

STARTUP

KAKO POKRENUTI KREATIVNI BIZNIS



Nalazba v vašo prihodnost
Operacija odnosa: financirana Evropska unija
Evropski sklad za regionalni razvoj



Ulaganje u vašu budućnost
Operacija diplomitična: financirana Evropska unija
Evropski fond za regionalni razvoj

CREATIVE STARTUP

Projekt CREATIVE STARTUP provodi se u sklopu Programa prekogranične suradnje Slovenija-Hrvatska 2007. - 2013. Glavno uporište projekta CREATIVE STARTUP je nedovoljna iskorištenost potencijala mladih iz tzv. kreativnog sektora. Stvaranjem i primjenom sustava upravljanja i djeljenja resursa kreativnih poduzetnika - početnika nastoji se povećati njihova konkurentnost na tržištu. Projekt nudi razvoj i moguća rješenja kroz četiri pravca: zajedničku integriranu analizu resursa kreativnih poduzetnika početnika u pograničnom području, koja može biti podloga za nove EU projekte; razvijanje svijesti o vrijednostima sektora i njihov prikaz; razvoj kapaciteta, ekspertize i potencijala sektora te izgradnju partnerstva i strateškog pristupa cijelom tom sektoru.

creative-startup.eu

PARTNERI

Projekt zajednički provode Grad Rijeka kao vodeći partner, Regionalna razvojna agencija Porin, Hrvatska gospodarska komora, Akademija primijenjenih umjetnosti u Rijeci, Visoka škola za dizajn Univerze na Primorskom, Znanstveno-raziskovalno središće Univerze na Primorskom i Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije.

rijeka.hr · porin.hr

hgk.hr · apuri.uniri.hr

fd.si · zrs.upr.si · rralur.si

Pokrenuti ili ne pokrenuti vlastiti biznis - pitanje je sad?

Ljudi su misaona bića. Misao je kreacija. Prema tome svi smo mi kreativni? Jesmo, neki više neki manje, ali sama kreativnost ne stvara nikakvu vrijednost bez djelovanja. Djelovanje, kao akcija kojom se misao prenosi iz dimenzije mašte u stvarnost, može biti samo sebi svrhom i to je najiskreniji i najljepši oblik stvaranja.

Međutim, naš cilj je kroz ovaj mali vodič potaknuti sve pojedince na razmišljanje o scenarijima vlastite budućnosti u kojoj bi svoj kreativni potencijal, vještine, talent i strast upotrijebili kao alat za samozapošljavanje kroz proizvodnju i iskorištavanje intelektualnog vlasništva.

Pokretanje vlastitog *biznisa* definitivno je jedna od najuzbudljivijih odluka koju možete donijeti.

To je avantura kroz koju imate priliku otkrivati „novog sebe“, *napredovati i razvijati se* u smjerovima za koje niste ni slutili da će vas ikad zanimati ili trebati. I naravno, dajete si šansu da sami upravljate svim aspektima vlastitog života – uvjetno rečeno, imati vlastiti *biznis* znači imati slobodu.

Sve što vam je potrebno je - IDEJA i još pokoja sitnica koja život znači i barem malo sreće tu i tamo... a sreće će biti...

...jer sreća prati hrabre!

A sada, ravnoteže radi, nastavljamo priču ozbiljnijim tonom...jer sloboda ima svoju cijenu, a i avantura ne bi bila to što jest da pred nas ne postavlja nedoumice, izazove i prepreke.

Prije samog pristupanja izradi poslovnog plana najvažnije je kritički se preispitati: da li se uopće vidite u ulozi samostalnog poduzetnika, jer ulozi su visoki, a sva odgovornost je isključivo na vama.

U daljnjem tekstu pokušat ćemo dati što općenitiji pregled koraka u izradi poslovnog plana, pitanja i savjeta vezanih za donošenje odluke o pokretanju vlastitog *biznisa*.

Poslovni plan se uglavnom shvaća kao „teret“ i nepotrebna formalnost, ali poslovno planiranje je postupak kojim umanjujete nesigurnost i rizik pogrešne odluke. Poslovni plan je jedino oruđe kojim na sustavan način možete prenijeti kaos vaših ideja i želja na papir kako biste uopće mogli krenuti u donošenje odluke o pokretanju vlastitog *biznisa*.

Bez kvalitetno izrađenog poslovnog plana (bilo vezanog za pokretanje *biznisa*, dobivanje kredita, odlučivanje o investiciji u opremu i strojeve) odluke se donose „na slijepo“ što samo povećava nesigurnost i rizik njene ispravnosti na tržištu, koje je samo po sebi nesigurno i ovisno o bezbroj varijabli na koje nemate utjecaja.

Pokretanje vlastitog biznisa

Pokretanje vlastitog *biznisa* obuhvaća planiranje, donošenje ključnih financijskih odluka te izvršavanje niza birokratskih obveza prilikom registracije poslovanja.

Poslovni plan je pisani dokument koji jasno opisuje poslovnu ideju, njene efekte, početna sredstva, resurse i metode potrebne za njeno ostvarivanje. U poslovnom planu se opisuje:

- o kojem se poslu radi,
- kako će taj posao biti obavljen,
- tko će obaviti posao,
- gdje će se posao obavljati,
- kada posao mora biti završen.

Poslovni plan prilikom pokretanja posla ne mora biti dugačak niti složen (štoviše), mora biti stvaran i objektivan, tu ne pokušavate „zadiviti“ investitora, banku niti klijenta. Pišete ga prvenstveno radi sebe.

U ovom trenutku ne znate ništa konkretno osim što imate ideju što biste željeli raditi i niste spremni ni za kakvo djelovanje dok sustavno ne obradite ideju kroz svoj poslovni plan.

- Poslovni plan mora biti pokrenut tržištem, a ne proizvodom/uslugom. To znači da nije važan proizvod/usluga koje ćete proizvoditi nego je važno da li taj proizvod/usluga imaju tržište na

kojem će se prodavati;

- treba pokazati u čemu je poduzeće drugačije u odnosu na konkurenciju;
- treba dokazati sposobnosti i mogućnosti upravljanja poduzećem;
- treba opisati kako će se prodavati proizvode/usluge tj. kako će se doći do kupaca;
- kako će izgledati poduzeće za godinu ili dvije;

Poslovni plan mora biti iskrena i stvarna procjena prednosti kao i nedostataka predložene poslovne ideje i modela koji ju podupire. U stvaranju poslovnog modela tj. plana trebamo dobiti odgovore na tri strateška pitanja:

1. Jesam li dobro definirao svoje ciljeve?
2. Imam li pravu strategiju?
3. Da li je strategija provediva?

Kasnije svoj inicijalni plan možete, uz eventualne korekcije i dotjerivanje, koristiti i za eksterne potrebe kao npr. pristup investitorima, raznim natječajima i projektima, u pregovorima s poslovnim bankama...

Sadržaj poslovnog plana

Konkretan sadržaj poslovnog plana ovisi o samoj djelatnosti koju se namjerava započeti. Međutim, osnovna struktura sastoji se od:

1. Uvodnih elemenata: naslovna stranica, tablica sadržaja, misija i sažetak
2. Tijelo: glavni dio
3. Prilozi: dokumenti koji podupiru napisano

Uvodni elementi su važni jer čitatelju daju podatke o sadržaju dokumenta, a odnose se na sljedeće informacije (ako postoje):

- Ime poduzeća/ obrta/ projekta
- Adresu poduzeća
- Telefonske brojeve poduzeća
- Logo poduzeća Imena, adrese i telefonske brojeve vlasnika
- Mjesec i godinu izrade poslovnog plana
- Ime osobe koja je izradila poslovni plan

Glavni dio poslovnog plana može se podijeliti u šest cjelina:

- Opis ideje, proizvoda ili/i usluga
- Analiza tržišta
- Marketinška strategija
- Ključna područja menadžmenta
- Financijske projekcije
- Operativni plan za prve dvije godine (akcijski plan)

Prilozi mogu uključivati podatke i dokumente koji podupiru zaključke i odluke donesene u glavnom dijelu poslovnog plana.

Sadržaj najvažnijih segmenata poslovnog plana

Iako se **sažetak** pozicionira nakon naslovne stranice, najbolje ga je pisati nakon što je cijeli plan dovršen. Razlog tomu je što su tada svi podaci i detalji dostupni. Sažetak rezimira ciljeve, misiju i ključne aspekte plana na 1-2 stranice, a trebao bi sadržavati slijedeće elemente:

- o tvrtki, (u nekoliko rečenica navesti samo najvažnije činjenice i podatke);
- vrsta usluge/ proizvoda ,(kratak pregled proizvoda i/ili usluga);
- tržište, (osnovne značajke tržišta i pregled glavnih konkurenata)
- financijske podatke, (osnovni financijski podatci koje ste dobili financijskom analizom – početno ulaganje, mjesečna točka pokrića i planirani profit u prve npr. 3 godine poslovanja).

Značajke tvrtke i industrije uključuju sažetak povijesti grane u kojoj želite poslovati i trenutno stanje. Također opisuje pravni oblik vaše tvrtke te zašto ste ga odabrali, kao i opći cilj vaše tvrtke (kratkoročni i dugoročni). Predstavite ciljeve kroz razradu kratkoročnih ciljeva (svi manji koraci koji su potrebni da bi se ostvarili glavni ciljevi). Možete, također, opisati lokaciju na kojoj se vaš posao odvija, karakteristike lokacije, odabir mjesta poslovanja kao i objekte koje ćete koristiti u poslovanju. Iskoristite ovaj dio poslovnog plana kako biste upoznali čitatelja s vašom poslovnom idejom te s drugim važnim podatcima poput imovine vaše tvrtke, inventarom, trendovima grane u kojoj poslujete. Poželjno je uključiti i tabele koje sadržavaju troškove osnivanja, nabavke početnih sredstava za rad, potrebnu količinu financijskih sredstava, ukupan trošak pokretanja posla).

Misija je jedan od sastavnih dijelova projekta i obično se sastoji od jedne rečenice ili najviše jednog paragrafa. Trebala bi jasno predstavljati razlog postojanja pojedinog poduzeća. Misija treba kratko i jasno reći što je cilj organizacije te na koji način će se taj cilj postići.

Dio o **Proizvodima i/ili Uslugama** pružit će detaljan opis proizvoda/ usluga koje će biti ponuđene. U opis proizvoda mora biti uključen cijeli proizvodni lanac od sirovog materijala, nabavne cijene, odabira dobavljača, opreme i strojeva potrebnih za doradu proizvoda. Ako je riječ o uslugama, nužno je pružiti informacije o vrsti usluge, naknadi za

uslugu, organizaciji i načinu pružanja usluge kupcu. Dobro je predvidjeti potencijalne probleme te razraditi za njih odgovarajuća rješenja i alternative (npr. mogućnost gubitka dobavljača; nagli porast potražnje; nedostatak potražnje; potreba za skladišnim prostorom...) Pokušajte opisati zašto bi vaš proizvod/ usluga bio jedinstven ili različit od drugih te koje bi dodane vrijednosti davao kupcu. Ovaj dio treba sadržavati i informacije o tehnološkim potrebama proizvoda / usluge te o statusu intelektualnog vlasništva (patenata) vezanih za taj proizvod.

Analiza tržišta je osnova za utvrđivanje vaše ciljane skupine te za identifikaciju konkurencije kao i budućih trendova tržišta ili područja vašeg poslovanja. Analiza će vam pomoći da upoznate tržište, specifične potrebe kupaca, prednosti lokacije i kanale komunikacije s kupcima. Započnite s proučavanjem tvrtki sličnih vašoj te identifikacijom potencijalnih kupaca. Potrudite se doznati što više o njima, pretražite Internet, sakupite što veću količinu informacija od lokalnih institucija poput gospodarske i obrtničke komore. Ako vam financije dopuštaju, unajmite stručnjaka za istraživanje tržišta.

Marketinška strategija kao i plan koji je fokusiran na predviđanje prodaje, trebali bi objasniti kako će ciljevi prodaje biti postignuti. Koliki je obujam prodaje? Koja je strategija postavljanja cijena proizvoda/ usluga (procjena dobiti po jedinici proizvoda). Koje promidžbene ak-

tivnosti treba planirati? Kako doći do kupaca? Kako komunicirati s određenom ciljanom skupinom? Koji marketinški i prodajni kanali trebaju biti formirani i zašto? Koja partnerstva i poduzetničke kontakte treba uspostaviti? Marketinški plan također treba pružiti procjenu o troškovima povezanim uz određene marketinške aktivnosti.

ključna područja menadžmenta trebaju sadržavati opis organizacije, osoblja te menadžerskog tima, kao i opis sistema poslovanja. U opisu sistema poslovanja važno je opisati aktivnosti potrebne za stvaranje dodane vrijednosti kupcima (primjerice kako ćete učiniti da vaš proizvod/usluga nudi nešto više od ostalih na tržištu?) U ovom dijelu potrebno je izraditi mapu organizacije (npr. grafički prikaz hijerarhije i strukture organizacije), uključujući odgovornosti svakog odjela, kao i odluke o unutarnjoj proizvodnji ili *outsourcing-u* (davanje nekih poslova koji nisu osnovna djelatnost drugim tvrtkama da obavljaju za vas). Također je važno obratiti pozornost i na administraciju i potporne usluge (informacijske tehnologije, infrastruktura, osoblje).

Sljedeća važna točka ovog dijela poslovnog plana je predstavljanje menadžerskog tima ili pojedinca, uključujući njihove sposobnosti, vještine, posebna znanja i iskustvo, kao i njihov pravi odabir za određeni posao. Još je potrebno istaknuti strukturu partnerstva, predviđene naknade za zaposlenike i na kraju srednjoročni plan zapošljavanja.

Financijska projekcija svodi se na financijske resurse potrebne za početak vašega posla. U ovome dijelu iznosite brojčane elemente i izračune svih dosadašnjih dijelova poslovnog plana, (troškovi osnivanja, prodaja, prihodi, marketinški plan, plan osoblja), što pruža financijsku projekciju za blisku budućnost. Uključite neke osnovne pretpostavke koje podupiru vaše izračune, kao što su brzina rasta, kamatne stope u budućnosti, porezi i sl.

Plan Akcije omogućuje da procijenite potrebne financijske resurse. Ovo će vas navesti da razmislite o svim aktivnostima i procesima koje će u nekom linearnom slijedu postati uočljive. Omogućit će vam projekciju prodaje i troškove za određeno vremensko razdoblje, kao i elaboraciju detaljnog pregleda pojedinih financijskih pokazatelja, kao što su „tijek gotovine“, „točka pokrića“ i tako dalje. Još jedna prednost je što ćete moći s lakoćom unositi promjene u opće kalkulacije. Detaljni financijski plan će vam, također, osigurati informacije potrebne za izrađivanje pro-forma bilanci ili računa dobiti i gubitka koji će vam dalje koristiti kod prijave za kredite i ostale izvore financiranja.

Kako započeti poslovno planiranje?

Prvi korak bitan za izradu poslovnog plana je analiza tržišta kako bi se mogle utvrditi potencijalne ciljane skupine, konkurencija i moguće poslovne prilike. Nakon toga možete definirati format poslovnog plana i nastaviti s elaboracijom pojedinih elemenata:

Dokažite svoju poslovnu ideju i istražite tržište: Razgovarajte s drugim poduzetnicima, umirovljenim poslovnim ljudima te lokalnim razvojnim agencijama kako biste stekli uvid u poslovni život u cijelosti. Nakon toga detaljno ispitajte svoju poslovnu ideju kako biste uvidjeli slaže li se s budućim *trendovima*. Ima li sličnih pothvata u ostalim regijama ili zemljama, i ako ima, da li je ideja prenosiva ili ovisna o lokalnim običajima? Razmislite o novim tehnološkim ostvarenjima u vašem području djelovanje kao i o njihovoj integraciji ili o konkurenciji.

Izaberite format poslovnog plana: u skladu s vrstom posla, poglavlja koja će biti uključena trebaju biti izabrana prije početka pisanja. Računajte na to da detaljnost i dužina poslovnog plana ovise o tome koliko ima ciljeva i pojedinosti u određenoj poslovnoj ideji. Ovisno o veličini ulaganja, fazi u kojoj se posao nalazi i mnogim drugim faktorima, poslovni plan može imati 10 -20 stranica. Predložimo da iskoristite alate za izradu poslovnog plana dostupne na internetu (be-

splatne ili komercijalne) koji nude „korak po korak“ pristup.

Definirajte poslovni koncept: Morate ozbiljno početi razmišljati o svojoj poslovnoj ideji. Koji će biti konkretni proizvodi/ usluge? Mogu li to izvesti sam/sama ili trebam poslovne partnere? Tko bi bili partneri? Kakvu infrastrukturu/ opremu trebam? Gdje bi bila dobra lokacija? Kako ću doći do ciljanog tržišta? Nakon što ste ugrubo napravili koncept, misli će vam postati jasnije pa se mogu pretočiti u pisani oblik.

Provjerite svoju financijsku situaciju: Provjerite svoju osobnu imovinu, financijsku situaciju i resurse koje možete uložiti uz pomoć obitelji i prijatelja. Napišite osobno financijsko izvješće sa svim dostupnim informacijama i imovinom te njihovom trenutnom vrijednošću, trenutne prihode, troškove i dugovanja.

Napišite marketinški plan: Prvo istraživanje tržišta će vam dobro poslužiti u pisanju marketinškog plana. Možete produbiti svoje ideje na ciljano tržište, promotivne aktivnosti, distribucijske kanale, marketinške instrumente, strategiju cijena, projekcije prodaje... Analizirajte vašu konkurenciju te pokušajte unijeti poboljšanja u posao što bi vam pružilo komparativnu prednost.

Izradite plan osoblja i poslovne organizacije: lako najvjerojatnije razmišljate o tome da posao pokrenete sami ili eventualno s jednim partnerom, trebali biste imati na umu mogućnosti vanjskih suradnika, kao što su osiguranje, održavanje

kompjutera i mreža, čišćenje, honorarni zaposlenici i sl. Navedite kratak opis svojih vještina, kao i znanja i vještina koje ćete trebati u budućnosti.

Predvidite količinu novca koji ćete trebati: Izračunajte potrebno ulaganje u prostorije/zgrade, troškove marketinga i osoblja, početne troškove osnivanja (odvjetnike, licence, dozvole, registracije, takse...) te provjerite vaše osobne financijske izvore. Koliko novca ćete trebati od banaka, investitora, javnih fondova? Kada ćete moći otplatiti dugove i stvoriti profit? Gdje su dostupni poticaji i subvencije za nove poduzetnike? Nakon razmatranja svih mogućnosti, definirajte kompletan financijski plan.

Spojite dijelove plana u cjelinu i napravite sažetak: Dopunite elemente koje ste možda izostavili, sastavite plan u uobičajeni format (jasan i lako čitljiv oblik). Na kraju napišite sažetak koji će sadržavati sve ključne aspekte vašeg poslovnog plana.

Tiskanje i distribucija: Ispišite poslovni plan te napravite dovoljan broj kopija koje bi vam mogle biti potrebne. Potrudite se da konačni izgled bude što profesionalniji (uvez, tvrde korice). Preporučujemo da ovaj dio posla prepustite lokalnoj kopirnici/tiskari.

Najbolji način pisanja poslovnog plana je da to učinite uz pomoć profesionalca ili barem uz pomoć poslovne literature, specijaliziranih programa, on-line tečajeva i vodiča.

Nitko ne zna sve i sve što vam je potrebno možete naučiti „usput“, bitno je da imate viziju što želite raditi i da se u potpunosti posvetite istraživanju i planiranju vašeg poduzetničkog pothvata do najmanjih mogućih detalja.

Uvijek će nešto nedostajati, uvijek će biti nekih stavki koje ćete jednostavno morati procijeniti, da li na osnovu dostupnih podataka ili prema vlastitoj intuiciji. Bitno je da definirate planove, a što ćete zaista ostvariti, što ćete izmijeniti, od čega ćete odustati...to ćete tek saznati.

Samo krenite pisati poslovni plan, makar na komadiću salvete dok pijete kavu s prijateljima i maštate u stilu: ...bilo bi super kad bih...trebali bismo...mogli bismo.

Dok ne počnete stavljati konkretna slova i brojke na papir, nećete moći sagledati ideju u cjelini...tko zna, možda po gradu šećete s izvanrednom inovacijom u glavi, a da toga niste ni svjesni.

Želimo vam puno uspjeha i sreće!

Impressum:

Urednice:

Irena Kregar Šegota,
Vanja Tataj,
Sandra Ferenc,
Svjetlana Despot

Dizajn:

fd_lab, Fakulteta za dizajn

Tekst:

Sandra Ferenc,
Svjetlana Despot,
Irena Kregar Šegota

Izdavač:

Grad Rijeka

Za izdavača:

Vojko Obersnel

Tisak:

Zambelli

Financirano u sklopu projekta "CREATIVE STARTUP"; sufinancirano u Programu teritorijalne suradnje Slovenija-Hrvatska 2007. - 2013.

Sadržaj ovog materijala isključiva je odgovornost Grada Rijeke.

Rijeka, lipanj 2015
creative-startup.eu
www.rijeka.hr

