



# БИЗНИС ПЛАНИРАЊЕ ЗА СТАРТАПИ – ОД ИДЕЈА ДО ПЛАН

Проф. д-р Тамара Јованов Апасиева, Економски факултет, УГД

# Предмет на обуката

## I дел:

- Кои се претприемачите? Придобивки и најчести грешки?
- Што е бизнис планирање? (Зошто е потребно?)
- **Содржина на бизнис планот:**
  1. Резиме
  2. Општо за компанијата
  3. Производи и услуги (брендот)
  4. Избор на бизнис модел (Бизнис модел Канвас )
  5. **Анализа на пазарот и индустријата:**
    - Пазарна средина (ПЕСТЕЛ)
    - Карактеристики на пазарот (големина, потенцијал, раст, индустријата /конкуренција, добавувачи, дистрибутери, супститути)
    - Однесување на потрошувачите (трендови)
    - Анализа на клучни предности и слабости (SWOT анализа)
    - Ризици за работењето

# Предмет на обуката

## II дел:

6. Поставување на визија, мисија, вредности и цели
7. Маркетинг планирање
8. Планирање, имплементација на продажба
9. Менаџмент тим
10. Финансиска анализа
11. Анекси
12. Пичинг (elevators pitch) / презентација на планот

# Цели на обуката

- Механизми за **идентификување на проблеми, празнини, потреби или предизвици** во поблиската околина и да се донесат практични **решенија**.
- Идентификување и употреба на **сопствените вештини, знаења, страст, таленти** во насока на **создавање на нови претпријатија**.
- Знаење како да се стават **расположивите ресурси (земјиште, труд, капитал и време) во продуктивна употреба** (зголемени приходи и намалена невработеност).
- Можност да се **иницира и одржува проект за ново претпријатие**.
- Изработка на **бизнис план** за настап на пазарот.

# Методи на работа

---

- Предавање
- Студии на случај
- Групна дискусија
- Brainstorming

# Тековна состојба – предизвици на бизнисот

1. **Пазарот е фрагментиран.**
2. Водење бизнис врз база на **интуиција** наместо на податоци.
3. Погрешен пристап во **прибирање на податоци** од пазарот.
4. Непостоење на **планирана стратегија** и планиран маркетинг.
5. Маркетингот како **трошок**, наместо како инвестиција.
6. Верување дека **цената** е најважниот елемент за поголема продажба.
7. **Недоследност** при создавање на брендови.
8. Поистоветување на маркетингот со **реклама**.
9. Неуспех во создавање и оддржување на интегрирана **комуникација** со потрошувачите.
10. Голема стапка на **смртност на МСП**.
11. Потребно е да се реконструира **бизнис моделот**.

# Резултатот?

**THERAXON**  
...on walls and all over your home

Климатизирани  
СИСТЕМИ  
за  
ТЕРМОФАСАДИ

- ✓ Широчина 5  
термоматеријални  
материјали
- ✓ Екстериорна и  
интериорна употреба
- ✓ Покрива од 30  
кв. метри

CLIMA PLUS

ТЕРМО КОЛАЦИОНА ФАСАДА

GENERALNA AGENCIJA  
I DISTRIBUTOR

**ISK**  
SUPER  
KOMPANI

В БУТИЦА  
В АД 2040 440  
В БУТИЦА 104

В ДИСКА ВОДА  
В АД 2743 224  
В БУТИЦА 104

СТАРОГРАДСКО

Starogradsko beer advertisement featuring a glass of beer.

# Резултатот?

██████████ Се во ред квалитет и дизајн само едно не ми е јасно за тие пари да не меси леб сама стварно е претерано

Like · Reply · 3w



^ Hide 11 Replies

██████████ Многу пати сме повториле еве и сегз. Ние сме скапа продавница и не сме за секого.

Like · Reply · 3w



██████████ Браво за одговорот и за тоа секого рекламата за вас веќе е позната а со овој однос уште повеќе се потврдува

Like · Reply · 3w



██████████ drsko.... Mnogu drsko!!!

Like · Reply · 3w



██████████ Аххаха..скапа продавница не за секого...абе дали стварно...култура!

Like · Reply · 3w





# Резултатот?



**Кои се претприемачите?**

# Кои се претприемачите?

- **Eileen Fisher, Eileen Fisher Inc.**
  1. Порасната во мал град во Илиноис.
  2. Сакала да носи комфорна облека.
  3. Верувала дека може да го промени светот.
  4. Компанијата ја основала во 1984 со 350 долари (сега вреди 350 милиони долари годишни приходи).
  5. Ја менува модната индустрија:
    - Еколошки материјали
    - Ревизија на работењето на добавувачите (фер трговија)
    - Модели – реални жени со нормална градба на тело
    - Програма за рециклирање на облека
    - Програма за лидерство за девојчиња
    - Грантови за жени претприемачи.



# Кои се претприемачите?



## □ Neil Blumenthal, Andrew Hunt, David Gilboa, Jeffrey Raider/ Warby Parker

1. Се запознаваат на студии.
2. Сакале да ги направат очилата (кои сите ги носеле) достапни до пошироката популација.
3. Ги намалуваат трошоците (исклучување на посредниците и продавање он-лајн), не наплаќаат за достава (освен за побрза достава) и продаваат заменски стакла за очилата.
4. **Цената (95\$) е одредена од потрошувачите преку анкета.**
5. **Вовеле модел на донација на еден пар за секој купен пар, за сиромашните (инспирирани од TOM's shoes).**
6. СП го основале во рамки на универзитетскиот инкубатор во 2010.
7. Веќе ја издаваат серијата Б од производот.
8. Компанијата е проценета на 1.2 милијарди долари.

# Кои се претприемачите?

- Висока желба за **независност**;
- Способноста да **бара информации и ресурси** за постигнување на целите;
- **Лидерски** способности;
- **Упорност**;
- Прифаќаат дека **грешките и ризикот** се дел од успехот;
- Поседуваат висока **самотивација**;
- **Натпреварувачки дух**;
- Градат **ефективни врски и соработка** со поблиската и пошироката околина;
- **Искуство или знаење** во одредена област;
- Подготвени се да **учат и да се подобруваат**.

# Што е бизнис планирање?



# Бизнес план

# Содржина на бизнис планот

1. Насловна страна
2. (Содржина) и Резиме
3. Општо за компанијата
4. Дефинирање на производи и/или услуги
5. Анализа на пазарот и индустријата
6. SWOT Анализа
7. Маркетинг стратегија и тактики
8. Продажна стратегија и имплементација
9. Менаџмент тим
10. Финансиски модел
11. Анекси



# Вежба:

**Креирајте насловна страна и пробно резиме за вашата бизнис идеја**

Време(15 мин.)

# Вежба:

**Креирајте го делот општо за  
компанијата за вашата бизнис идеја**

**Време: 15 мин.**

## Вежба:

Напишете го делот дефинирање на  
производи/услуги за вашата бизнис идеја

Време: 30 мин.



# Бизнес модели

# Видови бизнис модели

# Како да развијам бизнис модел

# Елементи на ВМС

1. Сегменти на потрошувачи
2. Предлог вредност за потрошувачите (позиционирање)
3. Канали (дистрибуција)
4. Односи и комуникација со потрошувачите (промоција)
5. Извор на приходи (цена)
6. Клучни ресурси
7. Клучни активности (производи, услуги...)
8. Клучни партнери
9. Структура на трошоци
10. Стратеги за раст на бизнисот

# Примери на ВМС

**ВМС – TOM'S Shoes**

**ВМС – Coffee Shop**



# Вежба:

**Креирајте бизнис модел Канвас за  
вашата бизнис идеја**

Време: 30 мин.

# Анализа на пазарот и индустријата

- ❑ Пазарна средина (ПЕСТЕЛ)
- ❑ Карактеристики на пазарот (големина, потенцијал, раст, индустријата /конкуренција, добавувачи, дистрибутери, супститути)
- ❑ Однесување на потрошувачите (трендови)
- ❑ Анализа на клучни предности и слабости (SWOT анализа)
- ❑ Ризици за работењето

# Вежба:

**Идентификувајте ги факторите на  
влијание за вашата бизнис идеја со помош  
на ПЕСТЕЛ анализата**

Време: 10 мин.

# Вежба:

**Скенирајте ваш директен конкурент на пазарот и издвојте ги најважните информации**

Време: 10 мин.

# Вежба:

**Креирајте SWOT анализа за вашата  
бизнис идеја и изберете стратегија**

Време: 15 мин.

# Вежба:

**Креирајте табела за управување со  
ризици за вашата бизнис идеја**

**Време: 15 мин.**