

Seminarski rad

Kako do sopstvenog posla

Mentor: _____
Profesor: _____

Student: _____
Br. Indeksa: _____

Mesto, mesec, godina

SADRŽAJ:

1.	Uvod	2
2.	Stavovi, ideje, razlozi i želje	3
3.	Kako do sopstvenog posla? – Jesam li ja budući preduzetnik?.....	4
4.	Greška ili neuspeh?.....	6
5.	Šta konkretno raditi?.....	9
5.1.	Kako preduzetnik doživljava tržište?.....	9
5.2.	Ideja ili prilika za sopstveni posao.....	9
6.	Hoće li posao biti uspešan?	10
7.	Procena i planiranje.....	11
7.1.	Svrha preduzetničkog projekta.....	11
7.2.	Pisanje preduzetničkog projekta.....	11
8.	Zakonski okviri i propisi	13
9.	Zaključak.....	14
	Literatura.....	15

1. UVOD

Tema ovog rada po suštini je vrlo kompleksna. Pokušaj da se prepoznaju i procene činioci koji utiču na predradnje i pripreme pri osmišljavanju, planiranju i pokretanju sopstvenog posla, ima široko značenje.

«San ili stvarna mogućnost...» asocira na preduzetnika početnika koji nije jasno orjentisan ili ne raspolaže jasnim ciljem. Kao takav, on na temelju imaginacije o vlastitom poslu započinje (teoretski) aktivno stvarati preduslova kako bi na kraju postigao željeni pomak.

Mala i srednja preduzeća, koja su konačno i oblikovala ovu sadržajnu celinu, baziraju se na izvorima različitih interpretacija i sugestija. Tema: «Sopstveni posao – realna mogućnost za preduzetnika početnika» podrazumeva i promenljivu okolinu, pa tako i rizik sopstvene kreativnosti ili inovacije.

2. Stavovi, ideje, razlozi i želje

Postoje brojni, ali i protivrečni stavovi kada je riječ o pokretanju sopstvenog posla. Dok su jedni optimistični i traže dodatan razlog "ZA", drugi zastupaju stav sumnje i nepovjerenja. Istina se obično nalazi negde u sredini.

Ideja da se započne sopstveni posao često dolazi u obliku nekog subjektivnog razloga, želje ili očekivanja, pa tako neki autori navode sledeće motive:

- biti svoj šef,
- izbjeći ograničenja u napredovanju zbog pola, godina starosti, rase ili nedostatka formalnog neobrazovanja,
- raditi kod svoje kuće,
- raditi baš ono što se želi ili
- iskoristiti neki svoj talent do maksimuma.

Osim toga, ideja da se krene u preduzetništvo može biti izazvana od nekih neočekivanih događaja, spoljnih okolnosti ili povoljne prilike koja se stvorila, ili radi neke inovacije i potrebe za poboljšanjem, radi promena tržišne ili demografske strukture, te kao rezultat sticanja novih znanja. Sve to može nadahnuti nekog preduzetnika da osmisli i pokrene vlastiti posao.

Ipak, sama ideja da se krene u prvi, sopstveni ili samostalni posao temelji se isključivo na želji. Mogli bismo to čak opisati kao maštanje o vlastitom poslu ili sanjarenje o nekoj pravoj prilici koja čeka negde pred vratima.

Razlozi koji najčešće pokreću preduzetnike da se upuste u vlastiti posao, jesu

- **korist,**
- **samodokazivanje**
- **zadovoljstvo**

3. Kako do sopstvenog posla? – Jesam li ja budući preduzetnik?

Teoretski, a i u praksi većina se teških i zahtevnih situacija u životu može uspešno rešiti. Međutim, kada je reč o biznisu, tada dobro poznavanje poslovanja i dobro poznavanje samog sebe tek smanjuje mogućnost neželjenog ishoda.

Obzirom da se o poslovanju može uspešno učenjem i teoretski ovladati, poznavanje samoga sebe nema drugih izvora, osim da se postavi pitanje:

- Jesam li ja uopće sposoban/sposobna za samostalni posao?

Da li je neko sposoban za samostalni posao i kako će se snalaziti u vođenju posla, teško je reći. Neka su istraživanja pokazala da će verovatno kao preduzetnici uspeti oni koji imaju sledećih šest osobina:

- 1. inovativnost,**
- 2. razumno preuzimanje rizika,**
- 3. samouverenost,**
- 4. uporan rad,**
- 5. postavljanje ciljeva i**
- 6. odgovornost.**

Pretpostavka ovih karakteristika za preduzetnika početnika još uvek nije i garancija za uspeh. Razlog je što preduzetnik početnik nema adekvatnog iskustva u praksi, a kao nosilac inicijative novog posla, preduzetnik početnik trebao bi i planirati, organizovati, kadrovati, voditi i kontrolisati konkretno poslovanje. Za obavljanje i balansiranje ovih zadataka, preduzetnik početnik oslanja se prvenstveno na sebe.

Kako bi poduzetnik početnik saznao više o sebi, o svojim namerama ili barem osnovnim pokazateljima koje često svako od

nas uzima «zdravo za gotovo», samoispitivanje može biti vrlo korisno.

Sledeća pitanja imaju upravo takav cilj:

- 1. Koliko sebe poznajem?**
- 2. Koliko mogu uložiti u posao?**
- 3. Koliko očekujem od posla?**

Saznati više o sebi može biti tek subjektivno posmatranje samoga sebe. Moguće zamke podcenjivanja ili precenjivanja izbeći će se ako se realno pokuša oceniti npr: dosadašnje radno iskustvo, osnovne veštine, znanja, talenti, hobiji ili barem samom sebi priznati čime se volite baviti, gde stanujete, kakvi su vaši stambeni uslovi, kakvo je stanje domaćinstva tamo gdje nameravate poslovati, kakva je vaša porodica i druge značajne okolnosti, odnosno vaše navike.

Osim talenata i iskustva treba nešto dati ili koristiti u svom poslu. Odgovori na pitanja o tome koliko novca možete uložiti, odnosno osigurati za početak poslovanja, koji alat ili opremu posedujete, a da vam služi u biznisu, gde želite raditi, koliko vremena i kada možete posvetiti svom poslu i ostala pitanja, daće uvid u realnu početnu poziciju.

Osim toga, neophodno je saznati i što se očekuje od svog posla. Pitanja npr.:

zašto želite sopstveni posao,
znate li koju biste vrstu biznisa želeli započeti,
koliko novca želite zaraditi ili
koliko želite razviti svoj posao,

pomoći će u boljoj orijentaciji pri oblikovanju konačne odluke.

4. Greška ili neuspeh?

Spomenuti razlozi i stavovi potiču na razmišljanje o vlastitom poslu kao o primamljivoj i privlačnoj ideji, dok s druge strane sumnje i nepoverenje s naglaskom na nesigurnost i neizvesnost ishoda upućuju na oprez.

Neuspeh nekih preduzetnika pokazuje da je moguće očekivati i promašaj. Ponekad se tek otvorena firma iz susedstva nakon nekoliko meseci zatvori, a loše vijesti o neuspelim poslovima brzo putuju medijima.

Studije pokrenute na temu neuspešnosti u biznisu pokazale su kako se većina novih poslova zatvara unutar prve tri godine, a da se tek pola njih uspe održati barem pet godina. Ustanovljeno je da su preduzetnici bili vrlo motivirani, da su bili spremni mnogo raditi i da su postavljali vrlo precizne ciljeve. Studije o neuspehu u poslovanju otkrile su da je nedostatak znanja, nedovoljno planiranje i nedovoljno novca najčešći razlog propadanja poslova.

Svaki se, dakle, pojedini slučaj pokretanja sopstvenog posla, uz pretpostavku dobre ideje i uverenja da će sve ići po planu, ipak ne ostvaruje svaki put.

Preduzetnik početnik još uvijek nema iskustva u samostalnom poslovanju, nema razvijene poslovne i organizacione mreže i na svom početku raspolaže vrlo ograničenim kapitalom ili ulogom. Kao takav, on već u osmišljavanju svog posla treba uzeti u obzir da ulazi u grupu visokog poslovnog rizika.

Jedan od načina da se dođe do dodatnih informacija o tome kako se zpravo vodi posao, šta treba znati, što je važno, kako pravilno odlučiti itd, osim praktičara koji o tome najviše znaju, stručne literature i studiranja, aktivnog učenja i istraživanja, postoji još jedan izvor, a to su razne knjige namenjene široj javnosti, a bave se već spomenutim pitanjima.

Priručnici kojima je svrha podstaknuti širu javnost na razmišljanje o sopstvenom poslu obiluju pričama, savetima i

sugestijama koje bi preduzetniku početniku mogle poslužiti kao dodatan izvor ideja ili informacija.

Jedan od takvih priručnika bavi se temom pokretanja malog biznisa s malim ulaganjem, pa s tog stanovišta autor savetuje sledeće:

- 1. Nemojte zakupljivati poslovni prostor. Krenite s kućnim preduzetništvom. Zakup traži potpis ugovora, što je značajan odliv novca kroz duže vremensko razdoblje. Možete raditi kod kuće ili u garaži, a možda se odlučite za takav posao u kome će te vi odlaziti u kuće svojih kupaca ili druga preduzeća. Možda možete prodavati na pijaci ili sajmu. Tamo se može jeftinije zakupiti prostor na kraće vrijeme.**
- 2. Ne zapošljavajte radnu snagu. Izbegavajte fiksne plate i administraciju koja je u vezi s tim. Ako vam je potrebna pomoć, počnite od članova porodice.**
- 3. Nemojte odmah osnivati trgovačko društvo. Počnite kao obrtnik.**
- 4. Izbegavajte pozajmljivanje novca. Ako baš morate, onda neka to budu iznosi koje možete brzo i bez poteškoća vratiti.**
- 5. Izbegavajte preterane troškove za opremu. Izaberite posao s alatima i mašinama koje već posedujete. Ako ipak opremu ne možete iznajmiti, već je morate kupiti, pričekajte narudžbinu koja zahteva tu opremu.**
- 6. Kontrolišite početne troškove. Izbegavajte sve što je nepotrebno, koristite ono što imate.**
- 7. Izbegavajte ili ograničite zalihe. Ukoliko ne možete zalihe brzo obrtati, nemojte vezati novac za suvišne količine.**
- 8. Izaberite biznis u kojem ćete biti brzo plaćeni gotovim novcem. Ako vaš posao zahteva mnogo vremena, tražite avans dovoljan za pokriće svih troškova osim vašeg rada.**

- 9. Krenite s nečim što znate raditi. Iskoristite svoje veštine, hobije ili poslovna iskustva.**
- 10. Izaberite biznis koji odgovara vašoj osobenosti. Neki ljudi vole prodavati, drugi radije proizvode, pružaju usluge ili nešto drugo.**
- 11. Izbegavajte poslove s pravnim rizicima i obavezama. Izbegavajte proizvode i usluge koje vas mogu izložiti sudskim tužbama.**
- 12. Zadržite u firmi glavnicu zarađenog novca. Kada počnete zarađivati, oduprite se iskušenju da trošite za lične potrebe.**

Nakon ovih opštih sugestija spomenimo još neke nezaobilazne poslovne okolnosti i situacije koje budući preduzetnik mora uzeti u obzir:

- odgovornost prema svojim poveriocima, kupcima i svojim zaposlenima,
- rad noću ili vikendom,
- manje vremena za porodicu i lični život,
- nestabilni prihodi,
- odlučivanje i posledice vezane za odlučivanje,
- mora će se stalno nešto prodavati (sebe, svoje ideje, proizvode ili usluge),
- mora će voditi administraciju, mora će otpuštati i zapošljavati radnike, a istovremeno snositi i odgovornost za sve greške koje oni mogu učiniti.

5. Što konkretno raditi?

Kada na kraju prevagne «oštroumno», a ne «sigurno», na red stiže pitanje:

- Šta konkretno raditi?

U procesu odabira predmeta budućeg poslovanja preduzetnik traga za kvalitetnom preduzetničkom idejom ili poslovnom prilikom koja će kroz tržište ostvariti svoju svrhu.

5.1. Kako preduzetnik doživljava tržište?

Što se tržišta tiče, bilo ono lokalno, regionalno, nacionalno ili svetsko, preduzetnici tržište gledaju kao sučeljavanje mnoštva najrazličitijih proizvoda, roba i usluga s jedne strane, te tržišno realnih, odnosno platno utemeljenih potrošačkih želja s druge strane.

Osim toga, preduzetnici, kao i svi drugi «prolaznici», brzo primećuju čega na ciljanom – posmatranom tržištu ima, ali za razliku od drugih, preduzetnici naročito zapažaju čega na tržištu nema i upravo u tome vide svoju poslovnu šansu. S tog stanovišta možemo govoriti o preduzetničkoj ideji ili o poslovnoj prilici.

5.2. Ideja ili prilika za sopstveni posao

Svakako, preduzetničku ideju treba razlikovati od poslovne prilike, jer svaka preduzetnička ideja nije istovremeno i poslovna prilika.

Preduzetničke ideje mogu se pronaći na raznim mestima, oblicima i medijima. Ideje kao takve mogu proizaći iz svakodnevnog života, počevši od porodice, prijatelja, drugih preduzetnika, časopisa, reklama ili oglasa, poslovne literature,

poslovnih vodiča, interneta ili kao rezultat posete nekom poslovnom ili privrednom sajmu.

Prikupljanje ideja je, zapravo, modifikovanje vlastitog načina razmišljanja i traženje odgovora na pitanje:

- Ima li ovdje neka poslovna mogućnost?

Možemo zaključiti da su izvori ideja beskonačni. Međutim na putu do svoje realizacije i tržišne verifikacije, preduzetnička ideja prolazi kroz složene procese i ocjene sa stanovišta mnoštva tržišnih, tehničko-tehnoloških, organizaciono – kadrovskih, finansijskih i bitnih relevantnih ograničavajućih i podsticajnih, unutrašnjih i spoljnih faktora.

S time u vezi, preduzetnička ideja može dobiti epitet poslovne prilike tek kada njena selekcija, obrada i poslovno rasčlanjenje argumentovano i afirmativno odgovori na pitanja o tome: *šta, za koga, koliko, kada, kako i gde* tržišno učinkovito tj. profitabilno proizvoditi, tražiti ili usluživati.

S druge strane, poslovna prilika je preduzetnička ideja s početnim visokim stepenom profitne verifikacije.

6. Hoće li posao biti uspešan?

Da li i kako iskoristiti neku priliku ili ideju za pokretanje sopstvenog posla još uvek nije jak temelj za stvarno delovanje, jer se nameće sledeće:

- Hoće li posao biti uspešan?

Pokretanje i vođenje sopstvenog posla zahteva vremena i truda. Mnogi su ljudi spremni na to, ali uvijek postoji pitanje – Hoće li posao biti uspešan? Kada bi u to bili sigurni, pozajmili bi sav potreban novac i dali bi svoju kući pod hipoteku.

Međutim, novac kao osiguranje uspeha u pokretanju nekog posla, nije i jedini uslov koji doprinosi uspešnosti. Još uvijek vreba mnoštvo nepoznanica koje lako mogu naneti štetu a da sve na prvi pogled izgleda potpuno savršeno.

7. Procena i planiranje

Kako bi se osigurala još bolja procena i ocena planiranog posla, a koji se još uvijek, pretpostavljamo, nalazi u preduzetnikovoj glavi u obliku ideje ili poslovne prilike, potrebno je sastaviti plan.

Kada se za planiranje posla koristi pisani oblik u obliku projekta koji opisuje ideju od njenog nastanka pa sve do načina realizacije, reč je o pisanju preduzetničkog projekta ili biznis-plana.

7.1. Svrha preduzetničkog projekta

Kao takav, preduzetnički projekat služi za detaljno osmišljavanje, planiranje i procenjivanje određenog posla kako bi se izbegle moguće greške ili propusti. Obzirom da je biznis-plan, opšte gledajući, skup planova u planu, često je za njegovu izradu potrebna i stručna pomoć.

Iako postavlja brojna pitanja i višestrano analitički preispituje opravdanost konkretnog poslovnog ulaganja, preduzetnički je projekt osmišljena i opravdana predradnja u osnivanju i pokretanju konkretnog posla.

Nakon što je preduzetnička inicijativa opravdana, preduzetnički plan će i dalje biti od koristi jer će služiti kao podsetnik i putokaz u poslovanju i kao osnova za upoređivanje zacrtanog i postignutog rezultata.

7.2. Pisanje preduzetničkog projekta

Ono što preduzetnik može napraviti pre pokretanja svog posla, jeste da planira svoju budućnost. U tom smislu on treba da definiše poslovni koncept, napravi studiju tržišta proizvoda, planira financije i kao rezultat konkretnih odgovora na zadana pitanja – implementira i bude spreman započeti.

Prema N.C.Siropolisu, izrada poslovnog plana sadržajem bi trebala da uključuje sledeće:

- ✓ Odlučiti se za sopstveni posao
- ✓ Analizirati samoga sebe
- ✓ Odabrati proizvod ili uslugu
- ✓ Istražiti ciljano tržište
- ✓ Prognozirati prihode od prodaje
- ✓ Odabrati lokaciju projekta
- ✓ Izraditi proizvodni plan
- ✓ Izraditi marketinški plan
- ✓ Izraditi organizacioni plan
- ✓ Izraditi pravni plan
- ✓ Izraditi računovodstveni plan
- ✓ Izraditi finansijski plan
- ✓ Izraditi uvodno pismo

S druge strane, biznis-plan nije čvrst okvir poslovanja već se prilagođava situaciji i potrebama.

Tako u slučaju komunikacije s ciljanim poslovnim subjektima, poslovni plan će se prilagoditi korisniku.

Kao spoljni ili unutrašnji korisnici pisanog preduzetničkog projekta mogu se pojaviti pravne ili fizičke osobe i to u obliku: preduzetnika-investitora, potencijalnih deonika, finansijera i kreditora, distributera, dobavljača ili kupaca, partnera i suulagača, menadžera i zaposlenih, uprava i samouprava te državnih fondova.

Zavisno o tome koga će zanimati, poslovni se plan prilagođava, ali se ne može izostaviti njegova glavna namena, odnosno, mora sadržati objašnjenje i pristupe na temelju kojih se zasniva poslovanje.

8. Zakonski okviri

Iz prethodno izloženog, može se zaključiti da preduzetnik početnik želi započeti, obavljati sopstveni posao, da je osmislio i preispitao opravdanost takvog poslovanja i da još treba rešiti pitanje zakonskog okvira kako bi se poslovanje počelo obavljati.

Obzirom da u ovom slučaju neće doći do preuzimanja poduzeća, franšize ili nasleđivanja posla, preostaje odabir dve mogućnosti. Prvo je osnivanje društva s ograničenom odgovornošću, dok je drugo osnivanje obrta.

Odluka o tome koji će se pravni oblik za registraciju novog poslovnog subjekta odabrati, zavisi od potreba samog poslovanja, a tako i o osnivaču, odnosno preferencijama i željama.

Još samo treba dodati da osnivanje obrta ili društva s ograničenom odgovornošću pravno i poslovno podrazumjeva onaj trenutak kada preduzeće svojom registracijom stiče legitimnost pravne osobe i započinje obavljanje određene delatnosti.

9. Zaključak

Svaki se preduzetnik početnik nalazi pred velikim zadatkom kada se upušta u osnivanje sopstvenog preduzeća. Osnivanje, u smislu registracije poslovanja – tek je manji deo ukupnih osnivačkih predradnji.

U izlaganju se kao podloga koristio slučaj tipičnog početnika poduzetnika koji bi želeo «uspeti».

Uspeh nije slučajnost, već uporan rad na osmišljenim zadacima koji kumulacijom ostvarivanja dovode do «privida» uspešnosti.

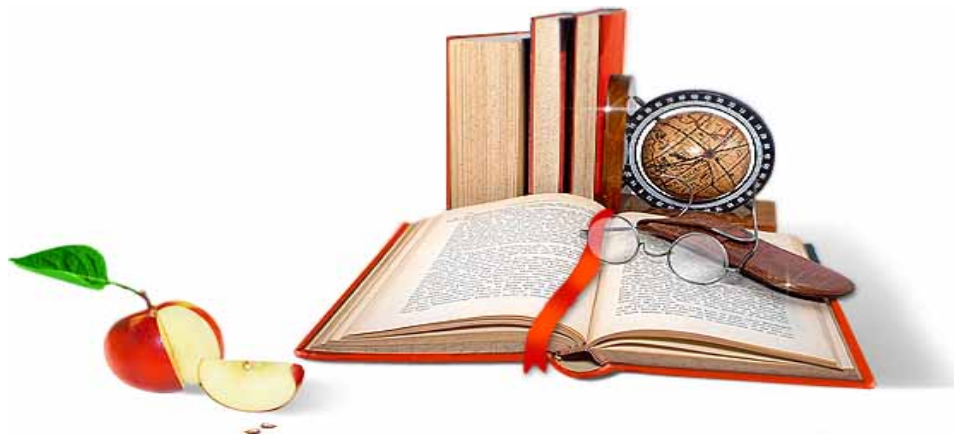
Biti uspešan – statična je forma, a uspeh je tek čin. Uspešno poslovanje je umetnost balansa akrobata na žici... dok ga svi gledaju i dive mu se, on sebe održava uverenjem da MOŽE, ZNA i MORA i sledeći put «obaviti svoj posao».

Literatura:

1. Levinson, J.C, Gerila marketing, IQ Medija, Beograd, 1992.
2. Grozdanić R., Đorđević D., Strukturni, finansiski i poreski preduslovi razvoja malih i srednjih preduzeća, Ekonomski anali, vanredni broj decembar 1997, Ekonomski fakultet Beograd, 1997. str.182.
3. Đorđević Dejan, Mala i srednja preduzeća, KAS, Beograd, 2001.
4. Đorđević D., Bešić C., Marketing komuniciranje, TF Mihajlo Pupin, Zrenjanin, 2004
5. Drucker Peter, Menadzer za budućnost, PS Grmeč- Privredni pregled, Beograd, 1995.
6. Drucker Peter, Inovacije i preduzetništvo, PS Grmeč- Privredni pregled, Beograd, 1996.
7. Đorđević D., Bešić C., Bogetić S., Osnove funkcionisanja savremene ekonomije, TF Mihajlo Pupin, Zrenjanin, 2005.
8. Sajfert Zvonko, Preduzetništvo, TF Mihajlo Pupin, Zrenjanin, 2003.
9. Grozdanić R., Đorđević D., Osnove ekonomije, TF Mihajlo Pupin, Zrenjanin, 1999.

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.

**RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI
MATERIJALI.**



WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MATURSKIRADOVI.NET

WWW.MATURSKI.NET

WWW.SEMINARSKIRAD.INFO

WWW.MATURSKI.ORG

WWW.ESSAYSX.COM

WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI

NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM