



ПРОГРАМА ЗА САМОВРАБОТУВАЊЕ

ТРЕНИНГ ПРОГРАМА ЗА ПРЕТПРИЕМНИШТВО
И РАЗВОЈ НА БИЗНИС ВЕШТИНИ



#ШансаЗаСите

#ШансаЗаСите

Содржина

Кон ова издание	5
Дневен ред на обуката	6-8
Вовед	10-11
МОДУЛ 1: Претприемништво	12-23
МОДУЛ 2: Дигитализација на бизнис операции	25-28
МОДУЛ 3: Вештини и алатки за планирање на бизнисот	32-35
МОДУЛ 4: Маркетинг план	39-42
МОДУЛ 5: Продажба	49-50
МОДУЛ 6: План на производство и услуга	53-54
МОДУЛ 7: Финансии	59-61
МОДУЛ 8: Инвестициски план	67
• План за организација и менаџмент	72
• Оданочување	74
Опис на бизнис идеја	77
• Прашалник за евалуација	89



Кон ова издание:

Драги идни претприемачи,

Започнување и водење сопствен успешен бизнис, не е воопшто лесно или едноставно. Живеејќи во свет што турбулентно се менува, а информациите, идеите и знаењето вртоглавно се движат, се менуваат и се споделуваат, одлуката за основање своја фирма подразбира многу храброст, знаење, вештини, но и одговорност за постојано надоградување, следење на светските трендови и успешни бизнис-примери, анализирање на конкуренцијата и поддршка од блиските и од околината.

Водејќи се токму од овие премиси, во ова издание ќе имате можност да го разгледате материјалот во рамките на тренинг програмата за претприемништво и развој на бизнис вештини, организиран во рамките на Програмата за самовработување.

Организиран во 7 тематски целини, или 7 модули фокусирани на основите на претприемништвото, овој практичен прирачник има за цел да го поттикне претприемачкиот дух кај сите оние што сакаат да основаат свој бизнис, да ја разбуди креативноста и проактивноста, и секако, да помогне при справувањето со предизвиците на вашата идна деловна преокупација. Дополнително на овие модули, даден е и План за организација на вашата компанија, во кој се објаснети правните форми на регистрација на компанија, како и даноците со кои ќе се сретнете за време на вашето работење.

Со внимателна работа на секој од модулите, преку вежбите, насоките и советите водени од вашиот бизнис консултант, вие – како идни претприемачи со сопствен бизнис – ќе имате можност да разгледате и да дефинирате неколку многу важни димензии во бизнисот. Тие ќе ви го трасираат патот за остварување на вашиот бизнис на стабилни и сигурни темели, но и ќе ви претстават јасен патоказ за вашите следни чекори и унапредување на работата на вашето претпријатието.

Ви посакуваме успех во работата и исполнување на вашите бизнис идеи!

Програмата Самовработување е дел од Оперативниот план за услуги на пазарот на труд и активните мерки и програми за вработување. Носител на програмата е Министерство за труд и социјална политика, а се имплементира од страна на Агенција за вработување на Република Северна Македонија, со поддршка од Програмата за развој на Обединетите нации (УНДП).

ПРОГРАМА ЗА САМОВРАБОТУВАЊЕ

ТРЕНИНГ ПРОГРАМА ЗА ПРЕТПРИЕМНИШТВО И РАЗВОЈ НА БИЗНИС ВЕШТИНИ

ДНЕВЕН РЕД

Ден 1

Време	Тема
10:00-10:45	Отворање на обуката <ul style="list-style-type: none">УНДП претставникВовед, цели на семинаротВежби за запознавање Вежба 1: Претставување на учесниците
10:45-11:00	Пауза
11:00-12:45	Модул 1: Концепт на претприемништво и водење бизнис <ul style="list-style-type: none">Значење на претприемништвотоОснови на претприемништво и бизнисотПретприемачки и бизнис вештини Вежба 2: Компетентност на претприемачот <ul style="list-style-type: none">Претприемачки карактеристики Вежба 3: Карактеристики на претприемач
12:45-13:30	Пауза за ручек
13:30-15:00	<ul style="list-style-type: none">Фактори за успех и правила во бизнисот Вежба 4: Поставување цели <ul style="list-style-type: none">Анализа на опкружувањето (општо) Вежба 5: Идентификување на луѓето што ќе помогнат во остварување на целите Модул 2: Дигитализација на бизнис операции
15:00-15:15	Пауза
15:15-16:15	Сумирање на сознанијата од првиот ден и насоки за вториот ден

Ден 2

Време	Тема
09:00-09:45	<ul style="list-style-type: none">Модул 3: Вештини и алатки за планирање на бизнисотГенерирање сопствена бизнис идеја
09:45-10:00	Пауза
10:00-11:45	<ul style="list-style-type: none">Обраќање на претприемач успешен примерСподелување на искуства
11:45-12:30	Пауза за ручек
12:30-14:00	<ul style="list-style-type: none">SWOT, што е SWOT анализаСилни, слаби страни, можности, заканиПримена на алатката SWOT Вежба 6: SWOT на БИ <ul style="list-style-type: none">Вовед во планирање на Бизнисот
14:00-14:15	Пауза
14:15-15:30	<ul style="list-style-type: none">Вовед во маркетинг планПретставување на маркетинг планот (дефинирање на главните поими) Насоки за размислување и формулари за следниот дел од обуката (производ, конкуренција, финансии)

Ден 3

Време	Тема
09:00-10:30	Модул 4: Маркетинг план <ul style="list-style-type: none">Вовед во Маркетинг план – кратко повторувањеПретставување на формулар за бизнис идејаАнализа на пазар Вежба 7: Опис на производот <ul style="list-style-type: none">Проценка на побарувачка, промоција на бизнисотФормирање на цена на производот Вежба 8: Профил на купувачот
10:30-10:45	Пауза
10:45-11:45	<ul style="list-style-type: none">Пазар и побарувачкаПромоцијаДигитален маркетингКонкуренција Вежба 11: Анализа на конкуренцијата
11:45-12:30	Пауза Ручек

12:30-14:00	Модул 5: Продажба <ul style="list-style-type: none"> • Продажба – почеток на бизнисот, Видови продажба • Основни чекори во процесот на директна продажба • Предвидување на продажбата – основи Вежба 10: Предвидување на продажбата – пресметка на приходи
14:00-14:15	Пауза
14:15-15:30	Модул 6: План за производств <ul style="list-style-type: none"> • Вовед во План за производство • Пресметка на цена на чинење на производот Вежба 11: План за производство

Ден 4

Време	Тема
09:00-09:45	Модул 7: Финансии <ul style="list-style-type: none"> • Финансиски планови и извештаи Вежба 12: Пресметка на трошоци <ul style="list-style-type: none"> • Профитабилност • Праг на рентабилност Вежба 13: Праг на рентабилност
09:45-10:00	Пауза
10:00-11:45	<ul style="list-style-type: none"> • Модул 8: Инвестициски план Вежба 14: Инвестициски план <ul style="list-style-type: none"> • Организација и менаџмент на компанија (управител, основач, вршител на дејност, надворешни соработници...) • Правни форми на бизнис, регистрација на правно лице Вежба 15: План за организација и менаџмент <ul style="list-style-type: none"> • Оданочување
11:45-12:30	Пауза
12:30-14:00	<ul style="list-style-type: none"> • Финализирање формулар за бизнис идеја, предавање на БИ и маркетинг план
14:00-14:15	Пауза
14:15-15:30	Завршување на обуката

ЗАПОЧНУВАЊЕ НА СОПСТВЕН БИЗНИС

Добар „старт-ап“ бизнис секогаш започнува со добра идеја, но добра идеја сама по себе не значи и добар бизнис. Моментот кога ќе се поврзат, односно кога идејата успешно ќе прерасне во акција, може да се каже дека сте ПРЕТПРИЕМАЧ.

Од поседување идеја до основање сопствен бизнис треба да се помине процес, кој ќе одговори на следниве прашања:

1. Дали сте спремни за живот како претприемач?

Започнување сопствен бизнис значи и промена на животниот стил.

2. Дали вашата идеја е изводлива, дали постојат купувачи?

Потребно е да се направи анализа на пазарот за да се утврди дали вашиот производ/услуга има потенцијални купувачи, и доколку има, дали тие се спремни да платат за таков производ/услуга.

3. Дали постојниот пазар е доволно голем?

Потребно е да се анализира конкуренцијата, односно треба да се процени дали постојат реални шанси вашиот производ/услуга успешно да се носи со конкуренцијата.

4. Дали поседувате соодветна опрема/алати и просторни услови?

Потребно е да се процени дали постојната опрема/алати е соодветна, односно дали таква опрема е лесно достапна доколку ја немате, и дали просторните услови се соодветни?

5. Дали ви се потребни човечки ресурси?

Потребно е да се утврди дали водењето бизнис бара дополнителни вработувања и каков профил на вработени е потребен. Дали е достапен таков профил? Доколку не, дали е можно обучување на вработените?

Пред започнување со активностите, препорачливо е користење експертска поддршка за изготвување детален бизнис план.

Повеќето луѓе се преценуваат по однос на тоа колку можат да остварат за една година, и се потценуваат за тоа колку можат да остварат за десет години.
Bill Gates
Microsoft™

Големите работи во бизнисот никогаш не се резултат на едно лице, тие се остваруваат преку тимска работа.
Steve Jobs
Apple™

Јас создавам

Јас живеам со мојата страст

Јас превземам ризик

ЈАС СУМ ПРЕТПРИЕМАЧ

Вовед

Отворање на обуката

- Претставник од Центар за вработување
- Вовед во програмата Самовработување
- Претставување на обучувачите

Основни правила на обуката

- Одржувајте дух на дијалог – почитувајте туѓи мислења
 - Да започнеме и да завршиме навреме
 - Отворено прашувајте и одговарајте на прашање – заемна интеракција
 - Исклучете ги вашите мобилни телефони
-
-
-
-

Цели на обуката

1. Да се осознае претприемништвото и бизнис-планирањето
 2. Техники и способности за планирање и водење сопствен бизнис
 3. Поддршка за дефинирање и развој на бизнис идеја
 4. Подготовка за натамошна менторска поддршка за изработка на бизнис план и отворање фирма
-
-
-
-

Што е самовработување ?

- Самовработување е подготвеност на поединецот да преземе одговорност за водење сопствен бизнис (осмислување и нудење производи/услуги што ќе ги разменува со другите).
 - Бизнисот е луѓе, комуникација, продавање, купување, иновирање, креирање, произведување и многу друго.
 - * Луѓето се основата на Бизнисот
 - * Парите ги движат Луѓето
 - Како да се води бизнис? Да се стане претприемач?
-
-
-
-

ВЕЖБА 1: Запознавање со другите учесници

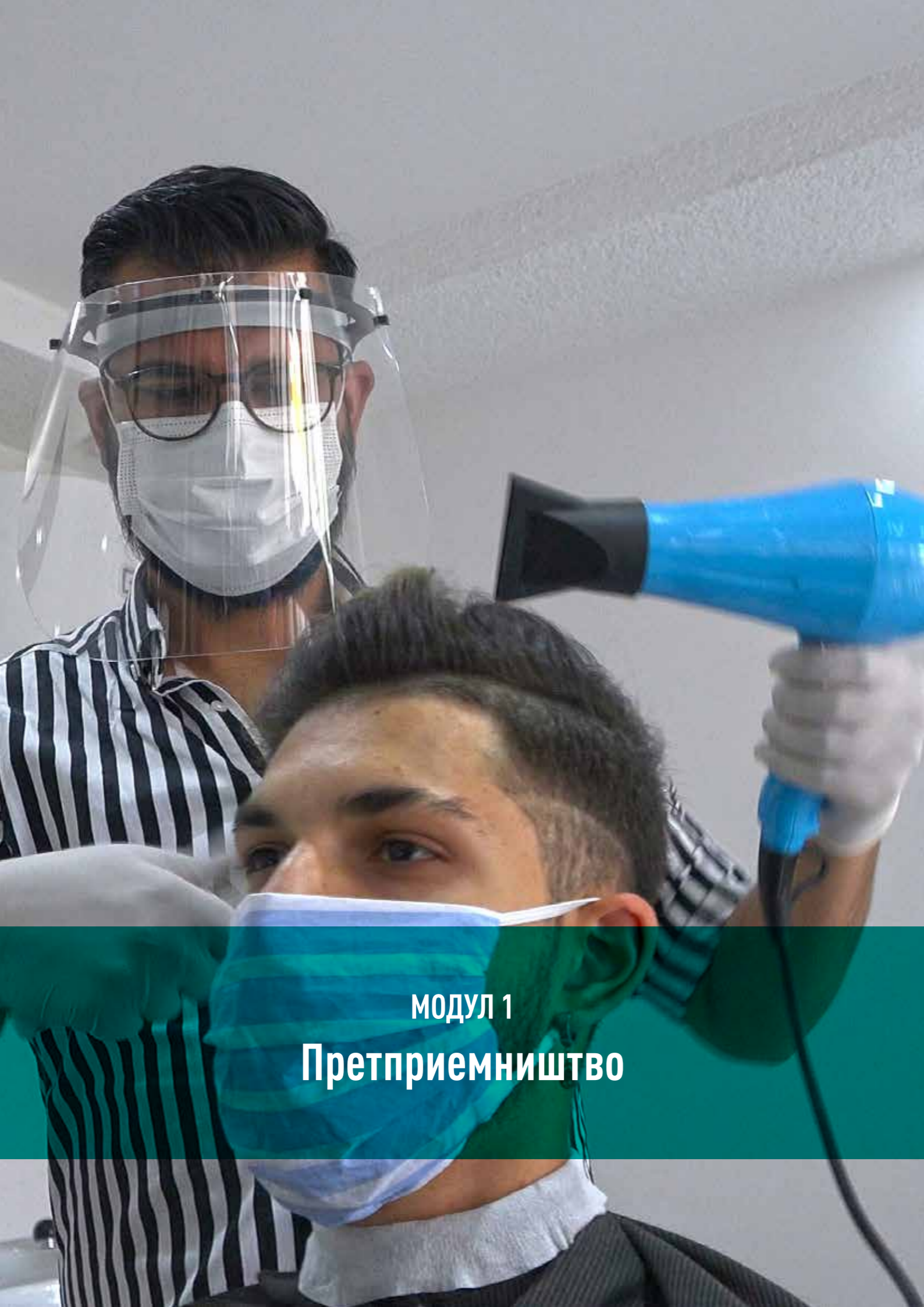
Чекор 1: Секој од учесниците се претставува индивидуално

- Име и презиме
- Краток опис на бизнис идејата
- Знаење и искуство со кои располага
- Очекувања од програмата

Резултат:

- Учесникот го свртува вниманието на другите учесници и размислува за нив
 - Учесникот се воведува во процесот на препознавање на купувачите и клиентите за својот бизнис
-
-
-
-
-
-
-
-





МОДУЛ 1 Претприемништво

МОДУЛ 1: ПРЕТПРИЕМНИШТВО

Живееме во време на многу брзи социјални, економски, политички, културни и технолошки промени, време што непристрасно ги гази сите што не се спремни да ги следат овие чекори. Предизвиците со кои се соочува денешниот свет, несомнено дека го предизвикуваат развојот, но секогаш ќе остане прашањето на следење на трендот.

Така и во нашето општество се наоѓаме во период кога претприемништвото и претприемачот се предмет на зголемен интерес. Сè повеќе и повеќе расте бројот на луѓето што сакаат претприемачкиот дух и идеја да ги реализираат во реалност како сопственици и основачи на своите претпријатија. Создавањето конкурентна и интегрирана економија, базирана на знаење и иновации, е услов за макроекономска стабилност, брз економски раст и нови вработувања. За основање мали бизниси, значајна улога има личноста, претприемачот т.е. индивидуа која има идеја и која е подготвена да преземе ризик за да ја реализира истата.

Поради тоа, поттикнувањето на претприемачкиот дух е повеќе од неопходно во стимулирање на самовработувањето и развојот на сопствениот бизнис.

Да се има сопствен бизнис, всушност значи сериозно и одговорно да се размислува и да се создава сопствена иднина, иднината на своето семејство и окружувањето. Ова е еден од највисоко рангираните мотиви за управување со сопствен бизнис во денешно време.

Поимот претприемништво потекнува од францускиот збор „entreprendre“, што значи преземање.

Во практика претприемништвото се дефинира како „динамичен и социјален процес каде што индивидуите сами или во соработка со други, идентификуваат можности за иновации и работат во насока на трансформирање на идеите во практични активности во однос на социјален, културен и економски контекст“.

Процесот на отпочнување на деловниот потфат се нарекува претприемништво. Како и секој процес, одлуката за започнување на претприемачкиот потфат вклучува движење од нешто кон нешто - движење. Поимот „претприемништво“ има различно значање за различни луѓе во зависност од нивната концептуална перспектива. Без разлика на разликите, постојат и некои заеднички аспекти какви што се преземање ризик, креативност, независност и мотивација/наградување.

Претприемач

Иако исклучителен број индивидуи се родени претприемачи, развојот на претприемачкото однесување може да се охрабри. Претприемачот треба да ја открие, оцени и да ја развие можноста без оглед на резистентноста на факторите на опкружувањето.

Способноста да се предвидат одредени околности и можности за успех, прифаќањето на ризикот што може да настане, воведувањето на иновациите и континуираното учење, се основните способности што е потребно да ги поседува секој претприемач. Вистинскиот претприемач знае да ја согледа вистинската можност во вистинскиот момент при случувањата на пазарот.

Претприемнички карактеристики

„Секој може да биде претприемач. Не постојат граници за перцепцијата, тоа што е важно е да се забележи можноста.“ – Кирнез

Желбата да се биде претприемач е можеби голема кај голем број луѓе, но треба да се обрне внимание на следното:

- **Ставови:** Успешниот претприемач секогаш треба да се насочиме кон позитивните ставови. Обичниот работник чека работите да се случуваат, чека инструкции, чека некој друг да ги решава проблемите, додека претприемачот прави работите да се случуваат, дава јасни инструкции, превзема ситуации во свои раце за да ги решава сите можни појавени пречки или проблеми
- **Одговорности:** Успешноста во претприемништвото, не значи само успешен бизнис план или добро управување со парите. Ако нешто не оди со бизнисот не треба да се обвинува пазарот, економската состојба во земјата, конкуренцијата или околината. Добриот претприемач треба да ја преземе контролата во свои раце, да преземе одговорност за грешките и од нив да учи.
- **Тимска работа:** Со помагање на другите, си помагате и себеси. Меѓусебната комуникација со вработените и партнерите води до засилување на тимскиот дух и креирање на победнички тим.
- **Континуирано учење:** Никој не е совршен! Бидете секогаш подготвени да се надградувате себеси. Надградувањето со формално или неформално учење, не е само за вработените, туку и за вас како претприемач.

Ова се некои од вештините и карактеристиките што треба да ги поседува еден успешен претприемач:

Храброста	Издржливост
Ориентираноста кон акција	Потпирање на сопствените сили
Ориентација кон успех	Независност
Перцепција на можностите	Самодоверба
Поставување цел	Самопочитување
Долгорочни перспективи	Разрешување на проблеми
Мотивација и енергија	Толеранција...

Успешниот претприемач верува во себеси, значи поседува самодоверба, верува дека постигнувањата и успехот зависат од неговиот ангажман и неговото влијание врз крајниот резултат.

Процесот на претприемништво опфаќа четири чекори:

Чекор 1	Одлука да се биде претприемач
Чекор 2	Развивање на успешни бинис идеи
Чекор 3	Движење од идеја до започнување бизнис
Чекор 4	Водење и развој на бизнисот



Концепт на претприемништвото

Начин на размислување и однесување; (уметност, наука, способност) за идентификување на можностите

Претприемаштвото (како дисциплина) се однесува на способноста на поединецот да ги претвора идеите во дела.

Тоа вклучува креативност, иновативност и преземање ризици, како и способност за планирање и управување со проекти за постигнување на целите.

Значењето на претприемништвото

Претприемништвото е главен двигател на иновативноста, конкурентноста и развојот на националните економии.

Во бизнисот, претприемништвото претставува започнување и реализирање на бизнис идеи и иновации, односно започнување и водење на бизнис, со цел остварување профит.

Претприемач е лице подготвено да го преземе ризикот за резултатот од извршена економска активност

ПРЕТВОРАЊЕ НА ИДЕИТЕ ВО ДЕЛО

Процес на претприемништво

1. Претприемач	2. Идеја	3. Производ/ услуга	4. Вработени	5. Купувачи	6. Претптријатие
----------------	----------	------------------------	--------------	-------------	------------------

Основи на претприемништво

- Претприемач
- Бизнис идеја со продукт за решавање на проблеми и подобар живот на другите луѓе
- Претпријатие и ресурси
- Пристап и комуникација со луѓето
- Доживотно учење – Претприемништвото може да се научи.

Повеќето од тоа што го слушаме за претприемништвото е погрешно. Тоа не е магија; тоа не е мистерија; и тоа нема ништо со гените. Тоа е дисциплина, и како секоја дисциплина може да се научи.

Основи на бизнисот

Бизнис претставува организиран напор од страна на поединец или на група луѓе, со користење на факторите за производство, да се произведе и да се продаде одредено добро и услуга, за задоволување на определена потреба, со цел да се оствари профит.

Фактори за производство	
Труд	човечки ресурси - физички и умствени способности на луѓето
Капитал	објекти, машини, алати, финансиски средства, опрема, транспортни средства
Земја	природен ресурс
Претприемништво	човечки ресурси - способности човекот да создава, управува, одлучува, презема ризик

Причини за водење мал бизнис

Малите бизниси се значајни за економијата бидејќи вработуваат мнозинство од работната сила во државата, се флексибилни и полесно одговараат на локалните потреби.

Причини за отпочнување бизнис:

- Вработување
- Поголема заработувачка
- Сам свој газда
- Флексибилна работа
- Самопотврдување и искористување на талентот и способностите
- Нова област за мал бизнис - зелени бизниси

ВЕЖБА 2: Компетентност на претприемачот

Компетенции	Ниво на компетентност			
	Треба да се развива	Основни познавања	Компетентен/тна	Одлични познавања
Клучни бизнис компетенции				
Продажба				
Производство				
Сметководство				
Финансии				
Човечки ресурси				
Компетенции поврзани со дејноста				
Експертиза во дејноста				
Вештини				
Познавање на пазарот				
Способност за детектирање проблеми				
Способност за согледување на можностите				
Компетенции поврзани со ресурсите				
Информации за бизнис идејата				
Финансирање на бизнисот				
Простор за бизнисот				
Опрема и машини				
Репроматеријали				
Лица за поддршка				
Компетенции поврзани со решителноста				
Бизнисот ќе ми е примарен фокус				
Подготвен за акција				

Карактеристики на претприемач:

- | | |
|---|---|
| 1. Храбар (преземање акција и покрај постоењето страв од неуспех) | 8. Точен, чесен, искрен |
| 2. Активен | 9. Истраен, упорен |
| 3. Успешен | 10. Барање можности |
| 4. Информиран | 11. Комуникативен, градење мрежа на контакти |
| 5. Систематичен, организиран | 12. Самоуверен |
| 6. Квалитетен | 13. Планер и аналитичен |
| 7. Ефикасен | 14. Пресметан (преземање вкалкуиран, пресметан ризик) |

ВЕЖБА 3: Напишете и подредете карактеристики на претприемач – ваши карактеристики



Фактори на успех – правила во бизнисот

- Јасни цели (лични и бизнис цели)
- Планирање на бизнисот – бизнис идеја
- Вреден продукт – план за производство
- Организација на работењето – план за менаџмент и организација
- Потребни на купувачите – маркетинг план
- Приходи – продажен процес
- Ресурси – план за инвестиции и извори на средства
- Контрола на трошоците – финансиски план
- Контрола на ризиците - SWOT анализа

Формула за успех во бизнисот

Успешноста или неуспешноста на бизнисот се резултат на одлуките и однесувањето на луѓето

Формула (Желба+Идеја) x Знаење = Успех!

- Желба = што сакам да постигнам со сопствени напори или цели (лични и бизнис цели)
- Идеја = насока на движење за да се остварат желбите (целите)
- Знаење = средство за движење кон избраната насока (поквалитетното знаење побрзо не движи во насоката што сме ја избрале)

Поставување цели

- Целите го придвижуваат човекот кон одредено важно и вредно нешто (желби на поединецот)
- Целите се енергијата на поединецот

ВЕЖБА 4 : ПОСТАВУВАЊЕ НА ЦЕЛИ

А. НАЧИН НА ФОРМУЛИРАЊЕ НА ЦЕЛИ

1. Почнува со прво лице единина ЈАС, Што се сака – да се биде, да се направи, да се има
2. Секогаш глаголот е во сегашно време правам, имам, сум
 - Да се направи/создаде нешто - Активности кои се однесуваат на нешто важно
 - Сакам да направам..... или Јас ќе работам на
 - Да се има нешто - Поседување нешто (Често пати да се ПОСЕДУВА/ИМА значи да се постигне одредена цел)
 - Сакам да имам сопствено или Сакам да имам
 - Спроведување на лични промени - воспоставување на сопствени стандарди во работата, вештини, статус
3. Сакам да бидам.....
4. Целите може да бидат краткорочни, среднорочни и долгорочни. Краткорочни цели се до една година, среднорочни цели се до три години, долгорочни цели се до пет и над пет години.

Б. ПРОЦЕС НА ВОСПОСТАВУВАЊЕ НА ЦЕЛИ

М ерливи	S pecific
У тврден рок	M esurable
Д обро дефинирани	A chievable
Р еални	R ealistic
О стварливи	T ime bounded

1. Добро дефинирани: Точно да се знае што сакате (имам фирма, продавам на, сопственик сум на, заработувам пари....)
2. Мерливи: тоа што човек може да го мери, може и да го контролира (регистрациона фирма со двајца вработени, со приход од 50.000 евра...продавам 2000 парчиња производи./годишно..... заработувам 1.000 евра месечно... работам со 20 клиенти месечно...
3. Остварливи: тоа некој друг веќе го направил.... тоа сум го направил претходно, постојат конкретни можности што ми одат во прилог...
4. Реални: Може да се постигнат со сопствен ангажман...
5. Утврден рок: точно до кој датум ќе биде остварена

В. КЛАСИФИКАЦИЈА НА ЦЕЛИТЕ

1. Семејство, дом
2. Пари и стекнување имот
3. Кариера, работа, професија лично усовршување,
4. Општествени, меѓучовечки односи (културни, социјални, политички, итн).
5. Хоби, задоволство и рекреација.

ПОСТАВУВАЊЕ НА ЦЕЛИ

Целите треба да бидат добро дефинирани, мерливи, со точно утврден рок, остварливи, со еден збор треба да се постават МУДРО

ШТО САКАМ ДА ПОСТИГНАМ ВО БИЗНИСОТ ВО ПРВИТЕ ТРИ ГОДИНИ ОД РАБОТЕЊЕТО
1. Напишете една среднорочна цел, која треба да се реализира во првите три години: (користи МУДРО)
и две краткорочни цели, кои треба да се реализираат во првата година:
а.
б.
2. Што ми треба за остварување на поставените цели:
3. Како ќе го гледате или ќе го мерите вашиот прогрес? Како ќе знаете дека сте ја постигнале целта?
4. Како ќе го гледате или мерите Вашиот прогрес? Како ќе знаете дека сте ја постигнале целта?
Од личен аспект:
Општествено опкружување:

Начин на остварување на целите

- Изборот на бизнис е избор на луѓе со кои сакаме да се дружиме – да разменуваме зборови, идеи, продукти, услуги....
- Луѓето даваат пари за продукти што им се потребни и им помагаат во животот
- Бизнисот е размена на вредности помеѓу луѓето (продукт/услуга за пари)

Вежба 5 – за домашна задача

- Направете листа на луѓе и институции што ќе ви помогнат (ви требаат) за да ги остварите поставените цели.
- Што со нив ќе разменувате? Како вие ќе им помогнете ним?

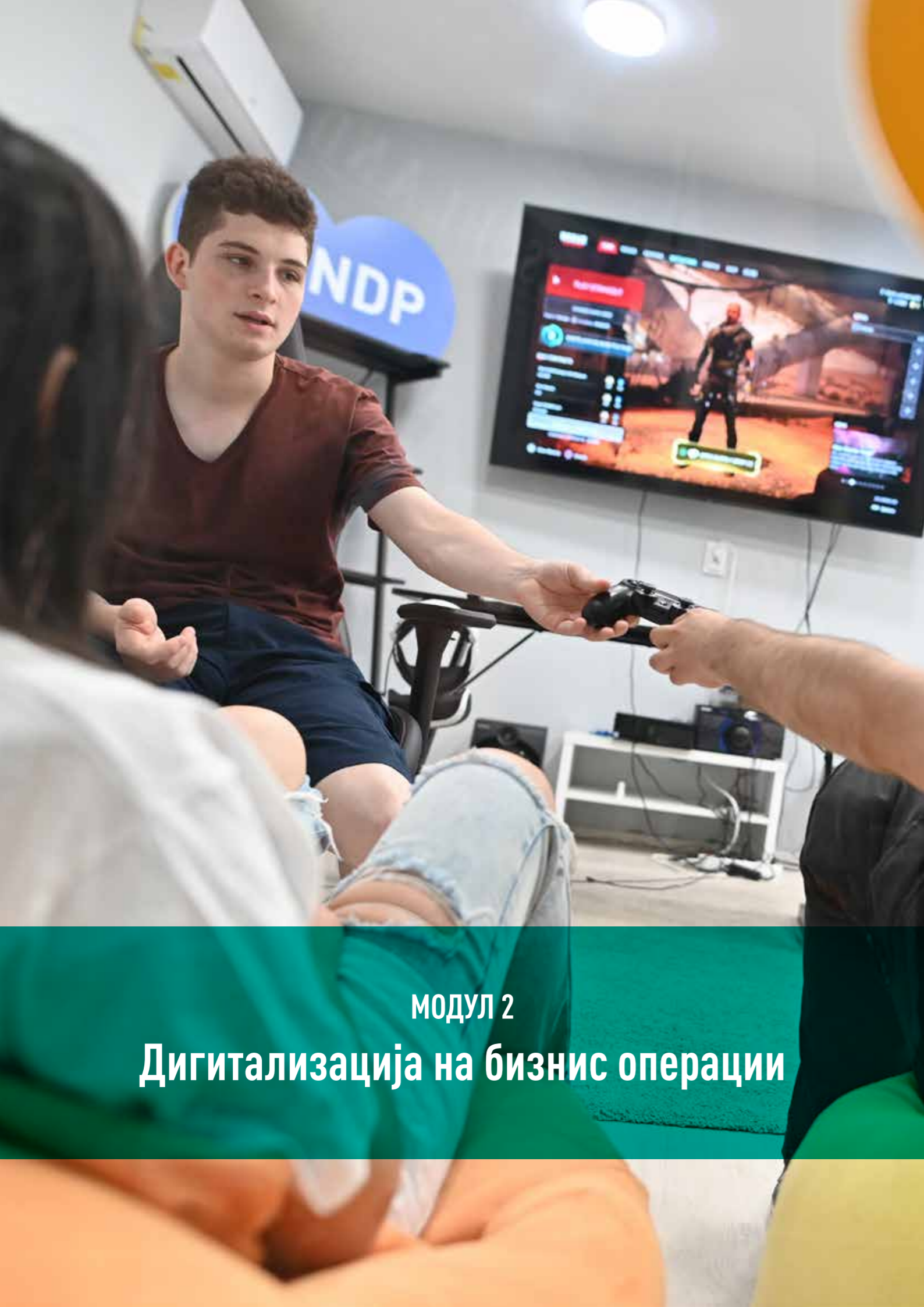


ВЕЖБА 5: Начин на остварување на целите

Задача:

- Направете листа на луѓе и институции што ќе ви помогнат (ви требаат) за да ги остварите поставените цели
- Со што ќе ве поддржат тие? Како вие ќе им помогнете ним?

Луѓе за поддршка на бизнис целите	Со што – каква поддршка
Дома - фамилија <hr/> <hr/>	
Пријатели <hr/> <hr/>	
Држава-Институции (АВРСМ, предавачи) <hr/> <hr/>	
Ментори, Консултанти, Експерти <hr/> <hr/>	
Добавувачи на материјали и услуги <hr/> <hr/>	
Финансии (банки, сметководство, осигурување) <hr/> <hr/>	
Купувачи (фирми, поединци, соработници) <hr/> <hr/>	
Други <hr/> <hr/>	



МОДУЛ 2

Дигитализација на бизнис операции

МОДУЛ 2: ДИГИТАЛИЗАЦИЈА НА БИЗНИС ОПЕРАЦИИ

Дигиталната ера го промени начинот на кој живееме и работиме. Традиционалниот начин на вршење на работите веќе не е најефективниот. Затоа бизнисите треба да користат алатки за дигитализација на бизнис операции се со цел да останат конкурентни на пазарот имплементирајќи ги најдобрите практики за дигитализација.

Ако бизнисот сака да успее во денешната дигитална економија, тогаш него му се потребни дигитални алатки при реализирањето на секојдневните бизнис операции.

Дигиталните алатки ни обезбедуваат нов начин на меѓусебна комуникација и соработка. Тие ни даваат пристап до податоци кои претходно ни беа недостапни и ни овозможуваат обработка на информациите со многу побрзо темпо. Меѓутоа, ако не ги користиме овие алатки ефективно, тогаш ќе бидеме помалку ефикасни и ефективни во нашата работа.

Кои се алатките за дигитализација?

Алатките за дигитализација се софтвер и технологии кои им помагаат на бизнисите да ги дигитализираат нивните деловни операции и процеси со крајна цел да ја подобрат ефикасноста, да ги оптимизираат дигиталните интеракции со клиентите и партнерите и да го модернизираат нивниот бизнис модел.

Овие алатки се применат правилно тие можат да им помогнат на бизнисите при дигитализација на бизнис операции.

Зошто се важни алатките за дигитализација?

Алатките за дигитализација стануваат сè поважни за бизнисите бидејќи тие обезбедуваат нов начин за комуникација, лесни се за користење и ги олеснуваат секојдневните бизнис операции.

Како главни предности на алатките за трансформација може да се каже дека се:

1. Ја олеснуваат комуникација и соработка: Дигиталните алатки можат да им помогнат на бизнисите подобро да комуницираат и да соработуваат првенствено со своите вработени, а потоа и со коминентите и крајните купувачи.
2. Го олеснуваат складирањето податоци и протокот на информации: овие алатки можат да складираат податоци побезбедно од традиционалните методи. Мигрирањето во облакот им помага на бизнисите во обезбедување на нивните податоци, истовремено дозволувајќи пристап до податоците во секое време и од секое место.

3. Ја зголемуваат продуктивноста: Овие алатки можат да ги направат бизнисите попродуктивни автоматизирајќи ги бизнис процесите.
4. Ја подобруваат ефикасноста: дигитална алатка може да ги направи работите поефикасни обезбедувајќи оптимален начин за финализирање на бизнис операции со најмали трошоци и потрошено време.

Кои се најдобри алатки за дигитална трансформација?

1. Алатки за комуникација

Дигиталните комуникациски алатки се технологии кои се користат за комуникација со другите.

Овие платформи овозможуваат инстант пораки, гласовни повици и видео повици меѓу корисниците. Најпопуларниот пример за ова се платформите за разговор како Google meet, Zoom, Microsoft Teams, Whatsapp или Skype.

Овие дигитални алатки одиграа клучна улога, особено во пандемијата COVID-19 каде од сите нас се бара да работиме од дома. Без нив, не би можеле да комуницираме со нашите колеги и да завршиме заедничка задача или проект.

2. Софтвер за управување со документи

Дигитализацијата на документите треба да биде првиот чекор во која било стратегија за дигитализација. Бизнисите не можат вистински да се дигитализираат без да преминат од хартиени документи во канцеларии без хартија. Управување со документи или документ менаџмент софтвер (ДМС) е најдобриот софтвер кој помага во дигитализацијата. Способностите на овие алатки можат да помогнат да се намали времето потребно за пронаоѓање информации и документи, контрола на верзии на документи и елиминирање на загубата на документи.

Тие можат да се користат за складирање, организирање и преземање документи. Важно е секоја организација да има ДМС бидејќи тоа помага на следниве начини:

- Помага во безбедно складирање на сите документи
- Ги организира сите документи
- Дава јасна претстава кој вработен какви задолженија има
- Враќа документи кога е потребно, т.е. кога не се целосно сработени

3. Алатки за автоматизација на деловните процеси

Изборот на вистинските алатки за автоматизација на бизнис процесите е од клучно значење еден бизнис. Бизнисите постојано бараат технолошки алатки кои ќе им помогнат ефикасно да ги водат своите деловни операции во денешната трка за дигитализација.

Алатките за автоматизација на бизнис процеси се софтверски програми кои ги автоматизираат и насочуваат деловните процеси. Тие можат да се користат за зголемување на ефикасноста, намалување на трошоците и подобрување на услугата за клиентите.

Вработените повеќе не мора рачно да ги завршуваат своите задачи. Достапни се алатки за дигитализација кои ќе го автоматизираат внесот на податоци или која било друга повторлива бизнис операција, ослободувајќи ресурси за поважни операции.

4. Алатки за CRM

Софтверот за управување со односите со клиентите (CRM) е тип на софтвер кој им помага на бизнисите да управуваат и да ги организираат интеракциите со клиентите. Овие интеракции обично се во форма на е-пошта, телефонски повици, онлајн разговори и пораки на социјалните медиуми.

CRM им помагаат на бизнисите подобро да ги разберат своите клиенти и да ги направат полојални. CRM алатките помагаат и во задржувањето на клиентите преку обезбедување услуги насочени кон клиентите и персонализирани понуди.

Бизнисите ги користат овие алатки за да создадат подобар приказ за своите клиенти. Ова ги вклучува сите интеракции што клиентот ги има со бизнисот, како што се телефонски повици, е-пошта, пораки и објави на социјалните мрежи. Собраните податоци потоа се користат за подобар производ или услуга кон клиентите и развој на производи или услуги за нови клиенти.

Софтверот им помага на бизнисите на различни начини бидејќи им помага во маркетингот со обезбедување детални увиди за тоа што им се допаѓа или не на клиентите за нивните производи или услуги, но им помага и во продажбата со обезбедување увид за тоа кои зделки најверојатно наскоро ќе се затворат.

5- Алатки за електронски потпис

Алатка за електронски потпис е софтвер кој обезбедува можност електронски да се потпише документ и да се верификува. Оваа алатка главно ја користат бизнисите за нивна дигитална трансформација.



МОДУЛ 3

Вештини и алатки за планирање на бизнисот

МОДУЛ 3: ВЕШТИНИ И АЛАТКИ ЗА ПЛАНИРАЊЕ НА БИЗНИСОТ

Главен двигател на националната економија во секоја земја се приватните претпријатија. Тие се еден од важните сегменти при создавањето на нови работни места, зголемувањето на извозот, создавањето на иновативни производи и услуги, поголема промоција на домашните производи на странските пазари итн.

Постојат четири типови на претпријатија според нивната големина, број на вработени и годишните приходи и тоа: микро, мали, средни и големи.

Класификација на претпријатијата

	ЕУ дефиниција за претпријатија	Закон за трговски друштва (2004)
Микро	До 10 вработени	До 10 вработени
	Годишен обрт помал или еднаков на 2 милиони ЕУР	Годишен обрт помал од 50,000 ЕУР
	Биланс на состојба помал или еднаков на 2 милиони ЕУР	Не повеќе од 80% од бруто приходот да доаѓа од еден клиент
Мали	До 50 вработени	До 50 вработени
	Годишен обрт помал или еднаков на 10 милиони ЕУР	Годишен обрт помал од 2 милиони ЕУР
Средни	Биланс на состојба помал или еднаков на 10 милиони ЕУР	Биланс на состојба помал од 2 милиони ЕУР
	До 250 вработени	До 250 вработени
	Годишен обрт помал или еднаков на 50 милиони ЕУР	Годишен обрт помал од 10 милиони ЕУР
Големи	Биланс на состојба помал или еднаков на 43 милиони ЕУР	Биланс на состојба помал или еднаков на 11 милиони ЕУР
	Сите други кои не влегуваат во една од горенаведените класификации	Сите други кои не влегуваат во една од горенаведените класификации

Речиси во сите земји во светот бројот на МСП изнесува помеѓу 95% и 99% од вкупниот број на приватни претпријатија. Така и во Република Северна Македонија, микро, малите и средните претпријатија (ММСП) се доминантен тип на претпријатија и претставуваат 99,64% од вкупниот број на постојни претпријатија, а со што се потврдуваат за важни учесници во економијата како целина и важни креатори на општествениот производ.

Тие апсорбираат околу 80% од работната сила на пазарот на трудот, најголем број од компаниите имаат 1-9 вработени, со што имаат значителен придонес кон намалување на невработеноста. Гледано по сектори, околу 50% се во секторот услуги (трговија, занаетчиски, услужен сектор), 30% во индустријата и 20% во земјоделскиот сектор.

Малите бизниси се значајни за економијата бидејќи покрај тоа што вработуваат, се флексибилни и полесно се прилагодуваат на промените на побарувачката, побрзо можат да одговорат на локалните потреби, се иновативни и обезбедуваат конкуренција.

Секој бизнис започнува како мал, во сопственост на едно лице или мала група партнери, каде менаџментот е независен, делуваат локално, со ограничени средства и релативно помал број на вработени.

Општо во економијата, но и преку Програмата за самовработување, поголем интерес за мали бизниси се евидентира во следниве подрачја:

I. ПРОИЗВОДСТВО – леб и бели печива (пекари), чевли, текстилни производи, мебел, млеко и мелчни производи, безалкохолни пијалоци, делови за машини, храна, житарици, ...

II. ТРГОВИЈА – аптеки, месарници, бутици (продавници за обувки, текстилни производи, играчки...), маркети (прехранбени производи и др.), книжарници, накит, козметика,...

III. УСЛУГИ – приватни здравствени установи (општи лекари, стоматолози, специјалисти, медицина на труд), адвокати, сервиси за автомобили, моторцикли и автобуси, фризерски и козметички салони, перални за автомобили, теписи и слично, хемиско чистење, сместувачки капацитети и угостителски објекти, информатички технологии, таксисти или други видови на транспорт итн.

IV. ГРАДЕЖНИШТВО – столарски работилници, претпријатија за електрични работи, водовод, канализација, инсталации за греење и климатизација, сидни работи, варосување, фасадни работи и многу други.



Каде може да најдете нешто дополнително за Вашата бизнис идеја?

- Вашето опкружување
- Вашето хоби
- Вашите сегашни или минати вработувања
- Трендовите на пазарот
- Саеми
- Списанија
- Иноватори
- Универзитети и други институции
- Разговори со вашето семејство или пријатели

SWOT анализа

- Strength - силни страни и предности
- Weaknesses - слабости
- Opportunities - можности
- Threats - закани

Оценка на бизнис идеите

SWOT анализа за избраната Бизнис идеја

Силни страни

Кои знаења ги поседувате?
Колкаво и какво искуство имате?
Кои способности ги имате?
Кое е вашето хоби?
Со какви средства располагате, опрема и алати?
Препознатливост на пазарот, одреден број на клиенти

Можности

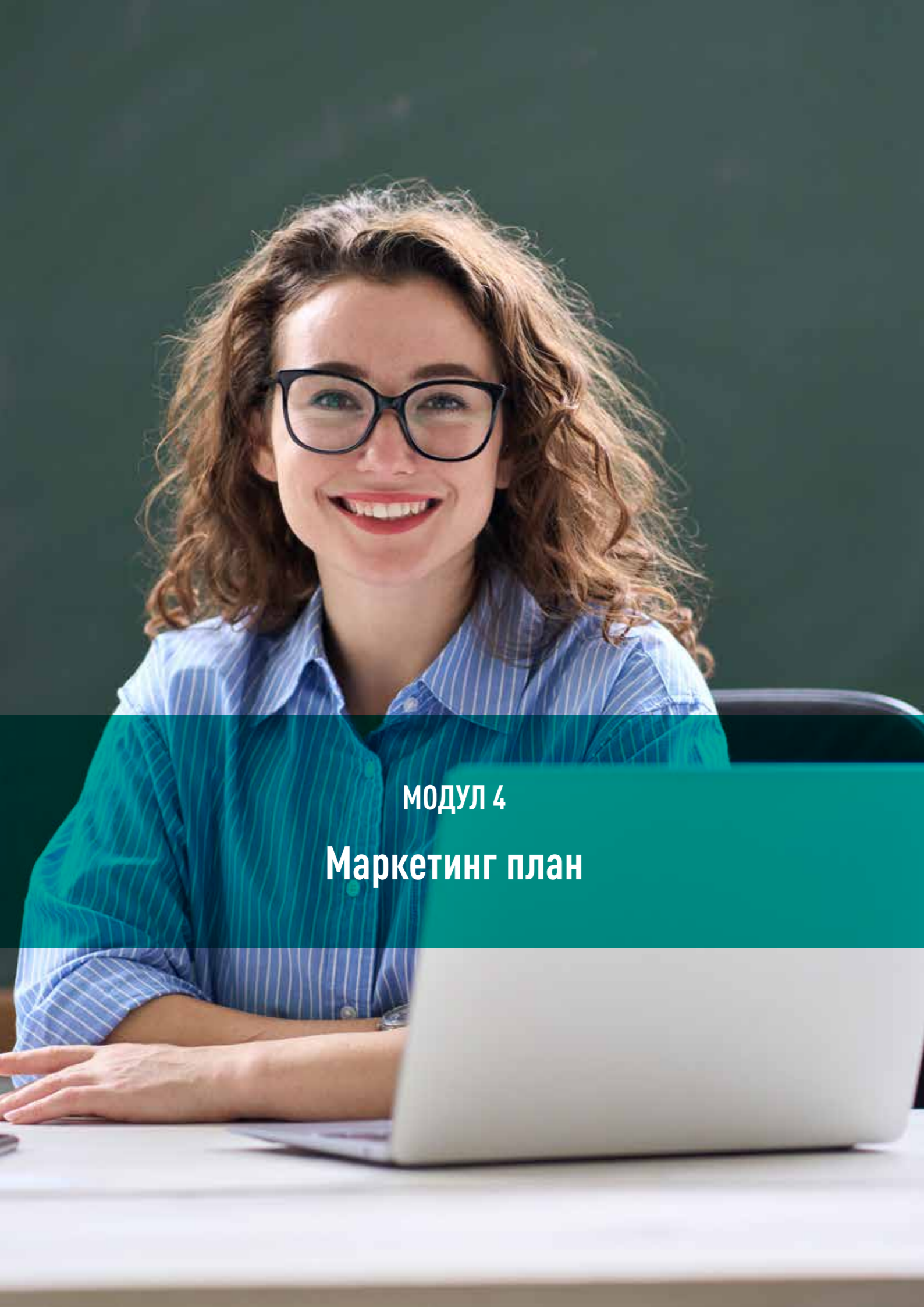
Кои се промените во општеството што создаваат можности за нови бизниси?
Што прават другите претприемачи?
Учество на тендери?
Настани во ваша близина?
Програми за поддршка на бизниси?
Примена на нови технологии?

Слаби страни

Кои ваши слабости би ви пречеле во избраните бизнис идеи?
Немате доволно искуство?
Немате доволно финансии?
Немате соодветна опрема и алат?
Немате доволно знаења и компетенции?
Потрудете се да ги надминете!

Закани

Има ли во околината опасности и закани?
Што може да ѝ наштети на идејата?
Политики на државата, нови регулативи, даноци?
Демографски фактори?



МОДУЛ 4

Маркетинг план

МОДУЛ 4: МАРКЕТИНГ ПЛАН

Маркетингот е двонасочен процес, на една страна сте Вие и вашата понуда, а на друга пазарот и неговата побарувачка. Маркетинг планот треба да ги содржи следниве елементи:

- I. Опис на производот/ услугата** – дајте краток опис на производот/услугата, неговиот облик, боја, големина, број на производи/услуги што ги нудите. Дали производот/ услугата е нов или веќе постои на пазарот.
- II. Споредба на производот/услугата со производите/ услугите на конкуренцијата** - наведете што е тоа што го прави вашиот производ/услуга посебен на пазарот. Дали цената прави значителна разлика во продажбата? Која е вашата конкурентска предност?
- III. Локација на бизнисот** – Местоположбата е од суштинско значење и еден од клучните фактори за успех и развој на бизнисот. Исто така важни фактори што треба да се имаат предвид во врска со локацијата се: близина на потрошувачите, близина на добавувачите, достапност на транспортни линии и инфраструктура, достапност на квалификувана и евтина работна рака, близина на слични и поврзани бизниси.
- IV. Пазарна област** – се однесува на тоа која географска област ја покрива бизнисот. На која географска област ќе се позиционира бизнисот најмногу зависи од: природата на производот/услугата; видот на транспортот и начинот на дистрибуцијата, големината на пазарот на различни локации, присутноста на силни конкуренти во околина на бизнисот, вашата спремност за патување, контакти и познати канали на дистрибуција.
- V. Главните купувачи** – По одредување на географската област, важно е да се одреди целната група на која ќе се продава производот/ услугата.
- VI. Вкупната побарувачка** – се однесува на одредувањето колку од производот/услугата веќе се продава на пазарот.
- VII. Уделот во пазарот** – се однесува на одредување на процентуалното учество на вашиот бизнис на пазарот. Вашиот удел на пазарот многу зависи од вашата способност да го продадете својот производ/услуга, контактите, ефективноста на вашата маркетинг стратегија и начинот на продажба на производите/услугите.
- VIII. Предвидување на продажбата** - се однесува на пресметувањето колку производи/услуги реално може да продадете секој месец во текот на една година и потоа во текот на наредните пет години.
- IX. Продажна цена** – постојат три основни методи на пресметка на продажната цена на производот/услугата.
 - a. Метод трошоци – плус
 - b. Компаративен метод
 - c. Метод – цена што може да ја поднесе пазарот
- X. Промоција** – промоцијата на бизнисот е неопходна и служи да ги увери купувачите да го купат вашиот производ/услуга, а не на вашите конкуренти. Секој успешен бизнис подразбира и успешен, добро осмислен дел за промовирање.
- XI. Маркетинг стратегија** - Маркетинг стратегија - подготовка за маркетинг стратегија значи добро планирање и интегрирање на стратегијата за производ, ценовната стратегија, стратегија на дистрибуција и промотивна стратегија.

XII. Маркетинг трошоци – Маркетинг трошоци – претставува предвидување буџет, кој ќе ги вклучи трошоците за промоција, дистрибуција и продажба и за плати за луѓето во продажба.

Интернет маркетинг

Интернет маркетинг, исто така познато како веб-маркетинг, онлајн маркетинг или е-маркетинг, е маркетинг за производи и услуги на интернет.

Интернетот, како глобална, интерактивна инфо-платформа подразбира и многу уникатни бенефиции за маркетингот.

Разгледајте неколку од нив:

- пониска цена
- подобар избор
- подобра услуга
- специјални услови
- предности
- брза испорака

Според многу маркетинг експерти, токму интерактивната природа на интернет-маркетингот, како за обезбедување инстантен одговор од публиката и предизвикување на нивна повратна реакција, е уникатен квалитет на овој начин на комуницирање. Според последните статистики на светско ниво, дури 7 од 10 луѓе имаат подобар впечаток за брендот ако видат некоја форма на негово рекламирање на одреден онлајн медиум.

Од друга страна, интернет-маркетингот ги поврзува креативните и техничките аспекти на интернетот, вклучувајќи дизајн, развој, рекламирање и продажба.

За да достигне вашиот бизнис максимален успех, секој бизнис треба да размислува за комбинација од онлајн и офлајн маркетинг, т.е. традиционални и е-медиуми. Во зависност од буџетот што секој бизнис го има одвоено за маркетинг на своите услуги или сервиси, миксот од двата типа комуникациски алатки ќе придонесе за максимална препознатливост и градење репутација на брендот.

Социјални медиуми

Секој сопственик/сопственичка на бизнис мора и треба да размислува за рекламирање на својата фирма, својот производ или услуга преку социјалните медиуми. Експертите од дигиталниот маркетинг веќе се едногласни во тврдењата дека без разлика каков продукт сакате да продадете, како и на кого сакате да го понудите, користењето на социјалните медиуми како маркетинг алатка можат да ви помогнат да го зголемите својот бизнис.

За постигнување на посакуваните продажни резултати, креирањето на добра реклама и лансирање на истата пред вистинската публика е исто толку важно како и самиот производ или услуга.

Водејќи се од идејата за вашиот бизнис, размислете кои социјални медиуми би биле најадекватни за вас:

- Дали Фејсбук фан страница би можела да го задржи вниманието на вашата публика?
- Дали би имале доволно фото материјал за менаџирање на ваш Инстаграм профил?
- Дали ги знаете основите параметри за креирање на добра и ефективна кампања на социјалните медиуми?

При користењето на социјалните медиуми, вие практично: Водете сметка и за следново:

- Градите Brand Awareness за вашиот бизнис — спроведувајќи стратегија на социјални медиуми ја зголемуваат свесноста за вашиот бренд поради блискиот контакт со широката публика на потенцијални корисници.
- Вашите потенцијални корисници се генерално на Facebook — поголема е бојката на Facebook корисници отколку бројката на жители во Кина! Со 1.49 билиони корисници ширум светот и 22 билиони кликови на реклами годишно, Facebook нуди најголема рекламна моќ. Па, каде би биле вашите потенцијални купувачи ако не тука?
- Не мора да издвојувате голем буџет! Рекламирањето на социјалните медиуми е евтино — разгледајте ги опциите и начинот на плаќање.
- Направете основна анализа за да ги проучите сите можни опции — ако немате доволно познавање во областа на online рекламирање, вашите реклами нема да бидат убедливи за потенцијалните корисници.
- Одвојте време — да менаџираш бизнис Facebook или Инстаграм account треба да го ажурираш секојдневно, да одговараш на коментари и постојано да си активен. Тоа претставува големо бреме за луѓето кои водат мали бизниси.



Маркетинг план

- Производ/услуга
- Пазар
- Конкуренција
- Организација на работа
- Продажба и дистрибуција
- Цена

Презентација на формуларот „Опис на БИЗНИС ИДЕЈА“

ДЕФИНИРАЊЕ НА ПРОИЗВОД/УСЛУГА

- Повеќето нови бизниси не почнуваат со нов производ, туку со познат а модифициран или унапреден производ
- Повеќето нови бизниси не почнуваат на нов пазар, туку на сегменти на пазарот што се добро разработени и познати

Цена! По која цена ќе ги продавате вашиот производ/услуга? Како да ја одредите?

ЦЕНАТА НА ЧИНЕЊЕ НА ПРОИЗВОДОТ/УСЛУГАТА = фиксни (индиректни трошоци) + варијабилни (директни трошоци)

ПРОДАЖНА ЦЕНА = ЦЕНА НА ЧИНЕЊЕ + МАРЖА (% на ДОБИВКА/ ПРОФИТ)

Формирање на продажната цена

1. ПРОДАЖНА ЦЕНА = ЦЕНА НА ЧИНЕЊЕ + МАРЖА (% НА ДОБИВКА)
2. ПРОДАЖНАТА ЦЕНА НА КОНКУРЕНЦИЈАТА
3. КОЛКУ КУПУВАЧОТ МОЖЕ ДА ПЛАТИ

ВЕЖБА 7 - ОПИС НА ПРОИЗВОДОТ/УСЛУГАТА

Што ќе разменувате за пари?

- А. Дефинирање на производите/услугите
- Б. Избери 4 или групирај ги производите/услугите во 4 групи
- В. Цена
- Г.

	Производ	Содржина од што е направен	Како се мери	Продажна цена	Сервис
А					
Б					
В					
Г					



ПАЗАР И ПОБАРУВАЧКА Колку пари трошат луѓето за вашиот продукт/услуга?

- Кој ќе го купува вашиот производ? Млад, стар, маж, жена, фамилијарен, високи примања, или други белези.
- Дали е тоа сегмент на пазарот? (Сегмент е група купувачи/потрошувачи, која има слични карактеристики и начин на однесување)
- Каде се наоѓа вашиот купувач? Во соседството, во твојот град, во Република Северна Македонија, во странство.
- Кога купува? Секој ден, периодично, годишно.
- Колку пари троши за вашиот производ? Колку пари месечно дава за вашиот или сличен производ.
- Дефинирање на пазарот:

ПРОМОЦИЈА - Како ќе ги информирате купувачите што нудите и како ќе ги убедите да купуваат од вас? Секој успешен бизнис подразбира и успешен, добро осмислен дел за промовирање.

Секој нов бизнис си има своја приказна, раскажете ја својата на најдобриот начин!

ТЕХНИКИ	СРЕДСТВА
1. Разговор/устен/непосреден контакт	Директна средба Телефон
2. Пишуван посреден контакт	Писмо Имејл Преку пријатели/социјални мрежи
3. Печатени материјали/посреден масовен контакт	Декларација на производот Визит-картичка Оглас Брошура Леток Социјални мрежи – Фејсбук, Твитер, Линкдин

КОНКУРЕНЦИЈА – Го нуди ли некој друг истото што и вие?

- Кои се вашите конкуренти?
- Каква е нивната конкурентна способност?
- Колку тешко се влегува на пазарот?
- Има ли замена (супститути) на вашите производи?
- Како цените ги одредува конкуренцијата?

ВЕЖБА 9: Анализа на конкуренцијата

Напомена: Идентификувајте реални конкуренти, тие што навистина вам ќе ви бидат конкуренција.

Анализата се прави во однос на три главни конкурентски производи/услуги и тоа:

- А) Производот/услугата на учесникот _____
- Б) Производот/услугата на конкурент 1 _____
- В) Производот/услугата на конкурент 2 _____

Секој од производите/услугите се оценува од 1 до 5. (1 еден е најниска оценка, а 5 е највисока)

А) КВАЛИТЕТ

Особини	Предложен бизнис	Конкурент 1	Конкурент 2
Квалитет на производот			
Брзина на испорака			
Препознатливост на пазарот			

Б) ЦЕНА

Производи (предложен бизнис)	Продажни цени (предложен бизнис)	Конкурент 1 цена	Конкурент 2 цена

Префрлање на резултатите од вежбите
7, 8 и 9 во ОПИС НА БИЗНИС ИДЕЈА ред бр. III, IV и V



МОДУЛ 5 Продажба

МОДУЛ 5: ПРОДАЖБА

ПРОДАЖБА - Почеток на бизнисот

Не сте во бизнисот додека не почнете да продавате!

- Како ќе ја организирате продажбата?
- Како ќе ја организирате дистрибуцијата?
- Колку ќе продавате (во килограми, парчиња и слично)
- Колку ќе изнесува цената и колку приход ќе ви донесе?

Видови продажба

Директна

Очи во очи – продавач и купувач/потрошувач

Карактеристики: познат купувач, полесно приближување кон потребите на купувачот со производот или услугата; користење фотографии, брошури, минати извештаи, анализи и проценки, успешни приказни итн.

Индириктна

Најчесто непознат купувач/потрошувач

Карактеристики: производи за широка потрошувачка, најчесто непознат купувач или корисник, висока важност на фактори за унапредување на продажбата (планери/унапредувачи на продажбата, постери, рекламни ливчиња што привлекуваат внимание на одредени производи изложени на полиците итн.)

Основни чекори во процесот на директна продажба

- Проспектирање и квалификација
- Подготовка
- Контакт
- Состанок, презентација
- Одговор на забелешки
- Затворање на продажбата
- Задржување клиенти и поддршка

ПРОДАЖБА Како ќе го донесете производот до купувачите за да го купат?

Канали на продажба

1. Директна продажба
2. Преку посредници
3. Преку малопродажба
4. На саеми / изложби
5. На форуми и други видови масовно собирање
6. Преку веб-страница

ПРЕДВИДУВАЊЕ НА ПРОДАЖБАТА

Предвидувањето е погодување на иднината

Колку повеќе информации за иднината, толку поточно ќе биде предвидувањето

Барајте информации

Ви помага вашиот бизнис да биде логичен и остварлив план

Бидете реални:

- Дали побарувачката ќе биде секој месец иста?
- Дали цената ќе биде секој месец иста?

Како се предвидува продажбата?

- Проценете колку производот ќе се бара во иднина
- Проценете кој ќе ви биде конкуренција
- Колку ќе продавате на пазарот
- Трендови – правец во кој ќе се движи пазарот

ВЕЖБА 10: Предвидување на продажбата - проценка на месечните приходи од прометот во текот на првата и во следните деловни години (во денари)

месец*	производ/услуга А	количина	продажна цена	промет А	производ/услуга Б	количина	продажна цена	промет Б	производ/услуга В	количина	продажна цена	промет В	производ/услуга Г	количина	продажна цена	промет Г	вкупен промет
1																	
2																	
3																	
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	
Вк.																	



МОДУЛ 6

План на производство и услуга

МОДУЛ 6: ПЛАН НА ПРОИЗВОДСТВО / ПЛАН НА КРЕИРАЊЕ УСЛУГА

Планот за производство дава одговор на две големи прашања, кои се круцијални за работењето на секоја компанија, и тоа:

I. Производниот процес/Процес на креирање услуга ја зема предвид спецификата на производот/услугата, технологијата и опремата што се неопходни, начин на организирање на производството или конфекционирање на услугата, бројот на потребната работна сила и нивниот профил, вклучувајќи ги потребите од дообука или нејзина специјализација. Исто така, треба да се има предвид локацијата на која ќе се одвива производството, капацитетот, технолошкиот процес и количините што ќе се произведуваат или бројот на услугите што ќе се даваат.

II. Трошоците неопходни за реализација на Планот на производство/План на креирање услуга треба да дадат одговор колкава количина сировини и репроматеријали се неопходни да се реализира производството/услугата, фреквенцијата на набавките, износите на средства за набавка на неопходните количини.

Производниот процес/Процесот на креирање услуга се планира детално низ призмата на неопходните средства за да се реализира. Потребно е во детали да се знае за:

- Технолошкиот процес на производство/техниката на создавање услуга
- Потребата од основни средства – згради, машини, друга опрема, земјиште, транспортни средства, долгогодишни насади, основно стадо, патенти, лиценци и слично. Особено е важно на почетокот да бидат димензионирани поскупо потребите од основни средства, кои се неопходни за отпочнување на работењето
- Амортизациониот век на основните средства, односно нивниот животен век
- Одржувањето на основните средства
- Анализа на пазарот од каде може да се набават потребните основни средства и по која цена
- Колкав дел од капацитетот ќе се користи при работењето на почетокот и во подоцнежниот период
- Како да се користат слободните капацитети, со цел држање во добра кондиција на опремата и на работната сила
- Локација на објектот
- Расположливи количини на потребни репроматеријали и сировини, како и цени по кои може да се набават сировините и репроматеријалите, особено да се имаат предвид сезонските флукуации на цените
- Потребната работна сила, кои вештини, знаења и умења треба да ги поседува
- Сезонскиот карактер на работната сила, доколку тоа го бара производниот процес односно процесот на креирање на услугата
- Користење неопходна работна сила и услуги надвор од компанијата
- Мотивирање на работната сила и слично

Многу значајно за успешно и за непречено работење на компанијата е осознавање на трошоците што се неопходни за реализација на планот на производство/планот на креирање услуги. Во секое време треба да се има јасен увид во тоа колку изнесуваат трошоците.

- Директни и општи (индиректни) трошоци. Директните трошоци се однесуваат на производот односно услугата. Кај индиректните трошоци не се знае за кој производ/услуга се однесуваат односно се прават за повеќе производи/услуги или се однесуваат на целата компанија.
- Фиксни трошоци и варијабилни трошоци. Фиксните трошоци се трошоци што не се во зависност од бројот на производи/услуги и овие трошоци компанијата ги има и во случај да не работи. Од друга страна, варијабилните трошоци се поврзани непосредно со производот/услугата и доаѓа до пропорционално зголемување на трошокот во корелација со произведените единици односно дадени услуги.
- Трошоци на работна сила
- Пресметка на трошоците по единица производ и утврдување праг на рентабилност

2. ПЛАН НА ПРОИЗВОДСТВО

- Опишете го производствениот процес - Како ќе се работи?
- Градежни објекти, инфраструктура - Што ви треба од објекти и од инфраструктура?
- Опрема, машини, возила - Што ви треба и колку време ќе ги користите?
- Суровини и материјали- Колку ви се потребни месечно и за една година?
- Потребна работна сила - Кој ќе го произведува производот?
- Планирање за реализацијата на производството по месеци и годишно

ПЛАН НА ПРОИЗВОДСТВО Образец - ВЕЖБА 13

- Кандидатите индивидуално ја пополнуваат вежбата
- Се презентираат еден или повеќе бизниси
- Се образложува како бизнисот ќе функционира и со која опрема
- Кандидатот демонстрира со кои средства и како ќе се извршува бизнисот
- Цел: визуелизација на потребните средства за производство на продуктот/услугата

ВЕЖБА 11: ПЛАН НА ПРОИЗВОДСТВО

Напомена: Се идентификуваат само потребните средства, пресметките на трошоците

1. Опишете го производствениот процес

2. Градежни објекти, инфраструктура

Градежни објекти Нови и стари	А: набавна сегашна вредност	Б: време на траење (амортизирање) во години	годишна амортизација (А/Б)
ВКУПНО			

Зградите имаат време на траење од 40 години = 2,5% од набавната вредност како годишни амортизациони трошоци.

3. Опрема, машини, возила

Нови машини, опрема, алат	А: набавна сегашна вредност	Б: време на траење (амортизирање) во години	годишна амортизација (А/Б)
Возила			
ВКУПНО			

4. А. Суровини и материјали

Вид на суровини	Количина за една година	Единечна цена во МКД	Вкупно трошоци МКД
ВКУПНО			

Б. Гориво/Енергија

Вид на гориво/енергија	Количина за една година	Единечна цена во МКД	Вкупно трошоци МКД
ВКУПНО			

5. Потребна работна сила


Р.б	Работно место	Број на работници	Број на месеци	Вкупно месеци	Бруто-плата месечно	Годишна плата МКД
1.	Самовработен	1	12	12	18.000	216.000
2.						
3.						
4.						
Сезонски						
ВКУПНО						

6. Планирање за реализацијата на производството по месеци и годишно

Производ/Услуга				
Предвидено производство (единици/ број)				
јануари				
февруари				
март				
април				
мај				
јуни				
јули				
август				
септември				
октомври				
ноември				
декември				
вкупно				

Вкупна количина за една година од сите производи/услуги изразени како пресметана количина од еден производ/услуга:

7. Трошоци на производство - Формирање цена на чинење на производот/услугата



МОДУЛ 7 Финансии

МОДУЛ 7: ФИНАНСИИ

За секој бизнис особено значење и улога имаат финансиите, т.е. приходите и расходите.

Финансиските проценки, вклучувајќи ги и соодветните табели, се составен дел на секој бизнис план.

Иако финансиите содржат повеќе значајни финансиски показатели, секогаш е корисно да започнете од основните претпоставки, кои содржат:

- Очекуван обрт на побарувањата и залихата
- Процент на продажбата на кредит (почек) во вкупната продажба
- Висина на каматите (краткорочни и долгорочни)
- Данок на добивка
- Проценка на готовинските исплати
- Проценка на давачките од плата
- Просечна должина на кредитот од добавувачите
- Почетна состојба и минимално прифатлива состојба на готовината
- Оперативни трошоци од работењето

За да биде комплетен прегледот на билансот на успех, потребно е да се предвидат и приходите од продажба (дадени во Модул 4), чија вредност произлегува од множење на единечната цена по која производот се продава со обемот на очекувана продажба во текот на годината, потоа се одземаат сите трошоци во текот на годината, какви што се: трошоци за сировини, трошоци за работна сила, фабрички општи трошоци, трошоци за маркетинг, административни трошоци, финансиски трошоци (се однесува на сумата на каматата што им се плаќа на банките за позајмената сума (кредит)).

Како дел од финансиските проценки, покрај билансот на успех исто така еден од поважните документи е и извештајот на парични текови.

Додека билансот на успех го дава резултатот од финансиските трансакции на бизнисот за време на одреден период (месец, година), извештајот на парични текови ги покажува изворите (приливите) и примената (одливите) на готовина во бизнисот во текот на годината.

Билансот на состојба е извештај за средствата и за обврските и дава финансиска слика на бизнисот на определен датум, најчесто на крајот од годината.

Овој извештај покажува колку средства има претпријатието, се гледа на страната на средствата (АКТИВА); што должи се гледа на страната на изворите на средствата (ПАСИВА).

Активата се состои од постојани и обртни средства. Постојаните средства траат повеќе години и не можат за краток временски период да се претворат во готовина, освен земјата која е предмет на постепено губење на вредноста со користењето и со годините.

Обртните средства се групираат во три групи: готовина или парични средства, побарувања за продадените стоки и услуги и залихи.

Пасивата се состои од капитал и обврски.

Основна цел на работењето на бизнисот е остварување што поголема добивка. Рентабилноста значи настојување да се оствари што поголема добивка со што помали трошоци.

Критериумот за утврдување на рентабилноста е изразување на соодносот помеѓу добивката и ангажираните средства.

Со изедначувањето на трошоците со остварените приходи, се утврдува точката на прагот на рентабилност.

За утврдување на прагот на рентабилност, потребни се три износи: продажбата, варијабилните трошоци и фиксните трошоци. Пресметката на прагот на рентабилност е следна:

$$\text{Праг на рентабилност} = \frac{\text{Фиксни трошоци}}{\text{Придонес по единица производ} - (\text{Продажна цена} - \text{Варијабилни трошоци})}$$



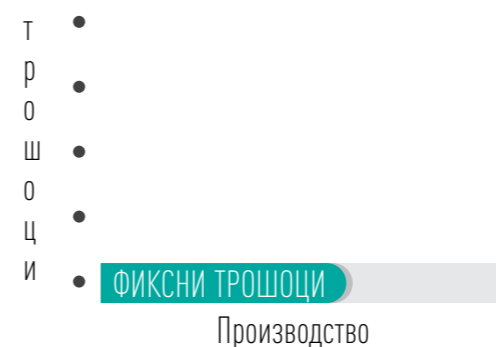
ФИНАНСИИ

Бизнисот ви зависи од финансиите:

1. Без доволно ПРИХОДИ, бизнисот ќе пропадне!
2. Доколку не остварите повеќе приходи од ТРОШОЦИТЕ, бизнисот ќе пропадне!
3. Ако не ги наплатите своите побарувања навреме, бизнисот ќе пропадне! ГОТОВИНА

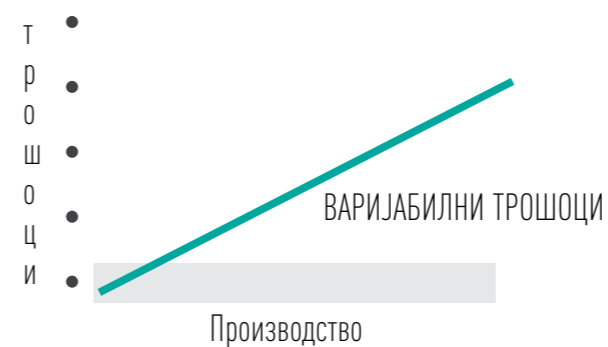
ТРОШОЦИ Што ќе користите во бизнисот?

1. ФИКСНИ ТРОШОЦИ – нивниот износ во пари не зависи од количината на произведени производи/услуги (обем на производство)



ТРОШОЦИ - Што ви треба за да работите?

2. ВАРИЈАБИЛНИ ТРОШОЦИ – нивниот износ во пари зависи од количината на произведени производи/услуги (директно поврзани со обемот на производство)



ВЕЖБА 12: ТРОШОЦИ

Месечни оперативни трошоци настанати во текот на првата и во следните деловни години

месец*	Фиксни/ Варијабилни	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Вк.
Тековни трошоци за материјали	Варијабилни													
Тековни трошоци за трговски стоки	Варијабилни													
Трошоци за кооперанти (поддоговори)	Варијабилни													
Одржување и поправки	Варијабилни													
Промоција	Варијабилни													
Други трошоци/Непредвидени трошоци	Варијабилни													
Бруто плата сопственик	Фиксни													
Бруто плати (без плата на сопственик)	Фиксни													
Патни трошоци (сопственик и вработ.)	Фиксни													
Закупнина (канц., работилница, машини)	Фиксни													
Енергија, вода, греење	Фиксни													
Трошоци за моторни возила (бензин, сервис, регистрација, осигурување)	Фиксни													
Трошоци за превоз од други	Фиксни													
Камата на кредит (за сите кредити)	Фиксни													
Други трошоци/Непредвидени трошоци	Фиксни													
Административни трошоци	Фиксни													
Банкарска провизија		400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Одржување на фискална каса		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Комунална такса(фирмарина) годишно		600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	400	7000
Осигурување		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Книговодител		2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
Трошоци за деловен простор (чистење, поправки и сл)		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Трошоци за достава за завршна сметка		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Набавка на ПП апарат		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Непредвидени трошоци		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Вкпно Административни трошоци		5790	5790	5790	5790	5790	5790	5790	5790	5790	5790	5790	5590	69280
ВКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШОЦИ (без амортизација)														

* Месециот под број „1“ не се однесуваа на јануари, туку го означува првиот месец од почетокот на производството. Ве молиме наведете го месецот под број „1“.

Не заборавате на сезонските варијации во оперативните трошоци!

** Вообичаено вредностите за 2-та и 3-та година би требало да бидат поголеми поради очекуваниот раст на претпријатието.

Белешки:

ПРОФИТАБИЛНОСТ

Разликата помеѓу вредноста на продажбата и вкупните трошоци (директни и индиректни) доведува до добивка или загуба во работењето

- Приход – (директни + индиректни) трошоци = добивка/загуба
- Профитна стапка % = Добивка/приход x 100

Пример:

Приход = 300 кафиња x 30 ден. = 9.000 ден.
Трошоци = 300 кафиња x 25 ден. = 7.500 ден.
Добивка = 9.000 ден – 7.500 ден. = 1.500 ден.
Профитна стапка = 1.500/9.000 x 100 = 16%

ПРАГ НА РЕНТАБИЛНОСТ

Количина на производи чија продажба (приход) ги покрива трошоците (индиректни и директни) Сите приходи над таа количина на продадени производи носат профит

Пример:

Приход е 300 кафиња x 30 ден. = 9.000 ден.
Трошоци по кафе = 25 ден. x 300 = 7.500 ден.
7.500/30 ден. = 250 кафиња
Прагот на рентабилноста е 250 продадени кафиња, со кои се покриваат направените трошоци

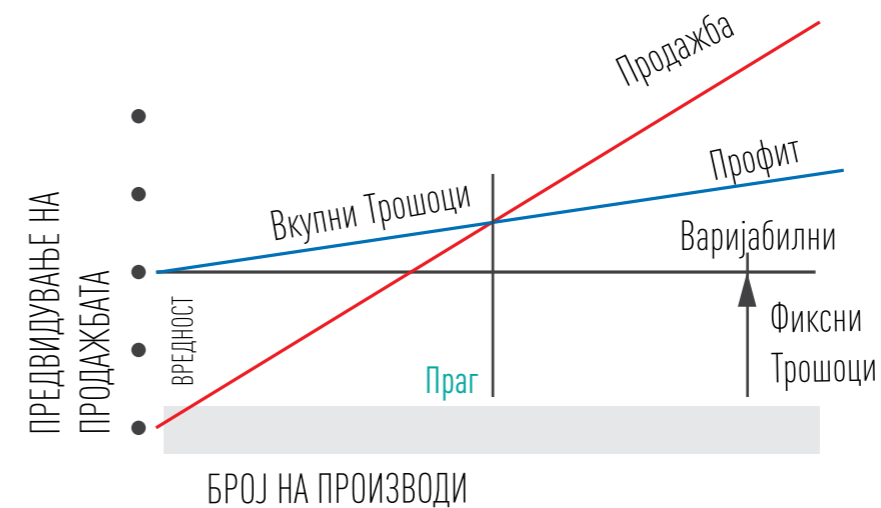
Извори на капитал

- Сопствен капитал
- Грант од програмата
- Банки
- Бизнес ангели
- Семејство, пријатели, добавувачи
- Crowd funding (<https://letsfundit.mk/>)

Основни банкарски принципи

СИГУРНОСТ
ПРОФИТАБИЛНОСТ
ЛИКВИДНОСТ

ВЕЖБА 13: Праг на рентабилност, анализа на трошоците ПРАГ НА РЕНТАБИЛНОСТ



- Месечна продажба / приход, 6.000 кафиња x 30 ден. = 180.000 ден.
- Месечни трошоци за 6.000 кафиња = 150.000 ден.

Задача:

1. Пресметај добивка и стапка на профитабилност (добивка)
2. Пресметај праг на рентабилност

ПРОФИТАБИЛНОСТ

- Месечна продажба / приход, 6.000 кафиња x 30 ден. = 180.000 ден.
- Месечни трошоци за 6.000 кафиња = 150.000 ден.

ДОБИВКА (ПРОФИТ) А-Б = 30.000 ден

Одговор: Профитната стапка изнесува 16,16% (30.000 ден поделено со вкупен приход).

Колкав процент од продажната цена е добивка?
Тоа е 5 денари (16,16% од 30 денари)

ПРАГ НА РЕНТАБИЛНОСТ – Количина на производи што треба да се продадат за да ги покријат вкупните месечни трошоци

Се пресметува со поделба на трошоците со продажната цена (А/Б)

- А) Вкупни трошоци = 150.000 ден.
- Б) продажна цена = 30 ден/кг

Одговор: Прагот на рентабилност изнесува 5.000 кафиња, и таа покажува:

- Со продажбата на 5.000 кафиња се покриваат вкупните месечни трошоци
- Секое следно продадено кафе е добивка



МОДУЛ 8

Инвестициски план

МОДУЛ 8: ИНВЕСТИЦИСКИ ПЛАН

Инвестицискиот план е документ во кој се содржат сите потребни средства за непречено отпочнување со работа, како и начинот на кој ќе ги обезбедите потребните средства.

Вкупните потреби за капитал, познати и како вкупен трошок на проектот или инвестициски план, се состојат од три компоненти: постојани средства, тековни средства и други почетни трошоци.

За да се пресмета вкупниот потребен капитал, соберете ги следниве компоненти:
Постојани средства + Тековни средства + Други почетни трошоци = Вкупно потребен капитал (вкупни инвестиции, инвестициски план)

Под постојани средства се подразбира инвестицијата во објекти, реконструкција на објекти, земјиште, машини, опрема, канцелариска опрема и мебел неопходни за непречено започнување со работа. Тоа е еднократна инвестиција, која се користи во следните неколку години и зависи од процентот на амортизација.

Под тековни средства се подразбира почетната инвестиција во репроматеријали, како и почетна набавка на гориво/енергија доколку се неопходни.

Во други почетни трошоци спаѓаат давачките за лиценци, елаборати, аванс за закупнина, како и други почетни трошоци.

За правилно и непречено отпочнување на бизнисот, особено е важно да се имаат предвид трошоците што ќе се направат пред започнување на бизнисот (одобренија, дозволи, лиценци и слично) и во почетниот период од работењето на компанијата, особено во првите два до три месеци.

ВЕЖБА 14: ИНВЕСТИЦИСКИ ПЛАН (= ВКУПЕН ПОТРЕБЕН КАПИТАЛ) ПОСТОЈАНИ СРЕДСТВА

	1.1 Сопствен влог во постојани средства	проценета вредност
	Објекти, земјиште	
1		
2		
3		
4		
	Машини, опрема, канцелариска опрема и мебел	
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
	Алат	
1	Вкупно алат	
	Возила	
1		
2		
	Други постојни средства	
1		
2		
3		
	ВКУПНО 1.1.	

	1.2 Инвестиции во постојани средства	набавна вредност
	Земјиште	
1		
	Објекти	
1		
	Реконструкција /адаптација	
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
	Машини, опрема, канцелариска опрема и мебел	
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
	Моторни возила	
1		
	Други инвестиции	
1		
2		
3		
	ВКУПНО 1.2	

ПЛАН ЗА ОРГАНИЗАЦИЈА И МЕНАЏМЕНТ

За секоја компанија е многу важно да одбере соодветна правна форма во која ќе се регистрира компанијата, поставеноста на управувачката структура (доколку станува збор за компанија што ќе вработува поголем број лица), користењето надворешни услуги како и предоперативните трошоци.

Правна форма за регистрација на вашиот бизнис

- а) Занаетчија
- б) ТП (Трговец поединец)
- в) ДООЕЛ (Друштво со ограничена одговорност основано од едно лице)
- г) ДОО (Друштво со ограничена одговорност)
- д) Адвокат и ПЗУ

Управувачка и работна структура

- Сопственик
- Управител
- Вработени
- Квалификации на претприемачот
- Број на вработени и квалификации

Друштво со ограничена одговорност

- ДООЕЛ е правно лице основано од едно лице
- ДОО е правно лице основано од две или од повеќе физички/правни лица (содружници)
- Основната главнина не може да биде помала од 5.000 евра
- Основачот/содружниците одговараат за обврските на друштвото во висина на својот влог

Занаетчиска дејност

- Занаетчиска дејност е занаетчиско производство, услуги и домашно раководење
- Занаетчиска дејност може да врши физичко лице кое е запишано во Регистарот на занаетчи
- Одговара за обврските лично и неограничено со сиот свој имот
- Не треба основачки влог

Трговец поединец

- Трговец поединец е правен субјект основан од физичко лице
- Одговара за обврските лично и неограничено со сиот свој имот
- Не треба основачки влог

ВЕЖБА 15 – ПЛАН ЗА ОРГАНИЗАЦИЈА И МЕНАЏМЕНТ

1. Правна форма (која правна форма ќе ја изберете за вашиот бизнис - заокружете)

- а) Занаетчија
- б) Трговец поединец
- в) ДООЕЛ (Друштво со ограничена одговорност од едно лице)
- г) ДОО (Друштво со ограничена одговорност)
- г) Адвокат и ПЗУ
- д) Друго (напишете) _____

2. Управувачка и работна структура

Основач
Управител
Вработени

3. Квалификации на претприемачот (дали барањето од Комисијата им е одобрено)

4. Број на вработени и квалификации (опишете колку и какви квалификации треба да поседуваат вработените за успешно функционирање на вашиот бизнис)

5. Административни трошоци (опишете ги предвидените административни трошоци за водење на бизнисот – регистрација, сметководство, канцелариски материјали и сл.)

ОПИС НА ТРОШОЦИТЕ	МКД
Банкарска провизија	4800
Одржување на фискална каса	2400
Комунална такса (фирмарина) / годишно	7000
Осигурување	6000
Книговодител	24000
Трошоци за деловен простор (чистење, поправки и сл.)	2400
Трошоци за достава за завршна сметка /годишно	2400
Набавка на ПП-апарат	6000
Непредвидени трошоци	12000
Вкупно годишни трошоци	67000
Просечно месечно	5585

ОДАНОЧУВАЊЕ

Данок на додадена вредност (ДДВ) е општ потрошувачки данок, кој се пресметува и се плаќа во сите фази на производството, трговијата и услужниот сектор. ДДВ се додава на основната цена на секој производ и услуга и се плаќа на остварениот промет и увоз. ДДВ се пресметува со 5% и 18%. Има општа и повластена стапка на ДДВ.

Општата стапка изнесува 18% и се пресметува и плаќа на сите производи и услуги, освен прометот на човечка храна и публикации (книги и учебници и сл.), за што се пресметува и се плаќа повластена стапка 5%.

Данок на добивка е данок што се пресметува на нето-остварената добивка по стапка од 10%.

Персонален данок на доход се пресметува по стапка од 10% за секоја исплата на лице, вклучително и личен доход.

При исплата на личен доход (плата) за секој вработен во претпријатието, се пресметуваат и се плаќаат следните придонеси:

- Придонес за здравствено осигурување 7,3%
- Придонес за пензиско и инвалидско осигурување 18%
- Придонес за вработување 1,2%
- Придонес за дополнително здравство 0,5%

- Данок на додадена вредност (ДДВ)

За дејност со храна, недвижности и компјутерска технологија = 5%

Други дејности = 18%

За приходи над 1 милион денари, фирмите припаѓаат во ДДВ-обврзници по автоматизам

- Данок на добивка 10%

(фирми со годишни приходи до 3 милиони денари се ослободени од плаќање)

- Персонален данок на доход 10% (лицата што биле евидентирани како невработени најмалку една година пред вработувањето и кои претходно не биле основачи на фирма, можат да бидат ослободени од плаќање персонален данок за период од 3 години)

- Придонеси + персонален данок = 32% од бруто-плата

Белешки:

ОПИС НА БИЗНИС ИДЕЈА

I. Податоци за бизнис идејата

1. Вид на дејност Опишете во која дејност е вашата бизнис идеја (пр. трговија, угостителство, итн.):

2. Состојби во гранката (пр. каква е понудата, каква е побарувачката, итн. во дејноста во која е и вашата бизнис идеја, односно каква е состојбата во вашето најблиско опкружување (населба, населено место, град) во кое ќе треба да се реализира вашата бизнис идеја)

3. Цели и очекувања од инвестицијата (вложувањето)

4. Опис на бизнис идејата

Објаснете на ШТО се однесува бизнис идејата; -што ќе работите (производувате, продавате, усужувате); -за кого (купувачи-клиенти)

КОИ се вашите цели и како ќе ги постигнете

КАКО ќе ја извршувате работата-каде (локација и простор); -со каква опрема

5. Број на предвидени вработувања во вашиот бизнис

ОПИС НА БИЗНИС ИДЕЈА

II. Податоци за претприемачот

Име и презиме
Адреса
Телефон и e-mail

Степен на образование: (заокружете):

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. Незавршено основно | 4. Високо |
| 2. Основно | 5. Магистратура |
| 3. Средно | 6. Докторат |

Други обуки/курсеви/семинари /сертификати

Години на работно искуство
_____ месеци
_____ години
Доколку немате работно искуство, запишете 0 (нула) на празните линии

Опис на работното искуство релевантно за бизнис идејата (она што досега го имате како работно искуство што може да гарантира дека ќе го водите бизнисот и каде сте го стекнале?)
--

МАРКЕТИНГ

III. Опис на производот/услугата напишете ги подетално производите и/или услуги шо ќе ги нудите преку вашиот бизнис)
--

IV. Кои ќе бидат вашите главни купувачи (Поединици, дистрибутивни центри, маркети, бутици, продажни агенти и сл. Наведете го поименично)
--

V. Споредба на производот/услугата со конкуренцијата А) по квалитет и цена

Б) Кои се вашите главни конкуренти

VI. Каде ќе биде лоциран бизнисот?

VII. Големина на пазарот (проценете колку сега се продава од вашиот производ/услуга на пазарот што ќе го покривате- прикажете информации за вкупната количината и/или вредноста на продажбата на територијата каде ќе работите/ општината/ целата држава)

VIII. Како ќе се промовирате и ќе комуницирате со купувачите

IX. Каков ќе биде начинот на дистрибуција? - Каналите на продажба за вашите производи

X. Клучен фактор на вашиот успех

XI. Клучен фактор на ризик

ПОЧЕТНА ИНВЕСТИЦИЈА

XII. Кои средства се потребни за да почнеш со бизнисот?

1. Постојани средства: _____ МКД.

2. Тековни средства: _____ МКД.

3. Други почетни трошоци: _____ МКД.

Вкупни средства за отпочнување на бизнисот: _____ МКД.

Сопствени средства _____

Поддршка од програмата за самовработување _____

XIII. ПЛАНИРАН БИЛАНС НА УСПЕХ

Годишни оперативни трошоци за бизнис идејата

Р.бр	Опис на трошокот	Единица мерка	Потребна количина	Цена	Вкупно во МКД
I	Вкупно Фиксни трошоци				
	Бруто плата сопственик				
	Бруто плати (без плата на сопственик)				
	Патни трошоци (сопственик.и вработ.)				
	Закупнина (канцеларија, работилница, машини)				
	Енергија, вода, греење				
	Трошоци за моторни возила (бензин, сервис, регистрација, осигурување)				
	Трошоци за превоз од други				
	Камата на кредит (за сите кредити)				
	Други трошоци/Непредвидени трошоци				
	Административни трошоци				
II	Варијабилни трошоци				
	Тековни трошоци за материјали				
	Тековни трошоци за трговски стоки				
	Трошоци за кооперанти (поддоговори)				
	Одржување и поправки				
	Промоција				
	Други трошоци/Непредвидени трошоци				
				Вкупно	

Вкупни трошоци Направете проценка на трошоците за вашиот бизнис во текот на една година. Ве молиме запишете го вкупниот износ на трошоци за водење на вашиот бизнис во текот на една година _____ денари.

Приходи од продажба на производи/услуги

Р.бр	Опис на производот/услугата	Единична мерка	Количина/ Планирана продажба - годишно	Цена	Вкупно годишна продажба МКД
	Производ/услуга А				
	Производ/услуга Б				
	Производ/услуга В				
	Производ/услуга Г				
				Вкупно	

Вкупна Продажба (за една година) _____ денари
Направете проценка на продажбата во текот на една година. Ве молиме запишете го вкупниот износ од продажбата во една година:

Добивка/ Профит
Добивка _____ мкд. (приходи – трошоци)

Стапка на профитабилност _____ %.
(Планирана добивка / Вкупни приходи) x 100

XIV. SWOT Анализа на бизнис идејата

ЈАКИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
МОЖНОСТИ	ЗАКАНИ

ОПИС НА БИЗНИС ИДЕЈА

I.Податоци за бизнис идејата

1.Вид на дејност Опишете во која дејност е вашата бизнис идеја (пр. трговија, угостителство, итн.):

2. Состојби во гранката (пр. каква е понудата, каква е побарувачката, итн. во дејноста во која е и вашата бизнис идеја, односно каква е состојбата во вашето најблиско опкружување (населба, населено место, град) во кое ќе треба да се реализира вашата бизнис идеја)

3. Цели и очекувања од инвестицијата (вложувањето)

4. Опис на бизнис идејата

Објаснете на ШТО се однесува бизнис идејата; -што ќе работите (производувате, продавате, усужувате); -за кого (купувачи-клиенти)

КОИ се вашите цели и како ќе ги постигнете

КАКО ќе ја извршувате работата-каде (локација и простор); -со каква опрема

5. Број на предвидени вработувања во вашиот бизнис

II. Податоци за претприемачот

Име и презиме
Адреса
Телефон и e-mail

Степен на образование: (заокружете):

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. Незавршено основно | 4. Високо |
| 2. Основно | 5. Магистратура |
| 3. Средно | 6. Докторат |

Други обуки/курсеви/семинари /сертификати

Години на работно искуство
_____ месеци
_____ години
Доколку немате работно искуство, запишете 0 (нула) на празните линии

Опис на работното искуство релевантно за бизнис идејата (она што досега го имате како работно искуство што може да гарантира дека ќе го водите бизнисот и каде сте го стекнале?)
--

МАРКЕТИНГ

III. Опис на производот/услугата напишете ги подетално производите и/или услуги шо ќе ги нудите преку вашиот бизнис)
--

IV. Кои ќе бидат вашите главни купувачи (Поединици, дистрибутивни центри, маркети, бутици, продажни агенти и сл. Наведете го поименично)
--

V. Споредба на производот/услугата со конкуренцијата А) по квалитет и цена

Б) Кои се вашите главни конкуренти

VI. Каде ќе биде лоциран бизнисот?

VII. Големина на пазарот (проценете колку сега се продава од вашиот производ/услуга на пазарот што ќе го покривате- прикажете информации за вкупната количината и/или вредноста на продажбата на територијата каде ќе работите/ општината/ целата држава)

VIII. Како ќе се промовирате и ќе комуницирате со купувачите

IX. Каков ќе биде начинот на дистрибуција? - Каналите на продажба за вашите производи

X. Клучен фактор на вашиот успех

XI. Клучен фактор на ризик

ПОЧЕТНА ИНВЕСТИЦИЈА

XII. Кои средства се потребни за да почнеш со бизнисот?

1. Постојани средства: _____ МКД.

2. Тековни средства: _____ МКД.

3. Други почетни трошоци: _____ МКД.

Вкупни средства за отпочнување на бизнисот: _____ МКД.

Сопствени средства _____

Поддршка од програмата за самовработување _____

XIII. ПЛАНИРАН БИЛАНС НА УСПЕХ

Годишни оперативни трошоци за бизнис идејата

Р.бр	Опис на трошокот	Единица мерка	Потребна количина	Цена	Вкупно во МКД
I	Вкупно Фиксни трошоци				
	Бруто плата сопственик				
	Бруто плати (без плата на сопственик)				
	Патни трошоци (сопственик.и вработ.)				
	Закупнина (канцеларија, работилница, машини)				
	Енергија, вода, греење				
	Трошоци за моторни возила (бензин, сервис, регистрација, осигурување)				
	Трошоци за превоз од други				
	Камата на кредит (за сите кредити)				
	Други трошоци/Непредвидени трошоци				
	Административни трошоци				
II	Варијабилни трошоци				
	Тековни трошоци за материјали				
	Тековни трошоци за трговски стоки				
	Трошоци за кооперанти (поддоговори)				
	Одржување и поправки				
	Промоција				
	Други трошоци/Непредвидени трошоци				
				Вкупно	

Вкупни трошоци Направете проценка на трошоците за вашиот бизнис во текот на една година. Ве молиме запишете го вкупниот износ на трошоци за водење на вашиот бизнис во текот на една година _____ денари.

Приходи од продажба на производи/услуги

Р.бр	Опис на производот/услугата	Единична мерка	Количина/ Планирана продажба - годишно	Цена	Вкупно годишна продажба МКД
	Производ/услуга А				
	Производ/услуга Б				
	Производ/услуга В				
	Производ/услуга Г				
				Вкупно	

Вкупна Продажба (за една година) _____ денари
 Направете проценка на продажбата во текот на една година. Ве молиме запишете го вкупниот износ од продажбата во една година:

Добивка/ Профит
 Добивка _____ мкд. (приходи – трошоци)

Стапка на профитабилност _____ %.
 (Планирана добивка / Вкупни приходи) x 100

XIV. SWOT Анализа на бизнис идејата

ЈАКИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
МОЖНОСТИ	ЗАКАНИ

ОБУКА ЗА ПРЕТПРИЕМНИШТВО И РАЗВОЈ НА БИЗНИС ВЕШТИНИ ПРАШАЛНИК ЗА ЕВАЛУАЦИЈА

Ве молиме за вашето мислење за квалитетот на обуката и за корисноста на наученото за успехот на вашиот иден бизнис. Добиените информации ќе ни помогнат во иднина да организираме поквалитетни обуки за претприемништво и бизнис и со тоа уште подобро да одговориме на потребите на корисниците на Програмата за самовработување.

Ви благодариме на соработката!

Ве молиме, заокружете една од оценките на скалата од 1 до 5, при што 1 означува многу слабо, а 5 означува одлично

1	Вкупна (општа) оценка на настанот:	1	2	3	4	5
2	Колку сте задоволни од организацијата на настанот?	1	2	3	4	5
3	Колку сте задоволни од предавачите?	1	2	3	4	5
Дали обуката беше корисна за вас?						
4	Дали ви беа објаснети на почеток задачите и целите на обуката?	1	2	3	4	5
5	Дали обуката ги исполни вашите очекувања?	1	2	3	4	5
6	Дали добивте информации што можат да ви бидат корисни во започнувањето и водењето на вашиот бизнис?	1	2	3	4	5
7	Дали беа постигнати целите на секоја поединечна сесија?	1	2	3	4	5
Оценете ја секоја од поединечните содржини во обуката						
8	Претприемништво и бизнис	1	2	3	4	5
9	Бизнис идеја и влијание на опкружувањето	1	2	3	4	5
10	Маркетинг план	1	2	3	4	5
11	Продажба	1	2	3	4	5
12	План за производство, организација и менаџмент	1	2	3	4	5
13	Финансии	1	2	3	4	5
14	Инвестициски план	1	2	3	4	5
15	Ве молиме, накратко наведете како планирате да го употребите тоа што го слушнавте на оваа обука (ако е потребно, употребете ја задната страна)					
Методологија и услови за работа						
16	Колку сте задоволни од сопствената активност на обуката односно од тоа колку реално бевте вклучени во работата?	1	2	3	4	5

#ШансаЗаСите



Република Северна Македонија
Министерство за труд
и социјална политика



АГЕНЦИЈА ЗА ВРАБОТУВАЊЕ
НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



U
N
D
P

Empowerment leads
to sustainable development