

# **INTERNET BIZNIS PLAN PREDUZEĆA**

## ***Cutting Gross Technologies***

Đorđe Todorović

Stefan Zarić

## Sadržaj

Uvod i osnovni preduslovi.....	3
Ciljevi predstavljanja na internetu.....	3
Nastup na internetu.....	4
Marketing.....	5
EFEKTI ONLINE POSLOVANJA.....	5
Biznis plan.....	6
Opis poslovnog koncepta.....	6
Proizvod/Usluga.....	6
organizacija tima.....	6
Analiza tržišta.....	7
Konkurencija.....	7
SWOT Analiza.....	7
Strategija kvaliteta.....	7
Promotivna strategija.....	8
Plan budućeg razvoja.....	8
Zaključak biznis plana.....	8
Plan upravljanja rizicima.....	9
Finansijska analiza.....	9
Zaključak.....	14
Literatura.....	14

## Uvod i osnovni preduslovi

Originalnost i kvalitet proizvoda ne znače uvek i uspešnost istog. Neki opšti principi poslovanja podrazumevaju poštovanje, preciznost itd., a elektronsko poslovanje u najmanju ruku nasleđuje sve postulate od tradicionalnog oblika poslovanja. Elektronsko poslovanje je opšti koncept koji obuhvata sve oblike poslovnih transakcija ili razmene informacija koje se izvode korišćenjem informacione i komunikacione tehnologije između preduzeća, između preduzeća i njihovih kupaca ili između preduzeća i javne administracije.

Neizbežno je posvetiti pažnju edukaciji samih zaposlenih, transparentnost, ugodnost i što efikasnija iskorišćenost resursa je u žiži interesovanja poslovanja *Cutting Gross Technologies* kompanije.

Ideja vodilja *Cutting Gross Technologies* kompanije jeste da inicijalni proizvod *Drone Lawn Mower* bude inicijalna kapizla za plasiranje naše firme na tržište, i da nakon određenog vremena postanemo vodeća kompanija u ovom delu Evrope za razvoj pametnih uređaja koji će pomagati ljudima u svakodnevnim poslovima.

Misija *Cutting Gross Technologies* kompanije je svakako obezbeđivanje visokog nivoa usluge, najnižih cena, širenje opsega u broju ponuđenih uređaja i primena najnovijih tehnologija prilikom izrade istih.

Ciljevi *Cutting Gross Technologies* kompanije jesu stalno osluškivanje tržišta i shodno tome poboljšanje proizvoda kako bi bili što produktivnija kompanija na usluzi korisnicima.

## Ciljevi predstavljanja na internetu

Elektronsko poslovanje je novi način poslovanja koji donosi mnoštvo posebnih pogodnosti. To je sistem poslovanja ili skup akcija koji nastoji da potpuno iskoristi blagodeti napretka informaciono-komunikacione tehnologije, a u cilju unapređenja poslovnog procesa. Fleksibilnost u poslovanju i prilagođavanju potrebama tržišta i novim trendovima je glavna prednost malih biznisa u odnosu na velike tržišne igrače. Stoga je zadatak svakog preduzetnika da aktivno radi na korišćenju savremenih informacionih rešenja u cilju održanja i razvoja biznisa. Cilj realizacije sajta - prikupljanje što većeg broja kupaca

kojima će biti olakšano informisanje uz pomoć ovog projekta, i zadovoljavanje njihovih želja i potreba, zatim informacije o popustima, akcijama i degustacijama. Na ovaj način kupci će biti obavešteni o svim dešavanjima preko interneta, što omogućava smanjenje troškova dodatnog reklamiranja i povećava efikasnost poslovanja.

## Nastup na internetu

Nastup na internetu će se ogledati u korišćenju našeg web sajta, koji će posedovati e shop gde će kupci moći da dobiju sve potrebne informacije o uređajima.

Neke od sekcija sajta:

- O NAMA (kratak opis našeg poslovanja);
- KATALOG (asortiman proizvoda);
- AKTUELNO (akcije, nagradne igre i promocije)
- E SHOP (svi uređaji sa cenama i potrebnim informacijama);
- KONTAKT (call centar)

Centralni deo ekrana zauzima najveću površinu na ekranu i na njemu se nalazi sadržaj svake pojedinačne strane. Dizajn - bela pozadina sa plavim marginama i slovima, jasno podeljenim kategorijama koje bi olakšavale samo korišćenje. Slika/logo bi bio naziv prodavnice kompanije Cutting Gross Technologies. Veličina (veličina u KB) svake pojedinačne stranice ne prelazi 50 KB. Ovo je veoma važno pošto se dobro zna ukoliko je strana prevelika posetioci će dugo čekati na otvaranje iste pa će često odustajati od pregleda strane, posetioci odustaju od posete određenom sajtu i kreću potragu za drugim izvorima informacija na internetu. Usluge koje se nude preko sajta obuhvataju:

- razgledanje kataloga po grupama proizvoda
- aktuelne ponude i akcije, itd.

Ciljno tržište su kupci širom Srbije, a kasnije ćemo snabdevati i tržište Evrope i SAD-a.

## Marketing

Offline kampanja bi se sastojala u lepljenju plakata sa informacijama o aktuelnim promocijama, deljenju kataloga sa informacijama o popustima, podrazumevala bi i reklame u dnevnim novinama, zatim informisanje putem bilborda.

Online kampanja bi bila započeta prvenstveno preko besplatnih servisa i društvenih mreža i naknadno bi se proširila na plaćene servise. Jedna od tehnika online marketinga koju bismo primenili bila bi „SEO“ (Search engine optimisation-optimizacija ključnih reci za pronalazak sajta putem pretraživača).

## EFEKTI ONLINE POSLOVANJA

Nakon postavljanja sajta na internet i sprovođenja reklamne kampanje potrebno je izmeriti efekte online promocije. Efekti se vrednuju statističkom analizom poseta sajtu i finansijskim pokazateljima. Za statističku analizu poseta sajtu može se koristiti veliki broj alata koji omogućavaju precizno praćenje posetilaca na sajtu (brojač, serverske statistike...). Rezervacijom sopstvenog domena i stavljanjem prezentacije na server, svak i vlasnik prezentacije ima mogućnost da svakodnevno prati efekte svog nastupa na internetu. Softver koji prati sve posete sajtu daje velike mogućnosti za statističku analizu. Moguće je dobiti podatke o ukupnom broju pristupa svakoj stranici sajta, vremenu posete u toku dana, ukupan broj računara sa kojih je ostvaren pristup, država iz koje je došao posetilac, da li je posetilac direktno pristupio prezentaciji ili sa neke druge prezentacije.

Naravno, ono što bi svaka kompanija želela da postigne kao efekat online poslovanja jeste povećanje tražnje za njenim proizvodima ili uslugama. Tako je i sa našom kompanijom. Najbolji efekat bila bi povećana tražnja za našim proizvoda, zatim zadržavanje postojećih i privlačenje novih kupaca, a samim tim i povećanje profita. Zato bi trebalo mudro i efikasno plasirati našu ponudu na web-u, jer to indirektno obezbeđuje poslovnu i finansijsku poziciju na tržištu.

Online poslovanje značajno smanjuje troškove prodaje, štedi vreme, kreira online bazu kupaca, može biti uspešno realizovana i jednostavnim informacionim rešenjima i sve to uz optimalno korišćenje ljudskih resursa.

## Biznis plan

### Opis poslovnog koncepta

Kao prvi izazov u ostvarenju izloženih ciljeva jeste kreiranje web sajta cuttinggrosstechnologies.com koji će predstavljati potupno beslpatan informativni servis putem koga će se svi zaineresovani korisnici informisati o ponudi naše kompanije. Stručan kadar za izradu sajta je potreban kako bi se kreirao isti i održavao na najbolji način. Potrebno je izdvojiti novčana sredstva za realizaciju offline poslovanja (troškovi štampanja kataloga, plakata, zakup bilborda, reklama u novinama...).

Prednosti u odnosu na offline poslovanje su:

- veće tržište;
- bolja komunukacija sa klijentima;
- manji troškovi poslovanja.

### Proizvod/Usluga

Web sajt će pružati potpun I neposredan uvid o svim proizvodima koje nudimo.

### Organizacija tima

Tim koji upravlja projektom je sastavljen od ljudi koji imaju iskustva u programiranju web aplikacija. Sastav tima:

- lider projekta(rukovodi izradom aplikacije);
- urednik sajta (ujedno i “tehnički tim”, sve ideje lidera sprovodi u delo).

Menadžerski tim:

- finansijski menadžer (rukovodi finansijskim aspektom projekta)č
- marketing menadžer (obezbeđuje neophodnu propagandu).

## Analiza tržišta

Pošto je osnovna uloga našeg inicijalnog proizvoda košenje trave, analiziraćemo geografska područja i tlo, i shodno tome nuditi proizvod pogodnijim delovima Srbije (za početak).

## Konkurencija

Konkurencije i nema u ovoj oblasti, pa shodno tome za sada je nepotrebna analiza istog.

## SWOT Analiza

Snage - naša snaga bi bio mlad, vrlo stručan i ambiciozan tim, detaljnost i ažurirane informacije, izuzetno povoljne cene. Slabosti - nisu ugrađeni alati za praćenje statistike. Šanse - šanse su u tome što je internet neograničeno tržište. Pretnje - naša glavna pretnja bi bila pojavljivanje konkurenata koji imaju potencijalno veći budžet.

## Strategija kvaliteta

Kvalitet jeste neophodna stavka u svim projektima koji žele da uspeju. Tim lider i menadžerski tim u obavezi su da teže zadovoljnjnu sledećih normi: zadovoljiti potrebe korisnika i razviti svest svih učesnika u sprovođenju kvaliteta.

Vernim praćenjem strategije kvaliteta ona će obezbediti efikasije dolaženje do pouzdanih informacija, kvalitetan proizvod sa visokim performansama.

## Promotivna strategija

Glavni i osnovni cilj marketing strategije će se vršiti kroz web sajt. Internet je danas dostupan svima, te je ovakav vid promovisanja najpogodniji i nekako se prvi nameće kao rešenje za to. Pored web-a, za one koji nemaju internet, recimo za ljude na selu, biće obezbeđen poseban vid propagande u vidu plakata, reklama itd. Naravno da online marketing pruža dosta udobniji aspekt pružanja informacija i samim potencijalnim kupcima. Još jedan aspekt izgrađivanja internet marketing strategije je ostvarivanje pune sinhronizacije i integracije online i offline marketing aktivnosti. Sklad ova dva vida promovisanja dovode do pozitivnih rezultata, tj. ne smemo zapostaviti nijedan vid promovisanja. Poštujući sva pravila strategije marketinga tj. uz kvalitetnu online i offline promociju, prodaja proizvoda može postići željene rezultate, a samim tim i napraviti određenu prednost u odnosu na potencijalne konkurente.

## Plan budućeg razvoja

Širenje tržišta i naravno povećanje asortimana koji nudimo.

## Zaključak biznis plana

Kao sastavni deo svakog biznis plana sledi zaključak istog. On se ogleda u sledećem:

- bilans stanja - u sredstva smo uvrstili gotovinu i potraživanja, ali i nekretnine i osnovna sredstva, kao i zalihe i eventualni gubici. Obaveze su obuhvatile sva tekuća i buduća plaćanja, osnovni kapital i zadržane zarade. Bilans stanja je napravljen za svaku godinu u biznis planu;

- bilans uspeha - po definiciji, bilans uspeha predstavlja razliku između zarađenog i potrošenog novca. Što je ta razlika veća, to je firma ostvarila veći



finasijski dobitak. U bilans stanja ulaze sve vrste troškova, od troškova izvođenja do operativnih troškova;

- gotovinski tok - u izveštaju o gotovinskom toku su zbirno pokazani svi ulazi i izlazi gotovine u toku poslovanja. Prikazani su svi troškovi i svi prihodi razvrstani u nekoliko kategorija. Kao i bilans uspeha i bilans stanja, i gotovinski tok je kreiran za svaku godinu.

## Plan upravljanja rizicima

Rizici se ogledaju u tome da web sajt predstavlja glavni vid promocije, a kao takav, on i ne mora zapažen, posećen dovoljno itd. Stoga to se može prevazići, ili drugim rečima, taj rizik umanjiti tako što se reklamiramo neprestano na društvenim mrežama, novinama, TV reklamama itd.

## Finansijska analiza

Tabele prikazuju troškove koji se odnose na povećanje posećenosti našeg web sajta (e shopa):

Aktivnosti	Mesečni trosak	Godišnji trošak (u evrima)
Online aktivnosti		
Kreiranje strategije		200
Kreiranje koncepta sajta		300
Registracija "com"domena		25
Troškovi izrade sajta		1000
Troškovi internet tima		
Internet programer	90	1080
Administrator baze podataka	100	1200
Web dizajner	100	1200
PR menadžer	200	2400

Internet marketing menadžer	200	2400
Troškovi online promocije		2370
UKUPNO:		12175
<b>Offline aktivnosti</b>		
	<b>Broj komada</b>	<b>Cena</b>
Flajer	10000	1000
Katalog	5000	2500
Billbord	2	5000
Oglas u novinama	3	600
Tv reklama	1 (8s)	4000
Reklamni material(majice, upaljači, hemijske olovke)	1000	2500
Plakat	100	325
UKUPNO:		15925
<b>Ukupno online i offline aktivnosti</b>		
<b>28100</b>		

**Bilans stanja sa  
stanjem na dan  
31.12.2017. godine**

Naziv pozicije		iznosi u 000 eura
	Tekuća godina	Prethodna godina
A. STALNA IMOVINA	1.420,693	1.312,76
III. NEMATERIJALNA ULAGANJA	23.777	2.200,93
IV. NEKRETNINE,POSTROJENJA, OPREMA I BIOLOŠKA SREDSTVA	110.716	114.300,40

1. Nekretnine, postrojenja i oprema	110.576,65	114.074,73
2. Investicije nekretnine	0,139	225,67
V. DUGOROČNI FINANSIJSKI PLASMANI	28.975	14.775,21
1. Učešća u kapitalu	13.673,19	13.673,20
2. Ostali dugoročni finansijski plasmani	15.302,32	1.102,01
B. OBRTNA IMOVINA	134.031,28	129.291,19
I. ZALIHE	46.513,72	37.765,26
III. KRATKOROČNA POTRAŽIVANJA, PLASMANI I GOTOVINA	87.517,56	91.525,93
1. Potraživanja	45.368,50	46.487,19
2. Više plaćen porez na dobitak	28,88	28,88
3. Kratkoročni finansijski plasmani	23.573,02	32.595,97
4. Gotovinski ekvivalenti i gotovina	15.288,82	10.440,82
5. Porez na dodatu vrednost i aktivna vremenska razgraničenja	3.258,34	1.973,07
G. POSLOVNA IMOVINA	276.100,64	260.567,73
D. GUBITAK IZNAD VISINE KAPITALA	0	26.976,13
Dj. UKUPNA AKTIVA	276.100,64	287.543,86

E. VANBILANSNA AKTIVA	1.823,97	1.830,98
A. KAPITAL	73.327,24	0
I. OSNOVNI I KAPITAL	211.916,67	71.580,58
VIII. GUBITAK	138.589,43	71.580,58
B. DUGOROČNA REZERVISANJA I OBAVEZE	202.277,77	287.048,23
I. DUGOROČNA REZERVISANJA	1.175,93	1.140,59
II. DUGOROČNE OBAVEZE	27.189,80	51.274,04
1. Dugoročni krediti	4.446,14	51.274,04
2. Ostale dugoročne obaveze	22.743,66	0
III. KRATKOROČNE OBAVEZE	173.912,04	234.633,60
1. Kratkoročne finansijske obaveze	40.972,65	92.126,13
3. Obaveze iz poslovanja	128.316,80	135.240,44
4. Ostale kratkoročne obaveze	2.675,21	5.592,20
5. Obaveze po osnovu poreza na dodatu vrednost i ostalih javnih prihoda i pasivna vremenska razganičenja	1.851,25	1.674,83

6. Obaveze po osnovu poreza na dobitak	1,22	96,13
V. ODLOŽENE PORESKE OBAVEZE	1,23	495,63
G. UKUPNA PASIVA	1,24	276.100,64
D. VANBILANSNA PASIVA	125	1.823,97

Izveštaj o tokovima gotovine u periodu od 01.01.2017 do 31.12.2017. godine	
Naziv pozicije	
	Tekuća godina
I. Prilivi gotovine iz poslovnih aktivnosti	489.209,24
1. Prodaja i primljeni avansi	487.875,55
2. Primljene kamate iz poslovnih aktivnosti	52,57
3. Ostali prilivi iz redovnog poslovanja	1.281,12
II. Odlivi gotovine iz poslovnih aktivnosti	534.977,73
1. Isplate dobavljačima i dati avansi	466.281,18

## Zaključak

Vera u ovaj projekat će nas voditi do ostvarenja uspeha, vođena ovim biznis planom.

## Literatura

1. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
2. [www.apr.gov.rs](http://www.apr.gov.rs)