



Tempus



Education and Culture

TEMPUS Project CREATE

Stimulating Croatia's Entrepreneurial Activities and
Technology Transfer in Education



TEMPUS CREATE CROATIA

Natjecanje za najbolji poslovni plan 2007. godine

Poslovni plan ima dvojak namjenu. On treba biti živi dokument koji će Vam pomoći pri osnivanju i širenju Vašega novog poduzeća, ali i prodajni mehanizam koji bi trebao pridonijeti Vašoj vjerodostojnosti te Vam pomoći pri dobivanju financijskih sredstava za Vašu zamisao.

Vaš bi poslovni plan trebao okvirno objasniti način funkcioniranja poduzeća i razloge zašto bi taj konkretni model poslovanja trebao biti uspješan. Mogući ulagači koji će čitati poslovni plan stručnjaci su u pokretanju novih poduzeća, ali vjerojatno neće biti dobri poznavatelji Vaše struke. Stoga, stručne pojmove koje ćete koristiti treba svesti na najmanju moguću mjeru te osigurati definiciju i objašnjenje onih pojmova koje ćete ipak koristiti.

Plan koji sudjeluje u Natjecanju ne smije biti dulji od 20 stranica. To ograničenje uključuje i sve dodatke. *Suci neće čitati ništa nakon 20. stranice.*

Poslovni plan obično sadrži sljedeće dijelove:

Dio	Uobičajeni sadržaj
Sažetak	Jedna stranica u kojoj se sažeto predstavlja poduzeće. U čemu se sastoji Vaša zamisao? Što proizvod, postupak ili usluga čine? Koje tržišne prilike zadovoljava? Kolika financijska sredstva želite prikupiti? Gdje se nalazi prilika za ulaganje?
Povijest i status tvrtke	Jedan odlomak koji objašnjava porijeklo tvrtke i koji je njezin trenutni pravni status, primjerice, u planu za osnivanje ili d.o.o.
Proizvod, usluga ili postupak	Nekoliko odlomaka u kojima objašnjavate Vašu poslovnu zamisao. Po potrebi, kratak pregled tehnologije. Objašnjenje jedinstvenih prodajnih svojstava - USPs (<i>Unique Selling Points</i>).
Tržište	Definicija ciljnog tržišnog segmenta za Vaše poduzeće. Tko su mogući kupci? Kolika je veličina tog tržišta? Koja su važna kretanja i tko su glavni pokretači? Tko su Vaši glavni konkurenti?
Poslovni model	Koju ćete strategiju usvojiti kako bi Vaše poduzeće najbolje iskoristilo tržišnu priliku?
Marketinški plan	Kako namjeravate doprijeti do Vašeg ciljnog tržišta (prodajni kanali, itd.)?
Aktivnosti	Na koji će način Vaši proizvodi i usluge biti proizvedeni, pruženi i podržani?
Tim	Tko su ljudi koji će upravljati poduzećem? Potiče li Vaš sadašnji tim povjerenje kod ulagača? Hoćete li tražiti dodatne ljude za tim kako biste ispunili praznine vezane za iskustvo i vještine potrebne za vođenje poslovanja?
Financije i financiranje	Procijenite vrijeme i novac koji će biti potrebni za stavljanje proizvoda na tržište. Procijenite rast prodaje te kada će poduzeće doseći "točku pokrića" i početi stvarati dobit. Koliko će novca biti potrebno u svakoj fazi? U kojem će se obliku

Smjernice za pisanje Poslovnog plana



Tempus



TEMPUS Project CREATE

Stimulating Croatia's Entrepreneurial Activities and
Technology Transfer in Education



Rizici i izlazna strategija

financirati? Hoće li to biti kredit, dioničarski kapital, ili kombinacija obje mogućnosti?

Objasnite glavne rizike, uključujući one vezane uz zaštitu Vašeg intelektualnog vlasništva. Opišite glavne prepreke ulasku na ciljno tržište. U glavnim crtama opišite prijetnje koje predstavljaju Vaši konkurenti.

Napomene

1. Ovo nije zaključni obrazac za izradu poslovnog plana. Iako treba obuhvatiti gore spomenuta pitanja, svaki će se poslovni plan u nečemu razlikovati, a važnost svakog odjeljka će varirati ovisno o poslovnoj prilici.
2. "Ulagači ulažu u timove, a ne u tehnologiju". Pojedini poduzetnik treba pokazati razumijevanje načina na koji bi njegov/njezin tim trebao rasti, kako bi uključio sva stručna područja koja posao zahtijeva.
3. Česta je pogreška previše se usredotočiti na proizvod ili tehnologiju koja ga podržava: plan bi trebao pokazati jasno razumijevanje tržišne prilike i koristi za kupce.
4. Ulagači traže "povrat ulaganja" (ROI). Osigurajte da je i "izlazni mehanizam" odgovarajuće istražen.

Suci će tražiti dokaze "uloživosti" (Bi li stvarni ulagač uložio svoj novac u Vašu zamisao?). Htjet će vidjeti dokaze da razumijete svoje ciljno tržište i način kako do njega doći. Trebat ćete ih uvjeriti da možete nadzirati svoje financije. Ispitat će vjerodostojnost Vašeg tima i pokrivenost glavnih funkcionalnih područja.

Ako želite više pojedinosti o načinu ocjenjivanja i specifikaciji ocjena, pogledajte dokument "Kriteriji za ocjenjivanje Poslovnog plana".