**PRIRUČNIK ZA POSLOVNU IDEJU**

1. **Vrsta poslovne ideje**

Preduzetničko putovanje počinje traganjem i otkrivanjem odgovarajuće biznis ideje koju će preduzetnik realizovati u praksi. Prilikom definisanja biznis ideje, veoma je važno sagledati sve aspekte poslovanja koji preduzetniku mogu da pomognu da donese konačan sud o izboru najpovoljnije opcije biznisa.

Preduzetnička ideja je predstava o nečemu šro želimo da radimo(proizvod, usluga) da bi smo zadovoljili potrebe i želje potrošača (kupoaca) i ostvarili vlastite interese (dobit).

Ideja treba da:

1. Posjeduje tržišne i finansijske potencijale (da li je to isplativo) i
2. Odražava ličnost i interes preduzetnika (šta znam , šta želim i šta objektivno mogu da uradim)

Prilikom utvrdjivanja ideje, preduzetnik polazi od njenih tržišnih i finansijskih potencijala. Najveća greška koju potencijalni preduzetnici prave kada otpočinju biznis jeste to što je uporno pokušavaju da prodaju proizvode i usluge koji oni vole i žele i u čijem stvaranju uživaju.. Ljudi koji uživaju u čitanju knjiga žele da otvore knjižaru, ljudi koji vole životinje otvaraju prodavnice koje se bave prodajom hrane i ostalih neophodnih stvari za kućne ljubomce. Mnogi preduzetnici vjeruju da treba početi sa realizacijom određene ideje, a da će kupci (pošto je ideja originalna, a proizvod ili usluga kvalitetni) sami doći, što je pogrešno. Prvi i najvažniji zakon marketing je: „Ponudite ljudima ono što žele da kupe, a ne ono što vi želite da prodate. Kupci ne kupuju ono što vi volite, već ono što oni vole“. Prema tome preduzetnička ideja mora da ima tržišne i finansijske potencijale da bi postala poslovna šansa.. Ona mora da bude privlačna, ostvarena u proizvodu (uskuzi) koji stvara ili dodaje vrijednost za kupce, pravovremeno inicirana i održiva u dužem periodu.

Poslovna ideja, kao i biznis koji treba da proistekne iz njene realizacije, treba da odražava ličnost preduzetnika i njegove interese. Takođe, treba da se odnosi na oblast rada u kojoj preduzetnik uživa i u kojoj posjeduje potrebna znanja i iskustva. Optimalna je solucija da se preduzetnik opredijeli za ideju koja je tržišno opravdana i za čiju realizaciju posjeduje značajna akumulirana poslovna iskustva i visok nivo stručnosti. Međutim, dešava se da preduzetnik, isključivo vođen finansijskim potencijalima, izabere ideju koja nema nekih značajnih dodirnih tačaka sa njegovim obrazovanjem i dotadašnjim iskustvom.. Ili, može se desiti da preduzetnik, isključivo vodeći računa o struci i iskustvu, izabere ideju koja nema tržišne potencijale, radeći ono što on voli, a ne ono što kupci žele.

Uspješan biznis je moguće izgraditi i u oblasti u kojoj preduzetnik prije toga nije ostvario neka veća i značajnija iskustva i rezultate. Naravno da je nivo poslovnog rizika u ovom slučaju mnogo veći, ali on se može smanjiti na više načina. Preduzetnik može da pronađe partnere ili određene sagovornike (kao zaposlene koji bi se nalazili na ključnim pozicijama u firmi) ili da angažuje konsultante koji posjeduju znanja i iskustva koja su potrebna preduzetniku za realizaciju njegove poslovne ideje.

Kako otkriti dobru ideju?

Potencijalni preduzetnici koji pokreću dolaze do ideje prije svega razmišljaju o tome šta mogu da ponudim tržište a da pritom ostvaruju sopstvene interese. Brojni su izvori ideje:

⁃ lični kontakti sa potencijalnim kupcima, dobavljačima, vlasnicima preduzeća uspešnim preduzećima, profesorima;

⁃ lični interesi stvoreni tokom bavljenja nekim hobijem u slobodno vrijeme;

⁃ interesantna razmišljanja tokom rada u nekoj kompaniji;

⁃ kopiranje tuđih ideja sa uvjerenjem da se nešto može napraviti bolje ili jeftinije (pokušaj da se oponaša već o uspjehu uspjeha u poslu može biti značajan kao inicijalna kapisla, ali uskoro treba da se ostvari u vidu da se ne može desiti da se ostvari) ;

⁃ uočavanje problema koje imaju kupci na tržištu;

⁃ prepoznavanje određenih praznina na tržištu;

⁃ posjeta poslovnim manifestacijama i sajmovima, izložbama inovacijama .

⁃ korišćenje interneta, čitanje novina i literature (o najnovijim tehnološkim trendovima), gledanje televizije;

⁃ tokom šetanja, odmaranja ili spavanja;

⁃ razgovor sa članovima porodice i prijateljima.

Veoma teško se može predvidjeti vrijeme nastanka neke preduzetničke ideje. Nekada se ona javlja posle dugog i detaljnog istraživanja i razmišljanja, ali može nastati u jednom trenutku. Sam proces otkrivena ideja ne može da bude usiljen proces, zasnovan na vjerovanju da ako danas ozbiljno počnete da razmišljate o svojoj poslovnoj ideji, ona sigurno mora da se javi. Ideje se rađaju kada se najmanje nadamo, na primjer, dok spavamo ili se kupamo ili odmaramo u hladovini ispod palme. Treba stvoriti određeno stanje duha koje će omogućiti prirodnu erupciju ideje. Budite maštoviti i razmišljajte slobodno, bez ograničenja i straha da ćete u nečemu pogriješiti. U ovoj fazi jedna je greška koju možete da napravite jeste da nemate nijednu ideju.

U praksi se najčešće ideje javljaju posmatranjem i učenjem problema koje kupci imaju na tržištu. Problem kupaca je kada neka njihova potreba nije opšte zadovoljna (nemaju gde da se kupi određeni proizvod) ili kada neka njihova potreba nije na odgovarajući način zadovoljena (kvalitet proizvoda). Upravo problemi koji postoje u okruženju mogu da budu osnova za neku našu poslovnu aktivnost.

1. **Proizvod/usluge**

U prvim pasusima jasno opišite biznis, sa fokusom na proizvodnju ili uslugu koju nudite.. Objasnite ključne karakteristike proizvoda/usluge. Ako planirate prodaju proizvoda, opišite proizvod u detalje i uključite dijagrame i slike ako je moguće. Ako planirate ponuditi uslugu, opišite puni domet usluga koje ćete pružiti.

To što za određene proizvode i usluge postoje kupci ne more da predstavlja garanciju i pouzdanu osnovu za definisanje preduzetničke ideje. Tržište ima i svoju drugu stranu medalje koja se zove ponuda. Nju čine svi oni ponuđači koji proizvode iste ili slične proizvode kao mi. Oni su naši potencijalni konkurenti. Postavlja se pitanje: da li razmišljati o ideji koja će se realizovati u grani u kojoj dominiraju velika i poznata preduzeća? Da li novi David može da bude konkurentan u svijetu Golijata? U situaciji kada posjeduje dobru ideju, preduzetnik se nalazi pred izborom: da ne obraća pažnju na velike konkurente (tj da pokuša da ih nadigra), ili da ne ulai u konkurentske odnose i izbjegava dvoboje „prsa u prsa“. Najracionalnije je da preduzetnik otkrije šta to kupci žele da kupe, a konkurenti ne mogu da ponude. Zadatak preduzetnika je da na tržištu nađe slobodan prostor za svoje djelovanje.

1. **Proces proizvodnje/pružanja usluga**

U procesu proizvodnje tj. u proizvodnom planu treba da bude opisan cjelokupan proizvodni proces, detaljno navedeni potrebna oprema i mašine, sirovine i repromaterijali, kao i njihovi glavni dobavljači. Sam proces proizvodnje obuhvata nekoliko bitnih pitanja.

* Da li se cjelokupan proizvodni proces obavlja samostalno ili je koncetrisan samo na pojedine njegove djelove, u obliku proizvodno-tehničke saradnje sa drugim proizvođačima? Ko su ostali izvođači?
* Koje su glavne karakteristike proizvodnog procesa?
* Koja je oprema potrebna za otpočinjanje proizvodnje?
* Koje su sirovine i energenti potrebni u proizvodnom procesu?
* Ko su glavni dobavljači opreme i sirovina? (dati i cijene)
* Koliko zaposlenih je potrebno za odvijanje proizvodnje?
* Kolike su buduće potrebe za investicijama u opremu?

1. **Potrebne investicije**

Prije samog investiranja jako je bitno napraviti spisak potrebnih mašina, opreme, alata, materijala, sirovina i vidjeti šta od navedenog već posjedujemo.

Investiranjem u odgovarajuće projekte, preduzetnik preuzima inicijativu i praktično realizuje svoje poslovne ideje. Donošenjem odluke o investiranju preduzetnik pokazuje i svoju odlučnost da započne konkretan biznis i uđe u rizične poslovne aktivnosti.

Prije svega, treba odgovoriti na sledeća pitanja:

* Gdje ulagati (u koju oblast poslovanja)?
* Zašto ulagati (dokazi o finansijskoj isplativosti)?
* Koliko ulagati (ukupan iznos kapitala)?

Cilj preduzetnika je da dobro sagleda finansijske aspekte poslovne ideje kako bi rizike poslovanja sve na najmanju moguću mjeru. Bolje je „izgubiti“ neko vrijeme i napraviti greške na papiru, nego donijeti odluku o investiranju bez čvrstih dokaza o njenoj isplativnosti.

Pod investicijama podrazumijevamo ulaganje kapitala u privrednu aktivnost sa ciljem da se on oplodi i uveća (da donese dobit). Preduzetnik investira novac, stvari (zemljište, objekte,opremu, infrastrukturu, vozila, zalihe ) i prava (patente, licence, koncesije).