

Biznis ideja

Bosnian culture4you

Učenici :

- Hana Kolasević
- Ajla Smajlović
- Aladin Lanjgić

SADRŽAJ

1. OPIS BIZNIS IDEJE

1.1. Osnovni podaci o biznis planu.....	1
1.2. Vizija	1
1.3. Misija	1
1.4. Osnovni ciljevi preduzeća	2

2. USLUGA

2.1. Opis usluge	2
2.2. Inovativni aspekti usluge	3
2.3. Razvoj usluge	4
2.4. Potrebna tehnologija, oprema i za uspostavu biznisa	4
2.5. Mikro i makro lokacija	5
2.6. Dodatna korist za kupce	5

3. TRŽIŠNI ASPEKT POSLOVANJA

3.1. Tržišni makro i mikro podatci	6
3.2. Obim tržišta i tržišni potencijal	6
3.3. Segmentacija tržišta	6
3.4. Segmentacija tržišta.....	6
3.4. Istraživanje tržišta	7
3.5. Glavni kupci	7
3.6. Tržište nabavki	7
3.7. Konkurencija	7
3.8. Pozicioniranje na tržištu	7

4. MARKETING STRATEGIJA.....

4.1. Koncept marketinga	7
4.2. Marketing mix	8
5. MENADŽMENT I ORGANIZACIJA.....	12
5.1. Eksterna i interna analiza	12
5.2. S.W.O.T. analiza	13
5.3. Poslovna strategija	14
5.4. Poslovni ciljevi	14
5.5. Organizacijska shema	15
5.6. Struktura menadžmenta i zaposlenih	16
5.7. Terminski plan implementacije poduzetničkog projekta	17
6. PRAVNI ASPEKT POSLOVANJA	17
6.1. Poslovno organizacioni oblik	17
6.2. Opći i posebni propisi koji se primjenjuju u vezi s proizvodom i uslugom	17
7. FINANSIJSKI ASPEKT POSLOVANJA.....	18
7.1. Projekcija vrijednosti ulaganja.....	18
7.2. Projekcija mjesečnih prihoda i rashoda.....	19
7.3. Ocjena društvene rentabilnosti	19
7.4. Procjena rizika	19
8.ZAKLJUČAK.....	19

1. OPIS BIZNIS IDEJE

1.1. Osnovni podaci o biznis planu

Poduzetnički projekat uključuje ideju pokretanja poslovnog pothvata kroz otvaranje suvenirnice i pokretanje specifičnih tečajeva bosanskog jezika i folkloru za strance. Smatramo da bi ovakva ponuda bila značajno poboljšanje turističke ponude u gradu i regiji. Ovakvom ponudom u gradu turisti bi bili oduševljeni, jer bi dobili priliku da stiču nova saznanja, a i nauče mnogo više o travničkoj, ali i o bh. kulturi na inovativan i zanimljiv način. Svi smo svjesni da ljudi generalno usvajaju više znanja i vještina kada nisu obavezni da to učine, već kada dobrovoljno i neobavezno žele osvježiti svoja saznanja i proširiti ih. Suvenirnica bi poslovala u sklopu novootvorenog hotela „Vezirska palača“, tako što bi iznajmili poslovni prostor i otvorili istu. Škola bosanskog jezika za strance (Bosnian4you) bi poslovala u sklopu hotela, te bi koristili društvene prostorije koje bi bile uređena u duhu tradicije BiH. Postojalo bi više programa po kojima bi se učio jezik #justwanttolearn, #justwanttospeak, #justwanttosing, #justwanttoeat, #intensivesummercourses, #bosnian4kids, #individual courses, #individualonlinecourses. Kursevi folkloru bi se održavali u banketnoj sali. Također, iskoristili bi blizinu Starog grada, te bi u sklopu obe škole naši učenici posjećivali Stari grad i ostale kulturno – historijske spomenike, ali i imali priliku da vide kako su se tradicionalno proizvodili bh. ćilimi, te bi imali priliku kupiti tradicionalne nošnje koje su karakteristične za našu zemlju. Također, u sklopu škole Bosnian4you bi sklopili suradnju sa tradicionalnim restoranima i ćevabdžinicama u gradu (za potrebe programa #justwanttoeat), te bi na taj način turisti mogli maksimalno doživjeti duh Travnika, te naše tradicije. Cilj nam je širiti našu kulturu i tradiciju, te dokazati da Travnik obiluje turističkim potencijalima, ali mi pronalazimo drugačiji put kako ih iskoristiti. Poziciju Travnika kao tranzitne turističke destinacije smatramo našom poslovnom šansom. Naš biznis plan objašnjava na koji način bi realizovali isti, i ostvarili cilj, a to jeste otvoriti suvenir shop, te u sklopu istog, pokrenuti dvije mini – škole, koje trenutno ne egzistiraju na području SBK, ali i šire. Za otvaranje ovakvog preduzeća nije potrebno mnogo kapitala, ali smatramo da bi uz naporan trud i rad apsolutno neosporno mogli realizovati cilj. Privatno preduzeće Bosnian tradition4you bit će osnovano od strane grupe mladih poduzetnika sa jednakim udjelom.

1.2. Vizija

Naša vizija jeste da postanemo leadersko preduzeće na području kantona, ali i države, koje pruža ovakve usluge turistima, koje predstavljaju rijetku priliku za upoznavanje bh. kulture i tradicije na inovativan i drugačiji način.

1.3. Misija

Naša misija je postizanje zadovoljstva svakog klijenta, pružanjem najkvalitetnijih proizvoda i usluga, te zajedno sa njima, krojiti njihove najljepše i neponovljive uspomene.

1.4. Osnovni ciljevi preduzeća

Smatramo da na ovaj način bitno utičemo na razvoj turizma na nivou države, a pogotovo grada i kantona, na razvoj BH kulture u svijetu, smanjujemo stopu nezaposlenosti domicilnog stanovništva, te predstavljamo našu zemlju na najkvalitetniji način.

Ovim biznis planom preduzeće „Bosnianculture4you“ ima naredne ciljeve :

- ostvariti vlastiti brend
- širiti kulturu i tradiciju po čitavom svijetu
- postavljati trendove u standardima učenja i širenja kulture, kao i poznavanja jezika
- privući što veći broj kupaca i korisnika naših usluga.

2. USLUGA

2.1. Opis usluge i proizvoda

Djelatnost preduzeća pokriva poslovanje suvenirnice, te organiziranje tečaja bosanskog jezika za strance (Bosnian4you) i tečaja folklor za strance (Culture4you) Tečaj bosanskog za strance će biti organizovani na specifičan način, gdje će se naši potencijalni klijenti, birati između nekoliko programa:- (#justwanttolearn, #justwanttospeak, #justwanttosing, #justwanttoeat, #intensivesummercourses, #bosnian4kids, #individualcourses#individualonlinecourses).

U početku će se naše poslovanje dominantno vezivati za prodaju suvenira, koje će izrađivati lokalno stanovništvo uglavnom od drveta tehnikom drvoreza. Dokazano je da ova tehnika na našim područjima ima dugu tradiciju, kao specifičan način obrade.



2.2. Inovativni aspekti usluge

Naši suveniri predstavljaju džepnu uspomenu, prodaju se po povoljnoj cijeni, laki su za transport, te posjeduju autentičnost lokacije i motiva koji posjeduju. Oni predstavljaju spoj kulture, tradicije, umjetnosti, ljubavi i originalnosti.

Danas je znanje dostupno na svakom koraku, ali njegova kvaliteta je upitna. Specifičnost bosanskog jezika zahtijeva poseban pristup svakom učeniku. Novost upružanju usluga jeste sam koncept, odnosno stil učenja i način na koji se izvode naši kursevi. Usluge će pružati naše ljubazno osoblje, uz punu podršku i uvažavanje klijenata, kroz prijateljski odnos.

Tečaj folkloru nudi našim turistima mogućnost usvajanja novih saznanja, vještina, pokreta...

2.3. Razvoj usluge

Svaki segment uslužnog programa usmjeren je na klijenta i koncipiran tako da pruža mogućnost pravovremenog usluživanja, te dozvoljava klijentima da ga svojim zahtjevima kontinuirano nadograđuju. Turizam predstavlja jednu od najbrže rastućih grana privrede, samim tim i mi očekujemo brz razvoj našeg preduzeća.

Adekvatnom marketing strategijom, te kvalitetno uslugom namjeravamo iskoristiti turističke potencijale grada i regije u cjelini. Smatramo da je zadovoljan klijent najbolji vid reklame. Značajan razvoni potencijal očekujemo u sklopu naše škole Bosnian4you. U perspektivi postoji interes i naše očekivanje da u budućnosti proširimo ponudu proizvoda i usluga na prostoe Srednjobosanskog kantona i šire.

2.4. Potrebna tehnologija, oprema i kompetencije osoblja za uspostavu biznisa

Poslovanje je zasnovano na upotrebi računarske tehnologije u segmentu poučavanja jezika. U slopu škole Bosnian4you bi se online kursevi odvijali iz topline doma (ili lokacije po volji odabrane) naših uposlenika. Pored računarske opreme za potrebe izdavanja fiskalnih računa u suvenirnici i prostorima za obuku namjeravamo koristiti fiskalnu kasu.

Uposlenici naše škole Bosnian4you bi bili profesori engleskog jezika (osnovna komunikacija bi se odvijala na engleskom jeziku), koji su dobri poznavaoi travničke historije, kako bi naše učenike i polaznike tečaja upoznali sa rodnim gradom Nobelovca, u znak dobrodošlice. Također, ostvarit ćemo mogućnost održavanja online kurseva bosanskog jezika za strance, što bi iznimno uticalo na prihode našeg preduzeća u vansezonskom periodu. Predavači se angažuju prema potrebi na osnovu ugovora o privremenim i povremenim poslovima.

Za potrebe škole Bosnian4you 25 stolica, 5 stolova, četiri table, četiri manja bosanska ćilima, te ukrasni detalji koji predstavljaju bh. tradiciju. Zalihe sitnog materijala (markeri, promotivni materijal, rokovnici, kalendari).

Kurs folkloru bi se odvijao na slijedeći način; kompetentni zaposlenici bi pružali ovu uslugu u suradnji sa KUD "Borac" Travnik, u prostorijama hotela Vezir, gdje bi turisti širili svoja saznanja o našoj kulturi i tradicionalnoj zabavi, karakterističnoj za naš kanton. Slikovni prikaz uređenja enterijera jednog od poslovnih prostora za potrebe škole Bosnian4you



Potrebna oprema za suvenirnicu : potrebno je nabaviti: police za suvenire u dužini 2 m, police za staklene suvenire i trgovački pult.

Za školu folklor Bosniantradition4you, muzički instrument (harmonika) obezbjedit će KUD „Borac“ Travnik, jer ova usluga ne zahtijeva nikakvo ulaganje.

2.5. Mikro i makro lokacija

Kao makrolokaciju našeg preduzeća odabrali smo područje Srednjobosanskog kantona. Mikrolokaciju našeg preduzeća predstavljaju zakupljene prostorije u hotelu „Vezir Palace“. Mikrolokacijsko područje je atraktivno obzirom da se radi savremenom hotelu smještenom na dobroj lokaciji.



Mikrolokacija preduzeća (Hotel

„Vezirka palača“).

2.6. Dodatna korist za kupce

Kupci–korisnici usluga će ostvariti sljedeće dodatne koristi: kvalitet usluge, novi, brži, efikasniji način usvajanja novih znanja i vještina, adekvatna lokacija, ušteda vremena, širenje i sticanje novih spoznaja i saznanja. Proces prodaje i pružanja usluga će biti organizovan na način da u najvećem stepenu udovolji zahtjevima klijenata. Oprema koja se planira nabaviti, kao i kompetentno osoblje, predstavljaju garanciju za kvalitet usluge. Kapaciteti opreme i motiviranost uposlenika, kao i sklopljene saradnje sa lokalnim stanovništvom, omogućit će realiziranje naših ciljeva u realnom vremenu. Lokacija biznisa omogućava maksimalnu uštedu

vremena, a i maksimalnu mogućnost za profitiranje, pa i razvoj samog biznisa, jer se nalazi usklodu hotela koji bilježi iznimnu posjećenost stranih turista.

3. TRŽIŠNI ASPEKT POSLOVANJA

3.1. Tržišni makro i mikro podaci

Naše šire ciljno tržište je područje našeg kantona. Na širem tržištu potencijalni korisnici su svi turisti koji posjeduju čak i minimalnu kupovnu moć (jer su cijene iznimno pristupačne). Uže ciljno tržište ograničeno na prostor koji pokriva Općina Travnik. Mikro tržište je Hotel "Vezirska palača", te kulturno – historijski objekat Starni grad.

3.2. Obim tržišta i tržišni potencijal

Prema podacima iz Zavičajnog muzeja "Travnik" samo područje Općine Travnik posjeti više od 65.000 turista na godišnjem nivou. Najveća posjećenost je u ljetnom i zimskom periodu, zbog razvijenog sezonskog turizma, te sportskih centara koji se nalaze na planinskom biseru Vlašić. Također, i u ostalim dijelovima godine je zabilježena posjećenost od strane stranih turista, što ostvaruje mogućnost jednakog kontinuiteta poslovanja tokom čitave godine.

3.3. Segmentacija tržišta

Naši segmenti su : turisti, BiH dijaspora, strani studenti, te uposlenici ambasada.

Geografsku segmentaciju primjenjujemo na šire ciljno tržište. Odnosi se na segmentiranje tržišta prema općinama koje predstavljaju turistički potencijal.

Geografska segmentacija bi također bila primjerena i unutar opština koje već posjeduju epitet turističkog bisera.

Segmentaciju kupaca vršimo prema trajanju boravka : dali su u pitanju jednodnevni izleti, ili višednevni aranžmani.

Ovako izvršena segmentacija omogućava kvalitetno koncipiranje marketinga i kreiranje djelotvornog marketing plana na temelju koga će se provoditi konkretne marketinške aktivnosti.

3.4. Istraživanje tržišta

U sklopu predinvesticijskih aktivnosti, na temelju stečenih znanja, izvršili smo istraživanje nabavnog i prodajnog tržišta sa ciljem prikupljanja informacija o : ciljnim tržištima i potencijalnim potrošačima, konkurenciji i mogućem tržišnom udjelu, mogućnostima tržišne ekspanzije, projekciji prodaje i prihoda i informacijama o nabavnim tržištima. Istraživanje smo proveli na namjernom neproporcionalnom kvotnom uzorku. Kao instrument u postupku istraživanja tržišta koristili smo anketni upitnik.

3.5. Glavni kupci i korisnici usluga

Glavni klijenti bi bili svi turisti koji posjećuju našu općinu.

Posjetom hotelu "Vezirska palača" imaju mogućnost kupovine raznih vrsta džepnih uspomena, poklona, ili korištenja usluga iz programa ponude naših kurseva, te tako postanu dio naše porodice.

3.6. Tržište nabavki

Analiza nabavnog tržišta ukazuje da neće postojati problemi u lancu snadbijevanja, jer na ciljnom tržištu postoji značajan broj proizvođača suvenira i rukotvorina. Što se tiče dobavljača za stalna sredstva, oni su u značajnom broju prisutni na tržištu SBK, što omogućava širok izbor, a prisutna konkurencija i pogodnosti u kupovini (cijena, dostava, servisne usluge i sl.).

3.7. Konkurencija

Imajući u vidu da je naša ponuda strukturirana u tri segmenta (1 prodajni + 2 uslužna) možemo konstatovati da na mikro i užem ciljnom tržištu ne postoji niti jedna firma koja ima integrisanu ponudu usluga kakvu namjerava lansirati naše preduzeće. U istraživanju nismo identifikovali potencijalne konkurente za pojedine grupe usluga. Naši konkurenti iz segmenta prodaje suvenira, postojeće suvenirnice u gradu (prostor Žitarnice).

Konkurenti iz segmenta edukacijskih usluga evidentirani su na području Sarajeva.

3.8. Pozicioniranje na tržištu

Kako se većina konkurenata nalazi izvan našeg mikro, a i makro tržišta, smatramo da će naše preduzeće uz dobar marketing, kvalitetnu uslugu, te apsolutnu prisutnost inovativnosti u sklopu svih oblasti, na ostvarivanju poslovnih ciljeva vrlo brzo zauzeti leadersku poziciju.

4. MARKETING STRATEGIJA

4.1. Koncept marketinga

Ciljni segment tržišta našeg preduzeća čine turisti. Bez obzira koju vrstu turizma uživali, svi turisti imaju iste potrebe. Naime, svi turisti imaju iste potrebe (odmor i razonoda, širenje vidika i saznanja o kulturi, historiji i naslijeđu birane lokacije, te posjedovanje raznih uspomena; kako u fotografskom, tako i u raznim drugim materijalnim oblicima). Uslužni program našeg preduzeća usmjeren je upravo ka zadovoljavanju ovakvih potreba turista svih generacija. Zabavom do znanja! Našim klijentima nudimo zabavu i edukaciju na jednom mjestu, pristupačnu svima. Tako ćemo uštediti njihovo vrijeme, obogatiti ga, proširiti njihove vidike, uštediti im novac, učiniti njihovo putovanje nezaboravnim iskustvom, koje će željeti ponoviti. Svi članovi naše biznis – porodice bit će na raspolaganju našim klijentima, bez obzira na to da li trenutno imaju status korisnika usluga ili kupca, ili su nekada uživali te statuse. Naš marketing koncept zasnovan je na pružanju kvalitetnih usluga po prihvatljivim cijenama, pravovremeno i na atraktivnoj lokaciji.

Tabelarni prikaz proizvoda i usluga, te njihovih cijena u preduzeću Bosnian culture4you

PROIZVODI	USLUGE
Magnet	Kurs bosanskog jezika, program #justwanttolearn
Drveni suvenir	Kurs bosanskog jezika, program #justwanttospeak
Stakleni suvenir	Kurs bosanskog jezika, program #justwanttosing,
Drveni sat	Kurs bosanskog jezika, program #justwanttoeat
Maketa Rodne kuće Ive Andrića	Kurs bosanskog jezika, program #intensivesummercourses
Maketa Starog grada	Kurs bosanskog jezika, program #bosnian4kids
Maketa Hadži – Ali begove džamije	Kurs bosanskog jezika, program #individual courses
Maketa Šarene džamije	Kurs bosanskog jezika, program #individualonlinecourses
Maketa Plave vode	Tečaj folklor za odrasle
-	Tečaj folklor za djecu

Izvor: izrada autora

4.2. Marketing mix

Prodajno - uslužni program, odnosno njegova širina i dubina, utiču na konkurentnost preduzeća na tržištu. Naše preduzeće ima dvije osnovne linije usluga: trgovačke i usluge edukacije, te brojne varijante unutar linija. Ovako kreiran program usluga, zadovoljit će sve želje, potrebe i zahtjeve turista. Zahvaljujući ovim činjenicama, naše preduzeće ima značajnu prednost u odnosu na ostale konkurente, koji uglavnom nude samo jednu vrstu usluge (trgovinska usluga - prodaja suvenira). Korisnicima je omogućeno da na jednom mjestu borave u iznimnoj turističkoj atmosferi (sveobuhvatnost sadržaja, sticanje novih spoznaja). Osim navedenog, korisnici imaju brojne benefite, kao što su: povoljna lokacija, ljubazno, edukovano osoblje, omogućavanje svakodnevne interakcije sa uposlenicima (prednost više za korisnike usluga Bosnian4you škole- prakticanje i testiranje govornih vještina u svakom momentu, zbog govornog okruženja).

Cijene su postavljene nakon analize cijena proizvoda u konkurentskim preduzećima. Cijene suvenira postavljene su približno ostalim ponuđačima sličnih proizvoda na području Općine Travnik. Cijene za usluge edukacije su formirane samostalno. Kako bi podstakli turiste na veću kupovinu naših proizvoda, nudimo im određene pogodnosti; pri kupovini suvenira veće količine (3 + 1 gratis), tokom korištenja naših usluga iz obe škole, u slučaju da se cjelobrojna porodica prijavi za neke od programa u nekim od naših škola, ostvaruju popust od 20 % na cijenu family paketa. Pored toga, planirano je širenje biznisa i uvođenje novih programa i proizvoda, a turiste ćemo obavještavati putem e – mail.a. o inovacijama u našem preduzeću.

Distribucija. Svi proizvodi i usluge će se nuditi u okviru ugostiteljskog objekta Hotel "Vezirska palača". Ova lokacija izabrana je usred istraživanja o frekvenciji kretanja turista, te njihovom

zadržavanju. Preduzeće će biti smješteno u iznajmljivim poslovnim prostorima hotela “vezirska palaća”, ulica Varoš b.b.

Osim toga, enterijeri određenih poslovnih prostora bit će uređeni u stilu bh. tradicije i kulture, kako bi naši klijenti imali maksimalnu mogućnost uživanja naše kulture, tradicije, naslijeđa, te duha nekadašnjeg života na ovim prostorima.



Slikovni prikaz uređenja enterijera jednog od poslovnih prostora hotela „Vezirska palaća“

Naše suvenire turisti će moći kupiti direktno u našoj suvenirnici, ili preko online kataloga (besplatna dostava brzom poštom), a naše kurseve će moći pohađati u okviru naših prostorija koje su adaptirane za naše potrebe (nalaze se u sklopu hotela), određeni programi zahtjevat će izvanučioničku nastavu (#justwanttoeat – sklapanje suradnje sa lokalnom ćevabžinicom, gdje će učenici po specijalnim cijenama moći degustirati tradicionalnu hranu, ali i fokusirati se na savladavanje govornih vještina bosanskog jezika.

O svim inovacijama našeg preduzeća, potencijalni, a i bivši klijenti bit će obaviješteni putem raznih oglašivača, te mail adresara.

Tabelarni prikaz projekcije prodaje proizvoda i usluga u preduzeću

Izrada: izrada autora

Opis	Jedinica mjere	Godina	Godina	Godina	Godina	Godina	Godina	Cijena po komadu/ jedinici proizvoda KM
		2020	2021	2022	2023	2024	2025	
Magneti	Komad	8.000	8.500	8.700	8.900	9.100	9.300	2.00 KM
Drvene rukotvorine	Komad	7.000	7.500	7.700	7.900	8.100	8.300	3.50 KM
Fildžani	Komad	4.000	4.200	4.500	4.700	5.000	5.200	2.50 KM
Džezva Set (džezva mala + 2 fildžana) (mala)	Set	2.000	2.500	2.700	2.900	3.100	3.300	30.00 KM
Džezva (velika)	Komad	700	1.500	1.700	1.900	2.100	2.300	25.00 KM
Čas bosanskog u grupi	Čas	210	250	300	350	350	400	25.00 KM
Individualni čas	Čas	150	200	250	300	350	400	40.00 KM
Online čas	Čas	120	170	200	250	300	370	35.00 KM
Tečaj folklor	Čas	200	250	300	350	400	450	20.00 KM
Stakleni suvenir	Komad	4.000	4.200	4.400	4.600	4.850	4.900	3.00 KM
Drveni sat	Komad	800	820	860	900	1000	1100	35.00 KM
Maketa Rodne kuće Ive Andrića	Komad	100	150	180	200	210	240	50.00 KM
Maketa Starog grada	Komad	120	150	180	200	220	250	50.00 KM
Maketa Hadži – Ali begove džamije	Komad	120	150	180	210	240	280	50.00 KM
Maketa Šarene džamije	Komad	180	240	280	310	340	380	50.00 KM
Maketa Plave vode	Komad	140	180	210	280	310	340	70.00 KM
Family class	Sat	80	120	140	180	200	220	80.00 KM

Promocija. Sagledavanjem i shvatanjem činjenice da je naše preduzeće novo (u svakom pogledu) na području Općine Travnik, a i SBK, poduzet ćemo određene marketinške korake. Pošto su troškovi oglašavanja na televiziji iznimno visoki, ograničićemo se na radio - stanice na području našeg kantona. Poruke će se emitovati u ranim jutarnjim satima između 7h i 8h, te u poslijepodnevnom satima 15h i 17h, odnosno u vremenu kada suna putu od radnog mjesta (ili škole, ka svojoj kući). Oglašavanje putem radija će se vršiti cca mjesec dana. Osim toga, odštampat ćemo letke sa svojom ponudom, koji će biti dostupni u samom hotelu, te svim info pultovima u našem gradu, kao i ugostiteljskim objektima, muzejima i sl. Oglašavanje će se vršiti i putem Interneta. Preduzeće će posjedovati svoju web stranicu, koja će prikazivati proizvode i

usluge našeg preduzeća, te će na našoj web stranici turisti moći stupiti u interakciju sa zaposlenicima.

Važan vid promocije će biti naši zadovoljni kupci/korisnici usluga, koji će širiti svoje pozitivno iskustvo koje su stekli o našem preduzeću, ipak "dobar glas daleko se čuje". Na ovaj način preduzeće će izgraditi snažnu mrežu lojalnih kupaca sa ambicijom njenog daljeg širenja, te poboljšanja i proširenja asortimana proizvođača usluga.

Tabelarni prikaz troškova marketinga

Oblik promocije	Cilj promocije	Budžet	Odgovorna osoba
Jumbo plakati	Upoznati što veći broj potencijalnih kupaca i korisnika	700,00 KM	Marketing i prodaja
Radio	Upoznati moguće korisnike sa uslugama koje pružamo	700.,00 KM	Marketing i prodaja
Pokloni za klijente	Ostaviti dojam dobrog domaćina	100.00 KM	Marketing i prodaja
Brošure	Promocija proizvoda i usluga, te informacije o početku rada	100.00 KM	Marketing i prodaja
Društvene mreže	Promocija usluga i noviteta	-	-
UKUPNI TROŠKOVI MARKETINGA		1.600,00 KM	

5. MENADŽMENT I ORGANIZACIJA

5.1. Eksterna i interna analiza

Cilj provođenja eksterne analize jeste otkrivanje faktora i karakteristika biznisa koje predstavljaju šanse, odnosno prijetnje, dok je cilj provođenja interne analize otkrivanje faktora i

karakteristika biznisa koje predstavljaju njegove snage, odnosno slabosti, a od kojih će zavisići mogućnost za uspješnu realizaciju poslovnog plana.

Eksternu i internu analizu provodimo na način što ćemo identifikovati ključne faktore iz internog i eksternog okruženja koje determiniraju poslovanje privrednog društva, a nakon toga, odrediti intenzitet njihovog uticaja pomoću određene skale, u ovom slučaju petostepene skale (gdje su odnosi izraženi od 1 do 5, a gdje 1 označava mali uticaj faktora a 5 veoma izražen uticaj faktora).

Tabela 5.3. unutrašnjih faktora poslovanja, identifikacija slabosti, snaga

INTERNO OKRUŽENJE	SNAGA	SLABOSTI	VAŽNOST
Fizički resursi			
Povoljnost lokacije gdje je preduzeće smješteno		☹	5
Tranzitna pozicija Opštine Travnik		☹	5
Kvalitetna oprema	☺		4
Finansijski resursi			
Raspoloživost finansijskih sredstava			
Poskupljenje sirovina		☹	4
Poskupljenje najamnine za poslovni prostor		☹	4
Manjak poticaja za razvoj vlastitog biznisa		☹	4
Manjak klijenata van sezone		☹	5
Marketing plan i budžet za marketing	☺		5
Osooblje			
Iskustvo i kvalifikovanost našeg osoblja	☺		5
Animirani radnici zaposleni u struci	☺		4
Prodaja i performanse			
Stepen zadovoljavanja potreba i želja kupaca	☺		5
Zanimanje turista za nove proizvode	☺		4
Online održavanje kurseva bosanskog jezika za strance	☺		5
Povećan interes, zahvaljujući kvalitetu proizvodnje i inovativne usluge	☺		5
Komunikacijske sposobnosti uposlenika	☺		5

5.2. S.W.O.T. analiza

S.W.O.T. analiza je korisno sredstvo pri ocjenjivanju relativne povoljnosti pozicije, koju zauzima preduzeće u okruženju i njegove osposobljenosti da uspješno posluje. Za nas, iznimnu važnost će predstavljati elementi koji se nalaze naskali 4 i 5.

UNUTRAŠNJE SNAGE :

- ❖ Specifičnost u asortimanu usluga
- ❖ Novost na tržištu
- ❖ Iskustvo i kvalifikovanost našeg osoblja
- ❖ Animirani radnici zaposleni u struci
- ❖ Kvalitetna oprema
- ❖ Kvalitetni proizvodi
- ❖ Kvalitetne usluge
- ❖ Pristupačne cijene
- ❖ Povoljnost lokacije gdje je preduzeće smješteno
- ❖ Stepem zadovoljavanja potreba i želja kupaca
- ❖ Marketing plan i budžet za marketing

(recesija...)

- ❖ Manjak poticaja za razvoj vlastitog biznisa
- ❖ Postojeće političko uređenje
- ❖ Tranzitna pozicija Opštine Travnik
- ❖ Prijatnija ulaska na ciljno tržište
- ❖ Društveno okruženje

UNUTRAŠNJE SLABOSTI

- ❖ Manjak klijenata van sezone
- ❖ Raspoloživost finansijskih sredstava
- ❖

VA

- ❖ Povećan interes, zahvaljujući kvalitetu proizvodnje i inovativne usluge
- ❖ Poslovna odgovornost
- ❖ Poslovna etika
- ❖ Komunikacijske sposobnosti uposlenika

5.3. Poslovna strategija

Polazeći od pretpostavke da poslovna strategija treba da omogućiti postizanje tržišne, tehnološke, troškovne i menadžerske sinergije, a imajući u vidu faktore iz eksternog i internog okruženja navedene u S.W.O.T. analizi, u nastavku ćemo definisati opšte poslovne strategije koje ćemo provoditi u našem preduzeću.

Koristeći se identifikovanim snagama i šansama učinit ćemo maksimalno svo svoje iskustvo, znanje, vještine, (ali istovremeno ćemo ih svakodnevno usavršavati) da osiguramo leadersku poziciju na tržištu. Isto tako ćemo nastojati unaprijediti i druge naše snage te iskoristiti šanse koje ćemo dobiti u narednom periodu poslovanja našeg preduzeća.

Također, izvršit ćemo analizu faktora koji bi uklonili sve naše slabosti i prepreke koje smo uočili u swot analizi, te bi tako unaprijedili kvalitet rada našeg preduzeća.

5.4. Poslovni ciljevi

Na temelju vizije, misije, strateških ciljeva preduzeća i definiranih strategija, implementacijom naše poduzetničke ideje, planiramo ostvariti sljedeće poslovne ciljeve:

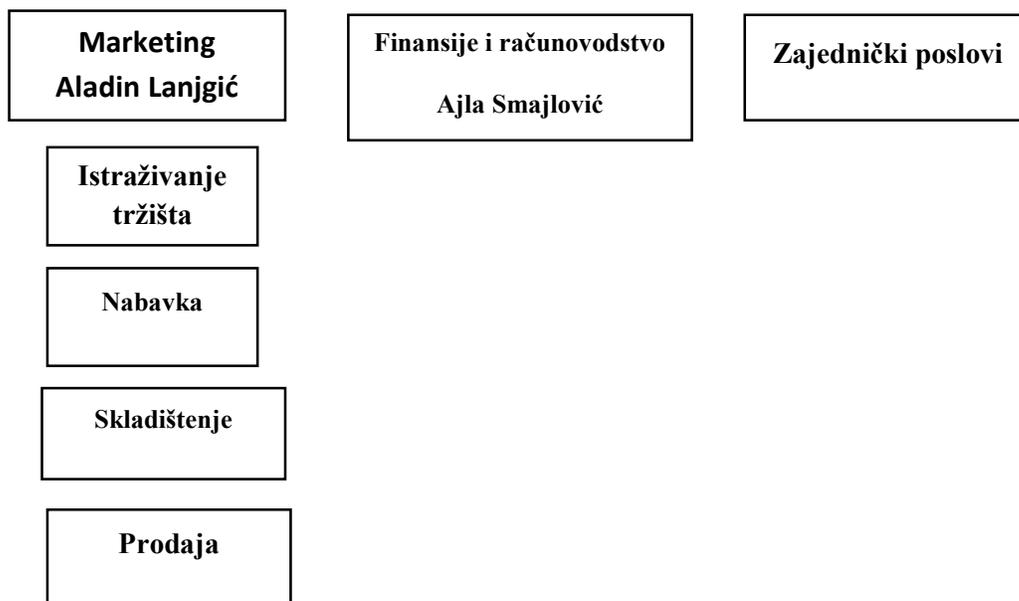
- Investirati u stalna sredstva 10.000 KM, a u tekuća sredstva 4.000 KM.
- Iz vlastitih izvora pribaviti 8.000 KM a iz tuđih izvora 2.000 KM.
- U prvoj godini poslovanja ostvariti prihode u visini od 225.450,00 KM neto dobit u visini od 120.878,00 KM.
- U narednim godinama poslovanja kontinuirano postepenim kontinuitetom povećavati prihod za 2,5% .
- Uposliti osam zaposlenika u prvoj godini poslovanja
- Permanentnim planiranjem i realizacijom planiranih aktivnosti osigurati gotovinski tok kojim će biti zadovoljena kratkoročna i dugoročna likvidnost, te solventnost i financijska stabilnost biznisa.

5.5. Organizacijska shema

Organizaciona shema ukazuje na način organizacije biznisa u našem preduzeću. Naš biznis će biti organiziran prema funkcionalnoj organizacijskoj strukturi koja se zasniva na identifikaciji ključnih poslovnih funkcija i opisu poslova unutar tih poslovnih funkcija.

Shema organizacione strukture privrednog društva





Top menadžer rukovodi biznisom. On usklađuje i vodi rad poslovnih funkcija, te menadžera i zaposlenika. Zastupa biznis pri čemu ima sva ovlaštenja određena pozitivnim zakonskim odredbama. Funkcija marketinga objedinjuje poslove istraživanja marketinga, nabavke, skladištenja i prodaje. Funkcija finansija i računovodstva obuhvata sve poslove vezane za finansijske transakcije, praćenje finansijskog poslovanja i finansijsko izvještavanje. Zadatak ove funkcije je da pored obaveznih finansijskih izvještaja bilansa stanja, bilansa uspjeha i izvještaja o gotovinskim tokovima permanentno prati finansijske tokove i o tome kreira izvještaje koji će omogućiti operativno upravljanje finansijskim tokovima. Zadatak funkcije razvoja je u stalnom istraživanju novih tržišnih šansi i odmjerenju internih mogućnosti prema njima u cilju njihovog efikasnog korištenja. Poseban zadatak ove funkcije ogleda se u istraživanju mogućnosti proširenja poslovanja na principu franšize. Stoga ova funkcija ima zadatak da pravovremeno prosleđuje informacije predsjedniku uprave društva o potrebi usklađivanja tekućeg poslovanja sa principima franšiznog organizovanja. Zajednički poslovi obuhvataju sve one poslove koji nisu direktno inkorporirani u predhodne poslovne funkcije kao naprimjer poslovi vezani za

Poslove top menadžera obavljat će Hana Kolasević, koja je završila Višu poslovnu školu na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu. Ista posjeduje radno iskustvo u periodu od dvije godine. Radila je na poziciji menadžera srednjeg nivoa u ugostiteljskom objektu.

Poslovima sektora marketinga i prodaje rukovodi Aladin Lanjgić a poslovima u sektoru finansija i računovodstva Ajla Smajlović

Planira se uposlenje i jednog zaposlenika koji će obavljati zajedničke poslove . Nastojat ćemo da kroz proces selekcije kandidata pronađemo kandidata sa odgovarajućim znanjima, komunikacijskim sposobnostima i radnim iskustvom.

Na mjestu radnika za održavanje čistoće angažovat ćemo jednog zaposlenika na nepuno radno vrijeme (četiri sata). Vodit ćemo računa da on udovoljava zahtjevima poslova koji su detaljno opisani u sistematizaciji poslova i radnih zadataka.

5.6. Struktura menadžmenta i zaposlenih

Popunjenost organizacione strukture menadžerima i zaposlenicima sa postojećim kvalifikacionim sposobnostima prikazan je u tabelarno.

Kvalifikaciona struktura menadžera i zaposlenika u prvoj godini realizacije projekta

Menadžeri i zaposlenici	Broj izvršilaca po kvalifikacionoj strukturi				Ukupno
	Stepen stručne spreme				
	VII	VI	IV	III	
Menadžment					
Top menadžer		1			1
Član uprave-menadžer za fin-rač. poslove		1			1
Zaposlenici					
Poslužitelj			1		1
Zaposlenici na održavanju higijene				1	1
Ukupno		2	1	1	4

5.7. Terminski plan implementacije poduzetničkog projekta

Projekat će biti operativan za 2 mjeseca.

Etape u realizaciji plana su :

- planirani kredit u iznosu od 4.000,00 KM
- adaptirati prostorije, te sklopiti suradnju sa određenim davaocima usluga
- nabavka opreme, te postavljanje iste.

6. PRAVNI ASPEKT POSLOVANJA

6.1. Poslovno – organizacioni oblik

Bosnian culture4you je organizovan na osnovu Odluke o osnivanju društva sa ograničenom odgovornošću. Obzirom na činjenicu da su dva osnivača: Hana Kolasević I Ajla Smajlović, i broj udjela je jednak broju osnivača. Svjesni prednosti jednakih udjela, osnivači su odlučili da udjeli budu ravnopravni. Prema Odluci o osnivanju osnivački ulog vlasnika iznosi 15.000 KM od čega je

u novcu 12.000 KM, a 3.000 KM u stvarima (oprema za Suvenir shop). Privredno društvo će biti registrovano kod Kantonalnog suda u Travniku, nakon čega će biti učinjene administrativne procedure prijavljivanja u općini, poreskoj upravi, zavodu za statistiku, otvoren račun u banci, izrađen pečat i druge neophodne radnje u procesu registracije. U osnivačkoj Odluci sadržani su podaci: o organu upravljanja, o vlasnicima privrednog društva; firmi, sjedištu i djelatnosti društva, osnovnom kapitalu i visini udjela, povećanju i smanjenju osnovnog kapitala; pravima i obavezama člana društva; načinu izmirivanja troškova osnivanja; imenovanja uprave, zastupanja društva i registracije; vrijeme na koje se društvo osniva i završne odredbe. Pored Odluke o osnivanju donešen je i Statut društva u okviru koga su detaljnije razrađeni pojedini dijelovi iz Odluke o osnivanju društva sa ograničenom odgovornošću. Statut je najvažniji pravni akt u privrednom društvu pa on sadrži i određene odredbe iz kojih se izvode drugi pravni akti: odluke i pravilnici. Statutom je regulisano da je organ upravljanja društvom skupština koju čine osnivači. U dijelu Statuta koji reguliše vođenje poslova i zastupanje društva određeno je da poslovanje društva vodi uprava društva. Upravu društva čini lice koje je imenovano na funkciju top menadžera (predsjednik uprave).

6.2. Opći i posebni propisi koji se primjenjuju u vezi s proizvodom i uslugom

Preduzeće će obavljati poslove iz domena usluga i trgovine. Shodno tome na njegovo poslovanje će imati direktan uticaj zakonski i podzakonski propisi (uredbe, pravilnici, rješenja, odluke), propisi koji regulišu poslovanje privrednih subjekata koji obavljaju pomenutu djelatnost doneseni na nivou Bosne i Hercegovine, Federacije BiH, SBK I Opštine Travnik. Važniji opći propisi koji regulišu pomenutu oblast su:

- Zakon o porezu na promet proizvoda i usluga ("Službene novine Federacije BiH" br. 64/04)
- Zakon o trgovini ("Službene novine Federacije BiH" br. 64/04 i 12/05) • Zakon o registraciji poslovnih subjekata u Federaciji Bosne i Hercegovine ("Službene novine Federacije BiH" broj 4/00)
- Zakon o kontroli cijena ("Službene novine Federacije BiH" broj 2/95) • Zakon o zaštiti potrošača ("Službeni glasnik BiH" broj 25/06).

7. FINANSIJSKI ASPEKT POSLOVANJA

7.1. Projekcija vrijednosti ulaganja

I PRIMICI (1+2+3)	41.500,00
1.PRIHODI PROJEKTA	4.000,00
2.IZVORI FINANSIRANJA	15.000,00
2.1.VLASTITA SREDSTVA	12.000,00
2.2. KREDIT	4.000,00

3.OSTATAK VRIJEDNOSTI	1.500,00
3.1.OSNOVNA SREDSTVA	4.000,00
3.2.OBRTNA SREDSTVA	1.000,00
II IZDACI (1+2+3)	11.180.00
1.ULAGANJA U S.S.	4.000,00
2.ULAGANJA U OBS	1.000,00
3.TROŠKOVI POSLOVANJA	40,00
3.1.MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI	340,00
4.POREZ NA DOHODAK I DOPRINOSI	680,00
5.OBAVEZE PO KREDITIMA	4.000
5.1.OTPLATE	320,00
5.2.KAMATE	800,00
III NETO PRIMICI (I-II)	41.500 – 11.180
IV NP-KOMULATIVNO	30.320 KM

7.2. Projekcija mjesečnih prihoda i rashoda

Projekcija mjesečnih prihoda	Prihodi 2020
PRIHODI UKUPNO	22.000
PRIHODI POSLOVANJA	20.416
RASHODI UKUPNO	18.250
RASHODI POSLOVANJA	16.800

7.3. Ocjena društvene rentabilnosti

Realizacija poduzetničkog projekta pozitivno će uticati na djelimično rješavanje

problema nezaposlenosti. Naime, ovim projektom se predviđa zapošljavanje četiri nova zaposlenika, što će imati posredne i neposredne koristi za društvo. Smatramo da je naš prvi korak preplaviti tržište našim uslugama, prvobitno na području našeg grada, pa onda i našire područje. Jedan od „mamaca“ za naše kupce i „uče(s)nike“ bit će povoljna cijena kojom ćemo se

bazirati (u početku) na pokrivanje naših troškova, ali bez ostvarivanja dobiti. Ipak, uz sve to, kvalitet naših proizvoda i usluga mora biti prepoznatljiv, jer je samo kvalitet garancija uspjeha. Nakon razrade našeg biznis plana, smatramo da ćemo uspjeti ostvariti i dobit. I na kraju treba istaći da realizacija ovog projekta nema štetnih dejstava za radnu i životnu sredinu, odnosno projekat neće proizvesti štetna dejstva na ekologiju u mikro i makro okruženju.

7.4. Procjena rizika

Procjena rizika je u uskoj vezi sa identifikovanim faktorima prijetnji koje dolaze iz eksternog okruženja i slabosti koje dolazi iz internog okruženja. Imajući u vidu pokazatelje analize uspjehnosti poduzetničkog projekta kao i opredjeljenje za realizaciju predloženih poslovnih strategija, možemo konstatovati da ne postoje značajniji rizici za realizaciju poduzetničkog projekta. Za slučaj da dođe do nešto značajnijih odstupanja dejstva predviđenih faktora okruženja ona zbog stabilnosti tekućeg poslovanja nemogu dovesti u pitanje povarat zahtijevanih kreditnih sredstava.

8. ZAKLJUČAK

Ovim biznis planom preduzeće „Bosnianculture4you“ ima naredne ciljeve :

- ostvariti vlastiti brend
- širiti kulturu i tradiciju po čitavom svijetu
- postavljati trendove u standardima učenja i širenja kulture, kao i poznavanja jezika
- postići što veći broj kupaca i korisnika naših usluga.

Po našim pretpostavkama, naše prodajno – uslužno preduzeće zahtijevat će ulaganje velikih napora i mnogih odricanja, ali bi se u vremenskom periodu od godine dana posao proširio, te bi se na taj način sve prethodno navedeno i isplatilo. Nakon održanih kurseva po određenim programima, svaki uče(s)nik bi ispunio evaluaciju, koja bi bila jedna od glavni vodilja ka ispunjenju naših ciljeva, i na taj način bi saznali koje elemente rada trebamo poboljšati i unaprijediti, tako da bi taj feedback bio iznimno značajan za naš rad. Svakodnevna usavršavanja komunikacijskih, predavačkih, te drugih vještina bi iznimno bila značajna za unapređenje naših ideja i ciljeva, kao i poboljšanje naše usluge. Kvalitetan timski rad je neminovan za ostvarenje naših ciljeva, kao i iznimna koordinacija i organizacija. Nakon svih navoda, sigurni smo da za naše preduzeće i te kako ima mjesta na prezasićenom i monotonom tržištu.

Nakon navedenih činjenica, smatramo da je ulaganje u našu biznis ideju realno, opravdano, socijalno korisno, kao i to da su uspjeh i samoodrživost mogući. Plan će uvijek biti dostupan na raspolaganju svim zaposlenicima preduzeća „Bosnianculture4you“ (BC4Y), te će predstavljati i jednu od vodilja rada tokom čitavog perioda poslovanja.

Nadamo se uspješnoj realizaciji naše ideje.