj prodavati se bolje svi drugi zajedno
Standard \$99.95 Premier \$199.95
Try Risk Free! 60-Day Guarantee
Add to Cart Add to Cart
View Feature Tour!
"Takes the guesswork out of writing a business plan" THE WALL STREET JOURNAL Read the reviews »
Home #1 Recommended Expert Guidance 500+ Sample Plans Easy Financials Publishing Compare Editions
The fastest, easiest way to write your plan
Spremanje malo sreće u konzalting naknada po pisanja vlastitog poslovnog plana. Sa našim lako poslovni plan softvera, možete pretvoriti vaš san u stvarnost. Poslovni plan Pro nudi 500 + planovi uzorka, lako financije, i više.
Play Movie
Top 10 Prednosti Easy Financije
Start Google ŠKOLSKA 2010-2011 Microsoft PowerPoint - [...] Poslovni plan Pro - Po... 11:22

Smjernice za pisanje biznis plana

3 od 5

Tabela 4.1 CRVENE ASTAVE U POSLOVNOM PLANU

Crvena zastava	Objašnjenje
Osnivači bez rizika po vlastiti novac	Ako osnivači ne žele rizikovati vlastiti novac zašto bi iko drugi?
Loše naveden plan	Plan bi trebao biti izgrađen na čvrstim dokazima i zvučnoj istrazi, ne na pretpostavkama ili onom što poduzetnik misli da će biti. Izvori za sve primarne i sekundarne istrage bi trebali biti navedeni.
Preopširno definisanje veličine tržišta	Preopširno definisanje tržišta za novi poduhvat pokazuje da pravo tržište nije dobro definisano. Na primjer, reći da će novi poduhvat donijeti 550 biliona dolara godišnje farmaceutskoj firmi, nije od koristi. Tržišna prilika mora biti bolje definisana. Očigledno novi poduhvat će ciljati segment ili određeno tržište unutar industrije.
Pretjerano agresivni finansiari	Mnogi investitori direktno preskaču do ovog dijela plana. Projekcije koje su slabo obrazložene ili nerealistično optimistične gube kredibilitet.
Alkavost u bilo kojoj oblasti	Nikad nije dobra ideja da čitalac luta kroz štivo, balansne izještaje koji se ne podudaraju ili kad postoji alkavost. Ove vrste greški se definišu kao pokušaj da se detaljiše i povrijedi kredibilitet poduzetnika.

Smjernice za pisanje biznis plana

4 od 5

Vrste biznis planova

SAŽETAK BIZNIS PLANA

10-15 stranica

Najviše odgovara potrebama novih poduzetničkih poduhvata u ranoj fazi razvoja koji žele ispitati da li su investitori zainteresirani za njihovu ideju

POTPUNI BIZNIS PLAN

25-35 stranica

Najviše odgovara potrebama novih poduzetničkih poduhvata koji se nalaze u fazi kada im je potrebno finansiranje; služi kao program operativnih aktivnosti preduzeća.

OPERATIVNI BIZNIS PLAN

40 - 100 stranica

Prvenstveno je namijenjen internim korisnicima; najbolje ga je koristiti kao instrument za izradu programa operativnih aktivnosti preduzeća koji će služiti kao vodič operativnim menadžerima

Smjernice za pisanje biznis plana

5 od 5

- Prepoznavanje elemenata moguće promjene plana
 - Važno je imati u vidu da postoji mogućnost da se plan promijeni tokom pisanja.
 - Novi uvidi se ubrzano stvaraju kada se poduzetnik ili tim poduzetnika skoncentrišu na pisanje plana i kada počnu dobivati povratne informacije od drugih.

Različite forme strukture biznis plana

1. Naslovnica projekta
2. Kazalo projekta
3. Sažetak projekta
4. Opis poduzetničke ideje
5. Tržišni podaci projekta
6. Tehničko-tehnološki opis projekta
7. Menadžment u projektu
8. Finansijski podaci projekta
9. Ocjena učinkovitosti projekta
10. Dodaci projektu
11. Pismo primatelju

- [Kuvačić Nikola: **Poduzetnički projekat** –Kako sačiniti “Biznis plan”, Veleučilište Split, 2001.- obim knjige 599 stranica]

1. Uvod-koncept programa
2. Osnovni podaci o investitoru
3. Tržište plasmana
4. Tržište nabavke
5. Lokacija
6. Tehničko-tehnološka analiza
7. Organizacija
8. Ekologija
9. Dinamika implementacije projekta
10. Ekonomsko finansijska analiza
11. Analiza osjetljivosti

[UNIDO metodologija-**Metodologija Svjetske banke** u knizi Brnjas Zoran: **Kako pripremiti biznis plan**, privredni pregled Beograd 2002.]

1. Uvodni deo
2. Operativni plan
3. Marketing plan
4. Finansijski plan
5. Dodaci

[Paunović Blagoje, Dimitraki Zipovski: **Poslovni plan** – vodič za izradu, Ekonomski fakultet Beograd, 2005.]

Forma strukture biznis plana

- Business Start-Up Centre Tuzla

- Business Start-Up Centre Zenica

- Business Plan Pro (Business Plan Software 500 +)

Koncept biznis plana

- Koncept biznis plana
 - Prijedlog kako bi trebao izgledati nacrt jednog biznis plana prezentiran je na narednih nekoliko slajdova
 - Većina biznis planova ne sadrži sve elemente sadržane u konceptu plana: mi ih ovdje prezentiramo u svrhu cjelovitosti
 - Svaki poduzetnik mora odlučiti koje elemente treba sadržavati njegov biznis plan.

Koncept biznis plana

Naslovna stranica

Sadržaj

I. Izvršni sažetak

II. Opis kompanije

Historija kompanije

Izjava o misiji

Proizvodi i usluge

Trenutni status

Zakonski status i vlasništvo

Ključno partnerstvo(ako postoji)

III. Analiza privredne grane

Veličina privredne grane, stopa rasta, i predviđanje prodaje

Struktura privredne grane

Priroda učesnika

Ključni faktori uspjeha

Trendovi u privrednoj grani

Dugoročni izgledi

IV. Analiza tržišta

Segmentiranje i odabir ciljanog tržišta

Ponašanje kupca

Analiza konkurencije

V. Marketinški plan

Ukupna marketinška strategija

Proizvod, cijena, promocije i distribucija

VI. Menadžmentski tim i struktura firme

Menadžmentski tim

Odbor direktora

Odbor savjetnika

Struktura kompanije

VII. Plan aktivnosti

Opšti pristup aktivnostima

Lokacija preduzeća

Objekti i oprema

VIII. Dizajn proizvoda (ili usluge) i razvojni plan

Razvojni status i zadaci

Izazovi i rizici

Intelektualno vlasništvo

VIII. Finansijska predviđanja

Izveštaj o izvorima i upotrebi kapitala

Probni bilans

Pro forma bilans uspjeha

Pro forma bilans stanja

Pro forma izvještaj o neto gotovinskom toku

Analiza pokazatelja

Dodatci

Prezentiranje biznis plana investitorima

2 od 3

Tema	Objašnjenje
1. Naslov prikaza	Uključuje prezentaciju sa imenom vaše firme, imenima osnivača, i Logom kompanije ako je dostupan.
2. Problem	Kratko opišite problem kojeg treba riješiti ili potrebu koju treba ispuniti.
3. Rješenje	Objasnite kako tvoja firma rješava problem ili kako će zadovoljiti potrebe koje treba ispuniti.
4. Prilika i ciljno tržište	Iskažite jasno vaše specifično ciljano tržište. Pričajte o poslu i okolišnim trendovima koje pružate kako bi se vaše ciljano tržište razvilo.
5. Tehnologija	Ovaj prikaz nije obavezan ali je obično uključen. Govorite o vašoj tehnologiji ili o neobičnim aspektima vašeg proizvoda ili usluge. Ne govorite na pretjerano tehnički način. Učinite vaša opisivanja laganim za razumjeti.
6. Konkurencija	Objasnite posebno konkurentne prednosti firme na tržištu i kako će se takmičiti sa afirmisanim konkurentima.
7. Marketing i prodaja	Opišite u cijelini vašu marketinšku strategiju. Govorite o vašem procesu prodaje. Ako imate pripremljenu anketu o kupovnim namjerama ili neko drugo primarno istraživanje o tome šta ljudi misle o vašem proizvodu, objavite te rezultate ovdje.
8. Menadžmentski tim	Opišite vaš postojeći menadžmentski tim. Objasnite kako se tim oformio i kako je njihova pozadina i stručnost ključna za uspjeh vaše firme. Ako imate odbor savjetnika ili odbor direktora, kratko spomenite ključne pojedince koji su uključeni. Ako imate prazninu u vašem timu, objasnite kako i kada će biti popunjene.
9. Finansijska predviđanja	Kratko razmotrite finansijske detalje. Naglasite kada će firma postići profitabilnost, koliko će kapitala biti potrebno i kada će priliv novca to pokriti. Upotrijebite dodatne prikaze ako trebate pravilno prikazati vašu informaciju, ali nemojte pretjerati.
10. Trenutni status	Opišite postojeći status vaše firme u kontekstu važnih događaja koje ste do sada imali. Ne umanjujte vrijednosti vašeg ostvarenja.
11. Traženje finansija	Tačno odredite koliko sredstava tražite i kako ćete iskoristiti novac.
12. Sažetak	Privedite prezentaciju kraju. Rezimirajte najjače tačke vašeg poduhvata i tima. Nastoj dobiti povratne informacije od publike.

Prezentiranje biznis plana investitorima

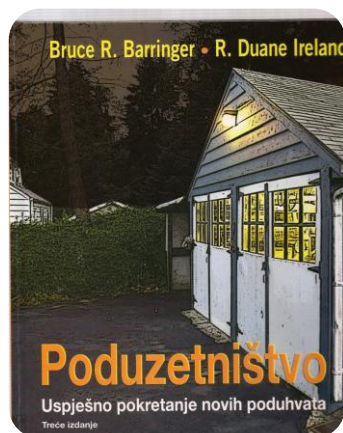
3 od 3



- Takođe je važno da izgledate odlučno prilikom prezentacije Vašeg poslovnog plana.
- Ovaj tim još jednom pregleda slajdove PowerPoint prezentacije prije finalne prezentacije investitorima.

VAŽNA NAPOMENA

- Za više informacija obavezno konsultovati knjigu koja je nastavnim planom određena kao osnovna literatura.
- Knjigu možete naći u biblioteci Ekonomskog fakulteta.



PODUZETNIŠTVO - uspješno pokretanje novih poduhvata

Bruce R. Barringer i R. Duane Ireland
Off-Set Tuzla, Tuzla, 2010.

- Koristan izvor informacija mogu biti prezentacije korištene za studente smjera Ekonomija sa kojima detaljnije obrađujemo lekcije iz knjige.
- Prezentacije se nalaze na linku:

<http://ef.untz.ba/naucneoblasti/poduzetnistvo/>

HVALA NA PAŽNJI

Dr.sc.Bahrija Umihanić, red.prof.

- e-mail: bahrija.umihanic@untz.ba i bahrijau@bih.net.ba
- Kabinet: Ekonomski fakultet – kabinet broj 309

- **KONSULTACIJE ZA STUDENTE MENADŽMENTA U TURIZMU**
- U terminima za redovne studente
- U terminima predavanja, sat prije ili sat poslije uz prethodnu najavu studenta

