

Biznis plan je dokument kojim se analizira predstojeći poslovni poduhvat. To je vrsta elaborata kojim se potencijalnim finansijerima predstavlja namera da se realizuje određeni poslovni poduhvat. On se ne odnosi na preduzeće već na savim konkretnu operaciju.

Biznis plan se pravi za period od jedne do pet godina i treba ga razlikovati od Studije opravdanosti koja je dugoročna i odnosi se na ceo period eksploatacije nameravanog poduhvata (Npr otvaranje i eksploatacija jednog rudnika).

Biznis plan se radi kada:

- * Preduzeće traži spoljne partnere za dokapitalizaciju (akcionari, investitori) jer nema dovoljno finansijskih sredstava
- * Kod ulaganja u novi pogon ili rekonstrukciju istog
- * Kada preduzetnik otvara novu firmu, tj. počinje sa radom
- * Kada preduzeće pristupa reorganizaciji i sl.
- * Kada određeni posao preduzeće ne može da izfinansira (jednokratni izvozni posao, osvajanje novog tržišta)

Biznis plan je namenjen kako preduzetniku da vidi da li mu se planirana akcija isplati ali i investitorima da vide koliki je rizik ulaganja u određeni poslovni poduhvat.

Biznis plan treba da odgovori na sledeća pitanja:

- * O samoj kompaniji, njena pozicija na tržištu, osnovni pokazatelji
- * Koji proizvod ili usluge su predmet rada
- * Da li se proizvod ili usluga može prodati na tržištu – stanje konkurencije
- * Šta je od tehnologija, kadrova i opreme potrebno za realizaciju plana
- * Finasije – kolika su sredstava potrebna, planirani prihodi i rashodi, profitabilnost investicije

Vlada Republike Srbije, Agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća je kreirala dokument pod nazivom „Vodič za izradu biznis plana“. Postoji i dokument kojim se to razrađuje da bi potencijalni korisnici finansijskih sredstava ispunili kriterijume i uslove Javnog konkursa za ulaganje u razvojne programe malih i srednjih preduzeća www.maturski.com . Naime izrada Biznis plana, koji je kod nas do skora bio manje u upotrebi, je manje više precizno definisana, u svetu, te su, pogotovu strani investitori naviknuli da taj dokument ima gotovo uvek isti oblik, poglavlja, način izlaganja.

Bilo da je u pitanju manja ili veća firma sledeća poglavlja su gotovo obavezna:

- * Rezime
- * Stanje preduzeća koje traži sredstva
- * Opis usluge ili proizvoda
- * Marketinški plan
- * Plan proizvodnje
- * Plan organizacije i upravljanja
- * Finansijski plan
- * Zaključak te predlog realizacije

PRIMER BIZNIS PLANA

1. REZIME

“Inter Gym”, je sportski objekat koji klijentima nudi širok spektar svojih usluga. Pod nadzorom školovanih stručnjaka (trenera, instruktora, fizioterapeuta i nutricionista), koji u svakom trenutku mogu profesionalno da odgovore na pitanja svojih klijenata, prilagođen je kako profesionalnom tako i rekreativnom sportu.

Ovaj sportski objekat predviđen za osobe i muškog i ženskog pola.

1.1 OPIS POSLOVNOG KONCEPTA

“Inter Gym” je preduzeće privatnog vlasništva koje se bavi pružanjem usluga iz oblasti sporta i rekreacije. “Inter Gym” u svojoj ponudi nudi usluge:

- teretane (sadrži sprave za sve grupe mišića)
- saune
- prostorija za masažu
- sport caffe

Cilj preduzeća je da svojim klijentima omogući vrhunske uslove za treniranje u prijatnom ambijentu.

1.2 POVOLJNOSTI I STRATEGIJE

Imajući u vidu da je u Beogradu otvoren veliki broj objekata sličnog karaktera, "Inter Gym" teži da svojom uslugom i kvalitetom privuče klijente raznovrsnog profila, pola i godina.

Strategija razvoja preduzeća je konstantno praćenje svetskih trendova koji omogućuju kvalitetniju ponudu koju nudi preduzeće.

1.3 CILJNO TRŽIŠTE

"Inter Gym" se bazira na radu sa vrhunskim sportistima, sa akcentom na radu sa fudbalerima. Međutim, pored vrhunskih sportista omogućeno je i rekreativcima da koriste usluge koje su ponuđene.

1.4 KONKURENTSKE PREDNOSTI

Prednosti u odnosu na konkurenciju:

- Nove sprave za vežbanje poslednje generacije
- Profesionalni treneri
- Ljubaznost
- Čistoća objekta
- Konfor
- Ambijent

1.5 TIM

“Inter Gym” je preduzeće u 100% vlasništvu Nikole Leposavića, dipl. sportskog trenera koji obavlja funkciju HEAD COACH (glavni trener). Pored njega u rad su uključeni:

M.Nikolić, dipl. trener

S.Mihajlović, dipl. trener

I. Borovnjak, nutricionista

S.Ražnatović, Tim/PR menadžer

M.Vasiljević, knjigovođa

2. POSLOVNA OBLAST PREDUZEĆA

2.1 POSLOVNA OBLAST

U poslednjih nekoliko godina sve veći broj ljudi je zainteresovan za bavljenje sportom. Pored vrhunskih sportista, veliki broj rekreativaca se odlučuje za treniranje u teretani sa ciljem da imaju lepo, skladno i oblikovano telo, ali i zdrav način života. Iako je konkurencija velika, tajna uspeha preduzeća zasniva se na kvalitetu opreme koju poseduju, a pre svega na stručnost zaposlenih ljudi.

2.2 KONCEPT PREDUZEĆA

Objekat se nalazi na jednoj od najatraktivnijih lokacija u gradu, na Novom Beogradu u bloku 72. Pored prijatnog ambijenta, ljubaznosti i stručnosti zaposlenih ljudi mogu se pohvaliti i sa precizno projektovanim objektom koji svojim komforom (300 m²) i energijom podstiče ljude na vežbanje. Kompletna prostorija je klimatizovana, sa savremenim sistemom za ventilaciju, teretanom koja poseduje najnovije sprave poslednje generacije kao i saunom za 6 osoba, 4 svlačionice (svaka poseduje tuš kabine i wc), 2 kabine za masažu i sport caffe.

2.3 USLUGE

- Specijalizovani programi za rekreativce i vrhunske sportiste
- Relax i Tai masaža
- Traka za trčanje, steperi i bicikli
- Razvoj koordinacije
- Saradnja sa profesionalnim klubovima

- Uvid u zdravstveno stanje svih klijenata

2.4 STRATEGIJA ULASKA I RASTA

“Inter Gym” svojim marketinškim konceptom, reklamni materijal u elektronskom obliku (web prezentacija, TV i radio) i pisanom obliku (prisustvo u sportskim novinama, bilbori, info flajeri), a pre svega preporukom klijenata koji već koriste usluge centra širi svoju mrežu poslovalja kako na pojedince, tako i na organizovane grupe ljudi (npr. firme) po posebno utvrđenim pogodnostima.

3. ANALIZA TRŽIŠTA

3.1 KORISNICI

“Inter Gym” je pre svega namenjen vrhunskim sportistima, koji u saradnji i saglasnosti sa svojim klubovima (klubovi imaju pisani izveštaj o radu njihovog igrača tokom treninga) dolaze

radi bolje fizičke pripreme. Isto tako i ljudima koji žele da izgledaju lepše i da poboljšaju svoju fizičku kondiciju.

3.2 VELIČINA TRŽIŠTA I TRENDVI

Nakon izvršenih analiza i anketa u početnoj fazi broj klijenata bi obuhvatao 200 članova. Nakon vremenskog perioda od jedne godine broj klijenata bi se povećao za 25%. Realna procena da će klub nakon pet godina poslovanja imati 450 članova.

3.3 KONKURENCIJA

I pored velikog broja registrovanih fitness centara, ni jedan od tih objekata ne može da ugrozi ili parira najsavremenijim pogodnostima preduzeća.

3.4 PROCENA TRŽIŠNE PRODAJE

Imajući u vidu da u “Inter Gym” rade visoko kvalifikovani treneri (i ostalo osoblje) kao i na fantastičnu lokaciju na kojoj se nalazi, smatramo da je predviđen broj članova za prvu godinu poslovanja dovoljan za pozitivno poslovanje preduzeća.

3.5 PROCENA BUDUĆIH TRŽIŠNIH KRETANJA

Pomoću anketa i razgovora sa klijentima, spremni smo da saslušamo njihove predloge i sugestije kako bi unapredili usluge preduzeća. Uvođenjem novina u programe, enterijer i ostalog sadržaja “Inter Gym” će se truditi da izbegne pojavu zasićenja kod klijenata.

4. MARKETING PLAN

4.1 UKUPNA MARKETING STRATEGIJA

Od izuzetnog značaja za uspešan rad preduzeća jeste marketinški pokriveno područje. Detaljnim planiranjem marketinški tim “Inter Gim-a” uspostavio je konstantno prisustvo na

području na kom preduzeće posluje. Unapred određen procenat od ukupne cene usluga zadovoljava finansijske potrebe marketinga.

4.2 PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI

- Prisustvo u medijima
- Web prezentacija
- Profesionalizam
- Moderan proctor koji u svakom koraku prati svetske trendove

4.3 PLANIRANA ULAGANJA U MARKETINŠKE SVRHE

- Oglasi u štampanim medijima (5000 rsd)
- Promotivni flajeri (2500 rsd)

- Reklamni bilbordi (20000 rsd)

- Majice (2500 rsd)

- Kačketi (2500 rsd)

- Ostali vidovi (2500 rsd)

Ukupno : 35000 rsd

5. PROJEKTNI I RAZVOJNI PLAN

5.1 STANJE RAZVOJA I ZADACI

“Inter Gym” posebnu pažnju posvećuje održavanju prijatnog ambijenta u kome će se i klijenti dobro osećati. Konstantna prisutnost profesionalnih trenera, ali i detaljan uvid u zdravstveno

stanje klijenata su glavni aduti za uspešno poslovanje preduzeća.

5.2 UNAPREDJENJE POSTOJEĆIH USLUGA I NOVE USLUGE

Pored već postojećih usluga, "Inter Gym" nastoji da uvodi novine u svoje programe. Tai-Bo, Aerobik, Joga... su samo neke od mogućih aktivnosti preduzeća u bliskoj budućnosti. Takođe, zahtevaće da zaposleno osoblje pored engleskog jezika govori barem još jedan strain jezik.

6. PROIZVODNI I OPERATIVNI PLAN

6.1 LOKACIJA

"Inter Gym" se nalazi na Novom Beogradu u bloku 72 u blizini reke Save, pešačke i biciklističke zone.

6.2 UREĐAJI I NJIHOVO POBOLJSANJE

Objekat je veličine 300 m². Sadržaj objekta:

- Teretana sa 30 različitih sprava koje pokrivaju sve grupe mišića
- 4 bicikla
- 3 stepera
- 3 trake za trčanje
- Sauna
- 4 svlačionice sa tuš kabinama i ormarićima
- Sport caffe
- Sala za aerobik, razvoj koordinacije

- Recepcija
- 2 kabine za masažu
- Ambulanta za pružanje prve pomoći

6.3 STRATEGIJA I PLANOVI

Zemljište na kome se objekat gradi je u 100% vlasništvu Nikole Leposavića. Dobijene su sve građevinske dozvole od nadležnih organa za izgradnju preduzeća.

7. PLAN IZVOĐENJA

Izgradnja objekta predviđena je u periodu od 6 meseci. Svi poslovi oko izgradnje i projektovanja povereni su preduzeću “ Delta - gradnja” d.o.o iz Beograda. Nakon utvrđivanja o vlasništvu zemljišta i prikupljenom dokumentacijom i dozvolama o izgradnji objekta, aktivnosti su sledeće:

- Skopiti ugovore sa izvođačima
- Registrovati preduzeće
- Izgraditi objekat
- Montirati opremu
- Sprovesti marketinške aktivnosti
- Angažovanje radnika
- Priprema za otvaranje

8. MENADŽMENT TIM

8.1 VLASNIŠTVO

“Inter Gym” će se osnovati kao privatno preduzeće sa jednim osnivačem. Izvor sredstava je vlasnički kapital. 300 000 Eura predstavlja 100% potrebnog kapitala.

8.2 ORGANIZACIONA ŠEMA

S. Ražnatović (Tim/PR menadžer)

↓

M. Vasiljević (knjigovođa)

8.3 STRUČNI SARADNICI

“Inter Gym”, pored angažovanih ljudi, sarađuje i sa ljudima iz oblasti medicine (doktori opšte

prakse, pedijatar, psiholog....).U rad su uključeni i konobari, domar, recepcioneri.

9. KLJUČNI RIZICI

- Vremensko odstupanje firme kome su radovi povereni za izgradnju objekta
- Krađa ideje
- Političko “osporavanje” objekta

10. FINANSIJSKI POKAZATELJ

Najznačajniji i najsloženiji postupak izrade biznis plana je svakako finansijski deo u kome se treba dokazati opravdanost ulaganja.

Potrebno ulaganje:

STAVKE	IZNOS (EURO)
Objekat	100000
Opremljanje enterijera	50000
Sprave za vežbanje	

50000

Dozvole i takse

20000

Potrošni materijal za kancelarije

5000

Obrtna sredstva

75000