

OSNOVNI ELEMENTI BIZNIS PLANA

(instrukcije za izradu biznis plana)

1. Rezime

- 1.1. Osnovna ideja (tržišne mogućnosti, očekivani efekti)
- 1.2. Potrebna sredstva
- 1.3. Ključni faktori za uspeh (prednosti koje ima nosilac projekta)
- 1.4. Finansijski indikatori (vrednost, rok, prinos i dr. pokazatelji)
- 1.5. Obezbedjenje kredita

2. Menadžment, vlasnička struktura klijenta i zaposleni

- a) Opšti podaci o menadžmentu (lični podaci, obrazovanje i poslovna biografija)
- b) Struktura vlasništva
- c) Struktura zaposlenih
- d) Povezana pravna lica
- e) Učešće na tržištu i poslovni profil cele grupacije
- f) Međuzavisnost povezanih pravnih lica (kroz analitiku bilansa koja se odnosi na njihovo međusobno poslovanje)

3. Istraživanje tržišta

3.1. Tržište:

- a) ciljno tržište
- b) veličina, rast i diversifikovanost tržišta
- c) životni ciklus tržišta (kad je nastalo, u kojoj je fazi razvoja i sl.)
- d) sezonski karakter/cikličnost ponude i potražnje
- e) donja granica isplativosti ulaska na tržište

3.2. "Četiri P":

- a) proizvodi (opis, sličnosti, razlike, prednosti najtraženijih proizvoda)
- b) cena (prosečna, najniža, najviša, ponuđena od strane najznačajnijih konkurenata)
- c) kanali distribucije
- d) promocija (način, ulaganja, najvažnije promotivne kampanje konkurenata)

3.3. Profit (cena, bruto marža po osnovnim proizvodima, neto marža, učešće glavnih troškova)

4. Konkurencija

4.1. Koncentracija:

- a) udeo najveće kompanije
- b) udeli tri sledeće kompanije po veličini

4.2. Buduća strategija:

- a) glavni ciljevi konkurenata i realna mogućnost za njihovo ostvarenje
- b) uspešnost dosadašnje strategije glavnih konkurenata
- c) očekivane promene strategije
- d) koje su vaše osnovne prednosti u odnosu na konkurente?

4.3. Snaga kupaca:

- a) ko su vaši najveći kupci? kakvi su uslovi ugovora koje ste sklopili sa vašim kupcima? ko su vaši potencijalni kupci?
- b) diferenciranost ponude (da li su proizvodi međusobno lako zamenljivi)
- c) visina prinosa po proizvodu
- d) mogućnost vertikalne integracije proizvođača i kupaca
- e) informisanost kupaca

4.4. Snaga dobavljača

- a) veliki dobavljači (koliko su dostupni i pouzdani?)
- b) diferenciranost ponude (da li su proizvodi međusobno lako zamenljivi)
- c) kakvi su uslovi ugovora koje ste sklopili sa vašim dobavljačima?

4.5. Iskorišćenost kapaciteta

4.6. Mogućnost ulaska i izlaska sa tržišta:

- a) uticaj ekonomije obima na prinos
- b) diferencijacija proizvoda
- c) visina početnih ulaganja
- d) troškovi prelaska kupaca na supstitut
- e) značaj položaja proizvođača u velikim distributivnim lancima

5. Kupci

5.1. Kupci i krajnji korisnici

5.2. Osnovni kriterijum za odabir proizvoda (cena, kvalitet, servis, imidž, pozicija brenda na tržištu, lojalnost brendu i sl.)

5.3. Način i postupak odabira (uticaj pojedinaca, institucija, medija, propadandnih materijala i sl.)

5.4. Kanali distribucije

5.5. Sezonalnost potražnje (period u mesecu, godini, rasprodaje itd.)

- 5.6. Način vezivanja kupaca (zadovoljstvo, standardizacija ponude, permanentan razvoj proizvoda, praćenje trendova i sl.)
- 5.7. Osetljivost potražnje na promene cene, načina distribucije, propagandne aktivnosti i kvalitet proizvoda i usluga

6. Okruženje

6.1. Društveno:

- a) starosno socijalna struktura korisnika proizvoda
- b) najvažnije razlike u životnim i poslovnim stilovima različitih društvenih grupacija (korišćenje novih kanala komunikacije, orijentisanost na visoku tehnologiju, usmerenost na preuzimanje životne i poslovne filozofije sa visokorazvijenih tržišta itd.)

6.2. Tehnološko

6.3. Ekonomsko:

- a) uticaj međunarodnih makro-ekonomskih kretanja na ponudu i potražnju
- b) uticaj aktuelne i očekivane ekonomske politike, porezi
- c) mogućnosti koje pruža tržište radne snage (ponuda kvalifikovanih radnika i stručnjaka, njihova cena, pregovaračka sposobnost)

6.4. Političko:

- a) uticaj osnovnog političkog opredeljenja vladajućih snaga na tržište
- b) stabilnost političke situacije i mogućnost socijalnih nemira
- c) odnos lokalnih vlasti sa centralnim vlastima i lokalnom zajednicom
- d) mogući uticaj širih međunarodnih integracija i dr. značajnijih promena

7. SWOT analiza (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

- 7.1. Prednosti (unutrašnje – na pr. kadrovska, tehnološka osposobljenost, visoka motivisanost i sl.)
- 7.2. Slabosti (unutrašnje – na pr. dotrajalost opreme, nedovoljno iskustvo u određenoj oblasti i sl.)
- 7.3. Šanse (koje pruža sadašnja i očekivana tržišna situacija)
- 7.4. Pretnje (tj. kritične tačke koje mogu ugroziti uspešnost projekta)

8. Misija, vizija i ciljevi

- 8.1. Osnovna društvena uloga i stremljenja kompanije
- 8.2. Osnovni pravac razvoja koji vodi ka ostvarivanju misije
- 8.3. Ciljevi čijim ostvarivanjem se omogućava kretanje željenim pravcem razvoja (od opštih ka pojedinačnim, tako da se pokriju sve oblasti poslovanja i logistike, pri čemu svaki niži cilj služi ostvarivanju višeg, a u krajnjoj liniji ostvarivanju misije i vizije)

9. Plan prodaje

- 9.1. Vrsta proizvoda
- 9.2. Količina čija se prodaja planira (po mesecima ili tromesečjima)
- 9.3. Cena
- 9.4. Kupci
- 9.5. Ukupna fakturisana i naplaćena realizacija

10. Finansijske projekcije

- 10.1. Projekcije bilansa stanja (akcenat na trajnim obrtnim sredstvima), bilansa uspeha i novčanih tokova u periodu korišćenja kredita sa uključenim efektima nove investicije na tekuće poslovanje.
- 10.2. Ekonomska opravdanost ulaganja u novi projekat (interna stopa prinosa, analiza osetljivosti, marža sigurnosti)

11. Izvori finansiranja projekta

- 11.1. Visina investicionih sredstava:
 - a) poslovni prostor
 - b) oprema
 - c) ugradnja opreme
 - d) početni (*start-up*) troškovi
 - e) obuka kadrova
 - f) profesionalne usluge drugih lica (*out-sourcing*)
 - g) početne zalihe, potraživanja i gotovina
 - h) finansijski rashodi pre početka proizvodnje
- 11.2. Finansijski izvori:
 - a) vlasnici
 - b) sopstvena sredstva
 - c) dugoročni krediti od banaka
 - d) drugi izvori (uz opis)

12. Ostalo

- 12.1. Zaštita životne sredine:
 - a) očekivano zagađenje
 - b) potrebna oprema za zaštitu
 - c) troškovi nabavke, instalacije i korišćenja opreme (uključujući obuku kadrova)
 - d) zakonske posledice i ograničenja
- 12.2. Propisana ograničenja vezana za predmet proizvodnje, lokaciju i dr.
- 12.3. Dinamika realizacije projekta

12.4. Detalji strateškog partnerstva u realizaciji projekta

12.5. Drugi podaci specifični za određeni projekat

Napomena: Sadržina Biznis plana može se prilagoditi uslovima konkretnog projekta, i u tom smislu navedeni model predstavlja samo primer strukture Biznis plana.