



**VISOKA POSLOVNA ŠKOLA
STRUKOVNIH STUDIJA
ČAČAK**

SEMINARSKI RAD

**STRATEŠKI BIZNIS PLAN PREDUZEĆA
“LOCAL-COMP”**

Mentor: _____
Profesor: _____

Student: _____
Br.Indeksa: _____

Mesto, mesec, godina

Sadržaj:

1. Plan pozicioniranja – prikaz preduzetničke firme

Rezime plana

Položaj grane

Misija preduzetnika i njegove firme

Opis firme

Plan biznisa

Lokacija poslovnih punktova

Ocena sebe

2. Menadžment plan

Plan proizvoda i/ili usluga – menadžerski aspekt

Plan pripremnih aktivnosti

Tehnološki plan

Plan kadrovanja

Plan objekata i poslovnog prostora

Plan opreme, uređaja i prateće infrastrukture

SWOT analiza

Strategije razvoja

Plan zaštite biznisa

Rizici

3. Marketing plan

Marketing informacioni sistemi (MIS)

Marketing obaveštajni sistem

Istraživanje marketinga

Marketing miks

Ciljno tržište

4. Finansijski plan

Finansiranje biznisa

Plan izvora sredstava

Probni bilans stanja

5. Izvodljivost biznis plana

6. Kontrola biznis plana

7. Revizija biznis plana

8. Vizuelizacija biznis plana

1. PLAN POZICIONIRANJA

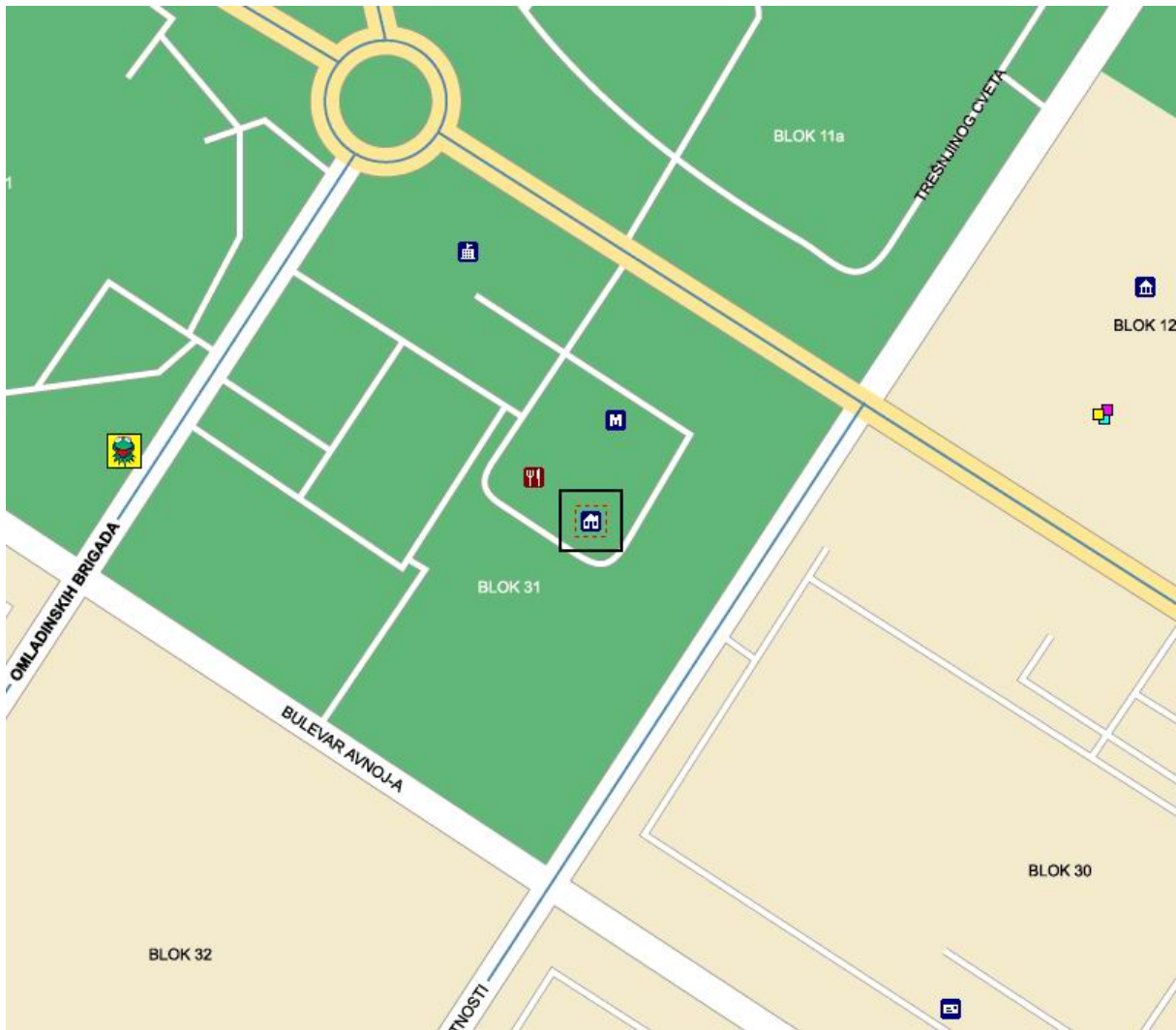
1.1. REZIME PLANA

U okviru biznis plana poslovnog objekta koji nosi naziv „LOCAL-COMP“ predstavljam sažeti program po kome će moja firma da funkcioniše. „LOCAL-COMP“ je samostalna trgovinska radnja koja se bavi prodajom računara, računarskih komponenti i prateće opreme, kao i pružanjem usluga servisa istih.

Naziv firme: „LOCAL-COMP“

Središte firme: Bulevar Mihajla Pupina 165b,
11070 Novi Beograd

Kontakt tel/fax: 011/2013-460



e-mail: local-comp@gmail.com

Web adresa: www.local-comp.co.yu

Vrsta delatnosti: Trgovinska

Delatnost: Prodaja i servis računara, računarskih komponenti i prateće opreme.

Broj i struktura kadra: Ukupno 4 radnika - vlasnik (šef i menadžer prodaje), menadžer prodaje, serviser+transportni radnik i još jedan serviser.

1.2. POLOŽAJ GRANE

Stalni razvitak tehnologije doveo je do toga da ponuda i tražnja proizvoda iz grane mog biznisa uporedo rastu sa potrebama krajnjih kupaca. Na tržištu ponude proizvoda, iz grane poslovanja kojom se moja firma bavi, velika je

konkurencija, a do toga je dovela činjenica da je danas sve bazirano na kompjuterskoj tehnologiji i samim tim sve ozbiljnije firme na tom tržištu i opstaju. Međutim, trenutna urbanizacija područja govori mi o tome da će moja firma biti vrlo uspešna u toj grani poslovanja, jer se mnogi stambeni i poslovni objekti otvaraju u neposrednoj blizini, kojima će biti neohodna usluga moje firme.

Odnos između nabavnih i prodajnih cena je dobar u tom smislu da se na svaki prodati proizvod dobija rabat od 50%, što znači da moja firma može na svakom proizvodu da ostvari profit od 50%.

1.3. MISIJA PREDUZETNIKA I NJEGOVE FIRME

Misija, mene kao preduzetnika firme, jeste da ostvarim što veći profit uz što manja ulaganja. Međutim, da bi firma opstala na tržištu, zadovoljstvo treba da bude obostrano.

Zato politika moje firme nije samo da prodaje proizvode iz grane kojom se bavi, već i da te iste proizvode što bolje približi krajnjim kupcima i pomogne im opredeljenju u kupovini. Kroz paletu proizvoda koju moja firma trenutno nudi ili koja treba da se pojavi, želim da prikazem prednosti najnovije tehnologije.

Takođe, politika moje firme se ogleda i u tome da kupcima i drugim firmama želim da ponudim samo najkvalitetnije iz te branše i zato moja firma nudi isključivo proverene proizvode najboljih i najpoznatijih svetskih proizvođača.

1.4. OPIS FIRME

Samostalna trgovinska radnja **“LOCAL-COMP”**

Bulevar Mihajla Pupina 165b, 11070 Novi Beograd, Srbija i Crna Gora

Tel./Fax.: 011/2013-460

Web site: www.local-comp.co.yu

e-mail: local-comp@gmail.com

Vlasnik: Čedomir Rašević

Inokosno preduzeće za prodaju i servis računara, računarskih komponenti i prateće opreme.

1.5. PLAN BIZNISA

Vrsta osnovnog biznisa, kojim će se baviti moja firma, je trgovina na malo, što podrazumeva prodaju računara, računarskih komponenti i računarske prateće opreme. Pored ove osnovne delatnosti planiram još jednu delatnost koju ne bih nazvao sporednim biznisom. Naime, smatram da će mi servisiranje računara i

prateće opreme donositi većinu profita, jer su ulaganja minimalna. Praktično, jednom uložim u tu delatnost, a kasnije se ulaže samo znanje i vreme podrebno za samu opravku. Uz to bih napravio još i katalošku prodaju putem interneta kako bih kasnije proširio posao i na elektronsko poslovanje za šta smatram da predstavlja budućnost u biznisu.

1.6. LOKACIJA POSLOVNIH PUNKTOVA

Poslovni punkt "LOCAL-COMP"-a se nalazi u ulici Bulevar Mihajla Pupina 165b, kod opštine Novi Beograd i između dva velika tržna centra (novi MERKATOR i ENJUB) gde imam lokal u vlasništvu. Veliku pogodnost predstavlja sama lokacija objekta jer je veoma urbanizovana i prometana, a u blizini nema jake konkurencije. Pored samog prodajnog objekta nalazi se i magacin za skladištenje robe, što veoma smanjuje troškove transporta nego da se magacin nalazi na nekom drugom mestu. Takođe treba napomenuti da sam prodajni objekat poseduje i veliki izlog, što daje mogućnost isticanja reklama i izlaganje robe.

1.7. OCENA SEBE

Za oblast računara počeo sam da se interesujem još od malena, prateći nove tehnologije kroz časopise i emisije vezane za tu tematiku. Nabavkom mog prvog računara to interesovanje je sve više raslo i kasnije mi je bilo jasno da je nemoguće zamisliti domaćinstvo ili firmu koja nema bar jedan jedan kompjuter. S tim hoću da kažem, da to nije neko trenutno ili prolazno interesovanje, gde gledam samo na profit, već u tome vidim pre svega ličnu satisfakciju i planiram ozbiljno da se bavim tom granom delatnosti. Isto tako, moje iskustvo se vezuje za to da dosta računarskih sistema održavam što po domaćinstvima to i po manjim firmama, što mi daje dodatnog elana i hrabrosti za ulazak u ovaj biznis sa dovoljno ambicija, iskustva i znanja.

Od strane moje porodice uvek sam imao podršku u mojim odlukama, pa i u ovoj, što ću da opravdam mojim uspehom u poslovanju. Veoma sam komunikativan i smatram da je to ključ u saradnji sa kolegama i mušterijama.

2. MENADŽMENT PLAN

2.1. PLAN PROIZVODA I/ILI USLUGA – MENADŽERSKI ASPEKT

„LOCAL-COMP“ je firma koja se bavi trgovinskom delatnošću iz oblasti računara i računarske tehnologije. Kao preduzetnik te firme želim da svojim musterijama ponudim što veću paletu proizvoda, kako računara i računarskih komponenti, tako i ostale prateće opreme i potrošnih materijala vezane za tu granu delatnosti. Uspeh u mom poslovanju će ogledati pre svega u tome da ću kupcima ponuditi pre svega proizvode proverenog kvaliteta, kao i raznovrsnu ponudu najpoznatijih svetskih proizvođača, što smatram i kao dobar marketinški potez. Robu ću nabavljati od direktnih zastupnika proizvodnih firmi i kao pogodnost, takvog poduhvata, imaću zvanje njihovog zvaničnog dilera i mnogobrojne popuste i pogodnosti na proizvode.

„LOCAL-COMP“ će pre svega u svojoj ponudi imati kupovinu odvojenih računarskih komponenti čime mislim da privučem pažnju drugih (manjih) dilera i samim tim proširim lanac svoje prodaje. Pored toga ponudiću i kupovinu celih računara, što gotovih to i konfiguracija koje će sama musterija moći da izabere, i koje će sklapati kvalifikovani seviseri. To smatram kao dobar poslovni poduhvat, jer će dosta pomoći pri kupovini i firmama, a i korisnicima koji se ne razumeju bas mnogo u računare.

Pored navedenog, u ponudu „LOCAL-COMP“-a svrstao bih i veliki izbor prateće opreme za računare, široku lepezu multimedijalnih proizvoda koji sve više osvajaju tržište, kao i njihovu propratnu galanteriju. Skrenuo bih pažnju i na kancelarijski potrošni materijal, kao i na usluge servisiranja svih kupljenih proizvoda što u garantnom roku, to i van njega.

2.2. PLAN PRIPREMNIH AKTIVNOSTI

Obaveza, mene kao preduzetnika firme i kao vlasnika lokala, je da pre svega registrujem firmu. Pošto je objekat u kom se nalazi moj lokal izgrađen pre samo par godina, potpuno je legalizovan i opremljen svim vodovodnim, strujnim i telefonskim instalacijama. Kao takvu, firmu mogu da počnem da adaptiram u poslovni objekat. Potruđiću se da sa unutrašnjim inventarom svoj lokal učinim što privlačnijim i da bude modernog dizajna, jer smatram da je sam vizuelni izgled lokala od ključnog značaja za ponovni dolazak mojih mušterija. Pored inventara, kao sledeću stavku naglasio bih osvetljenje, za koje smatram da nija baš od ključnog značaja, ali zna da ostavlja veoma bitan utisak. Kao narednu

stvar koju bih uradio, bilo bi iznošenje robe iz magacina i opremanje same radnje, tako da ljudi koji bi došli da kupe imaju pred sobom i mnogo toga da pogledaju iz naše ponude. I kao poslednje, instalirao bih svu opremu potrebnu za rad osoblja koje ću zaposliti.

2.3. TEHNOLOŠKI PLAN

Što se tiče tehnološkog plana, mislim da se moja firma neće nešto bitno razlikovati od konkurentnih, ali svoje mušterije mislim da dodatno prvučem tako što ću brzinu usluga dovesti na jedan određeni nivo. Takođe mislim i da svako ko se odluči da kupi nešto, da mu pružim dodatan užitak nekim skromnim poklonom ili popustom, i sve to zapakovano u privlačnoj ambalaži.

2.4. PLAN KADROVANJA

Uspeh moje firme neće samo zavisiti od mog rada i organizacije, već i od ljudi koji će u mojoj firmi obavljati posao za koji su zaduženi. Smatram da ukupno četiri radnika, računajući i mene, možemo veoma uspešno da obavljamo sve poslove koji se zahtevaju da bi firma dobro funkcionisala. Veoma mi je bitno da ljudi, koje budem angažovao, budu od poverenja i da budu stručni i komunikativni.

Kao preduzetnik firme obaveza mi je da prijavim sve radnike, a samim tim da im plaćam staž i zdravstveno osiguranje.

Kvalifikacije radnika treba da budu u skladu sa dužnostima koje obavljaju. Tako da će u mojoj firmi raditi dva kvalifikovana servisera, od kojih će jedan vršiti i transport robe, a drugi će biti zadužen za stanje u magacinu. Pored njih ćemo jedan radnik i ja biti zaduženi za prodaju i odnose sa mušterijama. Što se tiče vođenja knjiga, tu dužnost ću obavljati ja uz pomoć drugog radnika koji će zajedno samnom raditi u prodaji.

Plate mojih radnika neće zavisiti od uspeha ili neuspeha moje firme. Biće fiksne i razlikovaće se od broja zaduženja među zaposlenima.

2.5. PLAN OBJEKATA I POSLOVNOG PROSTORA

Objekat moje firme nalazi se u ulici Bulevar Mihajla Pupina 165b na Novom Beogradu. Na istoj lokaciji, u istom objektu će se obavljati i dužnosti prodaje i servisiranja i kladištenja robe, samo naravno u različitim prostorijama. Takođe i moj dobavljač će mi u istom objektu isporučivati robu, tako da su moji troškovi transporta svedeni na minimum.

2.6. PLAN OPREME, UREĐEJA I PRATEĆE INFRASTRUKTURE

Danas je tehnologija prosto neophodna za funkcionisanje nekog biznisa, a pogotovo ako se taj biznis bavi novim tehnologijama, pa će se u mom biznisu koristiti više opreme i uređaja nego u nekim drugim.

Pored osnovnih sredstava za komunikaciju, kao što su telefon i faks, u sam prodajni i servisno-magacinski deo biće instaliran po računar koji će međusobno biti umreženi. Time ću imati redovan i precizan uvid u stanje u magacinu, kao i uvid magacionera u potražnju robe. Od dodatne opreme računara biće instalirano sve što je potrebno da bi se mogao obavljati administrativni deo u prodaji, kao na primer štampač i skener.

Kao zakonsku obavezu imam uvođenje fiskalne kase, kao i terminale za kreditne kartice, čime će biti proširene mogućnosti plaćanja potencijalnih mušterija.

Pored svega navedenog planiram da, u samom prodajnom objektu, bude instalirano i par računara i monitora namenjenih za prodaju, tako da mušterije mogu direktno da se uvere u kvalitet od nekih izloženih modela.

2.7. SWOT ANALIZA

Swot analizu, koja se zasniva na analizi i oceni širokog spektra eksternih i internih činilaca poslovanja, svaki preduzetnik treba vrlo ozbiljno da shvati, jer na osnovu njih donosi odluke strateškog karaktera. S obzirom na njen značaj za uspešnost mog biznisa i na njenu kompleksnost planiram da joj posvetim posebnu pažnju. Od presudnog značaja je da slabosti i pretnje koje mogu da ugroze moj biznis uočim na vreme ili pak predvidim da bih mogao adekvatno da postupim, a takođe je važno da iskoristim šanse i mogućnosti koje mi se budu ukazale.

Eksterni činioci poslovanja pored raznih povoljnosti donose i pretnje, te mogu da ugroze mene kao preduzetnika. Od pojave opasnih konkurenata, smanjenja potražnje za proizvodima ili pak zakonskih propisa koji mogu da otežaju poslovanje. To bi bili činioci koje mogu smatrati višom silom jer na njih ne mogu uticati, ali moram biti na njih spreman pripremljenom adekvatnom poslovnom strategijom u slučaju da do njih dođe. Što se tiče šansi koje mi se mogu ukazati, one su podjednako važne za opstanak mog biznisa, jer ću njima povećati prednosti nad konkurencijom, ujedno privući nove kupce, zadržati stare, a prvenstveno povećati profit poslovanja.

Interni činioci u mom primeru, kao početnika u ovoj delatnosti mogu obilovati brojnim slabostima. One se mogu ispoljiti u pogledu nesigurnosti u povlačenju poslovnih poteza, kroz organizacione slabosti kao i u pogledu širine asortimana. Međutim, ako se uzme u obzir atraktivnost lokacije mog poslovnog objekta, iskustvo mojih saradnika i kvalifikacija njih kao uslužnog kadra, a i izuzetna motivacija za obavljanje ovog posla, smatram da će se uspostaviti određena ravnoteža.

S tim u vezi, se u toku poslovanja mora povremeno sprovoditi situaciona analiza (snaga, slabosti, šansi i pretnji), ne samo da da bi se uočili važni eksterni i interni činioci poslovanja, već da bi se utvrdilo koje sve mere treba preduzeti za bolje korišćenje šansi i snaga sa kojima se raspolaže. U svemu ovome preduzetnik ne sme nikako da minimizira svoje slabosti, a ni mogućnosti, već da bude maksimalno moguće objektivn i realan. Ako bude angažovao, a ne rutinski sprovodio SWOT analizu, on će brže identifikovati upozoravajuće signale bilo da oni dolaze spolja ili iznutra.

Uz sve ovo valja istaći važnost neprestanog razvijanja talenta prilagođavanja. Bez ovog faktora teško da preduzetnik može opstati u biznisu, posebno u savremenom društvu gde se ineprestano dešavaju ekonomske i socijalne promene. Dobre procene eksternih šansi i opasnosti, uz objektivne procene svojih sposobnosti, a sve to praćeno talentom prilagođavanja, ravno je kreativnom i uspešnom biznisu. A kreativnog i uspešnog biznisa nema bez SWOT analize.

2.8. STRATEGIJA RAZOJA

Svaki preduzetnik, pa i početnik kao ja, ukoliko je mudar i ambiciozan, mora da razmišlja i o tome kako će da kreira razvoj svog biznisa, kako u srednjoročnom tako i u dugoročnom periodu. To znači da se mora opredeliti za određene strategije. Ima više strategija razvoja i one zavise kako od eksternih okolnosti, tako i od mojih sopstvenih ideja i volje da ih ostvarim.

Između strategije konzervativnog rasta i strategije visokog rasta, opredelio bih se za prvu od ove dve. Zašto? Pre svega zbog toga što je potreban određeni vremenski period da se osvoji ova vrsta strategije, odnosno, postigne stabilnost bilansa, koji podrazumeva prosečan rast prometa i profita firme. Uz to, neprestano bih pratio razvoj mojih konkurenata i onoga što oni ostvaruju s obzirom da smo u istoj branši. Ali, imajući u vidu da sam, iako oprezan, istovremeno i ambiciozan preduzetnik, probao bih da bar malo zakoračim i u ono što se zove „Strategija visokog rasta”, putem koncentrične diverzifikacije. To znači da bih išao na malu dopunu postojećeg asortimana, koji bi pre svega svojim kvalitetom privlačio ozbiljne kupce.

Ako sam se već odlučio na širenje i produbljivanje ponuđenog asortimana, logično je da moram da se opredelim za nove metode nabavke i prodaje kao i za segmente mušterija.

2.9. PLAN ZAŠTITE BIZNISA

Činjenica je da svakom biznisu koji čovek pokrene prete brojne opasnosti. Neke od tih opasnosti se kriju u samom preduzetniku i zato ih valja hladne glave razmotriti. Preduzetnik ne sme biti čovek bez cilja i poleta u životu. Potrebno je jačati volju i neprestano raditi na sebi, razvijati mentalne potencijale. Autosugestijom valja jačati svoj duh, jer bez optimizma i hrabrosti preduzetnik neće biti spreman za poduhvate koji su pred njim. Sam sebe mora ceniti i sam sebi verovati.

I pored svega toga zna se šta najviše muči preduzetnika. To su razni strahovi koji se, ukoliko postoje, moraju vremenom eliminisati. Strah od nezavisnosti, od neuspeha, kao i nelagodnost od promena, mogu biti ozbiljne kočnice u radu. Naravno da su svi ovi strahovi realni, a mnoge promene mogu da nanesu velike neprijatnosti i gubitke. Ali nasuprot tome ima niz drugih uzbudljivih izazova na koje ću naići u samostalnom biznisu. Baš ta raznolikost postovnih mogućnosti i zadovoljstvo koje ću naći u svojoj profesiji omogućiće mi, ukoliko budem inventivan i vredan, da uspem u tom poslu.

Prema svom poslu mogu imati dva stava: **proaktivan i reaktivan**.

Proaktivan stav znači da je moje ponašanje posledica mojih odluka, dok **reaktivan** stav znači da ću se povoditi za okolnostima. Proaktivan stav je jedini mogući pravi pristup kojim bih mogao da ispoljim svoje kreativne sposobnosti, jer preduzetnički posao je kao umetnički. Ukoliko čovek počne da se bavi biznisom, a u biznisu je osoba sa reaktivnim stavom, odmah bi morao da se menja od iznutra ka spolja, jer proaktivna promena zahteva dinamičnu promenu stavova u mentalnom sklopu ličnosti. Ukoliko budem shvatio, a mislim da hoću, da je život razmena energije i vrednosti, znaću da svrha vrhunskog preduzetništva nije samo profit već i dobro obavljanje posla, uz uvažavanja kako sebe samog tako i mušterija, dobavljača i svih ostalih činilaca koji su doprineli dobrom obavljanju posla.

Trka za brzim bogaćenjem koji podrazumeva laži i prevare, pre ili posle bi me odveli u pogrešan smer, a i definitivno bi ugrozili moj biznis, stoga se ja naravno opredeljujem za pošten put, protkan poverenjem i poštovanjem, kako sa moje strane ka mušterijama, tako i sa njihove strane ka meni, ma koliko taj put bio teži i duži, on se mora isplatiti ako ja dobro poslujem.

2.10. RIZICI

Svaki biznis je riskantan, pa tako i ovaj kojim ja nameravam da se bavim, a to je otkup i promet. Na žalost, daleko je manji broj predvidjenih rizika, od onih nepredvidjenih, koji su veoma često van kontrole. Kada do rizika dođe, odnosno do konkretnog problema, ja se sa njim moram suočiti i boriti dok ga ne savladam.

Postoje i oni vidljivi rizici koji takodje mogu da izazovu potencijalne opasnosti i gubitke. U mom slučaju veoma opasan bi bio slučaj požara, vlage, zatim biološke štetočine (miševi, insekti, određene vrste gmizavaca...) koji mogu uništiti robu. Poznato je da često među kupcima ima lopova, jer postoje proizvodi koji se lako mogu izneti iz radnje. Postoji rizik i od poplave kao posledice kvarova na vodoinstalacionoj mreži koji takode mogu da unište robu. Nije poželjno ni ostavljati veće količine novca u radnji jer smo svedoci sve više oružanih pljački koje prate ovo vreme sociotoških kriza. U mom slučaju postoji rizik od uništavanja vozila kojim dopremam robu. Saobraćajna nesreća na primer bi nanela firmi veliku stetu, što materijalnu, to i u mentalnom smislu. Ne treba zanemariti ni mogućnost kradje vozila a nemogućnost nabavke novog dovode u pitanje opstanak biznisa. U svim slučajevima moram se zaštititi: uvođenjem protiv-požarnih aparata, postavljanjem malih kamera unutar radnje i uvođenjem sigurnosnog sistema, redovnom dezinfekcijom i dezinsekcijom, proverom vodoinstalacionih sistema, itd.

Postoje i stvari koje ja kao početnik moram da imam na umu pri planiranju samostalnog trgovačkog biznisa. Kao prvo, ne treba da krenem od ideje da ću u startu biti bolji od drugih, da ću prodavati ono što drugi ne prodaju i da ću za kratko vreme zaraditi mnogo novca. Najpametnije je da proučim šta drugi trgovci u ovom biznisu dobro prodaju, a šta ljudi kupuju, šta je u ovom trenutku aktuelno, da pratim novitete i svakodnevno dopunjujem svoje znanje. Ono čime ću se u startu diferencirati od njih je izvanredna usluga. Uspeh ću u početku potražiti u nižim cenama, dakle zadovoljiću se u početku i sa malim konkurentskim prednostima. Kao drugo, uspeh ću potražiti u tome što ću kroz svoju prodavnicu ispoljiti svoju kreativnost i svoje znanje, pa ću se sa tim prikazati kao drugačiji, samim tim što donosim nešto novo i interesantno, modernog dizajna, što će privući radoznalost svakog čoveka, a pošto živimo u dobu kada se računarska nauka širi i svi mi imamo potrebe za tehnikom, to znači da je svaki čovek potencijalni kupac. Kada je reč o rizicima pomenuo bih i rizik od loše promocije. Zato je potrebno da uz sve napore za dobrim poslovanjem, shvatim na početku značaj promociionog miksa (miksa reklame, publiciteta, miksa dodatnih usluga). Pored toga podrazumeva se da određeni asortiman mora da se plasira u pravo vreme i na pravi način. Oba ova rizika mogu se izbeći neprestanim učenjem, marketinškim obrazovanjem i usavršavanjem kako bi promociju svoje firme mogao uspešno da vodim. Naravno da ne očekujem da ću neke od rizika moći da izbegnem u svom poslovanju.

Međutim, ono što mogu da preduzmem za eliminaciju nekih rizika svakako da bih odmah preduzeo. Sebe i firmu sam osigurao kod osiguravajućeg društva za osiguranje imovine i lica kako bih imao pravo na naknadu štete u slučaju nastalih gubitaka. U lepezi raznih materijalnih rizika, mnogo su veći gubici poslovnog ugleda i osvojene društvene pozicije. Ugled jedne firme ne stiće se preko noći. Ne zamišljam sebe kao preduzetnika kome su važni zarada i moć, već kao jednog poštenog i uglednog preduzetnika koliko god to isplativo bilo.

3. MARKETING PLAN

Marketing je srž dobrog poslovanja, a za uspešan marketing neophodne su uvek sveže informacije. Mene kao preduzetnika najviše će interesovati tržište, odnosno nabavka i plasman robe sa kojom nameravam da poslujem. Moram biti u toku sa novim proizvodima na tržištu, sa time šta rade moji konkurenti, a pogotovo ko su moji kupci i kakva je njihova kupovna moć. Takođe je bitno da pratim kada, ko i u kom periodu u toku godine kupuje moju robu, koje su njihove potrebe, kakva su njihova znanja, kakve računare poseduju, kakva im je kupovna snaga. Neophodno je da svakodnevno pratim dešavanja u poslovnom okruženju, raznim sistemima informisanja i da im se prilagođavam. Planiram da posebnu pažnju posvetim informisanju mojih stalnih kupaca o novitetima u svom biznisu kada je roba u pitanju, da im izađem u susret sa popustima i pogodnostima plaćanja, a sa dobavljačima da održavam korektan i fer odnos.

3.1. MARKETING INFORMACIONI SISTEMI (MIS)

Marketing informacioni sistem je primaran i trajan sistem pribavljanja, tumačenja i korišćenja informacija pa je za mene kao preduzetnika neophodan u postupku osmišljavanja, pokretanja i vođenja biznisa. Za uspešnost i jednostavnije vođenje mog biznisa neophodno mi je da imam urednu evidenciju. Sve potrebne informacije vezane za kupce, dobavljače i robu skladištiću u posebnim fajlovima u kompjuteru, a informacije vezane za protok materijalnih i novčanih vrednosti u mom biznisu biće organizovani kroz vođenje računovodstva. Lično bih se opredelio za računovodstveni sistem javnog karaktera. Pored opštih knjigovodstvenih podataka posebnu pažnju bih obratio na podatke vezane za ukupni ostvareni promet na dnevnom i mesečnom planu, ukupni broj kupaca, a da bih sebe poštedeo neprijatnih iznenađenja, vodio bih računa o svim vrstama troškova. Što se tiče stanja gotovine, kapitala, zaliha i koeficijenta obrta, kao i celokupno stanje poslovnog fonda proveravaću izradom završnog računa godišnjeg bilansa stanja. Ujedno ću pratiti i bilans uspeha da bih imao uvid u ostvarene prihode i rashode, koji je pokazatelj da li je moje poslovanje u prethodnoj godini pozitivno ili ne.

3.2. MARKETING OBAVEŠTAJNI SISTEM

Glavna uloga marketing obaveštajnog sistema je u skeniranju, odnosno u procesu traženja informacija o događajima i odnosima u spoljnom okruženju preduzetničke organizacije. Njihovi rezultati pomažu da se vidi kako spoljne snage utiču ili mogu da utiču na budućnost biznisa. Samo skeniranje je veoma složen proces koji podrazumeva niz složenih radnji kao što su posmatranje ili spontano i indirektno kroz dnevnu štampu ili razgledanje izloga, ili angažovano posmatranje koje ima za cilj da otkrije konkretne činjenice vezane za biznis. To svakako podrazumeva moj aktivan stav prema prema raznim stvarima koje me okružuju kao i široku lepezu mojih interesovanja, uključujući i informisanost putem javnih sredstava informisanja. Uslovno posmatranje u mom slučaju bile bi posete sajmovima tehnike i odnosile bi se na fokusirano posmatranje koje bi mi pomoglo da pribavim konkretne informacije vezane za zbivanja i novitete na tržištu računarske opreme.

3.3. ISTRAŽIVANJE MARKETINGA

Na početku svakog novog biznisa neophodno je istraživanje kako eksterno tako i interno. Pod eksternim se podrazumeva istraživanje tržišta, dobavljača, kupaca, trendova, konkurencije, banaka, a pod internim istraživanje i analiza socijalnih, psiholoških i ekonomskih predispozicija za obavljanje opredeljenog biznisa. Marketing istraživanja se razlikuju od internih izveštaja (računovodstva) i MIS-a (skaniranja). Ova istraživanja se sprovode kampanjski i služe za dobijanje konkretnih informacija. Nasuprot tome sistem internih izveštaja predstavlja kontinuirane aktivnosti. Sistem istraživanja marketinga je kao neka vrsta bilansa koji će mi omogućiti brzi uvid u određeno područje poslovanja. Prema elementima marketinga mogu se vršiti razne vrste istraživanja. To su istraživanja promocija, tržišta i cena, a prema predmetu istraživanja mogu biti situaciona, marketing miksa, vezana za delotvornost marketinga.

Kada je u pitanju vrsta bilansa, bavio bih se situacionim istraživanjima. Posebno bih proučavao ponudu i tražnju za određenom robom koju nudim. Takođe bih stavio akcenat na istraživanje promocije i tu bih postavio pitanje ne samo svog već i tuđeg publiciteta i imidža. Zatim bih sproveo istraživanje odnosa sa javnošću (*public relations*), a sve to da bih došao do pravih saznanja o kvalitetu promocije, bilo da je

tek planiram ili da je ona već ostvarena. Što se samih metoda tiče, koristio bih metod posmatranja i metod anketiranja kupaca. Kada je reč o istraživanju marketinga, sad mi je jasno sa kakvim opasnostima se mogu sresti na samom početku svog poslovanja. Ako nekontrolisano i bez određenog cilja budem sakupio more podataka, oni me mogu i te kako dezorijentisati i zbunuti, a od toga bi bilo više štete. Zato bih gledao da izbegnem fonomen informacione poplave, koja neizbežno vodi moj biznis u pogrešan smer.

Moja odluka ja da u početku svog istraživanja istražujem lično i ne samo one varijable marketinga za koje procenim da imam direktnog interesa. S obzirom da se u mom slučaju radi o maloj preduzetničkoj organizaciji (inokosnoj organizaciji), sam ću se baviti poslovima analize i procene dobijenih podataka. Tek na osnovu dobijenih saznanja moći ću da donosim odluke strategijskog i operativnog karaktera. Kao biznismen, marketinški opredeljen, a ciljno usmeren, svestan sam raznolikosti ljudskih želja i potreba. One su naravno veoma promenljive i pod uticajem su društvene sredine. U siromašnom društvu kupac najpre mora da zadovolji svoje osnovne potrebe. Pa ipak, iako ovaj biznis ne obećava veliku zaradu u društvu koje je u tranziciji, kao što je naše, ne bih odustao od svoje želje da se ovim poslom ozbiljno bavim. S poboljšanjem kupovne moći stanovništva i sveukupnih društvenih promena, siguran sam da će i ovoj vrsti biznisa doći bolji dani, zato želim da budem optimista. Zato ću prilikom izrade ovog biznis plana morati da i sa ovog aspekta proučim tržište plasmana. U vezi sa tim u vidu imam i modni menadžment. Kao uspešan biznismen moram da vodim računa o ukusu i duhu vremena u kome živim. Postoje i računarske komponente koje zastarevaju, više se ne proizvode, a izlaze novi modeli monitora, tastatura, itd. Zato ću u svom asortimanu uvek imati i najnoviju reč tehnike, a takođe i ono što su realne potrebe mojih potrošača. Iz tog razloga što na tržištu uvek ima mesta za sve proizvode.

3.4. MARKETING MIKS

Ukoliko želim da postanem vrhunski menadžer marketinga, moraću da pokažem umeće u umesnom miksiranju bazičnih instrumenata marketinga - proizvoda, cena, plasmana i promocija. Najpre ću miksirati asortiman artikala koje nudim. Na primer uzimaću samo najkvalitetnije računarske komponente pristojnih cena. Jednom rečju miksirao bih ponuđeni asortiman kako bih pružio kupcu ono što je njemu zaista važno i ono što mu je potrebno - kvalitet i pristojnu cenu, tako da ni jedan kupac iz moje radnje ne bi izašao praznih ruku i nezadovoljan. Ovo miksiranje ponuđenih proizvoda ne bih shvati kao kampanju, već kao permanentni proces i moj svakodnevni zadatak. Takođe bih pribegavao, kada je to potrebno, miksiranju cena na gore ili na dole u zavisnosti od plasmana.

Pored svega ovoga uključio bih i miks distribuciju, kada procenim da je to potrebno. Računari bi se u tom slučaju prodavali i van prodavnice, tj. nudio bih kupcima robu na noge što bi se reklo. To bi bilo za škole, radne organizacije,

preduzeća koja bi naravno uzimali veće količine. To mogu izvesti lično ili preko raznih agenata posrednika, koji bi robu distribuirali. Što se tiče miksa promocije, nju bih sprovodio kao kontinuiranu aktivnost svoje firme, radi njenog uspešnog komuniciranja sa tržištem.

Pri kreiranju marketing plana, a pre ulaska sa ponudom na tržište, praviću studioznu analizu svojih direktnih konkurenata. Običi ću sve prodavnice računarske opreme za koje utvrdim da bi po svom nivou i asortimanu, lokaciji, mogle biti konkurenti mom biznisu.

3.5. CILJNO TRŽIŠTE

Moje ciljno tržište će za početak biti lokalno orjentisano, a kad tu budem ostvarivao određene rezultate onda bi se naravno proširio. Što se klijentele tiče to bi bili ljudi širokog spektra starosne dobi, jer su u današnje vreme svi konzumenti računara i računarske opreme. Miks proizvoda mi dozvoljava ovakvu klasifikaciju jer je informatika kao nauka već zahvatila široke narodne mase i stvorila zavisnost i kod nas i u svetu. Danas svi imaju potrebu za računarima jer je na njima zasnovano sve vezano za poslovanje, a i zabavu.

4. FINANSIJSKI PLAN

Najkritičniji deo biznis plana je svakako finansijski plan. Ako ovaj deo tog planskog dokumenta budem dobro formulisao, lakše će se očuvati finansijski aspekt mog biznisa u prvoj, najburnijoj godini mog rada. Iako sam se opredelio za posao koji volim, neophodno je da u tom poslu ostvarujem dobit, kako moja firma ne bi propala. Svestan sam da je već na samom početku moje poznavanje računovodstva slabo, pa se stoga odmah na početku opredeljujem za pomoć iskusnog knjigovođe, čije će mi angažovanje obezbediti solidan finansijski pristup.

4.1. FINANSIRANJE BIZNISA

Postoje mnogobrojni izvori za finansiranje poslovnih poduhvata kao što su finansiranje od samog preduzetnika (vlasnika) firme, finansiranje od strane ortaka, od strane deoničara, poslovnih partnera, kreditiranja od strane banaka i mnogi drugi izvori finansiranja. U svim mogućnostima izvora kapitala ja sam se opredelio za sopstvena sredstva. Ne mislim da ću kao početnik praviti velike obrte novca i

ostvarivati veliki profit i upravo iz tih razloga mi je jednostavnije da upravljam sopstvenim novcem nego pozajmljenim.

Međutim, u toku rada ozbiljno ću razmišljati o onome čega se drže škole modernog biznisa, koje zastupaju stanovište da biznismen treba da se i zadužuje i udružuje, da ulazi u integraciju i u razne druge poslovne kombinacije u kojima bi koristio ne samo svoja, nego i tuđa sredstva.

Da bi se utvrdio precizan biznis, treba analizirati tri pitanja:

1. koliko novca ili druge imovine imam
2. koliko mi novca treba da započnem biznis
3. koliko će mi novca trebati za tekuće operativne troškove

Pošto precizno utvrdim svoju novčanu i drugu imovinu, moraću da izračunam sva inicijalna ulaganja, početne troškove i najzad ću sve projektovane troškove podeliti na dva dela: **neodložne početne i buduće operativne** troškove.

Pre nego što biznis krene, moram da računam na izdatke osnivačkih ulaganja: plaćanje komunalnih priključaka, nabavka opreme, takse, registracija i dr.. Tekući operativni izdaci će biti nabavka robe, plate zaposlenima, komunalni troškovi, tekuća reklama, osiguranje i dr.

Kada budem krenuo sa poslom, prihodi će svakako pristizati, ali svestan sam da na njih ne mogu računati prilikom operativnih troškova. Znam da moram unapred da raspoložem određenom količinom novca (kapitala) kako bih mogao sa njim da izmirujem tekuće troškove. To će sigurno potrajati par meseci dok prvi prihodi ne budu znatnije pristizali.

Pretpostavke finansijskog plana baziraju se na prethodno utvrđenim planovima pozicioniranja, marketinga i mandžmenta. Na osnovu njih moram da izradim situacionu analizu (postojeće stanje) i projektnu analizu (buduće prognozirano stanje). Bez obzira što u biznis ulazim sopstvenim sredstvima, potrebno je da napravim studiju u kojoj treba da uporedim uložena sredstva i ono što očekujem kao dobit, sa planiranim troškovima i izdacima. Te studije i analize ću morati da izradim kvartalno kao i na nivou poslovne godine.

Ni jedan, pa ni moj preduzetnički biznis neće biti dovoljno uspešan, ukoliko nije i finansijski uspešan. Da bi se utvrdila analiza finansijske uspešnosti posla, mora se uraditi **račun rentabiliteta**. On treba da pokaže da li je posao ili neki drugi projekat koji se pojavljuje kao poslovna mogućnost, finansijski isplativ. Takođe treba, u okviru tog računa rentabiliteta, izračunati i **mrtvu tačku rentabiliteta**. Ona će mi pokazati koliko prometa moram da ostvarim da bih sa njim mogao pokriti sve troškove poslovanja, bez dobiti i gubitka na datom projektu. Izračunavanje mrtve tačke zahteva poznavanje fiksnih (stalnih) i varijabilnih (promanljivih) troškova. U mom slučaju fiksni troškovi bi bili troškovi amortizacije, plate zaposlenih radnika, itd. Varijabilni bi bili nabavna vrednost trgovačke robe, knjige, itd.

4.2. PLAN IZVORA SREDSTAVA

AKTIVA (sredstva)	IZNOS (€)	PASIVA (izvori sredstava)
Gotovina	10.000	lična štednja
Objekat	75.000	već u posedu
Akcije	---	---
Oprema za prodavnicu	1.000	kupovina na rate
Deo inventara	2.000	već u posedu
Auto za dostavu	3.500	već u posedu
Personalni računar	500	već u posedu
Zalihe robe	1.500	kredit od prodavca

TABELA BR.1

4.3. PROBNI BILANS STANJA

Da bi odabrani biznis mogao uspešno da vodim, potrebno je da napravim probni bilans stanja. Ovaj bilans ću uraditi da bi se unapred pokazala potrebna aktiva (sredstva) i pasiva (izvori sredstava).

Ovaj bilans stanja treba da mi pokaže koliko investicija zahteva moj biznis, odnosno, koliki deo kapitala se nalazi u fiksnom obliku, tj. u trgovačkoj robi, kao i u potraživanjima za isporučenu robu kupcima i drugim dužnicima.

U praksi se probni bilans stanja još naziva i proekcija prihoda i rashoda. Probni bilans može da mi pomogne da sagledam isplativost poslovnog poduhvata. Ovaj bilans se radi tabelarno kako bi se mogli pregledno iskazati i pratiti svi rashodi i prihodi firme.

Da li je ovaj posao isplativ? Najbolji odgovor je plan prihoda i rashoda. Pođimo od pretpostavke da je posećenost prodavnice na srednjem nivou. Recimo da dnevno kroz prodavnicu prođe između 80-120 potencijalnih mušterija. Neka 35 od njih kupi po jedan proizvod prosečne vrednosti od 350 dinara. Na mesečom nivou to bi bilo 306.250 dinara, s obzirom da će prodavnica imati 25 radnih dana.

PLANIRANI PRIHODI	IZNOS (dinara)
Prodaja proizvoda u prodavnici	306.250

Ukupan mesečni prihod	306.250
-----------------------	---------

TABELA BR.2

RASHODI	IZNOS (dinara)
Računarska oprema	183.750
Isplaćeni lični dohodci	18.500
Porez na ukupan prihod	61.250
Električna energija	2.000
Vanredni rashodi	5.000
Troškovi transporta robe	3.000
Troškovi marketinga i prezentacija	9.000
Ukupni mesečni rashodi	277.500

TABELA BR.3

Kada smo planirane prihode i rashode izračunali i videli da je razlika između planiranih prihoda i troškova 28.750 dinara, možemo zaključiti da bi ovaj posao mogao biti isplativ. Naravno uvek se može desiti da iskrсну neki neplanski troškovi. Preostaje mi da se nadam da do njih neće doći, a i ukoliko dođe, da ću moći da ih pokrijem da ne budem na gubitku.

Naziv organizacije: „ LOCAL-COMP “
Stanje na dan: 01.01.2006.

AKTIVA	
1. OBRITNA SREDSTVA	IZNOS (€)
Gotovina	3.500
Potraživanja ukupna	-
Potraživanja umanjena za sporna i sumnjiva	-
Neto realizovana vrednost	-
Zalihe	700
Kratkoročna ulaganja	-
Unapred plaćeni izdaci	-
Ukupna obrtna sredstva	4.200
2. DUGOROČNA ULAGANJA	IZNOS (DINARA)
-	-
3. FIKSNI KAPITAL – OSNOVNA SREDSTVA	IZNOS (€)

Zemljište	
Objekat:	
- nabavna vrednost	75.000
- otpisani (amortizovani) deo vrednosti	-
- sadašnja knjigovodstvena vrednost	75.000
Oprema:	
- nabavna vrednost	2.000
- otpisani (amortizovani) deo vrednosti	200
- sadašnja knjigovodstvena vrednost	1.800
Nameštaj/instalacije:	
- nabavna vrednost	500
- otpisani (amortizovani) deo vrednosti	-
- sadašnja knjigovodstvena vrednost	500
Automobil:	
- nabavna vrednost	3.500
- otpisani (amortizovani) deo vrednosti	350
- sadašnja knjigovodstvena vrednost	3.150
Ukupna sadašnja (neto) vrednost fiksnog kapitala	80.450
4. OSTALA AKTIVA	IZNOS (€)
-	-
UKUPNA AKTIVA	84.650

PASIVA (OBAVEZE)	
5. KRATKOROČNE OBAVEZE	IZNOS (€)
Dobavljači	-
Kratkoročne menice	-
Dospеле obaveze po dugoročnim menicama	-
Dospеле kamate	-
Dospeli porezi	725
Dospеле obaveze za plate	220
Ukupne kratkoročne obaveze	945
6. DUGOROČNE OBAVEZE	IZNOS (€)
Dospеле menice	-
Ukupne dugoročne obaveze	-
UKUPNE OBAVEZE	945
7. KAPITAL	IZNOS (€)
Ukupan kapital vlasnika (inokosna firma)	84.650
(Kapital na ime)	

(Ortačka firma)	
(Ukupan ortački kapital)	
(Akcionarski kapital – inkorporativno preduzeće)	
Akcije	
Uplaćeni kapital preko normalne vrednosti	
Neraspoređena dobit	
Ukupan akcionarski kapital	
<i>UKUPNO OBAVEZE I KAPITAL</i>	<i>84.650</i>

5. IZVODLJIVOST BIZNIS PLANA

Pre nego što se angažujem na izvođenje biznis plana, potrebno je da još jednom sve proverim. Ukoliko je potrebno da izvršim neke izmene, to moram na samom početku. Vraćiću se na bilans stanja uspeha, a i na tok gotovine ako to bude potrebno. Korigovaću i brojke ako treba. Potrebna je takođe i provera svih inputa i outputa.

Na osnovu revidiranih brojki izračunaću i mrtvu tačku rentabiliteta. Posebno je važno da tačku rentabiliteta objektivno izvagam. Posle svega ovoga svoj plan bih dao na uvid upućenom stručnjaku koji bi sve to pregledao, ukazao mi na propuste, ali i na prednosti kojim eventualno raspolažem, a koje nisam mogao u planiranju do kraja da sagledam.

Svestan sam da je za bavljenje samostalnim biznisom potrebno da posedujem snažnu volju i samodisciplinu, da umem da planiram, da naporno radim i da umem da iskoristim sve tržišne šanse koje mi se budu ukazale. Spreman sam da u početku snizim svoj životni standard, uložim sav svoj novac dok se moj biznis ne učvrsti. I na kraju trudiću se da sa velikom upornošću, odlučnošću svoj plan zaista sprovedem. Zato ću napraviti i program svojih radnih obaveza sa opredeljenim rokovima.

6. KONTROLA BIZNIS PLANA

Neophodno je da kontrolišem ostvarivanje svog biznis plana. Kontrola sprovođenja plana izvodi se u dve ravni: u ravni operativne i u ravni strateške kontrole.

Operativna kontrola se bavi prevashodno odnosom: troškovi-korist, uglavnom sa tekućim kratkoročnim aspektom.

Stateška kontrola je nešto sasvim drugo, putem nje proverava se opredeljena strategija.

Da bi mogao dobro da pratim operativno ostvarivanje mog biznis plana moram pre svega posedovati kvalitetne informacije o dobitku ili gubitku na kraju godine, na kraju meseca ili kraju tromesečja. Osloniću se na računovodstveni sistem. Obratiću se, ne samo računovođi za savet, već ako bude potrebno i drugim stručnjacima za pojedine delove biznisa. Moram biti i u toku sa kriznim žarištima, kako eksternog tako i internog karaktera. Takođe ću postaviti i sistem kontrole koji će mi pružiti informacije o nabavkama, prodaji, zalihama, prihodima, isplatama i granicama rentabilnosti. Analiza granica rentabiliteta će mi pokazati koliko prometa treba da bude da bih mogao da pokrijem troškove bez dobitaka i bez gubitaka.

7. REVIZIJA BIZNIS PLANA

Ukoliko se ukaže ozbiljna potreba moraću da reviziram svoj biznis plan. Važno je da to učinim na vreme. Ovu reviziju mogu vršiti sa aspekta preinačenja globalnih ciljeva poslovanja, ali isto tako i sa aspekta zadatka i aktivnosti da bi se projektovani ciljevi ostvarili. Nastale promene u mom biznisu mogu se dešavati unutar moje firme, ali mogu nastati i u eksternom okruženju. Na primer, odlazak uspešnog prodavca iz firme je neprijatna promena koja može da ugrozi operacionalizaciju utvrđenog plana.

Promene eksternog karaktera su daleko razuđenije i mogu veoma da ugroze ostvarivanja biznis plana (problemi sa dobavljačima, sa kupcima i dr.). Opasna su i zbivanja vezana za državne organe (porezi, carine). U tom slučaju moraću veoma pažljivo da pratim sve promene u firmi, branši, na svom tržištu, kako bih utvrdio da li je potrebno vršiti izmene u planu i koje. Uz sve to moram redovno izvoditi SWOT analizu.

Pa ipak, može se dogoditi da uz sve predostrožnosti i dobar rad, uspeh izostane. U tom slučaju moraću da shvatim da moje želje nisu želje kupaca i da je potreban period reklame i saznanje inkubacije.

8. VIZUELIZACIJA BIZNIS PLANA

Bogata vizuelizacija planiranih ciljeva pozitivno će delovati u psihološkom smislu i na samo osoblje firme. Utvrđeni biznis plan nameravam da grafički dizajniram na kompjuteru, jer su praktično na taj način mogućnosti gotovo neograničene, kako u pogledu forme (crteži, dijagrami, mape...) tako i u pogledu boja. Najzad, nadam se da će moj biznis plan koji se odnosi na trgovinu, uz dobru lokaciju, raznovrstan asortiman, pouzdane dobavljače, uz segmentaciju i ciljnog tržišta kupaca, kao i uz sjajnu promociju, imati uspeha.

Da li sam delanjem svog biznisa uspeo da podstaknem kupca da ostane moja stalna mušterija? Ukoliko bi odgovor na ovo pitanje bio pozitivan, smatrao bih sebe uspešnim preduzetnikom.

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