

KAKO ODABRATI PREDUZETNIČKU IDEJU?

Uhvati zalet!



Opportunity banka na tržištu snažno podržava početnike u biznisu i Mi, zaposleni Opportunity banke, želimo da podstaknemo ljude na uspeh, da im pomognemo da veštije rade svoj posao i da se lakše prilagođavaju promenama u okruženju.

Želimo da uklonimo prepreke koje onemogućavaju ljude da razviju svoje talente i koriste svoje potencijale.

Za taj zadatak Opportunity banka ima stručne kadrove, posebne programe i praktičan, lični pristup. Priručnik "Kako odabrati preduzetničku ideju" namenjen je preduzetnicima početnicima u želji da kvalitetnije započnu sopstveni posao, sa većim šansama izbore početničke bitke i uhvate zalet za buduće poslovanje.



OPPORTUNITY Banka

Za život prepun mogućnosti!

www.obs.rs

Put od kreiranja neke ideje do konačne realizacije i otpočinjanja poslovanja je veoma dug i naporan, ispunjen nedoumicama, izazovima i brojnim zamkama. Zato je važan odabir preduzetničke ideje koja će, počev od motivacije, preko njenog kreiranja i vrednovanja, dati najbolju polaznu osnovu za buduće poslovanje.

GODIŠNJE se u Srbiji otvori oko 9.000 privrednih društava i skoro 30.000 preduzetničkih radnji. Nešto manji broj njih se u istom periodu i ugasi. Od biznisa odustanu oni kojima on ne donosi dovoljno ni za dažbine državi, a kamoli profit.



Da bi se opstalo na tržištu potrebna je **DOBRA IDEJA**, dovoljno **POČETNOG KAPITALA** i **UPORNOST**.



Pod **PREDUZETNIČKOM IDEJOM** podrazumevamo ideju o proizvodu ili usluzi koja bi trebala predstavljati delatnost preduzetnika. Ona je početni korak u realizaciji bilo kog preduzetničkog poduhvata.

KOJI PROIZVOD ILI USLUGA BI TREBALI DA BUDU SADRŽAJ PREDUZETNIČKE AKTIVNOSTI?

Jako je važno **ZA USPEH** celokupnog preduzetničkog poduhvata kvalitetno razmotriti ovaj početni korak.

Pogrešno odabran proizvod ili usluga koji ne mogu da vrate ono što je u njih uloženo, znači ujedno i **NEUSPEH** čitavog poduhvata.

To znači da se negde pogrešilo u postupku odabira ideje. To znači i da se nije prikupilo dovoljno informacija o proizvodu ili usluzi za donošenje kvalitetne odluke.

POSTUPAK ODABIRA IDEJE SE SASTOJI OD 4 KORAKA:

1. prikupljanja ideja o preduzetničkom poduhvatu
2. "prosejavanja" prikupljenih ideja
3. analize ideja
4. postupka procene odabranih ideja, te odabira jedne ideje

Ovi koraci su povratni.

To znači da se u slučaju negativnog rezultata možete vratiti na ponovno razmatranje i niste još uvek ništa izgubili!

Prvi korak:

PRIKUPLJANJE IDEJA O PREDUZETNIČKOM PROJEKTU

GDE SU IZVORI PREDUZETNIČKIH IDEJA?

U našoj situaciji u praksi, koliko nam je poznato, ne postoji neki organizovani centar, institucija, agencija ili neki drugi organizovani izvor, iz kog bi se početnik preduzetnik mogao konsultovati u pogledu odabira preduzetničke ideje.

Preduzetnik početnik, ali i već iskusni preduzetnik koji želi proširiti svoj asortiman, uglavnom je prepušten sam sebi i svom znanju, odnosno znanju svojih poznanika i prijatelja, te slučajnih izvora.

SAVETUJEMO DA PRETRAŽITE:

- Tehničku literaturu
- Prospekte
- Periodičnu i dnevnu štampu
- Sajmove i prodajne izložbe
- Internet
- Seminare, kongrese, savetovanja
- Izveštaje o pregledu tržišta
- Trgovinska/preduzetnička udruženja, unije poslodavaca
- Štampani materijal konkurencije i sl. gde se teme odnose na proizvode/usluge ili naprosto baze poslovnih ideja



Korisne adrese - izvor informacija:

Privredna komora Srbije

Resavska 13-15 Beograd,
tel: 011-3300-900, www.pks.rs

Privredna komora Beograda

Bulevar Kneza Miloša 12 Beograd,
011-2641-355, www.kombeg.org.rs

Agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća

Trg Nikole Pašića 5/6 Beograd,
tel: 011-33-46-107, www.sme.gov.rs

Agencija za privredne registre

www.apr.gov.rs
tu su kontakti APR u svim gradovima

Nacionalna služba za zapošljavanje

Kralja Milutina 8 Beograd,
tel: 011-29-29-800, www.nsz.gov.rs

Privredna komora Vojvodine

Hajduk Veljkova 11 Novi Sad,
tel: 021-557-433, www.pkvc.co.rs

Regionalna privredna komora NS

Narodnog Fronta 10 Novi Sad,
tel: 021-480-20-88, www.rpkns.com

ADF/CRDA tim Američka fondacija za razvoj

Kneginje Zorke 96/11, tel:
011-344-02-26, www.adf.org.rs

Asocijacija poslovnih žena-PAŽ

Stojana Novakovića 9 Novi Sad, tel:
021-469-723, www.pazns.org

ALMA MONS Regionalna Agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća NS

Vojvođanskih brigada 17/III Novi Sad,
tel: 021-427-822, 021-427-574,
www.almamons.co.rs

Regionalna privredna komora Niš

Dobrička 2 Niš, tel: 018-510-999
www.rpknis.rs

Regionalna privredna komora Kragujevac

Dr Zorana Đinđića 10/IV Kragujevac,
tel: 034-335-805, www.kg-cci.co.rs

ACDI/VOCA

Karadorđeva 52/II Kragujevac,
tel: 034-331-145, www.acdivoca.org

Regionalna privr. komora Subotice

Senčanski put br 15, Subotica tel:
024-553-357, www.rpk-subotica.org.rs



VAŽNO!!!

Nikada nemojte stihijski pristupiti ulaganju u pojedine preduzetničke ideje bez obzira ako su ocenjene kao izuzetno profitabilne.

Druga mogućnost je, da se počinjete (ali oprezno) opštem trendu kretanja preduzetničkih ideja, koji je trenutno aktuelan na tržištu poput neke vrste modnog trenda. Tako postoje pojave opredeljivanja za ulaganje u pojedine preduzetničke projekte, koji su trenutno u "modi", kao što su svojevremeno bili nojevi, pa šampinjoni, domovi za starije, puževi, gradnja stambenih zgrada i sl.

U takve projekte se ulazilo, skoro "masovno", ali i neorganizovano, i praktično izostavljala procena realnosti i isplativosti takvih projekata. Praksa uvek pokaže da i takve delatnosti, traže mnogo rada, te da od lake zarade i bogaćenja nema ništa, i da profiti nisu enormni, već striktno zavisni od karaktera pojedinca i kvaliteta projekta.

U nadi da vam možemo pomoći u odabiru preduzetničke ideje, dajemo pregled karakteristika tržišta danas i trendova u biznisu koji su sinteza naših iskustava i saveta stručnih ljudi iz Agencije za Privredne Registre i Unije poslodavaca.

- treba razmisliti o **proizvodnji delova za automobile** s obzirom na činjenicu o razvoju automobilske industrije u Srbiji
- u deficitu su i **radionice za popravku trapova kamiona i teških vozila**



- sve u vezi sa **ekologijom, reciklažom i prikupljanjem sirovina** ima budućnost
- budući da ljudi u velikim gradovima, sve brže žive i sve manje imaju vremena, dobra ideja može biti **otvaranje hemijske čistionice tj. agencije koja se bavi čišćenjem, garderobe ili nameštaja**

- u velikim gradovima postoji i potreba za **agencijama koje pružaju pomoć starima i nepokretnima**, naročito tokom zime
- **računarski sektor** je u ekspanziji – servisiranje računara, izrada sajtova, povezivanje računara u firmama, idealan je biznis za ljude iz administracije koji ostanu bez posla

- takođe, **električari** uvek imaju posla s obzirom na činjenicu da smo još uvek daleko od toga da televizore, muzičke linije i belu tehniku, kad se pokvare bacimo i kupimo nove



- posao budućnosti je i **razvoj energetske efikasnosti**
- imajući u vidu skorbu zabranu PVC kesa na tržištu, može se očekivati da će pune ruke posla imati proizvođači **papirnih i biorazgradivih kesa**
- nije loše ni udružiti se i umesto mikropreduzeća osnovati malo preduzeće, kupovinom udela u već razrađenom malom biznisu. Po principu “udruženih snaga” može se otpočeti ozbiljan biznis/proizvodnja i imati veći broj zaposlenih, podeliti zarada ali i odgovornost i troškovi



TREBA IZBEGAVATI:

sektore koje već drže neki “krupni igrači” jer niko ne želi konkurenciju u trgovini tekstilom budući da je u ovom sektoru prisutna oštra konkurencija jeftine kineske i turske robe

ZA ONE KOJE ŽIVE NA SELU



- odličan je posao uzgajanje koza i prodaja mleka i proizvoda od kozjeg mleka, koji imaju stopostotnu prolaznost na tržištu
- u usponu su i poslovi uzgajanja cveća i ukrasnog bilja
- etno hrana, etno turizam



VAŽNO!!!

U svemu morate dobro uzeti u obzir zahteve tržišta jer se oni razlikuju od sredine do sredine.

mesto za VAŠE preduzetničke ideje

Drugi korak:

“PROSEJAVANJE” IDEJA

Pošto ste nakon mukotrpnog traganja, prikupili nekoliko ideja kao nekakvu bazu preduzetničkih ideja, procesom tzv. “prosejavanja” ideja u “grubo” na bazi svog znanja i iskustava, motivisanosti za obavljanje neke delatnosti i informisanosti, te znanja i iskustava vaših poznanika ili nekog stručnjaka, pokušajte proceniti prihvatljivost nekoliko ideja (recimo tri) za koje ocenite da su jednako kvalitetne i da bi, u načelu, mogle biti osnova vašeg budućeg poslovanja.

Treći korak:

ANALIZA PRIHVATLJIVOSTI IDEJE



OVO JE NAJVAŽNIJI KORAK U CELOM POSTUPKU

Radi se o analizama iz nekoliko područja. Za 3 ideje koje ste odabrali u užu izbor, prođite kroz sledeće provere i analize:

1. provera potreba za takvim proizvodom

Želimo utvrditi kojoj vrsti potreba predloženi proizvod ili usluga pripada, kao i koliko je ta potreba intenzivna. Ukoliko, na primer, proizvod zadovoljava neke egzistencijalne potrebe poput hleba, prehrambenih proizvoda i sl, onda je on nesumnjivo po tom kriterijumu prihvatljiv.

Ako pak zadovoljava neku drugu potrebu neegzistencijalnog karaktera kao što je npr. knjiga, frizura i sl. onda svakako ima manji stepen prihvatljivosti u situaciji gde stanovništvo (tržište) recimo najveći deo dohotka troši na egzistencijalne proizvode.

Razmotrite i elastičnost tražnje odn. koliko bi se potrošnja vašeg proizvoda ili usluge menjala u odnosu na promenljive okolnosti na tržištu.

Neelastičnu tražnju ima onaj proizvod (malo ih je) na čiju tražnju ne utiču promene na tržištu; to je npr. potrošnja hleba, stvari za higijenu... Na primer, u današnje vreme, kada su brojna poslovanja u iskušenju kriznih uticaja, mnogo profitabilnih proizvoda izgubilo je svoje kupce baš zbog visoke elastičnosti potrošnje na promene kupovne moći stanovništva. Tako da možemo videti masovan prelazak sa dobro poznatih skupih brendova - poput Nescafé kafe ili Pampers pelena - na jeftinije domaće robne marke. Odnosno proizvodi koji imaju bliske supstitute (slične proizvode) imaju elastičniju tražnju i u većoj su opasnosti da budu "zamenjeni".

2. analiza tržišta

Ovde nas zanima

- kolika je frekvencija kupovine proizvoda ili usluge u danu, nedelji, mesecu/ godini
- koliki je njegov obim potrošnje
- kakva je konkurencija na tom tržištu
- koje su ciljne grupe potrošača, kakva im je kupovna moć i projekcije buduće potražnje, kao i
- pozicija mogućeg maksimalnog tržišnog učešća za novog proizvođača te drugi relevantni tržišni pokazatelji



Na primer,

ne sme vam se desiti da želite da otvorite optičarsku radnju a ne znate koliko ljudi u malom mestu, gde će biti lokacija radnje, nosi naočare. Isto tako, onda ne znate proceniti ni približno svoj obrt, a kamoli potencijalni prihod obrta.

3. tehničko - tehnološki aspekt

Odnosi se na pitanje da li raspoložete tehničkim rešenjem proizvoda odnosno usluge, tehnološkim postupkom proizvodnje i da li ćete moći da osigurate potreban poslovni prostor, opremu odnosno uslove rada. Najjednostavnije rečeno, zanima nas da li ćemo moći proizvoditi taj proizvod ili pružati uslugu s aspekta tehničkih rešenja, tehnologije i opreme i drugih uslova.

4. dobavljači

Nestabilnost ili neredovnost u nabavci, teškoće u pronalaženju sirovina ugrožavaju stabilnost poslovanja. Projekat koji zavisi samo od jednog dobavljača je takođe veoma rizičan. Posebno problematično može da bude i ako se radi o dominaciji nabavke iz uvoza.

5. raspoloživosti osoblja

Zanima nas ko će raditi / voditi poslovanje, postoje li radnici potrebnog profila, zanimanja i kvalifikacija i sl.

6. pravni aspekt problema

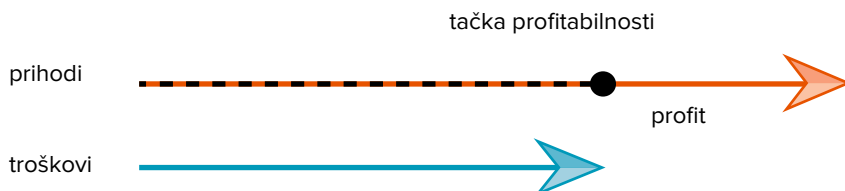
Od interesa je da saznamo, da li postoje neke prepreke u pravnoj regulativi koje bi predstavljale teškoće u realizaciji projekta.

Poslednji faktor je ispitivanje

7. ekonomske isplativosti projekta

To je zapravo i definitivna ekonomska ocena. U okviru toga, zanima nas, da li je preduzetnička ideja profitabilna i koliko.

Sa jedne strane snimate sve inpute ulaganja i svih vrsta troškova, sa druge, realno procenite prihode i utvrdite tačku profitabilnosti - to je tačka preloma na kojoj (projektovani) prihodi pokrivaju sve troškove poslovanja. Sve što prihodujete preko toga je profit iz poslovanja. Tako izvedite ocenu profitabilnosti odnosno isplativosti za sve tri analizirane preduzetničke ideje.



Četvrti korak:

PROCENA POSLOVNIH IDEJA I ODABIR JEDNE

Utvrđite važne kriterijume za svaku pojedinačnu ideju, koji uzimaju u obzir rezultate iz prethodnih analiza i pristupite njihovom ocenjivanju. Utvrđite skalu ocena od najbolje do najpovoljnije (recimo od 1-5), pa temeljom toga ocenjujte pojedine kriterijume.

Na primer, pregled sledećih stavki će vam pomoći u tome

Važni kriterijumi	Ideja 1	Ideja 2	Ideja 3
Kakva je potražnja za idejom?			
Koliko je tržište potencijalnih kupaca?			
Koliko je jaka konkurencija?			
Da li posedujem potrebnu opremu?			
Kakav je proces nabavke sirovina / robe?			
Da li mogu da obavljam sve glavne funkcije u budućem poslu?			
Da li mogu da nađem potrebne radnike?			
Koliki će biti obim proizvodnje?			
Da li mogu da ostvarim dovoljnu zaradu da uspem?			
UKUPNO			

**Preduzetnička ideja koja
dobije najpovoljniji zbir ocena
označava projekat koji treba
biti predmet delatnosti
preduzetnika**



Bitno je ovde naglasiti, da je odabir preduzetničke ideje neprestani proces vrednovanja ideje u odnosu na razne kriterijume, koji su relevantni za njenu ocenu!

Međutim, ako se uprkos čitavom sprovedenom postupku i fondu prikupljenih informacija, još uvek ne može doneti konačna ocena, postupak prikupljanja potrebnih informacija se ponavlja, dok se ne osigura informaciona osnova za procenu ideje, koja je dovoljna za donošenje odluke o njenom prihvatanju ili odbacivanju. To ujedno znači i da se čitav postupak procene ponavlja.

Ne zaboravite!

Svaka poslovna ideja ne predstavlja poslovnu priliku!

Da bi neka poslovna ideja bila i poslovna prilika, ona treba da ima **tržišnu opravdanost**, odnosno postojanje dovoljno velikog tržišta zainteresovanog za kupovinu određenog proizvoda i usluge.

Umesto zaključka

U odabiru poslovne ideje počnite sa kupcem i onim što tržište želi i ne gubite to iz vida!

Beleške

Opportunity banka, članica Mreže mikrofinansijskih organizacija Opportunity International, koja je osnovana 1971. godine sa sedištem u Čikagu i danas je prisutna u 22 zemlje širom sveta gde se bavi pružanjem finansijskih usluga mikro i malim preduzetnicima i ekonomski ugroženim grupama stanovništva, kako bi dala svoj doprinos u suzbijanju nezaposlenosti i poboljšanju životnog standarda. Opportunity banka u Srbiji postoji od 2002. godine kada je osnovana kao Štedionica koja se 2007. godine, odlukom Narodne banke Srbije, transformisala u banku sa aktivnostima širom Srbije.



OPPORTUNITY Banka

Za život prepun mogućnosti!

Opportunity banka želi da u svim kontaktima sa svojim klijentima i zaposlenima bude:

- jednostavna banka koja se služi jezikom razumljivim za sve
- odgovorna banka koja ispunjava svoja obećanja i ne daje ih olako
- transparentna banka koja ne skriva loše vesti i nevidljive troškove svojim klijentima
- pouzdana banka na koju se može računati
- banka sa ličnim pristupom klijentima – naš cilj je uspeh i ostvarenje snova klijenata
- banka koja uvek daje precizne i pravovremene informacije

Potražite i druge priručnike u izdanju Opportunity banke i uhvatite zalet!

Ovde potražite savet i priručnike:

Novi Sad, Bulevar oslobođenja 2a, 021/530 111

Beograd:

Bulevar dr Zorana Đinđića 8a, 011/269 91 14

Bulevar Kralja Aleksandra 516, 011/655 79 62

Subotica, Matije Gupca 9a, 024/671 855

Kragujevac, Nikole Pašića 9, 034/300 855,

Čačak, Devet Jugovića 23, 032/33 00 44

Niš, Kralja Stefana Prvovenčanog 8, 018/514 728

Sremska Mitrovica, Masarikova 9, 022/ 850 145

Zrenjanin, Ive Lole Ribara 7/A, 023/582 660

Senta, Adanska 5, 024/240 994

Sombor, Apatinski put 6, 025/431 590

Šabac, Kralja Milutina 22b, 015/7336 213

Požarevac, Kosovska 14, 012/716 01 12

Valjevo, Karadordjeva 179, 014/291 035

Kraljevo, Trg Kralja Petra I 2/7, 036/327 270

Kruševac, Kosančićeva 74, 037/448 120

Jagodina, Ljubiše Uroševića 12A, 035/245 030

Užice, Trg Svetog Save 3, 031/500 335

Leskovac, Masarikov trg 21, 016/234 551

Pirot, Srpskih vladara 66, 010/321 818

Vranje, Žikice Jovanovića Španca 25,

017/715 00 72

Zaječar, Božina Jovanovića 2/2, 019/315 00 22

Prijepolje, Vladimira Perića Valtera 106,

033/215 00 00