Универзитет у Београду

Електротехнички факултет

Управљање софтверским пројектима – 2022/2023.

**Пословни модел**



Better Together



Чланови тима

Мина Вулетић [vm200320d@student.etf.bg.ac.rs](mailto:vm200320d@student.etf.bg.ac.rs)

Богдан Радосављевић [rb200109d@student.etf.bg.ac.rs](mailto:rb200109d@student.etf.bg.ac.rs)

Београд, 22.04.2023.

# Записник ревизија

Тренутна верзија документа: **1.1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Датум | Верзија | Опис измена |
| 22.04.2023. | 1.0 | Основна верзија |
| 25.5.2023. | 1.1 | Допуњена верзија: детаљније описан процес са оглашивачима, проширени планови за будућност, разрађенија анализа пословног окружења |
|  |  |  |
|  |  |  |

Садржај

[Записник ревизија 2](#_Toc137723178)

[1 Увод 4](#_Toc137723179)

[1.1 Визија 4](#_Toc137723180)

[1.2 Мисија 4](#_Toc137723181)

[2 Пословни модел 4](#_Toc137723182)

[2.1 Кориснички сегменти 4](#_Toc137723183)

[2.2 Предлози вредности 5](#_Toc137723184)

[2.3 Канали дистрибуције 5](#_Toc137723185)

[2.4 Односи са корисницима 5](#_Toc137723186)

[2.5 Токови прихода 5](#_Toc137723187)

[2.6 Кључни ресурси 5](#_Toc137723188)

[2.7 Кључне активности 6](#_Toc137723189)

[2.8 Кључна партнерства 6](#_Toc137723190)

[2.9 Структура трошкова 6](#_Toc137723191)

[3 Кључне метрике 6](#_Toc137723192)

[4 Пословно окружење 6](#_Toc137723193)

[4.1 Тржишни утицаји 6](#_Toc137723194)

[4.2 Индустријски утицаји 7](#_Toc137723195)

[4.3 Кључни трендови 7](#_Toc137723196)

[4.4 Макроекономски утицаји 7](#_Toc137723197)

[5 SWOT Анализа 7](#_Toc137723198)

[5.1 Снаге 8](#_Toc137723199)

[5.2 Слабости 8](#_Toc137723200)

[5.3 Прилике 8](#_Toc137723201)

[5.4 Претње 8](#_Toc137723202)

[6 Закључак 8](#_Toc137723203)

[Референце 9](#_Toc137723204)

# Увод

У овом документу представљен је детаљан план за развијање стартапа „Better Together“. Приказане су главне идеје на којима би се заснивало стварање, достављање и чување вредности.

Истраживањем кључних проблема који угрожавају људску врсту уочено је да многи појединци имају жељу и иницијативу да допринесу својој околини, међутим, често једна особа није довољна. Идеја стартапа је да омогући корисницима да се повежу и заједно организују радне акције у свом граду у виду чишћења, сађења дрвећа, итд..

Загађење и недостатак бриге о околини представљају глобалне проблеме и фокус стартапа би био на масовном тржишту.

У прилогу овог документа налазе се Business Model Canvas, Value Proposition Canvas и мапа емпатије.

У наставку документа дат је јасан увид у визију и мисију стратапа; детаљно је описан пословни модел кроз Business Model Canvas; дефинисан је начин праћења и мерења квалитета и успешности компаније; дата је анализа пословног окружења и SWOT анализа; приказане су идеје за унапређење и даљи планови за будућност.

## Визија

Чистија средина, очување Планете Земље и здравија будућност.

## Мисија

Инспирисање здравијег окружења повезивањем људи кроз радне акције у својој околини.

# Пословни модел

Визуелни пословни модел Business Model Canvas који је дат у прилогу је овде детаљно описан са циљем јаснијег разумевања начина пословања.

## Кориснички сегменти

Пословни модел се фокусира на два кључна корисничка сегмента и представља вишестрану платформу.

Кориснички сегмент коме се пружају вредности су активисти. Он није профитабилан, али је неопходан да би модел функционисао. Чланови овог корисничког сегмента су сви људи који деле жељу за бољом и здравијом околином за себе и своју породицу. Они су храбри, мотивисани и спремни да преузму иницијативу у циљу унапређења заједнице и општег добра. Одликује их залагање за енвиронментализам који представља залагање за очување, рестаурацију и унапређење природне средине и заговара теорију да животна средина не представља наследство, већ важан фактор у културном и интелектуалном развоју друштва [1].

Кориснички сегмент који доноси приход су компаније којима је у интересу да своје пословање и производе оглашавају људима који припадају претходно описаном корисничком сегменту. Фокус је на удружењима, странкама и компанијама чије је пословање уско повезано са било којим видом очувања животне средине, одрживим развојем, зеленом економијом, органским производима, итд..

Иницијална идеја је ограничавање тржишта на Републику Србију са циљем тестирања и могућих побољшања.

## Предлози вредности

Активисти се сусрећу са проблемом да и поред иницијативе коју поседују тешко проналазе појединце који деле мотивацију и који су спремни да се потруде и унапреде своје окружење. Њима се пружа платформа где ће једноставно износити своје идеје и лакше проналазити истомишљенике који су суочени са одређеним проблемима. Такође, ови корисници имају и могућност информисања о темама које се баве одрживим енергетским развојем, климатским променама, очувањем животне средине, као и могућност постављања питања и добијања идеја и савета како да позитивно утичу на своју околину.

Оглашивачима се пружа могућност да своје производе и пословање представе великом броју корисника који су проактивни у очувању животне средине и тиме представљају њихово циљно тржиште окупљено на једној платформи.

Ова платформа представља иновативно решење, јер је прва која подржава снагу појединца и свакога охрабрује да можда баш његова идеја може уз мало подршке да доведе до значајне промене и лепше и здравије будућности.

## Канали дистрибуције

До корисничког сегмента активиста предвиђено је стизање путем друштвених мрежа и преко партнера чије се пословање заснива на сличним мотивима и који већ имају развијене канале дистрибуције, као што су многа волонтерска удружења и организације које се залажу за очување животне средине и подизања свести јавности о њеној важности.

До корисничког сегмента оглашивача предвиђено је стизање уговарањем сарадње путем е-поште као и њиховим привлачењем великим бројем корисника платформе који представљају њихово циљно тржиште. Оглашивачи ће након прихваћене понуде потписати уговор о партнерству и моћи ће да буду део платформе где ће промовисати своје производе које ће активисти моћи да купе.

## Односи са корисницима

Кориснички сегмент коме припадају активисти представља заједницу у којој корисници организују радне акције, размењују искуства, знања, идеје, итд.. Праћењем интеракција је омогућено боље разумевање и прилагођавање функционалности корисничким потребама.

Однос са оглашивачима заснива се на људској интеракцији кроз слање предлога и понуда путем е-поште и склапања уговора о сарадњи.

## Токови прихода

Главни ток прихода остварује се наплаћивањем накнаде за оглашавање одређених производа, услуга или залагања. Кориснички сегмент оглашивача спреман је да плати своје истицање на платформи путем које на једноставан начин долази до свог циљног тржишта.

## Кључни ресурси

Најважнији ресурси који су неопходни да би пословни модел функционисао успешно су добро развијена платформа са једноставним интерфејсом и упутствима коришћења за кориснике. Неопходни су и људски ресурси у виду администратора чије је задужење одржавање платформе и људи који ажурирају блог најновијим информацијама из света екологије и доступни су корисницима за давање идеја и савета за унапређење техника очувања животне средине.

## Кључне активности

Најважније активности које је неопходно извршавати да би пословни модел функционисао успешно су управљање, развијање, одржавање и промоција платформе.

## Кључна партнерства

Потребно је склопити партнерства са организацијама и волонтерским друштвима која деле циљеве и жеље како бисмо заједно брже напредовали, промовисали једни друге и радили заједно на појединим пројектима.

## Структура трошкова

Трошкови који су присутни у пословном моделу су трошкови реализације и одржавања платформе, као и плаћеног оглашавања на друштвеним мрежама.

# Кључне метрике

Са циљем праћења развоја и напредовања пословног модела неопходно је пратити број корисника као и број предложених и реализованих радних акција на месечном нивоу.

# Пословно окружење

Како би пословни модел био одржив и успешан након реализације неопходно је размотрити пословно окружење у коме настаје узимајући у обзир спољне чиниоце и ограничења.

## Тржишни утицаји

Тржиште на којем ће се платформа развијати је дигитални простор за активизам, очување

животне средине и одрживи развој. Ово подразумева појединце и групе које имају жељу да активно допринесу заштити животне средине.

Проблеми који утичу на кориснике су недостатак ефикасне координације и организације за

активности заштите животне средине, недовољна повезаност и доступност едукативних ресурса на једном месту.

Кључни сегменти тржишта су активисти у које убрајамо индивидуалце, организације, удружења и слично, и оглашивачи у које спадају едукативне институције и корпорације заинтересоване за одрживи развој.

Корисницима треба ефикасна и интегрисана платформа која покрива све аспекте почевши од организације радних акција, преко места за размену идеја, па све до приступа информацијама

о очувању животне средине. Корисници би могли прелазити код конкуренције ако нуде боље функционалности, бољу интеракцију са корисницима или у случају оглашивача, нижу цену оглашавања и већи број корисника. Верност бренду може бити важна, али функционалност и ефикасност су вероватно пресудни.

## Индустријски утицаји

Тренутни конкуренти могу бити различите платформе и организације које се баве активностима за заштиту животне средине. Оне могу имати предности као што су већа база корисника, више ресурса и препознатљив бренд. Међутим, недостаци могу бити у томе што нису фокусирани на одрживост или немају интегрисану платформу за сарадњу, образовање и оглашавање. Они зарађују на различите начине, као што су чланарине, донације, спонзорства и продаја производа или услуга. Сви конкуренти на тржишту могу представљати потенцијалне партнере зарад достизања виших циљева.

Како је све већи број особа које препознају важност питања очувања животне средине и који желе да се активно ангажују, појављује се и више нових играча који нуде слична решења. Њихов бизнис модел би зависио од сегмената на који би се фокусирали као што су активизам, едуковање, продаја и друге.

Разне друштвене мреже и форуми могу представљати алтернативу предложеној платформи, али они нису специфично оријентисани ка одрживом развоју.

Заинтересоване стране чине невладине организације, образовне установе, научници, активисти, крајњи корисници, спонзори као и сви људи који учествују у развоју саме платформе.

## Кључни трендови

Техонолигије које могу утицати на предложени бизнис модел укључују Cloud платформе,

социјалне мреже, апликације за образовање и слично. Оне могу обезбедити основу за изградњу платформе, обезбеђивање везивања корисника и стицања знања.

Трендови као што је повећана свест о важности одрживости и заштите животне средине могу бити корисни за бизнис модел. Такође, трендови као што су повећање млађе популације која је технолошки образована, раст дигиталне економије и усмереност на одрживост могу имати значајан утицај на предложени бизнис модел.

## Макроекономски утицаји

Српски ИТ сектор носи око шест одсто БДП-а и 2019. године је остварио извоз од 1,4 милиона евра. Услови за оснивање стартапа у Србији представљају повољно окружење за иновативне бизнисе. Омогућено је дигитално регистровање фирме и уведен је низ пореских олакшица кроз законске изменe. [3] Доступни су бројни програми подршке стартапима у виду инкубације, акцелерације, менторства и едукације. [4] Бројни фондови пружају могућности финансирања у виду бесповратних средсатава (грантова) и многи конкурси се управо искључиво односе на идеје везане за очување животне средине. [5]

# SWOT Анализа

Како би се лакше уочило да ли се одређене слабости и претње из околине могу претворити у снаге или прилике, које се могу искористити за постизање конкурентске предности на тржишту извршена је SWOТ анализа – уочавање стратегијских избора довођењем у везу снага и слабости интерно у компанији, са шансама и претњама у екстерном свету.

## Снаге

Пружање бесплатне услуге. Једноставно повезивање људи из околине. Пружање прилике корисницима за реализацију идеја и осећај доприношења и информација из света екологије. Платформом се подстиче свест о важности очувања животне средине и мотивишу се људи да предузму конкретне акције. Партнерства које подржавају очување животне средине могу донети додатне ресурсе и подршку.

## Слабости

Да би се привукли оглашивачи који представљају једини извор прихода неопходно је најпре имати велики број активних корисника платформе за шта је неопходан одређени временски период током кога ће се вршити промоција платформе.

## Прилике

Загађење представља претњу људској врсти. Глобално загревање је један од главних проблема о коме се све више говори у медијима и чији се утицаји виде свакодневно. Водеће светске организације истичу важност за брзом и далекосежном променом у свим друштвеним аспектима и објашњавају непогодан утицај на здравље људи. [6] Кроз апликацију можемо подигнути свест о животној средини која има глобални утицај, што омогућава ширење апликације на међународни ниво.

## Претње

Недовољно развијена свест људи о важности очувања животне средине. Ниска ангажованост корисника или губитак интересовања могу угрозити дугорочни успех апликације.

# Закључак

Предложени модел представља модел вишестране платформе. Могућa унапређења планирана за будућност су проширење на светско тржиште. Платформа ће се такође константно унапређивати функционалностима како би била што интуитивнија и кориснија за активисте. То може укључити додавање нових алата за организацију акција, боље лично искуство за кориснике или интеграција са другим платформама. У будућности ће се размотрити увођење партнерског маркетинга, као начина генерисања додатног прихода на платформи. Систем би функционисао тако што ће у оквиру објава на блог страници постојати линкови ка производима других компанија. Куповином производа преко ове платформе се добија одговарајући проценат продаје.

# Референце

|  |  |
| --- | --- |
| [1] | “Environmentalism – Definition and More from the Free Merriam-Webster Dictionary,” [Online]. Available: http://www.merriam-webster.com/dictionary/environmentalism. |
| [2] | “Stanovništvo po starosnim grupama, apsolutna vrednost i udeo u ukupnom stanovništvu,” Republički zavod za statistiku, 2023. [Online]. Available: https://data.stat.gov.rs/Home/Result/180107?languageCode=sr-Latn. |
| [3] | “Zašto razvijati startap u Srbiji?,” Startup Portal, [Online]. Available: https://startap.gov.rs/zasto-u-srbiji/. |
| [4] | “Programi Podrške,” Startup Portal, [Online]. Available: https://startap.gov.rs/programi-podrske/. |
| [5] | “Konkursi,” Vodič kroz potencijalne izvore finansiranja, [Online]. Available: https://vodic.gradjanske.org/konkursi/. |
| [6] | “Climate Change,” [Online]. Available: https://www.un.org/en/global-issues/climate-change. |