

Business Plan – *ParkSmart*

Business Model

ParkSmart funkcioniše kao digitalna platforma koja povezuje dvije strane: vlasnike privatnih parking mjesta i vozače kojima je potrebno sigurno i dostupno parkiranje. Na taj način stvaramo vrijednost za obje strane – vlasnici ostvaruju dodatni prihod, a vozači štede vrijeme i novac.

Izvori prihoda:

- **Provizija po transakciji** – ParkSmart naplaćuje fleksibilnu proviziju (5–10%) na svaku realizovanu rezervaciju, u zavisnosti od tipa i trajanja zakupa.
- **Premium opcije za korisnike** – mogućnost dugoročnog zakupa parking mjesta, garantovana rezervacija unaprijed – do 7 dana unaprijed nije premium ali 7 i više dana jeste, dodatne pogodnosti (npr. sigurnosne provjere vlasnika, bolje lokacije).
- **Potencijalna partnerstva** – saradnja sa kompanijama, univerzitetima i lokalnim samoupravama koje imaju potrebu za optimizacijom parkinga.

Struktura troškova:

- Razvoj i održavanje aplikacije (web i mobilna).
- Hosting i serverska infrastruktura.
- Marketing i promocija (digitalne kampanje, lokalni kanali).
- Plate osnovnog tima (programeri, marketing, korisnička podrška).
- Administrativni i pravni troškovi.

Vrijednost za korisnike:

- **Za vozače:** brže pronalaženje parkinga, sigurno plaćanje i transparentna cijena, rezervacija unaprijed i na duže vrijeme, smanjenje stresa i troškova.
- **Za vlasnike:** dodatni prihod od praznih mjesta, sigurnost u procesu iznajmljivanja, bez potrebe za dodatnim ulaganjima.

Market Strategy

Analiza tržišta:

U urbanim sredinama, a posebno u Beogradu kao pilot lokaciji (oko 2.000.000 stanovnika), problem nedostatka parking prostora je izražen i stalno prisutan. Vozači troše značajno vrijeme (prosječno se potroši 15 minuta) i novac u potrazi za slobodnim mjestom, dok privatni prostori ostaju neiskorišćeni. Tržište za rješenja poput ParkSmart-a postoji, jer objedinjuje realnu potrebu korisnika i resurse koji trenutno nisu iskorišćeni.

Ciljna grupa:

- **Zaposleni** koji svakodnevno putuju na posao u centra grada.

- **Studenti** koji borave u studentskim domovima i blizini univerziteta, a nemaju dovoljno parking prostora.
- **Turisti i povremeni posjetioци** kojima je potrebna brza i pouzdana rezervacija parkinga (činjenica je da je Beograd u 2023. godini imao oko **1.380.000 turista**).

Konkurencija:

Na tržištu postoje aplikacije za javni parking koje pokrivaju gradska ili komercijalna mjesta, ali one ne nude mogućnost korišćenja privatnih prostora. Prednost ParkSmart-a je uvođenje koncepta dijeljenja privatnih parking mjesta, što značajno proširuje dostupnu parking ponudu i predstavlja novu nišu na lokalnom tržištu.

Strategija marketinga:

- **Digitalne kampanje:** promocija preko društvenih mreža (Instagram, Facebook, TikTok), saradnja sa influencerima, Google oglasi i ciljano targetiranje korisnika.
- **Lokalna promocija:** plakati i baneri u blizini univerziteta, poslovnih zona i stambenih naselja.
- **Partnerstva:** saradnja sa fakultetima, kompanijama i vlasnicima većih stambenih objekata radi širenja baze parking mjesta.
- **Referral program:** podsticanje korisnika da pozovu prijatelje i dobiju popuste na rezervacije.

Financial Projections

Početna ulaganja (jednokratni troškovi):

- Razvoj aplikacije (web + mobilna verzija): 7.000–10.000 €
 - Marketing i promocija (prvih 6 mjeseci): 3.000 €
 - Pravne i administrativne usluge: 1.000 €
 - Serverska infrastruktura i hosting (1. godina): 500 €
- Ukupno početno ulaganje: 12.000–15.000 €**

Prihodi (prva godina):

- 1000 korisnika (500 vlasnika, 500 vozača).
- Prosječna cijena rezervacije: 2,5 € dnevno.
- 1 transakcija po vozaču dnevno → 1250 € prometa dnevno.
- Provizija 10% → 125 € dnevno × 30 dana ≈ 3.750 € mjesečno prihoda → ~45.000 € godišnje.

Dodatni prihodi:

- Premium opcije (20% korisnika × 5 € mjesečno) ≈ 12.000 € godišnje.
- Partnerstva (univerziteti, kompanije, opštine) ≈ 5.000–10.000 € godišnje.
- Reklamiranje u aplikaciji ≈ 1.000–2.000 € godišnje.

Ukupni potencijal prihoda (prva godina): ~60.000 €.

Troškovi (prva godina):

- Razvoj + održavanje aplikacije: 7.000-10.000 €

- Marketing: 5.000 €
- Hosting i serveri: 1.500 €
- Plate tima (7–8 članova): 12.000–15.000 €
- Pravne i administrativne obaveze: 2.000 €

Ukupni troškovi: 25.000–30.000 €

Rezultat – 1. godina:

- Prihodi: ~60.000 €
- Troškovi: ~25–30.000 €
- **Bilans: +30.000 € (pozitivan bilans već u 1. Godini)**

Projekcija za 3. godinu (rast × 3):

- 3000 korisnika.
- Prihodi: 120.000–150.000 € godišnje.
- Troškovi: ~40–50.000 € (veći tim, održavanje, marketing).
- **Rezultat: +70–100.000 € godišnje.**

Zaključak

Finansijske projekcije pokazuju da je ParkSmart realno startup rješenje koje zahtijeva skromna početna ulaganja, a uz rast baze korisnika može brzo postati samoodrživo.

Risk Analysis

Tehnički rizici:

- Problemi skalabilnosti sistema u slučaju brzog rasta korisnika (1000+ u kratkom periodu).
- Sigurnost podataka i zaštita transakcija (rizik od hakerskih napada ili curenja informacija).

Strategija ublažavanja: kontinuirano testiranje, redovne sigurnosne provjere, upotreba provjerenih sistema za online plaćanje i enkripcija podataka.

Tržišni rizici:

- Spora prihvaćenost korisnika (vozači i vlasnici moraju steći povjerenje u platformu).
- Postojanje indirektne konkurencije (aplikacije za javni parking).

Strategija ublažavanja: aktivna promocija, partnerstva s lokalnim institucijama, povoljne cijene u početnoj fazi, referral program za brži rast korisnika.

Pravni rizici:

- Regulativa o komercijalnom korišćenju privatnih površina može varirati po gradovima.
- Potrebne dozvole ili ugovori s vlasnicima nekretnina.

Strategija ublažavanja: konsultacije s pravnim stručnjacima, kreiranje jasnih ugovornih odnosa, saradnja sa lokalnim samoupravama.

Finansijski rizici:

- Moguć nedostatak investicija u ranoj fazi.
- Troškovi marketinga i razvoja mogu premašiti planirane.
Strategija ublažavanja: fazno uvođenje funkcionalnosti, stroga kontrola troškova, traženje grantova i partnerstava, potencijalna saradnja s investitorima ili akceleratorima.

Organizational Structure

Početna faza:

Za pokretanje ParkSmart-a dovoljan je **mali multidisciplinarni tim** od 7–8 članova. Fokus je na razvoju aplikacije, promociji i korisničkoj podršci.

Uloge i odgovornosti:

- **CEO / Founder** – odgovoran za viziju, strategiju, partnerstva i komunikaciju sa investitorima.
- **CTO (Chief Technology Officer)** – vodi tehnički razvoj, bira tehnologije i koordinira rad developera.
- **Backend tim** - 2 backend developera koji implementiraju server-side logiku, baze podataka i integraciju sistema plaćanja.
- **Frontend / Mobile tim**– 2 frontend developera koji razvijaju korisnički interfejs (web i mobilnu aplikaciju) i brinu o responsive dizajnu.
- **Marketing manager** – vodi digitalne kampanje, odnose s javnošću i strategiju privlačenja korisnika.
- **Customer support** – pruža podršku korisnicima, rješava probleme i prikuplja povratne informacije.

Potrebne vještine:

- **IT razvoj:** web i mobilne tehnologije (React, Node.js/.NET), integracija plaćanja, sigurnost podataka.
- **Marketing i komunikacije:** digitalni marketing, društvene mreže, branding.
- **Pravne i administrativne vještine:** poznavanje regulative o korišćenju privatnih površina.
- **Korisnička podrška:** rad sa klijentima i rješavanje tehničkih i organizacionih pitanja.

Razvoj tima:

Kako platforma raste i širi se na druge gradove, tim će se postepeno širiti uključivanjem dodatnih developera, pravnih savjetnika i specijalista za biznis razvoj.