



International
Labour
Office

Pokreni svoj biznis

Veštine samozapošljavanja za mlade



VODIČ ZA PREDAVAČE I PRIRUČNIK

Pokreni svoj biznis

Veštine samozapošljavanja za mlade

Valli Corbanese i Gianni Rosas

Copyright Međunarodna organizacija rada (ILO) 2007
Prvo izdanje 2007

Publikacije Međunarodne organizacije rada uživaju zaštitu prava na osnovu Protokola 2 Univerzalne konvencije o zaštiti prava. Međutim, kratki odломci iz ovih publikacija se mogu reproducovati bez dozvole pod uslovom da se izvor navede. Za prava reprodukcije ili prevoda, treba se obratiti na sledeću adresu: ILO Publications (Rights and Permissions) International Labour Office, CH – 1211 Geneva 22, Switzerland, ili preko mejla na adresu: pubdroit@ilo.org Međunarodna organizacija rada takve zahteve smatra dobrodošlim.

Valli Corbanese i Gianni Rosas
Pokreni svoj biznis
Veštine samozapošljavanja za mlade - Vodič za predavače

ISBN
978-92-2-820715-6 (knjiga)
978-92-2-820716-3 (PDF verzija)
978-92-2-820717-0 (CD-ROM)

Izdanje takodje dostupno na sledećim jezicima :

Engleski

Biz-up: Self-employment skills for young people, Corbanese V., Rosas G., Geneva, International Labour Organization, 2006, Turin, International Training Centre of the ILO, Turin, 2006
ISBN 978-92-9049-429-4 i

Rumunski

Dezvoltă-ți afacerea, Abilități de auto-angajare pentru tineri, Corbanese V., Rosas G., Geneva, Organizația Internațională a Muncii, 2006, Torino, Centrul Internațional de Instruire al OIM, Torino, 2006. ISBN 978-92-9049-429-4

Albanski

Si të nisni biznesin tuaj : Aftësitë e vetëpunësimit për të rinjtë. Udhëzuesi i moderatorit. Qendra Ndërkombëtare e Trajnimeve e ILO-s 2006. ISBN 978-92-9049-431-7

Nazivi korišćeni u ILO publikacijama, koji su u skladu sa praksom Ujedinjenih Nacija, i prezentacija materijala u publikacijama ne izražavaju mišljenje Međunarodne organizacije rada po pitanju pravnog statusa neke zemlje, oblasti ili teritorije, njenih vlasti, ili kada je reč o promeni njenih granica.

Odgovornost za mišljenja izneta u potpisanim člancima, studijama i drugim tekstovima snose isključivo njihovi autori i Međunarodna organizacija rada ne stoji iza mišljenja izraženih u njima.

Pozivanje na imena firmi, te komercijalnih proizvoda i procesa ne znači da su oni podržavani od Međunarodne organizacije rada, a nepominjanje neke određene firme, komercijalnog proizvoda ili procesa nije znak neodobravanja.

ILO izdanja se mogu nabaviti u većim knjižarama ili lokalnim ILO kancelarijama u brojnim zemljama, ili direktno na sledećoj adresi: ILO Publications, International labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland. Katalozi ili liste novih izdanja dostupna besplatno na gore navedenoj adresi ili preko interneta: pubvente@ilo.org

Posetite naš sajt na adresi www.ilo.org/publish
Štampano u Srbiji

Vodič za predavače

Lekcija

1

Lekcija

2

Lekcija

3

Lekcija

4

Lekcija

5

Lekcija

6

Uvod 5

Kako koristiti Vodič 7

Preduzetničke veštine 13

Poslovne ideje i mogućnosti 19

Analiza tržišta 27

Sredstva 31

Finansiranje 39

Planiranje poslovanja 45



Priručnik

Lekcija 1	Preduzetničke veštine	52
Lekcija 2	Poslovne ideje i mogućnosti	62
Lekcija 3	Analiza tržišta	71
Lekcija 4	Sredstva	77
Lekcija 5	Finansiranje	83
Lekcija 6	Planiranje poslovanja	91

Ostali izvori

Aneks 1 - Glosar poslovnih termina	97
Aneks 2 – Obrazac plana predavanja	99

Uvod

Mlade ljudi treba podstaći da nauče kako da prepoznaju mogućnosti, dodju do informacija, rešavaju probleme i rade u timu. Takva «preduzetnička» sposobnost obezbedjuje mladim ljudima dodatne opcije u pogledu karijere, tako što im pomaže da sami sebi stvore radno mesto. Programi za promociju samozapošljavanja postali su sastavni deo nacionalnih strategija koje za cilj imaju stvaranje radnih mesta za mlade. Međutim, nedostatak informacija, zajedno sa niskim nivoom svesti o mogućnostima za samozapošljavanje, navode mnoge mlade ljudi da radno mesto kod poslodavca vide kao najbolju opciju za sebe. Istovremeno, drugi mlađi ljudi ulaze u samozapošljavanje, a da prethodno nemaju dovoljno informacija da bi mogli da razumeju šta samozapošljavanje podrazumeva.

Cilj ovog Vodiča je da se odnega niz veština koje su važne ne samo za osnivanje preduzeća, već i za reagovanje na promenljive zahteve tržišta rada i za podsticanje mlađih za nalaženje novih ideja i načina za rad. On je namenjen za promociju samozapošljavanja kroz radionice i edukativne manifestacije organizovane od strane nastavnika i instruktora srednjih škola i institucija koje se bave obukom. Takođe mogu da ga koriste savetnici u kancelarijama za zapošljavanje u cilju organizovanja grupnih predavanja, kao i osoblje organizacija poslodavaca i sindikata tokom promotivnih aktivnosti.

Medjunarodna organizacija rada (MOR) je već dugo angažovana u radu na stvaranju većih mogućnosti za mlade žene i muškarce u cilju obezbeđenja pristojnog zaposlenja i prihoda. Promocija samozapošljavanja je značajna komponenta u okviru mandata MOR-a za podršku politike zapošljavanja, znanja, veština i zaposlenosti, i otvaranja radnih mesta. Izmedju ostalog, MOR podržava i pomaže svoje države članice u razvoju preduzetničkih veština mlađih ljudi kroz edukaciju, obuku i doživotno učenje.

Izrada ovog sredstva za obuku ne bi bila moguća bez podrške nekolicine eksperata MOR-a. Posebnu zahvalnost dugujemo Mariji Crisetti (tehničkom ekspertu u projektu za razvoj preduzeća u Alžиру, Maroku i Tunisu), Severine Deboos i Džejmsu Windellu (tehničkim ekspertima za socijalno finansiranje i razvoj veština u Centralnoj i Istočnoj Evropi i Centralnoj Aziji), Esther Germans (tehničkom ekspertu u projektu za preduzetništvo mladih u Boliviji, Hondurasu, Nikaragvi i Peruu), i Margaret Reads-Round (tehničkom ekspertu u projektu za zapošljavanje mladih u Kambodži, Indoneziji i Vijetnamu). I najzad, posebno se zahvaljujemo celokupnom nastavnom osoblju, svim instruktorima i savetnicima za pitanja zapošljavanja, koji su ovo sredstvo za obuku testirali tokom različitih faza njegovog nastajanja.

Medjunarodna organizacija rada (MOR) je već dugo angažovana u radu na stvaranju većih mogućnosti za mlade žene i muškarce u cilju obezbedjenja pristojnog zaposlenja i prihoda. Promocija samozapošljavanja je značajna komponenta u okviru mandata MOR-a za podršku politike zapošljavanja, znanja, veština i zaposlenosti, i otvaranja radnih mesta. Izmedju ostalog, Preporuka R195 MOR-a iz 2004. godine za Razvoj ljudskih resursa ukazuje na potrebu da se razvoj preduzetničkih veština mladih ljudi kroz edukaciju, obuku i doživotno učenje podržava kroz medjunarodnu kooperaciju. Države članice su tražile od MOR-a da izradi instrument kroz koji se može promovisati pristojan rad za mlade.¹

¹ Pogledati "Conclusions of the Tripartite Meeting on Youth Employment: The Way Forward – Konkluzije tripartitnog sastanka na temu zapošljavanja mladih: put u budućnost", MOR, Ženeva, 2004 i "Resolution concerning youth employment – Rezolucija o zapošljavanju mladih", ILC, Sesija br. 93 (Ženeva, 2005). Navedeni dokumenti se mogu naći na sajtu MOR-a za zapošljavanje mladih na adresi <http://www.ilo.org/youth/events.htm>

Kako koristiti Vodič za predavače

Cilj

Generalni cilj ove brošure je da služi kao vodič i priručnik za one koji pomažu mladim ljudima u razvoju njihovog znanja, veština i stavova, radi reagovanja na zahteve tržišta rada koji se brzo menjaju, i iskorišćavanje mogućnosti za zapošljavanje.

Glavni cilj ovog Vodiča jeste da omogući mladim ljudima da steknu iskustvo u procesu odlučivanja, pri donošenju odluke o tome da li samozapošljavanje može da bude njihov izbor za karijeru. Ključna uloga predavača jeste pružanje informacija i «know-how», kako bi naveo mlade ljude da razmišljaju o tome da li samozapošljavanje može da bude alternativa radnom odnosu kod poslodavca.

Ciljna grupa

Aktivnosti u vezi sa obukom usmerene su na mlade (studente, radnike ili lica koja traže zaposlenje) uzrasta između 15 i 24 godine, iako definicija mlađih ljudi može da varira od zemlje do zemlje. Minimalni zahtev za učešće u ovim radionicama za samozapošljavanje jeste sposobnost čitanja, pisanja i obavljanja osnovnih računskih operacija.

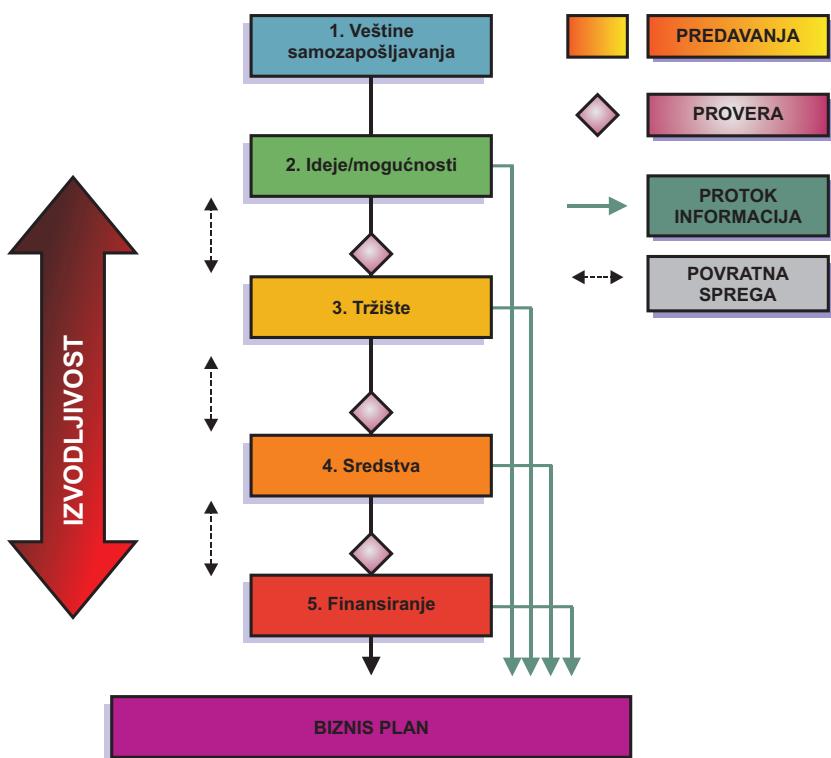
Profil predavača

Vodič je pomoćno sredstvo ne samo za obrazovanje i savetnike za zapošljavanje, nastavnike i instruktore, već i za mlade liderе i njihove vršnjake. Od predavača se ne traži da poseduju prethodno znanje o razvoju preduzeća, ali je potrebno da poseduju veštine dobrog predavača i instruktora, kreativnost i imaginaciju. To je posebno značajno pri izboru i prilagodjavanju nastavnih sredstava potrebama polaznika i nacionalnom kontekstu.

Struktura i sadržaj

Vodič je organizovan u šest predavanja za ukupno oko jedanaest časova obuke. Lekcije mogu da se dele, produže ili skrate. Aktivnosti i zadaci mogu da se kombinuju u zavisnosti od specifičnih stilova učenja polaznika i vremena koje je na raspolaganju za vodjenje radionice.

Rezime predloženih segmenata učenja i sadržaja prikazan je u sledećem dijagramu:



Program obuke počinje procenom jakih i slabih strana polaznika u pogledu skupa veština i stavova u vezi sa samozapošljavanjem; zatim sledi podrška učesnicima u identifikovanju poslovnih ideja, u proceni njihove tržišne izvodljivosti i zahteva u pogledu sredstava, kao i u izradi biznis plana.

Tokom prvog predavanja, predavač bi trebalo da provede učesnike kroz ciljeve radionice, da proveri njihova očekivanja i «stekne utisak» o polaznicima. Težište ove lekcije je stavljeno na tri ključne teme:

- 1 ispravljanje pogrešnih predstava o pokretanju sopstvenog biznisa,
- 2 razumevanje ključnih termina koji se koriste u radionici, i
- 3 otkrivanje preduzetničkih veština i njihovo nивелиsanje u skladu sa profilom svakog pojedinca.

Druga lekcija je fokusirana na nastanak poslovnih ideja, na nalaženje informacija i povezivanje u mrežu. Aktivnosti iz ove lekcije obezbedjuju prvu proveru onog što je naučeno u ovoj radionici. Treća lekcija se bavi procenom izvodljivosti poslovnih ideja i vodi u pravcu kompletne analize tržišta. Četvrta lekcija pomaže predavaču da usmerava učesnike kroz proces identifikacije ljudskih i finansijskih resursa, i uvodi koncept planiranja poslovanja. Peta lekcija je fokusirana na finansijski menadžment. Poslednja lekcija povezuje sve zajedno u biznis plan. Prisustvo stručnjaka na predavanju – kao što je bankarski službenik – može da bude od koristi u ovoj fazi, kako bi pomogao učesnicima da savladaju pojmove koji mogu da im predstavljaju prepreku, kao što su gotovinski tok i bilansi stanja.

Predložena strategija učenja težište stavlja na negovanje veština (učenju kako treba da se uči, donose odluke, rešavaju problemi i ostalo), koje služe kao sredstvo za samozapošljavanje. U tom smislu, plan

aktivnosti vezanih za učenje treba da bude primeren lokalnom kontekstu, kako bi obuhvatio informacije, savete i primere najbolje prakse, a takodje i da bi uključio sposobne ličnosti iz poslovne zajednice.

Uz svaku lekciju, u Vodiču se navode ciljevi učenja, aktivnosti (vežbe i zadatke) i približno vreme predavanja. Pre predavanja u radionici za obuku, predavačima se savetuje sledeće:

- ① Da se upoznaju u celosti sa sadržinom Vodiča (da razumeju teme koje on pokriva i predložene aktivnosti);
- ② Da sprovedu analizu potreba obuke;
- ③ Da identifikuju koje delove Vodiča i koja sredstva treba prilagoditi nacionalnom kontekstu i potrebama ciljne grupe;
- ④ Da sačine plan za svaku lekciju, u kome će biti istaknuti ciljevi, sadržaj, aktivnosti i sredstva učenja (primer plana predavanja je izložen u Aneksu 2);
- ⑤ Da pripreme sredstvo za vrednovanje po završetku radionice (radi merenja zadovoljstva učesnika i dometa u ostvarenju predvidjenih rezultata učenja).

Svi učesnici radionice neće postati samozaposlena lica. Međutim, samim učešćem u ovakvoj vrsti aktivnosti, mladi stiču osnovna znanja koja mogu da im pomognu u donošenju odluke o tome da li je zapošljavanje mogući put u njihovoј karijeri. Ukoliko to nije slučaj, barem će steći sposobnost da «spremno dočekaju mogućnosti», kao i «preduzetničku» sposobnost.

Aktivnosti ovog Vodiča su, stoga, takođe planirane na taj način da pomognu predavaču da upozna mlade ljudе sa sledećim veštinama koje su od suštinskog značaja za mogućnost zapošljavanja:

- **Prikupljanje, analiza i organizovanje informacija** (sposobnost lociranja i odabira informacija, prezentovanja informacija na svrshodan način i procena izvora i metoda koji se koriste za dobijanje informacija).
- **Komunikacija izmedju ideja i informacija** (sposobnost efikasne komunikacije sa drugima uz korišćenje čitavog niza govornog, pismenog, grafičkog i ostalih neverbalnih načina izražavanja).
- **Timski rad** (sposobnost interakcije sa drugim ljudima, individualno i u grupama, radi razumevanja i odgovaranja na potrebe drugih ljudi i za rad kao član tima).
- **Rešavanje problema** (sposobnost rešavanja problema, kako u slučajevima kada su problem i rešenje evidentni, tako i u slučajevima kada su potrebni kritičko mišljenje i kreativan pristup).

Aktivnosti i zadaci

Napomene za predavača i o samozapošljavanju, i o procesu učenja, inkorporirane su u tekst. Aktivnosti koje su predložene u ovom Vodiču izložene su kao primeri, a predavačima se najtoplje preporučuje da sačine individualna i grupna vežbanja koja su prilagodjena nacionalnom kontekstu. Primeri i obrasci za individualne i grupne aktivnosti su dodati u okviru priručnika.

Na početku svakog predavanja, predavač bi trebalo da odvoji deo vremena za razgovor sa učesnicima o ciljevima učenja i rezultatima prethodnog zadatka. Na kraju svakog predavanja, predavač bi trebalo da posveti 5 do 10 minuta za rezimiranje ključnih tačaka učenja i za opis zadataka koje mladi treba da izvrše van radinice za obuku. Svrha ovih zadataka je upoznavanje sa ciljevima učenja narednog predavanja, i usmeravanje učesnika u njihovom iskustvu učenja.

Prema tome, predavač treba da istakne na početku predavanja u okviru radionice sledeće:

- Da su učesnici nadležni sa svoje sopstveno učenje, i
- Da se veći deo učenja obavlja kroz praktične aktivnosti, kako u okviru radionice za obuku, tako i van nje.

Prilagodjavanje

Kao dopuna aktivnostima izloženim u Vodiču, predavač bi trebalo da prikupi i organizuje raspoložive informacije o postojećim programima i uslugama za promociju samozapošljavanja. Sve agencije i organizacije koje su uključene u ove programe moraju da budu identifikovane i unete u spisak zajedno sa područjem njihovih aktivnosti i ulogom u promociji samozapošljavanja (savetodavne usluge, kredit, obuka, marketinška pomoć). Tokom trajanja radionice, u objektu gde se odvija obuka treba da budu dostupni poslovni adresari, spiskovi javnih i privatnih davalaca usluga (privrednih komora, službi za zapošljavanje, agencija za unapredjenje izvoza itd.). Informacije o administrativnim, pravnim i fiskalnim zahtevima za osnivanje preduzeća (registracija, dozvole, porezi itd.), kao i informacije za radnike zaposlene kod poslodavca (socijalna sigurnost, minimalne zarade, doprinosi za fond penzijskog osiguranja, itd.), takodje treba da budu prikupljene i distribuirane mladim učesnicima.

I najzad, predstavnici lokalne poslovne zajednice treba da budu uključeni u rad radionice. Oni mogu da obezbede brojne mogućnosti da radionica dobije na značaju i da rad u njoj bude priјatan (npr. lokalni poslovni ljudi mogu da budu pozvani da iznesu svoje iskustvo učesnicima, kao i da budu mentorи mladim preuzetnicima).

PREDUZETNIČKE VEŠTINE

Lekcija

1

– Preduzetničke veštine



Ciljevi učenja:

Na kraju predavanja učesnici će moći da:

- definišu termine preduzeće, preduzetnik i samozapošljavanje;
- analiziraju sopstvene veštine i stavove i da ih uporede sa preduzetničkim karakteristikama.

Vreme predavanja: 120 minuta

Pitanja i vežbanja

- 1 Mitovi o započinjanju biznisa.
- 2 Definisanje preduzeća, preduzetnika i samozapošljavanja.
- 3 Procena sopstvenih preduzetničkih veština.

Zadatak:

- Učesnici će zamoliti druge ljudе (članove porodice ili prijatelje) da procene njihove «preduzetničke veštine» i razmisliće o načinu na koji mogu da isprave postojeće slabosti.
- Učesnici će posmatrati predmete opšte upotrebe (kod kuće, na ulici i u prodavnicama) i razmisliće o njihovim promenama na bolje, za koje bi ljudi bili spremni da plate.

PREDUZETNIČKE VEŠTINE

Uvod

Deo prvog predavanja trebalo bi da za cilj ima upoznavanje učesnika sa sveukupnim ciljevima radionice i za sticanje «opšteg utiska» o polaznicima.

Ciljevi učenja u okviru obuke treba da budu jasni: od učesnika se ne traži da započnu sopstveni biznis po završetku radionice; od njih se očekuje da «znaaju kako» se to radi i da spoznaju da li je preduzetništvo za njih održiv put u karijeri.

Učesnici takodje treba da se upoznaju sa:

- *Segmentima nastave* (broj i sadržaj predavanja; očekivani rezultati učenja)
- *Strategijom učenja*, čije je težište na pristupu u kome je učenik centar, i koja od učesnika zahteva da «uči kroz praksu», kako u okviru radionice za obuku, tako i van nje.

Pogrešne predstave o započinjanju biznisa

Danas termin «preduzetništvo» ukazuje na nekoga ko je neprekidno u potrazi za mogućnostima i ko većinu njih ume da iskoristi. Od mlađih ljudi se sve više očekuje da sami odlučuju šta je za njih najbolje – odnosno, oni treba da imaju jasan cilj i stav «ja to mogu». Istovremeno, često bivaju obeshrabreni i napuštaju ideju o samozapošljavanju, zbog toga što smatraju da nikada neće moći da dobiju zajam, ili da će provesti veći deo svog vremena u bavljenju administrativnim poslovima.

Aktivnost

Radi razbijanja pogrešnih predstava o samozapošljavanju, zamolite mlade učesnike da nabroje – najpre pojedinačno, a zatim grupno – faktore (npr. kapital, vreme, administrativni i fiskalni zahtevi) koji, po njihovom mišljenju, odvraćaju potencijalne preduzetnike od samozapošljavanja.

Dostupnost informacija o administrativnim i fiskalnim zahtevima pomoći će vam da usmerite razgovor u pravcu ovih faktora, koji predstavljaju pravi izazov za potencijalne preduzetnike.

Aktivnost može biti planirana kao probijanje leda (vežbanje pod nazivom *Sindrom započinjanja biznisa* iz priručnika nudi jedan takav primer) ili kao vežbanje tipa «moždana bura».

Biznis, preuzeće, preuzetnik, samozapošlj- avanje

Nacionalni zakoni, koji regulišu aktivnosti preduzeća, po pravilu obezbeđuju sveobuhvatne definicije koje mogu da se koriste u radionici. Ukoliko na nacionalnom nivou ne može da se nadje odgovarajuća definicija, možete da koristite onu iz Odeljka 1.1. koja opisuje najuobičajenije termine.

Takodje možete da pretvorite Glosar poslovnih termina (Aneks 1) u aktivnost upoznavanja učesnika sa terminima koji će biti korišćeni tokom trajanja radionice.

DEFINICIJE

Odeljak 1.1.

Termini samozaposleno lice, preuzetnik i vlasnik firme opisuju svakoga ko sam zaradjuje kroz bavljenje poslovnom delatnošću, rad po ugovoru ili kao pripadnik slobodne profesije. Preciznije govoreći, samozaposleno lice je ono lice koje ima zaposlenje ili obavlja poslovnu delatnost samostalno ili sa malom grupom ljudi, sa ili bez drugih lica zaposlenih kod njega kao poslodavca, a preuzeće je privredni činilac čija je ključna uloga proizvodnja robe i pružanje usluga koji se prodaju radi sticanja profita.

PREDUZETNIČKE VEŠTINE

Aktivnost

Učesnicima treba dati mogućnost da razmisle o tome šta već znaju o firmama i da identifikuju osnovne karakteristike preduzetnika.

To može biti učinjeno na taj način što će se od njih tražiti da zabeleže, u parovima, na karticama u boji, naziv poznate lokalne firme, opšte aktivnosti iz oblasti samozapošljavanja ili ime uspešnog preduzetnika, i da opišu u jednoj rečenici njihove svakodnevne aktivnosti (videti aktivnost *Rečite reči* u priručniku). Takođe možete da primenite aktivnost *Hajde da ih bodujemo* u kojoj se beleži niz preduzetničkih karakteristika.

Preduzetničke veštine

Preduzetništvo je fokusirano na način na koji pojedinci stvaraju i sprovode ideje i metode u cilju proizvodjenja roba i pružanja usluga. Preduzetničke veštine i stavovi mogu da budu razvijane kroz učenje, iako su im neki ljudi više skloni od drugih, zbog kulturološkog, socijanog i privrednog konteksta u kome žive.

Samoprocena

Samoprocena je prvi korak za mlade učesnike u razumevanju da li imaju «šta treba» da bi postali preduzetnici. Postoje različita sredstva samoprocene koja su na raspolaganju kako bi se ustanovilo šta podrazumeva «preduzetnički duh».

Možete da odaberete sredstva i «testove» koji se uobičajeno primenjuju u vašoj zemlji – na primer, one koje su sačinile agencije za razvoj preduzeća, institucije za poslovnu edukaciju i obuku i privredne komore.

Aktivnost

U priručniku možete naći odabrana sredstva za spoznavanje sopstvenih mogućnosti (Hajde da ih budujemo, Da li ste spremni za preduzetništvo?, Samoprocena preduzetničkog potencijala).

Od učesnika možete da tražite da primene jedno od ovih sredstava za merenje svoje «spremnosti za preduzetništvo» i da o rezultatu razgovaraju sa partnerom, prijateljem ili članom porodice. Podsetite učesnike na to da će im ova sredstva pomoći da razmišljaju o veštinama koje već poseduju, kao i o onima koje treba da steknu ili unaprede, i da ne postoje «tačni» i «pogrešni» odgovori.

Ova aktivnost spoznavanja sopstvenih mogućnosti može takođe da se koristi kao pomoć učesnicima za unapredjenje sopstvenih preduzetničkih veština. Na primer:

- Da li postoje razlike izmedju samoprocene i bodovanja od strane drugih ljudi u pogledu veština učesnika? Ukoliko ima, da li su učesnici razmišljali o tome da možda potcenjuju ili precenjuju svoje sopstvene sposobnosti?
- Da li učesnici mogu da identifikuju veštine koje treba da usavrše? Na koji način to mogu da urade?

Unapredjenje ili sticanje «preduzetničkih» veština je sredstvo od značaja ne samo za započinjanje biznisa, već isto tako i za zapošljavanje i lični život.

PREDUZETNIČKE VEŠTINE

Zadatak: stvaranje poslovnih ideja

Jedan od najrasprostranjenijih mitova o započinjanju biznisa jeste taj da uspešna poslovna delatnost zahteva da se izumi nešto novo. Naprotiv, mnoge delatnosti su uspešne upravo zato što su usavršile postojeće proizvode ili usluge.

Za pripremu osnove za Lekciju 2 (stvaranje i identifikacija poslovnih ideja), tražite od učesnika da posmatraju predmete opšte upotrebe – kod kuće, na ulici u radnjama – i da razmišljaju o njihovim promenama na bolje za koja bi ljudi bili spremni da plate.

Ili, kao alternativa, navedite učesnike da se zapitaju «Da sam samo...». Postoje potrebe koje se razvijaju vremenom, i koje potiču od promena u prioritetima pojedinca ili u tehnologiji. Da biste objasnili ovaj koncept, navedite neke primere potreba koje su se pojavile u nedavnoj prošlosti (npr. mobilni telefoni, vokmeni, djački ranci, roleri).

Lekcija 2 – Poslovne ideje i mogućnosti



Ciljevi učenja:

Do kraja predavanja učesnici će moći da:

- Stvaraju i biraju poslovne ideje i mogućnosti.

Vreme predavanja: 90 minuta

Pitanja i vežbe:

- 1 Stvaranje poslovnih ideja.
- 2 Nalaženje informacija i formiranje inventara mreže.

Zadatak:

- Korišćenje mreža za razumevanje proizvodnih procesa.

POSLOVNE IDEJE I MOGUĆNOSTI

Uvod

Poslovna ideja je kratak i precizan opis osnovih delatnosti jedne firme. Ona objašnjava o kakvoj vrsti poslovne delatnosti je reč, ko su klijenti i na koji način proizvodi i usluge stupaju na tržište.

Uvek kada postoji potreba i kada postoji tržište na koje može da se prodre i opslužuje, postoji i potencijalni biznis. Prepreku ne predstavlja nedostatak mogućnosti, već nalaženje prave mogućnosti koja odgovara sredstvima mlade osobe, interesovanjima, veštinama i iskustvu.

Stvaranje poslovnih ideja i mogućnosti

Da biste pomogli učesnicima da kreativno razmišljaju, stvaraju poslovne ideje i da imaju šire vidike, možete da organizujete aktivnosti tipa «moždane bure» kako biste naveli učesnike na razmišljanje o što je moguće više poslovnih ideja.

Aktivnost

Kao početak «moždane bure», možete da koristite zadatak izložen u Lekciji 1, ili da odaberete neko od sredstava navedenih u priručniku (Stvaranje ideja, Sunce koje sija i Društvena igra). Izbor vežbanja zavisiće od stila učenja učesnika i od vrste informacija koje mogu da im budu dostupne. Međutim, biće neophodno da imate na umu glavni rezultat učenja kada je reč o ovom vežbanju, a to je prikupljanje, analiza i organizacija informacija.

Podelite učesnike u parove, zatim spojite parove sve dok svi prisutni polaznici ne postanu jedna grupa. To će omogućiti učesnicima da naprave spiskove i razgovaraju o brojnim idejama u timovima, i, na kraju, da odaberu «najbolje». U ovoj fazi je idealno da bude odabранo najviše pet «najboljih ideja».

Tokom vežbanja, biće potrebno da:

- 1 pratite i vodite diskusiju u pravcu konačnog izbora, i
- 2 da igrate ulogu «djavolovog advokata» - tj. da postavljate neprijatna pitanja, kao što su «Ko će biti spremam da kupi taj proizvod?», «Koliko će to po vašem mišljenju da košta?».

Društvena igra je daleko složenija i zahteva angažovanje učesnika i van prostora predviđenog za učenje. Ukoliko se odlučite da iskoristite ovu opciju, možete da podelite različite zadatke u vezi sa ovom aktivnošću na različita predavanja u okviru radionice (npr. analiza tržišta, organizovanje mreže i marketing).

«Dobre» poslovne ideje

Kad jednom bude sačinjen preliminarni spisak ideja, neophodno je ustanoviti da li su ove ideje «one dobre», tj. da li mogu da budu ostvarene kao profitabilan biznis. Da biste pomogli mladim ljudima da razumeju koje su karakteristike neke dobre poslovne ideje, možete da navedene primere ideja za koje se ispostavilo da su osnova dobrih poslova u vašoj zemlji, ili da se oslonite na poslovne ideje istaknute u Odeljku 2.1.

POSLOVNE IDEJE I MOGUĆNOSTI

USPEŠNE POSLOVNE IDEJE

Odeljak 2.1.

Cipele koje dišu

Ideja GEOX cipela stvorena je na planinskoj stazi i svog pronalazača je učinila jednim od najbogatijih ljudi na svetu. Dok je vezivao pertle na cipelama za planinarenje, izumitelj GEOX cipela je počeo da zamišlja kako će mu stopala biti užarena tokom pešačenja planinskom stazom. Rekao je sebi: «Voleo bih da imam cipele čiji bi djonovi propuštali vazduh, ali ne i vodu ili sneg».



Ruska Poni Ekspres pošta

Ideja o ruskoj kompaniji za ekspresnu dostavu došla je dvojici diplomaca za izvesnim iskustvom u pružanju usluga isporuke. Cilj je bio da se firmama ponudi kurirska dostava izmedju Moskve i drugih ruskih gradova, kao novina na ruskom tržištu. Od 1994. g. dvojica preduzetnika su od svoje službe za dostavu sa sedištem u Moskvi napravili jednu od najuspešnijih početničkih malih firmi u Rusiji. Danas Poni Ekspres pošta nudi kurirske usluge izmedju Moskve i 185 gradova, ostvaruje ukupan godišnji promet od preko 5 miliona USD i zapošljava 270 ljudi.



Istakni svoju reklamnu tablu!

Na ideju o proizvodnji jeftinih tabli za radnje došla je grupa mladih ljudi koji su čuli da se vlasnici malih firmi žale na visoke cene reklamnih tabli. Ova firma koristi otpadni materijal, dizajn koji podseća na skulpture i inovativne kombinacije boja u proizvodnji jedinstvenih reklamnih tabli po niskoj ceni. Njihov prvi posao je bila izrada reprodukcije čuvenog ženskog portreta sa brižljivo napravljenom frizurom radi reklamiranja frizerske radnje. Reklamna tabla je bila naslikana na dasci napravljenoj od ostataka drvenih letvica.

**Drvene roletne**

Proizvodnja vertikalnih i horizontalnih roletni od drvnog otpada je druga uspešna poslovna ideja. Na tu ideju je došla grupa učenika prolazeći pored kompanije za proizvodnju nameštaja od drveta na putu za školu. Kompanija je imala gomilu drvnog otpada u svom dvorištu. Otpad je s vremena na vreme prodavan drugoj kompaniji, ali su transportni troškovi bili toliko veliki da vlasnik kompanije za proizvodnju nameštaja više radije pravio zalihe drvnog otpada i prodavao ga je tokom zimskog perioda kao ogrev. Učenici su otkrili da je 30 procenata drvnog otpada podesno za proizvodnju prozorskih roletni i zaključili su ugovor sa tom kompanijom. Danas je promet koji ostvaruje firma za izradu drvenih roletni gotovo jednak prometu navedene kompanije za proizvodnju nameštaja.

POSLOVNE IDEJE I MOGUĆNOSTI

Pumpa za vodu na pedale

Ideja o pumpi za vodu na pedale potiče sa afričkih farmi, gde voda mora da se pumpa iz kanala i bunara kako za navodnjavanje, tako i za potrebe domaćinstava. Ideja o pumpi na pedale je unapredjena verzija ručne pumpe. Umesto korišćenja snage ruku i trupa, farmeri koriste noge i težinu celog tela za pokretanje pumpe. Sa druge strane, pumpe koje rade na motor su skupe za nabavku i održavanje, i često se kvare zbog intenzivne upotrebe. Pored toga, u mnogim oblastima još uvek nije uvedena struja, tako da električne pumpe ne odgovaraju potrebama farmera.

Za četiri sata pumpanja na pedale dnevno može da se navodi do 0,5 hektara zemlje, uštede troškovi motornih i električnih pumpi, i smanji fizički napor koji zahtevaju ručne pumpe.



Traženje informacija

Aktivnost

Traženje i pribavljanje informacija i uspostavljanje mreža su ključni faktori u razumevanju opravdanosti neke poslovne ideje.

Da biste učesnicima pomogli da steknu «know-how» o traženju informacija, možete da uradite vežbu rešavanja problema u malim grupama.

Vežba zahteva dostupnost izvora generičkih informacija, kao što su telefonski imenik ili običan spisak imena, adresa i telefonskih brojeva privatnih i javnih preduzeća. Ukoliko pribavljanje takvih informacija nije jednostavno, možete da spojite ovu aktivnost sa vežbom za uspostavljanje mreže koja je dole prikazana, tako da učesnici mogu da iskoriste svoju mrežu za nalaženje informacija koje su im potrebne.

Takođe možete da prilagodite vežbu tako, da ona odgovara dostupnim izvorima informacija, ili da se opredelite za veći naglasak na rezultatu rešavanja problema. U ovom drugom slučaju, trebalo bi da odredite posmatrača u svakoj grupi koji će da izveštava o procesu.

Obrazac za ovu vežbu je dostupan u priručniku (*Nalaženje i traženje informacija*).

Organizovanje mreže

Aktivnost

Organizovanje mreže podrazumeva negovanje i širenje korisnih «kontakata». Porodica, prijatelji, poznanici i lokalni administratori mogu da obezbede mnogo informacija i da uspostave dodatne kontakte koji su korisni za biznis, zapošljavanje i život u zajednici.

Od učesnika možete da tražite da pojedinačno rangiraju preliminarni spisak lica koja mogu da obzebede korisne informacije i pomognu u započinjanju biznisa.

Kao alternativa, od učesnika možete da tražite da sačine spisak lica koje poznaju i da navedu ko su oni, šta rade i kako mogu da pomognu. Podsetite ih da će ova mreža biti progresivno širena tokom trajanja radionice.

POSLOVNE IDEJE I MOGUĆNOSTI

Izbor «prave» poslovne ideje

U ovoj fazi učesnici su spremni da provere, kroz svoju mrežu, izvodljivost svoje poslovne ideje.

Izbor «prave» poslovne ideje (tj. one koja predstavlja najbolji spoj veština i interesovanja pojedinca, sa jedne strane, i potreba tržišta, sa druge strane) zahteva razumevanje proizvodnog procesa.

Zadatak

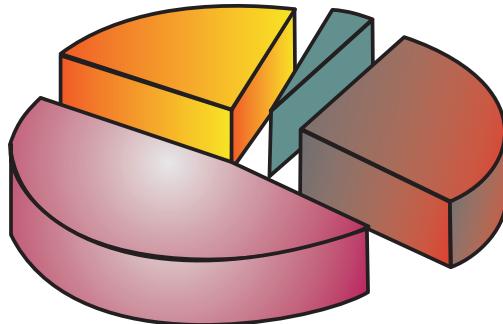
To može da pojednostavi vežba koja zahteva od učesnika da ispitaju šta poslovna ideja uključuje u smislu proizvodnje (kako se proizvodi roba ili pružaju usluge, koja vrsta opreme i materijala su potrebni, koliko oni koštaju i ko su potencijalni kupci).

U ovoj fazi se većina poslovnih ideja odbacuje, bilo zbog toga što su suviše kompleksne ili suviše skupe. Rezultat vežbe treba da bude sužavanje spiska potencijanih poslova kojima bi se učesnici mogli baviti. Pojasnite ovaj momenat učesnicima i imajte spremnu ideju «slamke spasa», za slučaj da svih pet ideja budu neodržive ili da učesnici naidju na probleme (*Proizvodnja parfimisanih sveća je obrazac vežbe koju treba primeniti u takvim slučajevima*).

Vodite evidenciju o sastavu grupa koje učestvuju u ovoj aktivnosti, tako da isti timovi mogu da budu pregrupisani za aktivnost planiranja poslovanja (Lekcija 6).

ANALIZA TRŽIŠTA

Lekcija 3 – Analiza tržišta



Ciljevi učenja:

Po završetku predavanja učesnici će moći da:

- da izvrše analizu tržišta kako bi potvrdili izvodljivost svoje poslovne ideje

Vreme predavanja: 90 minuta

Pitanja i vežbe:

- 1 Ispitivanje tržišta.

Zadatak:

- Popunjavanje informativnih praznina u analizi tržišta.

ANALIZA TRŽIŠTA

Uvod

Najvažniji korak u određivanju izvodljivosti poslovne ideje jeste analiza tržišta. Uspeh neke poslovne delatnosti u velikoj meri zavisi od toga da li je dobro utvrđen tržišni cilj.

Analiza tržišta

Da bi se ustanovilo da li postoji tržište za poslovnu ideju, neophodno je znati ko su potencijalni kupci, kakve su njihove potrebe i koju cenu mogu sebi da priušte da plate za robu i usluge koje im se nude. Takođe bi moglo biti od koristi uvodjenje koncepta «4 P» – *product, price, place and promotion* (proizvod, cena, mesto i promocija) da bi se mlađim ljudima pomoglo da identifikuju informacije koje treba da budu prikupljene za analizu tržišta (videti objašnjenje izloženo u Lekciji 6). Stručnjaci za marketing svoje klijente obično klasifikuju prema sledećim pojedinačnim karakteristikama:

- *Pol i uzrast* – kupovne navike muškaraca, žena, dece, mlađih i odraslih su različite;
- *Zarada i zanimanje* – i jedno i drugo su pokazatelji prioriteta i kupovne moći klijenta;
- *Porodični status* - kupovne navike porodice su drugačije od navika samaca.

Možete pomenuti da u većini zemalja približno 20 procenata kupaca kupuje 80% proizvoda/usluga neke firme. To znači da će većina klijenata da kupi svega preostalih 20 procenata proizvoda ili usluga.

Aktivnost

Postoje različita nastavna sredstva koja mogu da pomognu mladima da shvate šta znači «ispitivanje tržišta». Možete da odaberete neko od sredstava koja se koriste u vašoj zemlji (koja su razvijena od strane agencija za podršku preduzećima, privrednih komora, banaka ili institucija za mikro-kredite), ili da primenite neko od vežbanja iz priručnika (*Ispitivanje tržišta i Proizvodnja parfimisanih sveća*).

Podelite učesnike u male grupe, od kojih svaka ima jednu od «najboljih poslovnih ideja» razvijenih na prethodnom predavanju.

Do sada, učesnici «znanju kako (know-how)» da istražuju informacije, imaju mrežu kontakata kojoj treba da pristupe, i imaju niz sredstava za istraživanje (telefon i poslovni adresar, spisak korisnih kontakata itd.). Ova sredstva mogu da se koriste za kompletiranje informacija prikupljenih u zadatku sa prethodnog predavanja (videti aktivnost *Ispitivanje tržišta*).

Vežbanje u grupama učesnicima daje mogućnost da vežbaju niz veština (npr. istraživanje, prikupljanje i organizovanje informacija, timski rad, pregovaranje, upravljanje vremenom). Takodje bi trebalo da predložite da učesnici zabeleže nalaze svojih istraživanja, pošto će oni biti od koristi na kasnijim predavanjima.

Tokom analize tržišta, svakako će biti potrebno da učesnici preformulišu ili preciste svoje poslovne ideje. U ovoj fazi je sasvim uobičajeno da se eliminišu ideje za koje nema tržišta i da se težište stavi na one koje imaju šansu da vode uspešnom poslovanju.

Treba da istaknete da je u ovoj fazi bolje otkriti da je neka ideja neodrživa, nego investirati vreme i novac da bi se proizvelo nešto što neće moći da se prodaje.

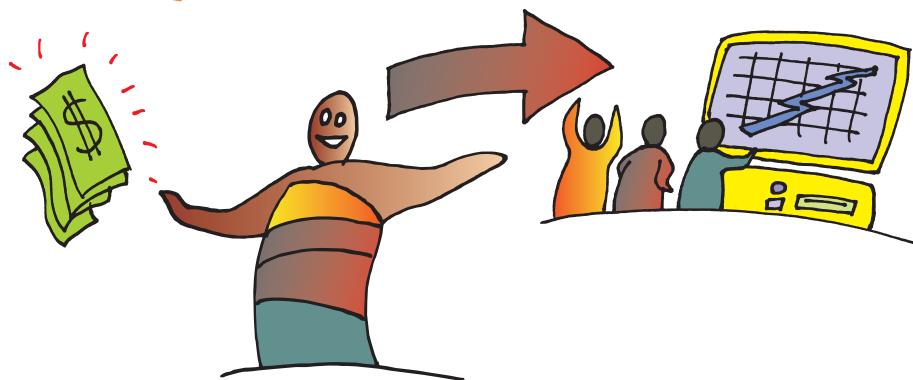
ANALIZA TRŽIŠTA

Zadatak

S obzirom na veliki raspon prikupljenih informacija, potrebno je da učesnike podstakente da:

- nastave sa radom na analizi tržišta nakon ovog predavanja u okviru obuke, i, u slučaju nedostatka vremena, da prednost daju informacijama koje se odnose na klijente, konkurenčiju i izradu budžeta;
- Ukoliko je moguće, razgovarajte o pojedinim komponentama ispitivanja tržišta sa poslovним i tehničkim stručnjacima.

Lekcija 4 – Sredstva



Ciljevi učenja:

Na kraju ovog predavanja učesnici će moći da:

- identifikuju sredstva neophodna za vodjenje poslovne delatnosti;
- pripreme analizu troškova za započinjanje biznisa i finansijski izveštaj.

Vreme predavanja: 120 minuta

Pitanja i vežbe:

- ① Upravljanje ljudskim resursima.
- ② Početni troškovi i finansijski izveštaj.

Zadatak:

Finalizacija početnih troškova i bilans poslovanja

Uvod

Istraživanje tržišta daje prilično dobru predstavu o sredstvima – ulaznim, kao što su materijal, oprema, radna snaga i gotovinski kapital – koja su neophodna jednoj firmi za obavljanje njene delatnosti.

Jedna od prvih odluka koje moraju da budu donete odnosi se na zadatke koje mladi preuzimač može sam da obavi, i one za koje je potrebna podrška sa strane.

Drugim rečima, neophodno je identifikovati najvažnije zadatke – na primer, nabavka materijala, vodjenje evidencije o prodaji, distribuciji itd. – i uskladiti ih sa nadležnostima vlasnika firme.

Regrutovanje ljudskih resursa

Treba da podstaknete učesnike da konstatuju da su poslovi brojni, i da nije uvek moguće da ih neko sam obavlja. Kad je neophodna pomoć sa strane, potrebno je proceniti da li to zahteva angažovanje radnika (sa punim radnim vremenom, ili honorarno) ili da li je moguće izbeći takvu podršku. Kriterijumi koji treba da se primenjuju u donošenju odluke o tome da li treba ili ne regrutovati zaposlene su sledeći:

- ① rekurentnost (učestanost) poslova;
- ② zahtevi radnog zakonodavstva; i
- ③ troškovi zarada.

Aktivnost

Jedan primer grupne aktivnosti koja može da pomogne učesnicima da usklade poslovne zadatke sa svojim sopstvenim stručnim sposobnostima naveden je u priručniku (Usklajivanje poslovnih zadataka i stručnih sposobnosti).

Kad grupa jednom identificuje sve zadatke koje zahteva obavljanje nekog posla, svaki član će da oceni svoje sopstvene sposobnosti za obavljanje takvih zadataka. Svaki tim će morati da odluči:

- ① za koju funkciju (koje funkcije) svaki član ima više kompetencija;
- ② koliko on/ona treba da bude plaćen; i
- ③ šta treba preuzeti da bi se pokrio posao koji niko u timu ne može da radi.

Pre ove aktivnosti, trebalo bi da prikupite osnovne informacije o radnom zakonodavstvu koje će tokom vežbanja biti podeljene učesnicima. Kao alternativa, možete da ukažete na najadekvatniji lokalni izvor informacija (organizacije poslodavaca, služba za zapošljavanje, sindikati, itd.) gde takve informacije mogu da se dobiju.

Podsetite učesnike da postoje radni standardi kojih se treba pridržavati. U tom smislu, možete ili da distribuirate materijal koji je lokalno dostupan o pravima radnika, ili da ukažete na međunarodne standarde izložene u Odeljku 4.1.

PRAVA U VEZI SA RADOM

Odeljak 4.1



Medjunarodna organizacija rada je specijalizovana agencija Ujedinjenih nacija koja promoviše socijalnu pravdu i medjunarodno priznata ljudska i radnička prava.

MOR je osnovan 1919. g, i formuliše medjunarodne standarde rada u vidu Konvencija i Preporuka, koji propisuju minimalne standarde odnosnih radničkih prava: slobodno udruživanje, pravo na organizovanje, kolektivno pregovaranje, ukidanje prinudnog rada, jednakе mogućnosti i tretman, i ostale standarde koji regulišu uslove u celokupnom spektru pitanja u vezi sa radom.

Minimalni uzrast za rad i zabrana rada dece:

Minimalni uzrast za pristup zapošljavanju ne sme biti ispod uzrasta završetka obaveznog školovanja. Postoje posebne odredbe za neodložno ukidanje najgorih oblika rada dece (ropstvo, prostitucija, trafiking, itd.). Ovakva zabrana se odnosi na svu decu uzrasta ispod 18 godina.

Jednakost i nediskriminacija:

Podrazumeva zabranu diskriminacije u pristupu zapošljavanju, obuci i ostalim uslovima zapošljavanja po osnovu rase, boje, pola, religije, političkog mišljenja, nacionalne pripadnosti ili socijalnog porekla. Cilj je promovisanje jednakih mogućnosti i tretiranja i jednakih zarada i beneficija za rad podjednake vrednosti.

Prinudni rad:

Ovi standardi zabranjuju iskorišćavanje bilo kog oblika prinudnog i obaveznog rada kao sredstva političke prinude ili vaspitanja, i kažnjavanje zbog izražavanja političkih stavova, radne discipline, kao i kažnjavanje zbog učešća u štrajkovima i diskriminaciju.

Pravo na organizovanje i kolektivno pregovaranje:

Ovaj skup standarda predviđa pravo svih radnika i poslodavaca na osnivanje članstvo u organizacijama po sopstvenom izboru, zaštitu protiv diskriminacije uperene protiv sindikata i unapredjenje kolektivnog pregovaranja.

Zdravlje i bezbednost na radu:

Svaka firma ima zakonsku odgovornost u pogledu obezbedjenja zdravlja i bezbednosti zaposlenih i drugih lica i zaštite životne sredine. Ove dužnosti uključuju i obezbedjenje da radno mesto ispunjava minimalne standarde udobnosti i čistoće i prijavljivanje ozbiljnih povreda, bolesti ili opasnih nesreća relevantnim organima (Inspekciji rada i organima za zaštitu zdravlja).

Izvor: www.ilo.org/standards/index.htm



Finansiranje

Mnogi mladi preduzetnici ne ulažu dovoljno napora u finansijsko planiranje, uvereni da neće biti teškoća u podizanju dodatnih sredstava ukoliko dobro posluju ili ukoliko je ideja dobra. Međutim, većina novih firmi zahteva više novca nego što je prvo bitno planirano.

Prvi korak u finansijskom planiranju jeste određivanje troškova otvaranja firme. To su jednokratni troškovi za započinjanje poslovne delatnosti (oprema, nameštaj, zalihe, renoviranje, dozvole, i ostale administrativne i zakonske takse). Troškovi koji nastanu nakon otvaranja firme poznati su kao troškovi poslovanja.

Forma poslovanja

Odabrana forma poslovanja preduzeća može da utiče na troškove otvaranja firme i troškove poslovanja. Na primer, loše odabrana struktura poslovanja može da ima za posledicu izlaganje nepotrebним troškovima, teškoće u poslovanju ili nepotrebne dažbine tokom funkcionisanja firme.

Trebalo bi da rezimirate ključne faktore koji treba da budu razmotreni pri izboru strukture poslovanja. To su:

- broj lica sa učešćem u firmi;
- uloga svakog partnera u firmi i mogućnost istupanja iz preduzeća;
- potrebna finansijska sredstva.

Da biste mladim ljudima pomogli da razumeju karakteristike različitih oblika firmi, možete da navedete primere dostupne u vašoj zemlji, ili da se oslonite na primere izložene u Odeljku 4.2. Ove informacije, po pravilu, pružaju privredne komore, ministarstvo trgovine ili agencije za razvoj preduzeća.

SREDSTVA

Podsetite učesnike na to da je, da bi postali legalni vlasnici firme, potrebno da budu punoletni (tj. da imaju zakonsku sposobnost da zaključuju ugovore). Po pravilu, zakonska sposobnost zaključenja ugovora se stiče sa 18 godina, ali u nekim zemljama punoletstvo se stiče ranije, a u drugima kasnije.

STRUKTURA PREDUZEĆA

Odeljak 4.2.

Pojedinačno vlasništvo

U ovakvoj formi, pojedinac je vlasnik preduzeća u celosti. Osnovna prednost sastoji se u tome što profit od poslovanja pripada vlasniku. Nedostatak je to što je vlasnik lično odgovoran za sve dugove i obaveze.

Partnerstvo

Dvoje ili više partnera dele vlasništvo nad preduzećem. Glavna prednost je to što se troškovi i prihod dele u skladu sa ugovorom izmedju partnera. Nedostatak partnerstva sastoji se u tome što je svaki od partnera lično odgovoran za sve dugove i odgovornosti preduzeća.

Društvo sa ograničenom odgovornošću

Društvo sa ograničenom odgovornošću je preduzeće u kome članovi učestvuju u upravljanju preduzećem po osnovu udela koje poseduju. Prednost ovakvog oblika privrednog društva sastoji se u tome što su njegovi članovi zaštićeni od lične odgovornosti za dugove preduzeća koji prelaze iznos njihovih udela. Glavni nedostatak se odnosi na striktne zakonske zahteve za ovakve vrste preduzeća.

Kooperacije

Kooperacija je udruženje lica koja zajednički obavljaju privrednu delatnost radi postizanja zajedničke koristi. To je pravno lice koje poseduju i kontrolisu njegovi članovi. Članstvo je otvorenog tipa, što znači da svako ko zadovoljava odredjene zahteve može da se pridruži. Ekonomski dobit se distribuira proporcionalno, u skladu sa udelima svakog člana. U nekim zemljama, kooperacije dobijaju stimulacije, uključujući niže takse za registraciju.

Bilans poslovanja

Nakon osvajanja proizvodnog procesa, sledeći korak je razumevanje planiranja budžeta – tj. obračunavanje svih troškova koji će biti obuhvaćeni realizacijom poslovnih aktivnosti i projekcija dobiti od obavljanja poslovne delatnosti.

Aktivnost

Modeli koje koriste lokalne agencije za razvoj preduzeća, privredne komore, banke ili institucije za mikro-kredite mogu da se koriste kao sredstva u obuci za vodjenje aktivnosti u vezi sa bilansom poslovanja. Kao alternativa, možete da koristite aktivnosti obezbedjene u priručniku (*Započinjanje biznisa i finansijski izveštaji ili Novogodišnji dobrotvorni bal*).

Adekvatno sredstvo za upoznavanje mladih sa planiranjem budžeta treba, u najmanju ruku, da zahteva od njih prikupljanje informacija o:

- licencama, registraciji i dozvolama;
- izgradnjii i renoviranjima;
- inventaru i opremi;
- naknadama za angažovanje i osiguranju;
- rashodima u poslovanju (zakup, komunalne usluge, zarade, zalihe, amortizacija, režijski troškovi itd.);
- otvaranje inventara;
- porezi.

Takođe treba da proverite da li gore navedeno može biti pribavljeno na jednostavan način od lokalnih kancelarija ili centara za resurse, ili je potrebno dostaviti upit drugim institucijama.

Učesnike treba upozoriti na opasnost od poslovanja u domenu neformalne ekonomije (npr. izbegavanje plaćanja poreza i taksi za registraciju, zapošljavanje ljudi bez ugovora ili socijalnog osiguranja). Odeljak 4.3. definije neformalnu ekonomiju i njene nedostatke, dugoročno posmatrano.

NEFORMALNA EKONOMIJA

Odeljak 4.3

Neformalna ekonomija obuhvata sve privredne aktivnosti od strane radnika ili privrednih jedinica koje – po zakonu ili u praksi – nisu u dovoljnoj meri pokrivene formalnim aranžmanima.

Neformalna ekonomija može zaista da obezbedi mogućnosti za sticanje zarade za one koji bi inače bili bez sredstava za život, međutim, šteta po preduzeća, radnike i zajednicu je velika. Nedostaci su sledeći:

- nepoštovanje zakona i propisa;
- neplaćanje doprinosa u korist državnih prihoda zbog izbegavanja poreza;
- neloyalna konkurenčija formalnim preduzećima kroz izbegavanje troškova poslovanja koji se odnose na registraciju i propise;
- niska produktivnost, tj. doprinos zapošljavanju je veći od doprinosa nacionalnom proizvodu date države.

Za radnike, «neformalan» status znači:

- nepostojanje zaštite u smislu radnog zakonodavstva i socijalne zaštite;
- česte slučajeve nemogućnosti korišćenja, ostvarenja ili zaštite njihovih prava na radu;
- rad u malim ili nedefinisanim radnim mestima, u nebezbednim i nezdravim radnim uslovima, sa niskim nivoom stručne sposobnosti i produktivnosti, niskim i nerедovnim prihodima, bez pristupa obuci i tehnologiji;
- suočavanje sa preprekama u organizovanju i efikasnom predstavljanju pred poslodavcima i državnim organima;
- isključenost ili ograničen pristup javnoj infrastrukturi i beneficijama.

Zadatak

Pri kraju ovog predavanja, potrebno je da uvedete pojam «planiranje poslovanja». Pošto je većina aktivnosti radionice sredstvo za izradu biznis plana, učesnici treba da vode beleške o procesu kako bi mogli da ga reprodukuju samostalno.

Treba da podstičete učesnike da završe i revidiraju, izmedju predavanja i uz pomoć svojih sredstava putem mreže, svoj rad na početnim troškovima započinjanja biznisa i bilansu poslovanja.

Lekcija 5 – Finansiranje



Ciljevi učenja:

Na kraju predavanja učesnici će moći da:

- identifikuju izvore finansiranja;
- pregovaraju i upravljaju sredstvima.

Vreme predavanja: 120 minuta

Pitanja i vežbe:

- ① «Moždana bura» o izvorima finansiranja.
- ② Pregovaranje i upravljanje aranžmanima i sredstvima.

Zadatak: Nema ga.

FINANSIRANJE

Uvod

Neposredno nakon što mlađi ljudi steknu znanje o troškovima započinjanja poslovne delatnosti i bilansu poslovanja, neizbežno će početi da razmišljaju o sredstvima i izvorima finansiranja.

Izvori finansiranja

Finansijska sredstva mogu da potiču iz više izvora – zajmovi od banaka, lična uštadjevina, komercijalni krediti i slično – ali sva ova sredstva nisu lako dostupna mladim ljudima koji po pravilu ne poseduju prethodno iskustvo sa kreditima, već ograničeno iskustvo u radu i poslovanju. Za mnoge od njih, najbolji izvor finansiranja mogu da budu lične uštadjevine i neformalni izvori (zajam od porodice i prijatelja).

Aktivnost

Možete da koristite informacije o finansiranju dostupne u vašoj zemlji za razvoj sredstva za obuku na ovu temu, ili, kao alternativa, možete da prilagodite spisak izvora finansiranja izložen u Odeljku 5.1.

Koristite ovaj spisak kao inicijator «moždane bure», kako biste pomogli učesnicima da razmišljaju o «dobrim» i «lošim» karakteristikama svakog od finansijskih izvora.

IZVORI FINANSIRANJA

Odeljak 5.1.

Lične uštedjevine

Uštedjevina je najuobičajeniji izvor za započinjanje biznisa. Banke često preporučuju lične investicije, pošto nova firma ima manje šanse da dobije zajam, osim ako vlasnik nije spremna investira svoja sopstvena sredstva. Lična investicija u biznis ukazuje na prihvatanje obaveze od strane vlasnika.

Odabir poslovnog partnera

Moguće je postizanje sporazuma ili ulazak u partnerstvo sa drugim licima ili firmama koji mogu da obezbede finansijsku podršku u vidu gotovine, kapitala, opreme i kredita.

Neformalno finansiranje

Porodica, prijatelji i organizacije u okviru zajednice predstavljaju primere neformalnih sredstava finansiranja. Organizacije u okviru zajednice takođe mogu da pomognu u pripremi finansijskih izveštaja i obezbeđenju knjigovodstvenih usluga, besplatne pravne pomoći i uključenja u mrežu.

Komercijalni i trgovinski krediti

Komercijalni ili trgovinski kredit može takođe da se koristi za rad firme. On uključuje dobavljače koji isporučuju robu i pružaju usluge pre dobijanja plaćanja. U štamparstvu, na primer, moguće je ugovoriti sa dobavljačem papira rok plaćanja od 30 dana, tako da nova firma može da plati robu iz prihoda ostvarenog kroz promet.

Zajmovi za mala preduzeća

Mogućnost dobijanja zajma za mala preduzeća počiva na solventnosti koju čini «Pet C» kreditne sposobnosti – character, cash flow, collateral, capital and conditions (tip, gotovinski tok, kolateralno jemstvo, kapital i uslovi). Početnici imaju manju verovatnoću da dobiju takve zajmove nego razradjene firme, pošto su ove druge manje «rizične». Sa druge strane, postoje banke i institucije za mikro-kredite koje novac daju na zajam isključivo novoosnovanim firmama, često koristeći prednosti sistema garancija za promociju razvoja malih preduzeća.

Poslovni inkubatori

Poslovni inkubatori obezbeđuju bez naknade preduzećima koja započinju svoj rad poslovnu i upravljačku pomoć, prostor i ostale usluge podrške. Obično ih vode agencije za privredni razvoj ili lokalni organi vlasti, a opšti cilj im je unapredjenje rada preduzeća u posebnim podsektorima.

Sredstva za pregovaranje

Većini mlađih ljudi je potrebna pomoć za obavljanje višestrukih zadataka u vodjenju nove firme. Postoji više specijalizovanih institucija (npr. služba za savetovanje preduzeća, bankarska i kreditna unija, udruženja knjigovodja, organizacije poslodavaca) koje obezbeđuju podršku novim preduzetnicima. Na primer, može biti dobra ideja učlanjenje u neku organizaciju poslodavaca, kako bi mlađi preduzetnici bili u ţiri privrednih zbivanja i imali pristup uslugama ovih organizacija.

Sredstva za pregovaranje – novac, klijenti, kadrovi i informacije – predstavljaju bitan aspekt biznisa.

Pregovaranje je legitiman način na koji dve strane mogu da postignu dogovor na obostrano zadovoljstvo na pravednim osnovama. Veštine pregovaranja, kao i sve druge veštine, mogu se naučiti, dok se umešnost stiče isključivo kroz praksu.

Aktivnost

Da biste učesnicima pomogli u vežbanju veština pregovaranja, možete da odaberete jednu ili dve grupe vežbanja dostupnih u priručniku. Pregovori za zaključenje posla je aktivnost usmerena na prodaju, dok je vežbanje Trouglovi fokusirano više na timski rad i strategije pregovaranja.

Razgovor koji sledi nakon ovih vežbanja može da pruži priliku da se učesnicima pomogne da identifikuju uspešne strategije pregovaranja, načine unapredjenja svojih veština i načine postupanja u slučajevima neetične prakse.

Sredstva za upravljanje

Sredstva za upravljanje podrazumevaju planiranje i organizovanje prihoda i rashoda. To je kompleksan skup zadataka, posebno za mlade ljudе koji mogu da imaju ograničeno iskustvo u radu sa novcem.

Aktivnost

Postoji više sredstava obuke za vežbanje upravljanja sredstvima. Rezultati učenja kada je reč o aktivnosti Podmirivanje troškova iz priručnika prelaze okvire upravljanja rashodima i oslanjaju se na kompleksnije preduzetničke veštine, kao što su postavljanje ciljeva, preuzimanje rizika, timski rad, rešavanje problema i donošenje odluka.

Aktivnost se sastoji od dodeljivanja fiksног godišnjeg prihoda svakoj grupi koja će da igra ulogу domaćinstva. Ovaj prihod treba da bude iskorišćen za postizanje ciljeva domaćinstva kao i zadovoljenje njegovih dnevnih potreba. Grupe treba da odaberu karticu troškova života i poresku karticu za nepredvidjene slučajeve. Svaka grupa počinje sa bankovnim saldom od 1500 jedinica valute i ne može da prekorači ovaj saldo. Domaćinstva mogu da podnesu zahtev za odobrenje kratkoročnih zajmova uz plaćanje kamate i administrativnih taksi. Ova aktivnost takođe zahteva:

- pripremu kartica troškova života, poreskih kartica i jedinica valute, kao i dijagram sa primerima ciljeva domaćinstva;
- izbor učesnika koji će da igraju uloge blagajnika, službenika poreske uprave i službenika kreditnog odeljenja;
- organizovanje najviše tri grupe;
- obezbeđenje digitrona, papira, hemijskih i grafitnih olovaka.

FINANSIRANJE

Ovo vežbanje ima dva glavna nedostatka: kao prvo, oduzima veći deo predavanja, a, kao drugo, od vas zahteva da razvrstate greške koje će učesnici najverovatnije da naprave, od kojih je najučestanija loš izbor. Treba da podstaknete učesnike da koriste pauzu na kraju predavanja za razmišljanje o tome šta su mogli da urade drugačije.

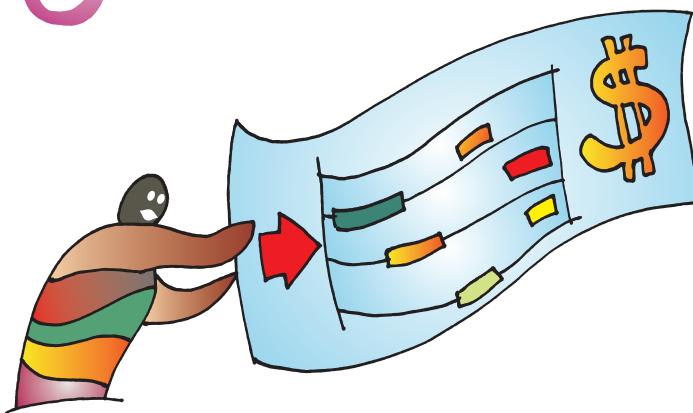
Za dobijanje bolje predstave o vremenu potrebnom za vežbanje i svodjenje teškoća na minimum, trebalo bi da i vi sami vežbate ovu aktivnost.

PLANIRANJE POSLOVANJA

Lekcija

6

– Planiranje poslovanja



**Ciljevi
učenja:**

Na kraju ovog predavanja učesnici će moći da:

- pripreme biznis plan.

Vreme predavanja: 120 minuta

**Pitanja i
vežbe:**

- 1 Izrada plana marketinga.
- 2 Izrada finansijskog plana.

Zadatak:

Nema ga

PLANIRANJE POSLOVANJA

Uvod

Biznis plan je dokument koji formuliše i) svrhu i ciljeve firme, i ii) predlog za investicije koji treba da bude podnet finansijskim institucijama i investitorima.

Planiranje poslovanja

Biznis plan je operativno sredstvo za planiranje načina na koji ljudska, tehnička i finansijska sredstva mogu da se koriste u poslovanju na najbolji način. Po pravilu, ovaj dokument se priprema nakon donošenja odluke o osnivanju firme, a pre samog osnivanja preduzeća.

Porebno je da naglasite učesnicima da su neke od komponenata biznis plana već pripremljene tokom prethodnih aktivnosti. Zadatak koji je preostao jeste logično i strukturno organizovanje informacija.

Predlažemo da se lekcija podeli na dva dela: prvi deo će služiti za reorganizaciju prethodnog rada, dok će drugi deo biti korišćen za izradu marketinškog i finansijskog plana.

Aktivnost

Da biste dobili ideju o tome kako pripremiti biznis plan, možete da prikupite modele koje obično pripremaju lokalne agencije za razvoj preduzeća i kreditne institucije. Kao alternativa, možete da koristite obrazac iz priručnika u kome su nabrojani naslovi i sadržaj standardnog biznis plana. Iste grupe koje su analizirale informacije u vezi sa poslovnim idejama u Lekciji 2 trebalo bi ponovo okupiti za izradu nacrta biznis plana.

Marketing

Marketing se često izjednačava sa strategijama prodaje (kako prodati proizvod koji već postoji). Naprotiv, razvoj marketinške strategije počinje od otkrića šta potencijalni klijenti žele i obezbedjenja da se takva roba proizvede (ili pruže takve usluge) na način koji odgovara potrebama klijenata.

Najvažnije odlike marketinga su rezimirane u konceptu mešavine marketinga poznate kao «četiri P» (proizvod, cena, mesto i promocija).

Učesnici treba da postanu svesni da nije moguća finalizacija biznis plana bez davanja odgovora na sledeća pitanja:

- Šta je proizvod ili usluga i koje potrebe klijenta zadovoljava?
- Koliko su potencijalni kupci spremni da plate?
- Koje druge faktore treba razmotriti u formiraju cene? (Podsetite učesnike da takođe moraju da obračunaju profit koji će biti ostvaren iz poslovne delatnosti).
- Koje je najboje «mesto» za firmu koja treba da bude osnovana i koji je metod promocije najbolji da bi se došlo do klijenata? (Podsetite učesnike da mesto takođe uključuje pristup komunikacionim mrežama, dobavljačima i drugim uslugama).

Aktivnost

Da biste učesnicima pomogli u vežbanju osnovnog koncepta marketinga, možete da planirate svoju sopstvenu aktivnost za grupu, po uzoru na onu koja je dostupna u priručniku (Marketing). Ova aktivnost sastoji se od planiranja, projekcije budžeta i marketinga neke javne manifestacije. Kad rad po grupama bude završen, trebalo bi da razgovarate sa svim učesnicima koje promotivne aktivnosti imaju više izgleda da budu uspešne, i na koji način može da se izmeri stepen zadovoljstva klijenta.

PLANIRANJE POSLOVANJA

Finansijski plan

Značajan deo biznis plana posvećen je finansijama. Finansijski odeljak biznis plana opisuje i) kapital koji će biti potreban za započinjanje biznisa, ii) način na koji će poslovna delatnost ubuduće biti finansirana, i iii) projekciju rezultata poslovanja.

Aktivnost

Teme koje se odnose na izveštaje o troškovima, formiranju cena i bilans poslovanja već su razmatrane na prethodnim predavanjima. Da bi finalizovali finansijski plan, učesnici treba da i) izračunaju obim prometa potreban za pokriće troškova (podmirivanje troškova), ii) da odrede tok finansijskih sredstava neophodnih za pokretanje i vodjenje firme (gotovinski tok), i iii) pripreme bilans stanja. Zbog svoje kompleksnosti, ove aktivnosti se obično obavljaju uz pomoć stručnjaka. Bitno je istaći da mladi učesnici treba da razumeju ove koncepte, iako se od njih ne traži da sve sami pripreme. Za ove potrebe, možete da zamolite lokalnog poslovnog čoveka ili službenika banke da učestvuje na ovom predavanju. Ovi stručnjaci mogu da obezbede učesnicima modele, primere i savete.

Da biste učesnicima pomogli da završe finansijski deo svog biznis plana, takodje možete da koristite model *Izrada finansijskog plana*.

Ukoliko ste u prilici da obezbedite prisustvo stručnjaka sa strane, takodje možete da razmotrite mogućnost produžetka trajanja predavanja, da biste obezbedili učesnicima da razgovaraju sa njima o svojim nacrtima biznis planova.

Završne napomene

Na kraju ove radionice, trebalo bi da date učesnicima izvesno vreme da organizuju sve informacije prikupljene tokom trajanja radionice i da završe svoje biznis planove.

Ukoliko se tokom trajanja radionice jave dobre poslovne ideje, podstaknite učesnike da pripreme biznis plan za svaku od ovih ideja. Ovi planovi mogu da budu dostavljeni predstavnicima finansijskih institucija radi davanja komentara, povratne informacije ili na razmatranje.

Dobra aktivnost za kraj radionice je organizovanje perioda prakse za učesnike u lokalnim preduzećima. To će im dati priliku da posmatraju iskusne preuzetnike u njihovom svakodnevnom radu i da primene ono što su naučili tokom trajanja radionice.

PRIRUČNIK



Priručnik



– Preduzetničke veštine

Aktivnost 1

Probijanje leda – razbijanje mitova o započinjanju biznisa

- 1 Razmislite o svim faktorima koji odvraćaju potencijalne mlade preduzetnike od osnivanja sopstvene firme. Zabeležite dva faktora koje smatrate najvažnijim.
- 2 Intenzivno diskutujte sa vašim kolegama – učesnicima i organizujte sve odgovore u kategorije (na primer «novac», «vreme», «porodica», itd.

Za izvršenje ovog zadatka imate na raspolaganju 15 minuta.

Aktivnost 2

Rečite reči

Zajedno sa partnerom razmišljajte o terminima samozapošljavanje, preduzetnik i preuzeće, a zatim:

- 1 Navedite dva dobro poznata preduzeća u vašoj zajednici i ukratko opišite njihove aktivnosti u jednoj rečenici.
- 2 Navedite najmanje tri aktivnosti u sferi samozapošljavanja i na šta se one odnose.
- 3 Navedite tri čuvena biznismena i ukratko opišite njihove aktivnosti.

Za izvršenje ovog zadatka imate na raspolaganju 15 minuta.

PREDUZETNIČKE VEŠTINE

Aktivnost 3(a)

Hajde da ih bodujemo

- 1 Koristeći dati sistem ocenjivanja, ocenite svoje veštine u koloni «Ja».
- 2 Zamolite drugu osobu koja vas dobro poznaje da takodje rangira vaše veštine u drugoj koloni. Možda ćete želeti da razmišljate o ocenama koje su vam drugi dali.

- 1 Ovo je jedna od mojih jačih strana;
- 2 Ovo je oblast u kojoj bih mogao ubuduće da se razvijam;
- 3 Ovo je jedna od mojih slabih tačaka. U ovoj oblasti moram još da radim da bih bio bolji.
- 4 Nisam siguran – potrebno je još da saznam.

JA POSEDUJEM SLEDEĆE VEŠTINE	Moja ocena	Ocena drugih	Komentar
1. Traženje i korišćenje mogućnosti			
2. Preduzimanje inicijative			
3. Kreativnost			
4. Učenje na greškama			
5. Efikasno planiranje			
6. Preuzimanje odgovornosti			
7. Efikasno povezivanje u mrežu			
8. Kritičko rasudjivanje u pogledu rizika			
9. Rešavanje konflikata			
10. Samopouzdanje I samouverenost			
11. Sposobnost procene sopstvenih rezultata			
12. Istrajnost			
13. Veština pregovaranja			
14. Fleksibilnost			
15. Uskladjivanje sposobnosti i zadataka koji treba da budu obavljeni			
16. Sposobnost traženja saveta			

PREDUZETNIČKE VEŠTINE

Aktivnost 3(b)

Da li ste spremni za poduhvat?

- 1 Odgovorite na sledeća pitanja sa DA, NE, NE ZNAM

1. Da li volite da sami donosite sopstvene odluke?	
2. Da li volite takmičenje?	
3. Da li posedujete samodisciplinu?	
4. Da li planirate unapred i obavljate stvari na vreme?	
5. Da li prihvivate savete drugih ljudi?	
6. Da li ste prilagodljivi?	
7. Da li ste spremni da radite prekovremeeno, tokom vikenda i za vreme praznika?	
8. Da li imate veliku psihičku i emocionalnu energiju?	
9. Da li znate koje sposobnosti i stručne oblasti su presudne za uspeh vašeg projekta? Da li posedujete te veštine?	
10. Da li vaša ideja na efikasan način koristi vaše veštine i sposobnosti?	
11. Da li znate kako da dodjete do drugih koji poseduju stručnost koju vi nemate?	
12. Da li vaš projekat ispunjava ciljeve vaše karijere?	

- 2 Zamolite prijatelja ili člana porodice da proveri vaše odgovore da biste videli da li vas vide u istom svetlu u kome vi sebe vidite.
- 3 Pažljivo razmotrite «ne» odgovore i razmislite o tome kako možete da ih pretvorite u «da».

Aktivnost 3(c)

Test samoocenjivanja

Test samoocenjivanja više odgovara mladim ljudima koji rade ili već imaju izvesno radno iskustvo, dok su prethodna dva podesnija za studente.

MOLIMO DA NA SVAKO PITANJE DATE SAMO JEDAN ODGOVOR

deo A

1. Kada bih morao da radim 70 sati nedeljno, ja bih

- | | |
|----------|--|
| A | Gundjao i žalio se |
| B | Radio, ako bih morao |
| C | Govorio ljudima da je to bila laka nedelja |
| D | Razboleo se od stresa i iscrpljenosti |
| E | Ne znam |

2. Šta ste spremni da preduzmete za započinjanje biznisa?

- | | |
|----------|------------------------------------|
| A | Uzeo neplaćeno odsustvo |
| B | Preduzeo finansijski rizik |
| C | Stavio pod hipoteku porodičnu kuću |
| D | Sve gore navedeno |
| E | Ne znam |

3. Kada biste nazvali dve stotine potencijalnih klijenata i svaki put bili odbijeni, šta biste radili?

- | | |
|----------|---|
| A | Nazvao drugih dve stotine |
| B | Pokušao da privučem klijente koristeći druge metode |
| C | Kupio mobilni telefon |
| D | Zamolio nekog drugog da obavi telefonske pozive umesto mene |
| E | Ne znam |

PREDUZETNIČKE VEŠTINE

4. Kad biste primetili nešto što bi moglo da poveća efikasnost vašeg radnog mesta, da li biste:

- A** Rekli svojim prijateljima kako ste sjajni
- B** Saopštili svoje ideje svom neposrednom rukovodiocu
- C** Nastavili dalje i sami napravili promene
- D** Uzeli predah dok ideja ne nestane
- E** Ne znam

5. Kako biste sebe opisali?

- A** Optimista i entuzijasta
- B** Oprezan i rezervisan
- C** Pričljiv i prijatan
- D** Opušten i ne suviše preduzimljiv
- E** Ne znam

6. Pre nego što vam odobri zajam, banka traži da sačinite biznis plan. Vi ćete...

- A** Otići u drugu banku
- B** Tražiti novac koji vam je potreban od porodice
- C** Istražiti konkurenčiju i potencijal tržišta
- D** Staviti porodičnu kuću pod hipoteku
- E** Ne znam

7. Upravo ste dobili ideju za biznis – šta ćete prvo da učinite?

A	Istaknuti tablu na vaša vrata
B	Početi da reklamirate proizvod
C	Istražiti potencijal tržišta
D	Tražiti zajam od banke
E	Ne znam

8. Kako biste opisali svoje radne navike?

A	Radim od 9 do 5 od ponedeljka do petka, i imam slobodan vikend
B	Opušten sam
C	Hektičan sam
D	Radim nešto dok ne završim
E	Ne znam

9. U petak krajem dana dobijate veliku porudžbinu od klijenta koja treba da bude završena do ponedeljka ujutru. Znate da će biti potrebno vreme da se ona pripremi. Šta ćete učiniti?

A	Objasniti da to ne možete da uradite
B	Zvati vašeg asistenta i poveriti mu zadatak
C	Radićete prekovremno i završiti porudžbinu do ponedeljka
D	Predati zahtev svom šefu
E	Ne znam

PREDUZETNIČKE VEŠTINE

deo B

- | | | | | |
|--|--------------------------|----|--------------------------|----|
| 1. Poznajem samog sebe i znam šta mogu da uradim | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 2. Kad verujem u nešto, mogu i druge da uverim da to vredi | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 3. lako uzimam u obzir mišljenje drugih ljudi, konačnu odluku donosim sam | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 4. Uživam da se u potpunosti predajem svemu šta radim: uspešno obavljen posao mi donosi zadovoljstvo | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 5. Osećam se dobro kad rukovodim drugim ljudima, i kad im govorim šta treba da rade | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 6. Plašim se napornog i prekovremenog rada i više volim da radim jednu stvar u isto vreme | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 7. Smatram da su neočekivane situacije podsticajne, posebno kad znam šta radim | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 8. Verujem da rad jača moje sposobnosti | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 9. Za mene je novac dobar pokazatelj uspeha | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 10. Teško mi je kad ne radim ništa i mirno sedim, odgovornost za obavljanje poslova daje mi energiju | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 11. Mogu da pravim dugoročne planove i ispunjavam svoje ciljeve i postignem šta želim | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |
| 12. Nikada ne razmišljam o obavljanju poslova na drugačiji način | <input type="checkbox"/> | Da | <input type="checkbox"/> | Ne |

SISTEM BODOVANJA**deo A**

	A	B	C	D	E
1	2	3	4	1	0
2	1	2	3	4	0
3	3	4	2	1	0
4	1	3	4	2	0
5	4	1	3	2	0
6	2	3	4	1	0
7	1	3	4	2	0
8	2	1	3	4	0
9	1	2	4	3	0

Ukupno 36-28:

Imate preduzetnički duh. Nezavisni ste i spremni da prihvate odgovornost. Imate dobar osećaj za biznis i želju da uspete.

Ukupno 27-20:

Zainteresovani ste za preduzetništvo. Međutim, imate umeren osećaj za biznis. Još uvek oklevate i potrebno vam je vreme da donešete odluku.

Ukupno 19-10:

Više volite čvrstu strukturu u kojoj biste dobro radili i bili efikasni. Vaš preduzetnički duh nije razvijen. Da li ste sigurni da je bavljenje biznisom vaš put ka uspehu?

deo B

1	DA
2	DA
3	DA
4	DA
5	DA
6	NE
7	DA
8	DA
9	NE
10	DA
11	DA
12	NE

Ako je vaš odgovor DA:

- **Izmedju 7 i 9 puta:** imate preduzetnički duh
- **Izmedju 6 i 4 puta:** imate samo umereno interesovanje za preduzetništvo
- **4 puta i manje:** veoma slabo ste zainteresovani za preduzetništvo

POSLOVNE IDEJE I MOGUĆNOSTI

Priručnik – Poslovne ideje i mogućnosti

Aktivnost 1(a) Nastanak ideja

Zadatak 1

Sa partnerom imate 15 minuta da:

- A. Smislite najmanje 10 načina za:
 - reklamiranje prodaje kola;
 - uštedu energije;
 - prikupljanje novca u humanitarne svrhe.
- B. Nabrojte pet poslovnih delatnosti koje:
 - zahtevaju korišćenje nogu;
 - zahtevaju od vas da putujete;
 - zahtevaju upotrebu lepka;
 - su postojale pre pedeset godina, ali danas više ne postoje.
- C. Zaokružite sve naslove u dnevnim novinama koji mogu da predstavljaju poslovne mogućnosti (pogledajte odeljke iz privrede, kulture, pisma uredništvu i komunalne vesti).

Zadatak 2

Sa susednim parom za 10 minuta odaberite najbolja dva odgovora za A, B i C. Pridružite se drugom timu i za 5 minuta ponovite proces dok ne ostanu svega dve veće grupe.

Zadatak 3

Ove dve veće grupe će pred svima:

- 1 izneti svoje odgovore, i
- 2 1.odabratи «najboljih pet» ideja koje su nastale tokom ove vežbe.

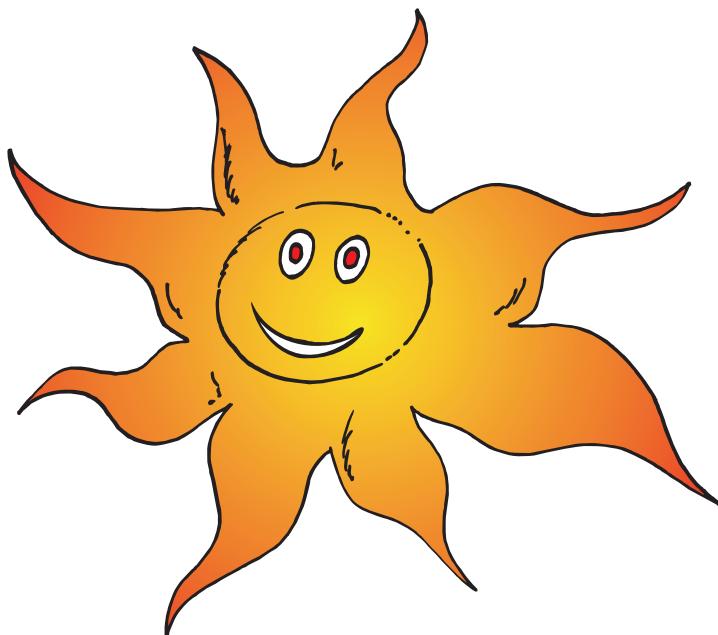
Aktivnost 1(b)

Sunce koje sija

Zadatak 1

Individualan rad

Napišite neku imenicu ili aktivnost iznad sunca, npr. «bašta» ili «igranje fudbala». Uz svaki od osam zrakova sunca napišite naziv aktivnosti koja se odnosi na odabranu reč (za «baštu», na primer, to može biti šišanje trave, za «igranje fudbala» to može biti obeležavanje igrališta itd.).



POSLOVNE IDEJE I MOGUĆNOSTI

Zadatak 2 Grupni rad

Pridružite se dvojici partnera. Uporedite svoja «sunca» i odaberite najboljih osam ideja za razvoj male firme.

Pridružite se drugoj grupi, ponovo odaberite osam najboljih ideja, i kad preostanu samo dve grupe, svaka sa svojih osam najboljih ideja, napišite kratke rečenice koje opisuju:

- vrstu biznisa ili sektora delatnosti;
- potencijalne kupce (tj. da li imate informacije koje ukazuju na to da će ljudi želiti da kupe ponudjene proizvode?);
- konkurenija (tj. da li još neko već prodaje te proizvode, i ako prodaje, zašto bi ljudi želeli da kupuju od vas?)
- neophodna sredstva (tj. šta smatrate da je neophodno za proizvodnju robe i kako će klijenti saznati za novo preduzeće?).

Zadatak 3 Zajednički rad svih polaznika

Razgovarajte svi zajedno i odaberite najboljih pet poslovnih ideja.

Aktivnost 1(c)

Društvena igra

Priprema

Prodavnica sportske opreme je pokrenula nagradno takmičenje za najbolju novu društvenu igru na otvorenom/zatvorenom prostoru. Da bi osvojila prvu nagradu, igra treba da bude interesantna i za žene, i za muškarce, za ljudе različitih uzrasta, i da bude podesna za igranje u postojećim sportskim objektima (školske fiskulturne sale, sportske dvorane itd.). Od vas se traži da u dve grupe obavite tri dole opisana zadatka:

Zadatak 1 Istraživanje i razvoj

Pre proizvodnje robe ili pružanja usluga od suštinskog značaja je ispitivanje:

- karakteristika ciljne grupe;
- proizvoda koje ciljna grupa želi;

Takodje ispitajte niz opcija da biste doneli odluku o novoj igri koja treba da se predloži:

- razmorite varijacije postojećih igara;
- pitajte starije članove porodice ili odrasle koje poznajete koje igre su igrali kada su bili mлади;
- pokušajte da nadjete informacije o igrama koje su se igrale u prošlosti.

Na osnovu tog istraživanja, biće potrebno da pripremites pismeni predlog (na 1 stranici) o igri, u kojoj će biti iznet sledeći rezime:

- naziv igre i oprema potrebna za igranje;
- igralište i označke;
- broj igrača i njihove pozicije;

POSLOVNE IDEJE I MOGUĆNOSTI

- kako se igra i boduje igra;
- pravila igre;
- sva neophodna zaštitna odeća i oprema.

Zadatak 2 Marketinški plan i strategija formiranja cena

Kad proizvod bude identifikovan, biće potrebno da razvijete marketinški plan za njegovu promociju. Marketing podrazumeva da morate da odlučite koju vrstu promotivne strategije želite da koristite, kako i gde će se proizvod prodavati i po kojoj ceni. Formiranje cene podrazumeva obračun troškova proizvodnje i prodaje igre, plus profit.

Zadatak 3 Izbor najbolje igre

Svaka grupa će pred svima objasniti karakteristike igre. Najbolja igra će biti proglašena pobedničkom većinom glasova.

Aktivnost 2

Nalaženje i istraživanje informacija

U malim grupama od 3 do 4 učesnika biće vam dodeljen jedan od dole navedenih «slučajeva». Vaš zadatak je da identifikujete sa svojim partnerima šta vaš «slučaj» zahteva i da navedete imena, adrese, brojeve telefona itd. relevantnih kontakata i agencija za podršku. Na raspolaganju imate telefonske imenike i spiskove javnih i privatnih službi. Za obavljanje vašeg istraživanja imate 20 minuta. Upamtite da će od vas biti traženo da pred svima podnesete izveštaj.

Slučajevi

- Rouz, 16 godina, upravo se preselila sa svojom porodicom u novi grad. Ona je dobra košarkašica i žao joj je što napušta svoj košarkaški klub. Želi da nadje novi tim, a istovremeno je zainteresovana da se oproba i u drugim sportovima. Kome Rouz može da se obrati za pomoć?
- Marien ima 60 godina. Imala je udes i slomila je nogu. Ima problema sa vodjenjem domaćinstva, zbog toga što sva njena rodbina živi u inostranstvu. Kome može da se obrati za pomoć i koju vrstu podrške bi mogla da dobije?
- Džon ima 19 godina i radi, ali mu se ne svidja njegov posao. Želi da ga promeni ali nije siguran koja vrsta posla bi mu najviše odgovarala. Dajte mu neki savet.
- Meri je samohrana majka i ima jednog sina, Benija. Beni je sada četvrti razred i ima problema sa matematikom. Meri ne može da mu pomogne pošto radi čitav dan, a ne voli matematiku. Htela bi da Beniju uzme privatnog nastavnika. Ko može to da obezbedi i koliko bi to koštalo?
- Marta želi da pokloni svojim roditeljima nešto lepo za dvadesetogodišnjicu braka. Želi da im uplati putovanje, ali nije sigurna kuda, koliko dugo, i koliko bi to koštalo. Dajte joj neke predloge.

POSLOVNE IDEJE I MOGUĆNOSTI

Zadatak 2 Inventar mreže

Pojedinačno popunite donji obrazac. U prvoj koloni, upišite ime i prezime osobe koju znate i koja odgovara opisu. U rubrici za «bodovanje» upišite 1 ako osobu dobro poznajete, 2 ako znate osobu ali on/ona ne zna dobro vas, ili 3 ukoliko ne znate osobu dobro a osoba ne zna vas.

IME	OPIS	BODOVI
	Lokalni biznismen	
	Veoma cenjena osoba u vašem susedstvu	
	Osoba koja može da vam ponudi honorarni posao	
	Osoba koja je veoma popularna ili slavna	
	Bivši nastavnik	
	Osoba koja može da vam da dobre savete o mnogim stvarima	
	Osoba, koja sa vama nema veze, ali koja će uvek da vas brani	
	Osoba koja može da vam plati da obavljate dodatne poslove	
	Rodjak (ili veoma blizak prijatelj)	

Pogledajte rezultate i nabrojte načine za povećanje broja korisnih kontakata u vašoj mreži.

Alternativa

Napravite spisak ljudi koje znate ili koji su vam poznanici, i navedite ko su i šta rade, koje vrste informacija poseduju, kako mogu da vam pomognu itd. Zatim reorganizujte spisak prema najširim kategorijama, na primer «traženje zaposlenja», «osnivanje preduzeća», «tehnička stručnost», «obrazovanje», itd.

Priručnik 3 – Analiza tržišta

Aktivnost 1(a)

Ispitivanje tržišta

- 1 Na osnovu prethodno identifikovane poslovne ideje, od vašeg tima se traži da prikupi i organizuje informacije sa spiska iz donjeg obrasca. Imate na raspolaganju niz sredstava istraživanja, kao što su poslovni adresari, adrese i telefoni privrednih komora, udruženja potrošača, kao i vašu mrežu.
- 2 Intenzivno razmišljanje o informacijama koje već imate o:
 - Proizvodima koji treba da se prodaju;
 - Potencijalnim klijentima;
 - Opremi i zalihamama potrebnim za započinjanje biznisa;
 - Ljudskim resursima i stručnim sposobnostima koje se traže za vodjenje poslova;
 - Razlozima za kupovinu proizvoda;
 - Vrsti lokacije koja se traži u smislu okruženja, komunikacijskih veza, ostalih usluga, itd.;
 - Dobavljačima i glavnim konkurentima.
- 3 Planirajte proces prikupljanja informacija koje nedostaju: isplanirajte zadatak za koji je odgovoran svaki član tima, odaberite najefikasniji metod za prikupljanje informacija, gde se mogu dobiti i šta treba da se uradi:
- 4 Organizujte rezultate u vidu dokumenta u pisanoj formi, zasnovanog na izloženim obrascima. On će biti prezentovan pred svima.

IZVODLJIVOST: ANALIZA TRŽIŠTA

ANALIZA TRŽIŠTA

Demografski podaci

Klijenti prema uzrastu, polu, geografskoj lokaciji i prihodima

Tendencije

- Veličina tržišta i način na koji će se verovatno menjati u perspektivi;
- Procenat tržišta koji treba da bude opslužen;
- Mogućnosti i opasnosti u okviru tržišta;
- Faktori koji utiču na tržište (npr. tehnologija, dizajn).

Lokacija

Opišite na koji način lokacija garantuje uspeh firme.

Marketinške i promotivne strategije

- Koja sredstva bi bila izdvojena za marketing i reklamiranje?
- Koji su ciljevi marketinške i promotivne kampanje?

Dobavljači i distribucija

Ko će biti dobavljač opreme i materijala za firmu i na koji način će distribucija biti organizovana.

Konkurenca

- Identifikujte konkurenčiju i šta njeni klijenti misle o njenim proizvodima i uslugama;
- Napravite procenu udela tržišta u procentima koje opslužuje konkurenčija;
- Identifikujte tendencije i faktore koji utiču na udeo na tržištu.

Konkurentska prednost

Opišite osobine po kojima se izdvajaju proizvodi/usluge (cena, kvalitet, lokacija, isporuka itd.) i razlikuju od onih koje obezbeđuje konkurenčija.

Budžet

- Kako ćete platiti opremu/materijale koji su vam potrebni?
- Koliki je iznos režijskih troškova (zakup, telefon, električna energija)?
- Da li imate pristup bilo kojim sredstvima ili treba da nadjete novac na drugom mestu?
- Koliko očekujete da zaradite od bavljenja biznisom?

VAŽNA NAPOMENA: Može se desiti da otkrijete da ideja ne funkcioniše na celokupnom tržištu (cena bi bila suviše visoka, niko ne bi bio zainteresovan itd.), ili da je potrebno da promenite robu da bi mogla da se prodaje. Analiza tržišta je sredstvo koje možete da koristite da biste ustanovili da li će poslovna ideja da funkcioniše ili ne pre investiranja vremena i novca u nju. Kako budete napreduvali sa «planiranjem poslovanja», shvatićete da ćete morati povremeno da se vraćate svojoj prvočitnoj ideji.

Aktivnost 1(b)

Proizvodnja parfimisanih sveća

Cilj vaše kompanije je proizvodnja i prodaja parfimisanih sveća.

Zadatak 1 Traženje i organizovanje informacija

U timu od 4 do 5 učesnika moraćete da istražite sve moguće načine za pravljenje parfimisanih sveća bez primene hemikalija i komplikovane mehanizacije. Kad budete razumeli proces, biće potrebno da pribavite opremu i materijale i da nadjete način za kombinovanje sastojaka i izradu proizvoda koji će moći da se plasira na tržištu. Vodite evidenciju o troškovima.

Zadatak 2 Planiranje i organizovanje aktivnosti

Moraćete da organizujete celokupan proizvodni proces: kupovinu opreme i materijala koji su neophodni, donošenje odluke o tome gde će se obavljati proizvodnja, kakva će biti ambalaža i etikete na finalnom proizvodu itd. Takodje ćete morati da identifikujete svoje klijente i utvrđite koliko će biti spremni da plate za vaš proizvod. Da biste imali predstavu o tome kolika bi mogla da bude realna cena, pogledajte cene parfimisanih sveća u supermarketima.

Zadatak 3 Troškovi i formiranje cena

Kad budete imali sve ulazne podatke o proizvodnji i troškove, biće potrebno da odlučite gde ćete naći novac, koliko vremena ćete utrošiti na pravljenje jedne sveće, koliki je vaš profit, i, najzad, da utvrđite cenu finalnog proizvoda. Ne zaboravite na to da imate konkureniju. Vaš proizvod će morati da se razlikuje od drugih da biste privukli kupce. Koristite dole navedene obrasce za sastavljanje svog budžeta.

IZVODLJIVOST: ANALIZA TRŽIŠTA

PRIHOD	BUDŽETSKI IZNOS
Finansiranje	
Sponzorstvo	
Prihod od prodaje	
Ukupan prihod	

RASHODI	BUDŽETSKI IZNOS
Materijali	
Zakup	
Reklamiranje	
Troškovi proizvodnje	
Ukupni rashodi	

Zadatak 4 Prodaja proizvoda

Došao je trenutak za prodaju vašeg proizvoda: razmislite o mogućim načinima za njegovo reklamiranje (prospekti, pričanje o proizvodu prijateljima i porodicu kako bi novosti stigle do šireg auditorijuma, reklamiranje u novinama) i načinima za distribuciju finalnog proizvoda (prodajna mesta, kućna dostava itd.).

Napomena za predavača

Ovo vežbanje treba da se primeni ukoliko se grupa susreće sa problemima u nalaženju održive ideje. Ono pomaže učesnicima da idu putem biznisa od planiranja do proizvodnje i prodaje. Potrebno je da utvrdite da učesnici mogu jednostavno da dodju do informacija o proizvodnji parfimisanih sveća. Ukoliko takva informacija nije lako dostupna, možete konsultovati dole navedeni spisak koji će vam dati predstavu o tome šta je potrebno za proizvodnju parfimisanih sveća.

- Levkasta posuda za topljenje i sipanje pčelinjeg voska u kalupe;
- Termometar (vosak je zapaljiv ako je pregrejan – maksimalna temperatura je 1500⁰C);
- Mali gorionik;
- Kalupi od metala ili čvrste plastike različitih veličina (kao alternativu možete koristiti posude od obojenog stakla ili šolje);
- Lopatica za uklanjanje viška voska, i fitilji (komadi užeta);
- Boje i aromatična ulja;
- Čist (rafinisani) pčelinji vosak (ukoliko ga je teško naći, možete da koristite komade voska običnih belih sveća);
- Materijali za ambalažu i etiketiranje.

Topljeni vosak meša se sa bojom i aromatičnim uljima, i sipa u kalupe sa fitiljem u centru. Kad se vosak stegne, sveća je spremna za etiketiranje i pakovanje.

Priručnik – Analiza tržišta

Aktivnost 1

Usklađivanje poslovnog zadatka i sposobnosti

- 1 U svojoj grupi razgovarajte i zapišite u levoj koloni donje tabele sve aktivnosti koje treba da budu obavljene za vaš biznis. U centralnoj koloni upišite da li zadatak treba da se izvršava često, povremeno, ili retko.

- 2 U desnoj koloni svaki član tima će da boduje svoje sopstvene sposobnosti za obavljanje predviđenog zadatka u skladu sa sledećom skalom:
 - A. Mogu da obavim ovaj zadatak veoma dobro.
 - B. Mogu da obavim ovaj zadatak, ali ne tako dobro.
 - C. Ne mogu da obavim ovaj zadatak.

POSLOVNI ZADATAK	VREMENSKI OKVIR	INDIVIDUALNA OCENA
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

- 3 Zajednički odlučite o tome za koji je zadatak/zadatke svaki član više sposoban i utvrdite zaradu za članove koji će raditi u ovoj delatnosti.

- 4 Donesite odluku o tome šta treba da bude učinjeno u pogledu zadataka koje nijedan član tima nije u stanju da obavi. Da li ćete morati da angažujete nekoga da to radi? Koliko bi to koštalo?

IZVODLJIVOST: SREDSTVA

Aktivnost 2 a

Početni troškovi i bilans poslovanja

- 1 U vašoj grupi ustanovite i obračunajte sve troškove u vezi sa započinjanjem biznisa koristeći donji obrazac za procenu početnih troškova. Obrazac daje opis svake stavke i predlog gde treba tražiti potrebne informacije.

IZNOS POČETNIH TROŠKOVA	OPIS	IZNOS
1 Licence, dozvole i registracija	Proverite kod opštinskih i državnih organa kolike su naknade za registrovanje firme, i za dobijanje trgovinske licence i dozvole za obavljanje poslovne delatnosti.	
2 Depoziti <ul style="list-style-type: none">• zakup• komunalne usluge	<ul style="list-style-type: none">• iznos koji se plaća pre otvaranja (ugovor o zakupu)• proverite prosečne troškove kod komunalnih preduzeća (voda, električna energija, telefon itd.)	
3 Gradnja, renoviranje	Pitajte lokalno gradjevinsko preduzeće koliko bi koštalo renoviranje ili izgradnja poslovnog prostora.	
4 Instalacije i oprema	<ul style="list-style-type: none">• proverite u lokalnim prodavnicama koliko koštaju instalacije• za proizvodnu opremu i materijale proverite cene kod lokalnih dobavljača	
5 Honorari	Obuhvataju naknade za knjigovodstvene usluge, pravne usluge i za gradjevinske inženjere. Raspitajte se o okvirnim cenama usluga.	
6 Osiguranje	Pitajte za okvirnu cenu osiguravajuće društvo.	
7 Vozila	Proverite cene novih i polovih vozila (ne zaboravite da u bilans poslovanja uključite troškove goriva, osiguranja i održavanja).	

8 Troškovi otvaranja	<ul style="list-style-type: none"> • reklamiranje • zarade • zalihe <ul style="list-style-type: none"> • promotivne aktivnosti za otvaranje preduzeća (reklame, prospekti itd.) • kao što je utvrđeno u ugovorima o radu Ukoliko nema predstavu o zaradama, pitajte svog predavača. • za kancelarijske potrebe, sredstva za čišćenje, itd. • uključuje iznos nepredviđenih troškova 	
9 Inventar za otvaranje	Oprema i potrošna roba neophodna za otvaranje firme.	

2 Pripremite bilans poslovanja za prvu godinu rada (realni poslovni prihodi i rashodi – razlika iskazuje neto dobit ili gubitak).

BILANS POSLOVANJA	OPIS	IZNOS
1 Ukupan promet	Iznos prihoda ostvarenog iz poslovanja. Iznos koji se tu evidentira je ukupan promet, minus svaki povraćaj proizvoda ili odobreni popust.	
2 Cena robe	<p>Ova cifra predstavlja troškove direktno povezane sa izradom proizvoda. Troškovi uključuju materijale kupljene od spoljnih dobavljača, kao i sve interne troškove podnete u procesu proizvodnje ili pružanja usluga.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bruto profit <ul style="list-style-type: none"> • Bruto profit se dobija odbijanjem cene prodate robe od prihoda iz prometa. Ne uključuje troškove poslovanja ili poreze na prihod. 	(1- 2)

IZVODLJIVOST: SREDSTVA

③ Troškovi poslovanja <ul style="list-style-type: none">• Zarade• Troškovi promocije• Troškovi promocije• Troškovi reklamiranja• Ostali troškovi• Zakup• Komunalije• Amortizacija• Režijski troškovi	To su dnevni troškovi koje snosi firma: <ul style="list-style-type: none">• Zarade koje se isplaćuju zaposlenima• Troškovi promocije obuhvataju uzorke proizvoda i besplatne primerke koji se koriste za promociju proizvoda.• Svi troškovi koji učestvuju u stvaranju i objavljuvanju štampane ili multimedijalne reklame.• Ostali troškovi u vezi sa prodajom proizvoda. Mogu da obuhvataju putovanje, iznajmljivanje opreme, razne troškove štampanja.• Naknade koje se plaćaju za zakup ili iznajmljivanje kancelarijskog ili proizvodnog prostora.• Troškovi električne energije, telefona, vode itd.• Amortizacija je godišnji trošak kojim se uzima u obzir gubitak vrednosti opreme koja se koristi u obavljanju poslovne delatnosti.• Troškovi koji ne spadaju ni u jednu kategoriju. Ova vrsta troškova može da obuhvata osiguranje, kancelarijske zalihe, ili usluge održavanja higijene.	
BILANS POSLOVANJA	OPIS	IZNOS
④ Ukupni troškovi	Iznos svih troškova, bez poreza.	
⑤ Neto prihod (bez poreza)	Ova cifra iskazuje iznos koji preduzeće zaradi pre plaćanja poreza. Do njega se dolazi oduzimanjem ukupnih troškova poslovanja od bruto dobiti.	
⑥ Porezi	Ova cifra iskazuje iznos koji preduzeće zaradi pre plaćanja poreza. Do njega se dolazi oduzimanjem ukupnih troškova poslovanja od bruto dobiti.	
⑦ Neto prihod	Iznos koji ostaje firmi nakon plaćanja poreza.	(5 - 6)

Aktivnost 2 b

Novogodišnji dobrotvorni bal

- 1 Veće lokalne zajednice tražilo je od vašeg tima da izradi plan, uključujući i budžet, za organizaciju Novogodišnjeg dobrotvornog bala. Prethodnih godina, na balu je bilo oko 1000 ljudi, i bio je organizovan u lokalnom sportskom centru. Opštinsko veće želi da ostvari dovoljan prihod (koji je oslobođen poreza) od ovog dogadjaja i da kupi ambulantno vozilo za bolnicu.
- 2 Intenzivno razmišljajte o vrsti aktivnosti koju biste želeli da organizujete – ples, lutrija itd. Kad donešete odluku, ispitajte i obračunajte sve troškove koji su uključeni (uključujući zakup, osoblje, hranu, piće, opremu i materijal). Takodje se opredelite za cenu ulaznica, kao i za hranu i piće koje ćete obezbediti, kako bi se dobila sredstva dovoljna za isplatu svih troškova, a da ipak preostane dovoljno novca za kupovinu ambulantnog vozila (čiju ćete cenu morati da saznate). Ne zaboravite da svi predviđeni troškovi treba da budu realni, i da možete takodje da ugovorite sa članovima zajednice donaciju robe i usluga u cilju smanjenja ukupnih troškova.

IZVODLJIVOST: SREDSTVA

BUDŽET	OPIS	IZNOS
① Ukupan broj prodatih ulaznica	Iznos prihoda ostvarenog prodajom ulaznica.	
② Troškovi <ul style="list-style-type: none"> • Zarade • Promocija • Reklamiranje • Ostali troškovi • Zakup • Komunalije • Režijski troškovi 	<p>Ukupni troškovi plaćeni za organizaciju bala:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Naknade za lica koja rade na balu (prodavci ulaznica, kelneri). Potrebno je videti da li možete da smanjite ove troškove ubedjivanjem ljudi da rade kao volonteri. • Pribor koji se koristi za promociju dogadjaja. • Troškovi štampanja reklamnog materijala. • Ostali troškovi u vezi sa balom (orkestar, hrana, piće, troškovi kopiranja ili razni štamparski troškovi). • Naknade za zakup ili iznajmljivanje balske dvorane. • Troškovi grejanja, klima-uredjaja, struje, telefona, vode, ukoliko nisu uključeni u zakupninu. • Mogu da obuhvate osiguranje, kancelarijski materijal, čišćenje itd. 	
③ Bruto prihod (bez poreza)		(1 - 2)
④ Porez		
⑤ Neto prihod		

- ③ Predstavite svoj rad svim učesnicima i uporedite ga sa radom drugih timova. Da li najbolje karakteristike svih prezentovanih planova zajedno mogu da načine «savršeni dogadjaj»?

Priručnik – Finansiranje

Aktivnost 1

Intenzivno razmišljanje («moždana bura») – Izvori finansiranja

Do sada bi trebalo da imate jasnu predstavu o tome koliko je novca neophodno da započnete svoj biznis. Imate 15 minuta na raspolaganju da razgovarate u vašoj grupi o tome gde ćete naći novac za započinjanje svojih aktivnosti. Za svaki identifikovani izvor, procenite prednosti i mane, i izvestite sve učesnike o tome.

IZVODLJIVOST: FINANSIRANJE

Aktivnost 2(a)

Ugovaranje posla

Treba da ugovorite posao sa partnerom, bilo kao kupac, bilo kao prodavac. Imate 10 minuta za ugovaranje i zaključenje posla. Ne zaboravite da zabeležite njegove glavne uslove (cena, isporuka itd.) i da stavite potpis i datum.

Instrukcije za Prodavca

Upravo ste dobili novi posao koji predviđa korišcenje veoma dobrog vozila i potrebno je da prodate stari automobil. Nije vam žao što ostajete bez starog vozila: nije narocito dobro, proizvedeno je u ogranicenoj seriji, i ne odgovara više vašim potrebama.

Obavili ste test vozila na putu i automobil se nije dobro pokazao, tako da ne ocekujete da dobijete mnogo za njega. Sve što dobijete je premija i žurite da oslobodite prostor u garaži.

Instrukcije za Prodavca

Vi ste ljubitelj vozila koji prati sve časopise o automobilima. Čuli ste da je određeni model postao predmet vredan pažnje kolekcionara i odlučili ste da ga kupite – možda od nekoga ko još ne zna da poseduje muzejski primerak. Morate brzo da reagujete zbog toga što, ako budete oklevali, veća je verovatnoća da će se vesti pročuti i da će cena početi da raste. Spremni ste da platite priličnu sumu, zbog toga što je proizvedeno u ograničenoj seriji, i može postati vrlo vredno. Ne predstavlja vam problem kakvo je vozilo na putu, pošto planirate da ga restaurirate. Naknadno ćete odlučiti da li bi vam bilo od koristi da imate sertifikat.

Aktivnost 2(b)

Trouglovi

U grupama od 4 do 5 učesnika i uz praćenje od strane posmatrača, koji će biti odabran u grupi, treba da nacrtate olovkom trougao od 90 stepeni visine 15 cm, čija je osnova 10 cm. Unutrašnjost trougla je plava sa crvenim spoljnim linijama. Označite olovkom svaki ugao A, B i C.

Za izvodjenje ove aktivnosti, potreban vam je beli papir, lenjir, crveni flomaster, plavi flomaster i olovka. Pošto će svakoj od grupa nedostajiti po jedan od predmeta koji treba da budu korišćeni, potrebno je da imenujete pregovarača koji će jedini moći da razmeni predmet koji nedostaje.

Trouglovi

- Da li članovi grupe rade timski na zadatku?

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

- Da li neko dominira grupom?

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

- Da li se neko povukao i ne daje svoj doprinos?
Zbog čega?

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

IZVODLJIVOST: FINANSIRANJE

- Da li je grupa naišla na neke probleme? Na koji način su ih rešili?

.....

.....

.....

.....

- Koliko dobro je pregovarač obavio svoj posao?
Da li je pregovaraču neko pomagao?

.....

.....

.....

.....

- Koliko je precizan finalni proizvod?

.....

.....

.....

.....

- Koliko dobro je grupa saradjivala?

.....

.....

.....

.....

Aktivnost 3

Podmirivanje troškova

- 1** Ova aktivnost je fokusirana na upravljanje prihodima i rashodima domaćinstva. Opredelite se za sastav vaše porodice (koliko odraslih, dece i ostalih izdržavanih lica). Dobićete od blagajnika fiksni novčani iznos koji predstavlja vaš godišnji prihod, izražen u jedinicama valute. Odabratete za svoju porodicu jedan glavni i dva manja cilja sa donjeg spiska. Svakih 10 minuta moraćete da odaberete karticu životnih troškova i poresku karticu (najviše dve životne i poreske kartice za svaki tim). Ove kartice mogu da imaju pozitivne i negativne uticaje na vaš prihod.

Glavni ciljevi

- Proširenje kuće (u vrednosti od 8.000 jedinica valute)
- Kupovina automobila ili traktora (u vrednositi od 3.000 jedinica valute)
- Podizanje uštedjevine iz banke (u iznosu od 3.000-4.000 jedinica valute) za plaćanje školovanja dece
- Podizanje uštedjevine iz banke (u iznosu od 3.000-4.000 jedinica valute) za plaćanje školovanja dece

Opremanje kuće (vrednost 10.000 jedinica valute)

Manji ciljevi

- Kupovina TV aparata (300 jedinica valute)
- Plaćanje časova stranog jezika za decu (200 jedinica valute po detetu)
- Kupovina novog muzičkog sistema (500 jedinica valute)
- Preuredjenje baštne (400 jedinica valute)

IZVODLJIVOST: FINANSIRANJE

Godišnji troškovi

TROŠKOVI	PO PORODICI	PO ODRASLOJ OSOBI	PO DETETU
Zakup	1.200		
Hrana		700	200
Automobil/gorivo/putni troškovi	700		
Komunalije	300		
Odeća/obuća		250	100
Neplanirani troškovi	300		

- ② Počećete sa saldom na računu banke od 1.500 jedinica valute. Sa godišnjim prihodom moraćete da pokrijete potrebe porodice (prema gornjoj tabeli), platite poreze i troškove života. Ne možete da dozvolite minus na bankovnom saldu, ali postoji sistem kratkoročnih kredita koji je dostupan, sa kamatnom stopom i naknadom za zahtev za odobrenje kredita.
- ③ Na kraju ovog roka (od godinu dana), moraćete da proverite: i) da li ste postigli sve svoje ciljeve, ii) da li imate bilo kakav neizmiren dug kod banke ili poreske uprave i iii) da li imate bilo kakvu uštedjevinu.

Instrukcije za Blagajnika

Kao blagajnik, vi ćete:

- ① da platite svakoj porodici njen godišnji prihod u gotovini, obračunat prema broju izdržavanih lica;
- ② da proverite da li svako domaćinstvo unosi tačne iznose u svoje knjige; i
- ③ da unovčite iznose koje plaća svako domaćinstvo za kartice životnih troškova i za glavne i manje ciljeve.

Obračun godišnjeg prihoda

Bez izdržavanih lica	5.000 jedinica valute	2 izdržavana lica	5.700 jedinica valute
1 izdržavano lice	5.400 jedinica valute	3 izdržavana lica	6.000 jedinica valute

Porodični dodatak za svako dete školskog uzrasta iznosi 150 jedinica valute godišnje.

Kartice životnih troškova

- Letovanje za decu (300 jedinica valute).
- Popravka kućnih aparata (200 jedinica valute).
- Frizer (50 jedinica valute).
- Putovanje u posetu tetka Marti koja je bolesna (350 jedinica valute).
- Nagrada na lutriji (200 jedinica valute).
- Prodaja dedinog sata (300 jedinica valute).
- Pozajmica vašem bratu (500 jedinica valute).

IZVODLJIVOST: FINANSIRANJE

Instrukcije za Službenika poreske uprave

Kao službenik poreske uprave, moraćete da vodite računa da svaka porodica dobije dve poreske kartice. Prema stanju na karticama, vi ćete isplatiti ili naplatiti odgovarajuće iznose.

Koristite svoje diskreciono pravo u davanju porodicama izvesnog vremena da naprave svoje obračune.

Instrukcije za Službenika poreske uprave

REFUNDACIJA	RAČUNI
905 jedinica valute	350 jedinica valute
490 jedinica valute	535 jedinica valute
700 jedinica valute	50 jedinica valute
250 jedinica valute	200 jedinica valute

Instrukcije za Službenika kreditnog odeljenja

Kao službenik kreditnog odeljenja vi ćete da:

- ① obradujete zahteve za dobijanje kredita,
- ② obradujete zahteve za dobijanje kredita,
- ③ vodite evidenciju o porodicama koje duguju novac,
- ④ vodite računa da krediti budu otplaćeni na vreme.

Sistem mikrokredita:

VISINA KREDITA	KAMATNE STOPE
500 jedinica valute	2%, sa otplatom od 3 meseca
1.000 jedinica valute	3,5%, sa otplatom od 6 meseci
1.500 jedinica valute	4,5%, sa otplatom od 8 meseci
2.000 jedinica valute	5%, sa otplatom od 12 meseci

Naknada za podnošenje i obradu zahteva je 50 jedinica valute.

PLANIRANJE POSLOVANJA

Priručnik 6 – Planiranje poslovanja

Aktivnost 1

Planiranje poslovanja

Ovaj obrazac obezbeđuje rezime različitih delova biznis plana. Pregledajte svaki deo i prikupite informacije koje su vam potrebne iz prethodnih vežbanja. Već imate sve elemente za izradu nacrta plana od tačke 1 do tačke 4.

1 Naslovna strana i rezime

Naslovna strana treba da sadrži naziv firme i vlasnika i informacije za kontakt. Rezime treba jasno da izražava viziju firme i strukture. Takođe treba da identificuje proizvode i usluge, tržišne mogućnosti i ciljeve poslovanja u okviru prve godine funkcionisanja firme. Ukoliko se plan traži radi odobrenja zajma, rezime bi trebalo da sadrži iznos koji se traži, predviđenu namenu sredstava, i koliko će firma biti uspešna u obavljanju planiranih aktivnosti.

2 Opis firme

Ovaj deo obezbeđuje opšte informacije o firmi i njenim komparativnim prednostima. Komparativne prednosti se odnose na dobre strane proizvoda u odnosu na konkurenčiju (usluge, isporuka i lokacija). Opis firme treba da sadrži naziv i vrstu poslovne delatnosti (proizvodnja, usluge itd.), kratak opis onoga čime se firma bavi, cene i distribucije i načina na koji je strukturisan proces poslovanja.

PLANIRANJE POSLOVANJA

3 Analiza tržišta

Ovaj deo treba:

- Da definiše proizvod na precizniji način;
- Da identificuje postojeće klijente i njihove karakteristike;
- Da izmeri potencijal tržišta;
- Odabere najbolje sredstvo za konkurentnost: metode prodaje, komunikaciju i metode marketinga, distributivne mreže itd.

Niz ljudi može da pomogne u obezbedjenju informacija.

Na primer:

- Ljudi u penziji koji su se bavili sličnim delatnostima;
- Lokalni stručnjaci;
- Klijenti i dobavljači konkurentnih preduzeća.

4 Plan menadžmenta

Ovaj odeljak biznis plana se bavi strukturom menadžmenta firme, a takođe treba da ukaže da li će biti angažovani tržišni stručnjaci (pravni savetnici, knjgovodstvene usluge itd.). Kadrovsко odeljenje opisuje uloge i odgovornost osoblja, kao i različite poslove za svakodnevno funkcionisanje firme. Odeljak o funkcionisanju opisuje način proizvodnje i distribucije roba i usluga.

5 Plan marketinga

.....
.....

6 Finansijski plan

.....
.....

Aktivnost 2

Marketing

Zadatak 1 Izrada marketinškog plana

Radeći u malim grupama, razmišljajte o izradi plana za vašu poslovnu ideju ili javni dogadjaj (to može biti dobrotvorni bal, nagradno takmičenje, pozorišna predstava). U vašem planu, razmotrite sledeće tačke:

Proizvod

- Šta je vaš proizvod ili usluga i koje potrebe potrošača zadovoljava?
- Definišite potencijalne kupce (ne zaboravite da postoje različiti kupci sa različitim potrebama)!

Cena

- Koliko su potencijalni kupci spremni da plate za vaš proizvod ili uslugu?
- Kako znate da su spremni dosta da plate? Kolike su cene kod konkurenčije?
- Koje druge faktore treba razmotriti pri formiranju cene?

Mesto (gde i kada će kupci kupiti proizvod)

- Gde je najbolje mesto i koji je metod prodaje najbolji kako bi se došlo do potencijalnih kupaca i postigao najviši mogući nivoi prometa?
- Da li će biti potrebno više od jednog mesta za servisiranje potreba različitih potencijalnih klijenata? (ne zaboravite takođe da proverite dostupnost komunikacionih veza, pristupa dobavljačima, itd.).

PLANIRANJE POSLOVANJA

Promocija

- Moguća je primena i kombinacija četiri metode promocije:
 - 1 Reklamiranje (brošure i katalozi);
 - 2 Javnost (medijska saopštenja, sponzorstvo, usmeno obaveštavanje, tj. reći svojim prijateljima da kažu njihovim prijateljima i poznanicima);
 - 3 Lična prodaja;
 - 4 Promotivne prodaje (jedan kupite, drugi dobijate besplatno itd.).
- Koji tipovi i sredstva promocije su najprimereniji za vaš biznis, s obzirom na proizvod, mesto i potencijalne klijente?

Zadatak 2

Kad donesete odluku o sve četiri gore navedene stavke, i utvrdite plan, potrebno je da sačinite budžet sa cenama stavki definisanih u Zadatku 1. Moguće je da će biti potrebna revizija već donetih odluka u svetlu finansijskih pritisaka.

Aktivnost 3

Izrada finansijskog plana

Zadatak 1

U vašem biznis timu, napravite pregled analize tržišta za vaše poslovanje. Možda ćete želeti da ažurirate ili izmenite ponešto na osnovu iskustva koje ste stekli. Ne zaboravite da obračunate sve troškove koji su uključeni (kupovina opreme, proizvodnja materijala, zarade, zakup, komunalne usluge, naknade i porezi, reklamiranje itd.) i prihode (promet).

U donjoj tabeli objašnjene su komponente finansijskog plana. Možete da ih koristite u pripremi obračuna za svaku stavku, plus zbirna tabela.

OPIS	
1	Lični finansijski izveštaj
2	Bilans poslovanja
3	Analiza podmirivanja troškova

- Ukupan prihod, ukupni troškovi i ukupna gotovina koju ste investirali u biznis. Ukoliko tražite zajam za započinjanje ili širenje svoje poslovne delatnosti, neophodan je izveštaj koji prikazuje vašu kreditnu istoriju.
- Vi najbolje možete da procenite (na osnovu ispitivanja tržišta) rezultat poslovanja tokom određenog perioda (prihodi i rashodi). Ne zaboravite da banke traže projekciju bilansa poslovanja za 1 do 2 godine, koja prikazuje kako će delatnost postati vremenom profitabilna.
- Analiza podmirivanja troškova posmatra odnos između prometa i troškova da bi se utvrdilo koliko je potrebno proizvesti da se postigne tačka «podmirivanja troškova». Kad utvrđite tu tačku, možete da izračunate obim prometa koji je neophodan za sticanje profita.

PLANIRANJE POSLOVANJA

OPIS	
④ Lični finansijski izveštaj	Spisak celokupne opreme i materijala – i troškova – neophodnih za vođenje poslovne delatnosti.
⑤ Projekcija toka gotovine	Tok gotovine prikazuje kada gotovina (prihod) dolazi u firmu i kako i kada firma plaća svoje troškove. Tok gotovine takođe pomaže da se predviđi koliko će novca biti neophodno za pokretanje i funkcionisanje firme.
⑥ Projekcija bilansa stanja	Ukupna sredstva poslovanja i ukupne obaveze plus ukupni kapital u određenom vremenskom trenutku. Sredstva poslovanja su gotovina, inventar i kapitalna oprema. Obaveze su ukupna novčana sredstva koja firma duguje (drugim licima, kao što su investitori, bankari itd.). Ukupni kapital je kapital koji obezbeđuju investitori i zadržani prihodi iz delatnosti.

Zadatak 2

Kad popunite svoj zbirni bilans stanja, analizirajte koliko će vam novca biti potrebno za firmu tokom prve godine funkcionisanja (ne zaboravite da uključite u obračun i vašu sopstvenu zaradu) i različite dostupne finansijske opcije (lične, porodične, bankarske itd.).
Imajte na umu da, ukoliko je potrebno da uzmete zajam, on mora da bude otplaćen sa kamatom (obračun kamate treba da bude uključen u plan).

GLOSAR POSLOVNIH TERMINA

Aneks 1 – Glosar poslovnih termina

Neke od reči koje se koriste u samozapošljavanju i započinjanju biznisa nije lako razumeti. Ovaj glosar ima za cilj da olakša razumevanje glavnih poslovnih termina. Takođe može da bude transformisan u aktivnost, tako što ćete od učesnika tražiti da pregledaju spisak reči i definicije i da označe one koje su im već poznate.

<input type="checkbox"/> Reklamiranje	Pokušaj uticanja na potrošačko ponašanje klijenata kroz obezbeđenje primamljive poruke za prodaju proizvoda i usluga.
<input type="checkbox"/> Sredstva	Sva imovina koju poseduje lice ili preduzeće. Sredstva obuhvataju novac, zemlju, objekte, investicije, inventar, kola, kamione i ostale vrednosti.
<input type="checkbox"/> Bilans stanja	Izveštaj o finansijskoj situaciji neke firme, u kome se navodi spisak sredstava, obaveza i kapitala u određenom vremenskom trenutku.
<input type="checkbox"/> Knjigovodstvo	Proces evidentiranja poslovnih transakcija u poslovnim knjigama.
<input type="checkbox"/> Podmirenje troškova	Nivo poslovanja u kome prihod (dobit) tačno odgovara troškovima (rashodima).
<input type="checkbox"/> Budžet	Plan izražen u finansijskim terminima, tj. koliko je novca potrebno za vodjenje poslovne delatnosti i koliko novca će biti zaradjeno.
<input type="checkbox"/> Biznis-plan	Dokument, koji predstavlja rezime operativnih i finansijskih ciljeva poslovanja i sadrži detaljan plan i budžet koji prikazuju način na koji će ciljevi biti ispunjeni. Biznis plan takođe sadrži detaljne finansijske prognoze o rezultatima poslovanja i marketinški plan.
<input type="checkbox"/> Upravljanje gotovinom	Proces praćenja, analize i prilagodjavanja toka finansijskih sredstava. Za mala preduzeća, najvažniji aspekt upravljanja tokom gotovine jeste izbegavanje nestasice gotovine, usled raskoraka izmedju priliva i odliva.
<input type="checkbox"/> Kolateralno jemstvo	Imovina kojom preduzetnik obezbeđuje zajam. Kuće, kola, nekretnine, ili oprema, predstavljaju primere imovine koja može da bude iskorišćena kao kolateralno jemstvo.
<input type="checkbox"/> Usluge za klijente	Sposobnost izlaženja u susret potrebama klijenata. Unapredjene usluge za klijente podrazumevaju učenje šta je klijentu potrebno i razvoj planova za uspostavljanje procesa koji su po meri klijenta.

Aneks 1

<input type="checkbox"/> Amortizacija	Smanjenje vrednosti opreme tokom vremena.
<input type="checkbox"/> Preduzetnik	Svako ko samostalno ostvaruje svoju zaradu u formi firme, rada po ugovoru, ili kao pripadnik slobodne profesije.
<input type="checkbox"/> Fiksni troškovi	Troškovi proizvodnje ne variraju u značajnoj meri u zavisnosti od obima proizvodnje. Primer za to su zarade zaposlenih. (Videti takođe VARIJABILNI TROŠKOVI)
<input type="checkbox"/> Ispitivanje tržišta	Prikupljanje i analiza informacija o klijentima, konkurenčiji i marketinškim strategijama. Preduzetnici koriste ispitivanje tržišta da bi odredili održivost nove firme, proverili interesovanje za nove proizvode ili usluge, unapredili svoju poslovnu delatnost i razvili strategije za konkurentnost. Drugim rečima, ispitivanje tržišta omogućava firmama da donešu odluke koje im omogućavaju da bolje reaguju na potrebe klijenata i da povećaju profit.
<input type="checkbox"/> Marketing	Proces privlačenja potencijalnih klijenata zainteresovanih za proizvode i usluge firme.
<input type="checkbox"/> Granični troškovi	Dodatni troškovi u vezi sa proizvodnjom jedne ili više jedinica proizvoda.
<input type="checkbox"/> Partnerstvo	Pravni odnos izmedju dvoje ili više ljudi koji dele odgovornost, sredstva, profit i finansijske obaveze u pogledu firme.
<input type="checkbox"/> Formiranje cene	Utvrđivanje prodajne cene proizvoda ili usluge.
<input type="checkbox"/> Promocija	Generalno posmatrano, promocija je komunikacija sa potencijalnim klijentima kako bi se na njih uticalo da kupuju proizvode ili usluge preduzeća. Promocija obuhvata sve metode koji su dostupni da bi klijenti bili upoznati sa proizvodom i da bi želeli da ga kupe.
<input type="checkbox"/> Maloprodaja	Direktna prodaja potrošačima. I obrnuto, prodaja velikih količina dilerima radi dalje prodaje je »veletrgovinska« delatnost.
<input type="checkbox"/> Početni kapital	Sredstva potrebna za započinjanje biznisa.
<input type="checkbox"/> Zajam za mala preduzeća	Zajam za mala preduzeća je novac koji se daje na zajam jednom licu za pokretanje ili vodjenje male firme. Taj izraz takođe koriste kreditne institucije za opisivanje zajmova koji se odobravaju licima koja imaju male firme.
<input type="checkbox"/> Varijabilni troškovi	Svaki trošak koji se značajno menja u zavisnosti od nivoa proizvodnje. Primer za to je cena materijala.

GLOSAR POSLOVNIH TERMINA

Aneks 2 – Uzorak plana predavanja

Lekcija 1

Cilj učenja	Sadržaj	Sredstva obuke
1. Definisanje termina preduzeće, preduzetnici i samozapošljavanje	<p>Uvod (10 minuta)</p> <ul style="list-style-type: none">• Svrha radionice i segmenti predavanja• Ciljevi učenja, vežbanja i zadaci uz Lekciju 1. <p>Pogrešne predstave o biznisu (5 minuta)</p> <ul style="list-style-type: none">• Intenzivna diskusija sa učesnicima o najvažnijim faktorima koji odvraćaju mlade ljudi od pokretanja biznisa (videti <i>Sindrom pokretanja firme</i>). <p>Uslovi (15 minuta)</p> <ul style="list-style-type: none">• Zamolite učesnike da na karticama u boji napišu imena poznatih poslovnih ljudi i čime se oni bave.• Obezbedite definicije najčešćih poslovnih termina i objasnite razlike i sličnosti.	<p>Pripremite dijagram u kome ćete navesti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Svrhu radionice i segmente predavanja;• Ciljeve učenja datog predavanja. <p>Pripremite dijagram u kome ćete navesti pritiske pri započinjanju sopstvenog biznisa.</p> <p>Pripremite primerke vežbanja <i>Rečite reči</i> (treba dati samo prvi zadatak) i podelite učesnicima za rad u grupama.</p>

Aneks 2

Cilj učenja	Sadržaj	Sredstva obuke
2. Analizirajte sopstvene veštine i stavove pojedinca i uporedite ih sa karakteristikama preduzetnika	<p>Spoznaja sopstvenih mogućnosti (20 minuta)</p> <ul style="list-style-type: none">• Značaj veština i stavova.• Kako oceniti sopstvene kvalitete.• Preduzetničke karakteristike. <p>Kraj zadatka (10 minuta)</p> <ul style="list-style-type: none">• Rezimirajte ključne tačke učenja.• Zadajte zadatak	<p>Vežbanje Hajde da ih bodujemo Pripremite grafikon u kome je naglašeno sledeće:</p> <ul style="list-style-type: none">• Najvažnije veštine i stavovi u vezi sa samozapošljavanjem;• Ključne tačke učenja datog predavanja (videti ciljeve).• Zadatak (predmeti opšte upotrebe, kod kuće, na ulici, u radnjama, i razmišljanje o promenama na bolje za koje bi ljudi bili spremni da plate).

