



Norwegian Embassy
Sarajevo



ПРИРУЧНИК



**ПРИМЈЕРИ ПРИПРЕМА ЗА
ЧАСОВЕ НАСТАВНОГ ПРЕДМЕТА
ОСНОВИ ПРЕДУЗЕТНИШТВА**

САДРЖАЈ

УВОД	3
1 Писане припреме за наставни час.....	4
2 Пословни (бизнис) планови.....	37
3 Примјер бизнис плана који је настао као резултат рада ученика.....	53



УВОД

У циљу унапређења образовања и васпитања и јачања компетенција васпитно-образовних радника усмјерених ка подизању квалитета наставног процеса и адекватног одговора образовног система на потребе и афинитете ученика, Републички педагошки завод Републике Српске је у сарадњи са Развојим програмом Уједињених нација (UNDP), уз подршку Владе Краљевине Норвешке, у оквиру пројекта Бољом управом до бржег економског раста (EGG2) осмислио и реализовао обуке за наставнике који реализују наставу из наставног предмета Основи предузетништва.

Имајући у виду брзину промјена које се дешавају у свим сегментима живота велики је изазов усклађивање васпитања и образовања са промјенама које се дешавају. Напредовање друштва и усавршавање техничко технолошких средстава свакако утичу и на интересовања дјецe и младих а самим тим и на начин реализације васпитно-образовног рада у школама.

Главни носиоци реализације процеса образовања као и васпитања у датој мјери, али и имплементације промјена јесу наставници којима за ове улоге треба бити омогућен континуиран и савремен професионални развој и учење/усавршавање.

У оквиру програма обука реализоване су сљедеће теме:

1. Савремене компетенције наставника
2. Планирање и програмирање наставе предмета Основи предузетништва
3. НПП-оквир за креативног наставника
4. Исходи учења (операционализација, примјена и провјера остварености)
5. Појам и основне одреднице предузетништва – профил успјешног предузетника;
6. Предузетничка идеја
7. Финансијски аспект предузетништва – Бизнис план
8. Организациони аспекти, правни и институционални оквир предузетништва

Тродневном обуком остварени су и планирани циљеви обуке:

- Унапријеђене савремене компетенције наставника у ППДМ компоненти;
- Наставници упознати са НПП и очекиваним исходима учења;
- Наставници оспособљени за израду квалитетног плана за реализацију наставног предмета Основи предузетништва (глобални, оперативни и дневни);
- Ојачане способности наставника за развијање вјештина код ученика да идеју претворе у прилику;
- Наставници оспособљени да приближе ученицима маркетинг план као дио пословног плана;
- Наставници обучени за израду плана, у складу са специфичностима струке/занимања;
- Упознати наставници са правним оквиром организације предузећа у Републици Српској и институционалном подршком младом предузетнику.

Посебно је апострофирана неопходност повезивања наставника и јачање и сарадње у оквиру њихових професионалних заједница, унутар којих имају могућност практичне размјене искустава и помоћи при раду. Указано је и на потребу да се код наставника развија свијест о неопходности континуираног/цјеложивотног учења али и на конкретним примјерима показати нераскидивост везе између професионалних и ППДМ (психологија, педагогија, методика и дидактика) компетенција као предуслова за квалитет.

На крају другог дана обука наставници су добили задатак да осмисле један час, израде припрему, реализују час и документацију доставе на адресу Републичког педагошког завода. Током трећег дана представљени су резултати рада наставника кроз презентовање писаних припрема за час.

На основу изабраних писаних припрема за часове и бизнис планова креиран је приручник Примјери припрема за часове наставног предмета Основи предузетништва креирани у оквиру пројекта Бољом управом до бржег економског раста (EGG2). Наглашавамо да су припреме израдили наставници којима је обука примарно била и намјењена, а то су наставници који по свом иницијалном образовању нису економисти.

Уз подршку пројекта, унутар приручника су креирана и приказана три бизнис плана: производња компоста, кетеринг и производња бетона и бетонске галантерије. У току представљања бизнис планова јавила се идеја да се у Приручник укључи оригинални бизнис план ученика-сувенарница, осмишљен од стране ученика школе из Добоја као и кратак елаборат њиховог развојног пута како би се показало колико је важна добра сарадња ученика и наставника.

За израду писаних припрема за часове наставници су користили обрасце које иначе користе у настави, те је стога и приказ понуђених припрема у овом приручнику приказ различитих приступа у припремању наставе.

1. ПИСАНЕ ПРИПРЕМЕ ЗА НАСТАВНИ ЧАС

Предметни наставник: ВЛАДИМИР ЈАНКОВИЋ

ЈУ ТЕХНИЧКА ШКОЛА ГРАДИШКА

Предмет	Разред		Одјељење
ОСНОВЕ ПРЕДУЗЕТНИШТВА	ЧЕТВРТИ		ЦНЦ
	Час	Вријеме	Датум
	1	7:00-7:45	08.11.2023

МОДУЛ	Појам и развој предузетништва у одређеном окружењу	Бр. модула	01
НАСТАВНИ САДРЖАЈ	Предузетништво и власништво бизниса		

ПЕДАГОШКИ, МЕТОДСКИ И ДИДАКТИЧКИ ЕЛЕМЕНТИ

ЦИЉ				
ИСХОДИ УЧЕЊА	Знања	Усвајање основних знања власничке структуре бизниса		
	Вјештине	Стицање вјештине о врсти бизниса и структури власништва и о блоку регистрације		
	Личне компетенције	Самостално препознавање облика предузетништва		
	Начин провјере исхода учења	Постављање питања ученицима		
Методе рада	<input type="checkbox"/> монолошка; <input type="checkbox"/> дијалoшка; <input checked="" type="checkbox"/> усмено излагање; <input type="checkbox"/> слободни разговор; <input type="checkbox"/> посматрање; <input checked="" type="checkbox"/> наставна дискусија; <input type="checkbox"/> рад са књигом; <input type="checkbox"/> писмени радови; <input type="checkbox"/> практични радови; илустрације; <input checked="" type="checkbox"/> демонстрације; <input type="checkbox"/> лабораторијски радови; <input type="checkbox"/> експериментални радови; <input type="checkbox"/> комбинована метода; _____			
Облици рада	<input checked="" type="checkbox"/> индивидуални рад; <input type="checkbox"/> рад у паровима; <input type="checkbox"/> групни рад; <input checked="" type="checkbox"/> фронтални – колективни; <input type="checkbox"/> рад по нивоима знања; <input type="checkbox"/> тимска настава; <input type="checkbox"/> проблемска настава; <input type="checkbox"/> рефератска настава; <input type="checkbox"/> наставни листићи; <input type="checkbox"/> контролни задаци; <input type="checkbox"/> задаци објективног типа; <input type="checkbox"/> екскурзије и излети; <input type="checkbox"/> диференцијална настава; <input type="checkbox"/> учење на даљину; <input type="checkbox"/> учење путем увиђања, открића и аргумената; _____			
Средства рада и помагала	<u>Вербална, говорна</u> <input checked="" type="checkbox"/> текстуална, читање <input type="checkbox"/> мануелна (машине) <input type="checkbox"/> помоћно-техничка <input type="checkbox"/> електронско-аутоматска	<u>Аудио – визуелна</u> <input type="checkbox"/> радио-апарат <input type="checkbox"/> грамофон <input type="checkbox"/> магнетофон <input type="checkbox"/> видео-касета <input type="checkbox"/> филмпројекције	<u>Визуелна</u> <input type="checkbox"/> рачунари <input type="checkbox"/> видео бим <input type="checkbox"/> шеме, цртежи и модели <input checked="" type="checkbox"/> табла <input type="checkbox"/> карте <input type="checkbox"/> графички предмети <input type="checkbox"/> графопројекције <input type="checkbox"/> епипројекције <input type="checkbox"/> дијапројекције <input type="checkbox"/> природни предмети <input type="checkbox"/> дидактички материјали	

Локација рада	школска учионица; школска радионица; кабинет; предузећа и установе; фискултурна сала; објекти у природи; библиотека;		
Литература	Уџбеник: Предузетништво Светислав Пауновић		
ПЛАН ЧАСА			
I дио	Уводни дио 5мин.		
II дио	Главни дио часа 30 мин.		
III дио	Завршни дио часа 10 мин		

Т О К Ч А С А

(концепт, задаци, фазе, начин кориштења метода и облика рада, начин провјере исхода)

УВОДНИ ДИО:

- За реализацију пословних подухвата предузетнику је потребан капитал којим ће осигурати набавку основних и обртни средстава за функционисање предузећа.
- Без довољно капитала за одређени бизнис тешко је замислити почетак ПРЕДУЗЕТНИЧКОГ ПОДУХВАТА.
- Сваки појединац има право на приватно власништво и да га користи на законит начин.

ГЛАВНИ ДИО:

- У оснивању предузећа капитал може да уложи једно или више правних или физичких лица. Самим тим власник предузећа може да буде једна или више особа.
- **ВЛАСНИШТВО** је право располагања неком имовином која предузетнику омогућава да води предузеће и доноси одлуке о свим кључним питањима пословања.
- У мањим предузећима предузетник је власник цјелокупног капитала, сам доноси одлуке обезбеђује и налази посао те се прилагођава окружењу у коме послује.
- У средњим и великим предузећима постоји много сложенији облик управљања и вођења предузећа: -самостално пословање
-пословање у предузећу (менаџер).
-Менаџери којима се делегира функција управљања, не посједују власништво, али су изузетно добро плаћени за свој рад. Мотивишу се већом платом и додатним бонусима те могућношћу учешћа процентуално у власништву капитала предузећа.

ЗАВРШНИ ДИО:

1. Шта је то приватно власништво?
2. Ко може да формира предузеће?
3. Шта значи бити менаџер?

Задаци прилагођени индивидуалним могућностима ученика:

Домаћи рад:

АНАЛИЗА ЧАСА

(самовредновање)

Наставник
Јанковић Владимир

ПИСАНА ПРИПРЕМА ЗА НАСТАВНИ ЧАС

ОСНОВНИ ПОДАЦИ:	
СРЕДЊА ШКОЛА:	ЈУ ТЕХНИЧКА ШКОЛА БАЊА ЛУКА
НАСТАВНИК:	БАБИЋ ДРАГАН
РАЗРЕД:	ЧЕТВРТИ
ПРЕДМЕТ:	ОСНОВИ ПРЕДУЗЕТНИШТВА
НАСТАВНИ САДРЖАЈ:	ПРЕДУЗЕТНИЧКА ИДЕЈА
ОБЛИЦИ РАДА:	ФРОНТАЛНИ, ИНДИВИДУАЛНИ
НАСТАВНА СРЕДСТВА:	ТЕКСТ, СЛИКЕ
МЕТОДЕ РАДА:	МОНОЛОШКА, ДИЈАЛОШКА
ОЧЕКИВАНИ ИСХОДИ:	Ученици треба да схвате виталан значај предузетничке идеје за почетак бизниса са којим предузетник излази на тржиште.

СТРУКТУРА ЧАСА

УВОД: Навести пар примјера предузетничких предузећа из околине (кафић у који ученици највише излазе, кухињу у школи, апарати, спремање хране ЦАП-ЦАП, превоз ученика до школе, књижара Романов, мобилни телефони, обућа,...). Циљ је да спознају да су то све послови предузетника који су у њиховом окружењу, чији су они клијенти, и гдје настоје задовољити њихове примарне потребе.

РАЗРАДА: Можемо закључити да сваки од поменутих послова има неколико заједничких ставки

1. Покретач поменутих послова, предузетника - његово искуство у послу, страст, упорност, рад
2. Познавање, знања, вјештина – дјелатности, технологије, тржишта, купаца-потрошача,
3. Идеја – могућност, неискориштена прилика, сан, циљ

Данас нас интересује **ИДЕЈА**.

Идеја представља темељ предузетничког успјеха, од ње све креће, она покреће немирни дух предузетника. Она је подложна промјенама и адаптацији, не мора бити коначна, на њој се ради, дорађује, она се анализира и прије уласка у посао, и током посла. Права идеја је она која је добра комбинација предузетничке визије, маште, имагинације и предузетничких потенцијала са једне стране, и реалног тржишног стања, које се испољава преко незадовољених потреба са друге стране.

Када се почне размишљати о новим пословима треба се присјетити изреке „Купац је газда.“ и зато себи постављамо питање шта је то што купци (потрошачи) желе, шта им треба, како да им то пружимо на иновативни начин.

Предузетничка идеја је представа о нечему што желимо да радимо (производ или услуга) да би смо задовољили жеље потрошача (купаца) и остварили властите интересе (добит) на циљном тржишту. Погрешан избор, као резултат неадекватне идеје неће вратити уложено и неповратно односи вријеме. То значи да се није прикупило довољно информација са тржишта, да нису адекватно анализирани и уочене пријетње за предметну активност.

Због тога предлажемо неколико корака који би помогли одабрати и креирати пословну идеју

1. Прикупљање идеја о предузетничкој активности
2. Селектовање и анализа пословних идеја
3. Поступак процјене и избор једне идеје

Ови кораци су повратни тако да у случају негативног резултата треба да се вратимо на претходни корак.

Идеја треба да садржи тржишне и финансијске потенцијале – да је исплатива као и да одражава личност и интересе предузетника (шта знам, шта желим, шта објективно могу да радим).

Идеја мора да буде:

1. привлачна,
2. остварљива,
3. има вриједност за купца,
4. правовремена и
5. одржива у дужем периоду

Најчешћа грешка коју предузетници праве када се окрећу некој идеји и покрећу бизнис јесте да продају производе и услуге које они воле и желе и у чијем стварању уживају. То што за производе и услуге постоје купци није довољно за успјех предузетничке идеје. Важно је узети у обзир понуду конкуренције.

Најрационалније је да предузетник открије шта то купци желе да купе, а конкуренти не могу да понуде.

Успјешан бизнис се може изградити у областима у којима предузетник нема искуства и резултате и за која није везан образовањем. Ризик је тада већи, али се може смањити проналажењем партнера, сарадника (запослених) или ангажовањем консултаната.

Извори предузетничких идеја могу бити врло различити, при чему предузетници могу сами трагати за идејама, могу ангажовати друге појединце или агенције оспособљене за проналажење и стварање идеје, а могу и једноставно купити идеју. У процесу долажења до идеје предузетник треба да има осмишљену, планирану акцију како не би непотребно губио време и правио трошкове.

Идеју предузетник може потражити и као рјешење социјалних појава и догађаја у друштву (сиромаштво, глад, старосна популација, избјегличке кризе, здрава храна, очување планете...). Глави циљ социјалног предузетништва је друштвена промјена (добробит) а организациони облици могу бити профитни или непрофитни.

Ако сте дефинисали пословну идеју или се двоумите између више њих за помоћ нам може послужити СВОТ (SWOT eng. Strengths, Weaknesses, Opportunities i Threats) анализа (матрица са четири поља), која садржи четири кључна аспекта: предности, недостаци, шансе и пријетње. Предности и недостатке престављају унутрашњи елементи предузећа које покрећемо, а шансе и пријетње подразумевају утицаје који долазе из пословног окружења. Резултати ове анализе показује предузетнику почетну шансу за успјех пословне идеје и олакшати избор оптималне варијанте.

Могући исходи су даља разрада одабране идеје кроз пословни план, елиминисање идеја без потенцијала и проналажење других идеја.

Највећа грешка предузетника је немати ниједну идеју!

Умјесто закључка: ИДЕЈУ почињемо са жељама, потребама потрошача и то не губимо из вида.

ЗАВРШНИ ДИО ЧАСА: Понављање обавити кроз неколико питања и дискусију.

1. Шта представља темељ предузетничког успјеха, од чега све креће? (Идеја)
2. Када се почне размишљати о новим пословима треба се присјетити изреке? (Купац је газда)
3. Каква мора бити идеја? (Привлачна, остварљива, има вриједност за купца, правремена и одржива)
4. Како можеш провјерити пословну идеју? (Различитим техникама, СВОТ анализом)
5. Да ли социјални елементи могу бити извор пословних идеја? (Могу)
6. Да ли идеје које немају пролаз могу направити велике послове? (Могу, у томе је иновативни дух предузетника да он види шансу, посао гдје други не виде)

До сљедећег часа размислите које би по Вама била повољна идеја па да извршимо тестирање такве идеје СВОТ анализом и упитником у прилигу

Упитник за поређење идеја: разврстај идеје за производну и услужну дјелатност?

	Идеја 1	Идеја 2	Идеја 3
Каква је потражња за идејом?			
Колико је јака конкуренција?			
Да ли могу да радим неку модификацију у производу, услузи?			
Да ли посједујем потребну опрему?			
Какав је процес набавке сировина/робе?			
Какво је тржиште добављача?			
Да ли могу обављати главне функције у будућем послу?			
Имам ли раднике?			
Који је обим посла?			
Могу ли остварити зараду?			
УКУПНО			

Идеје бодујте од 1 – 5 , већи број поена - боља идеја.

Припрема за час са сценаријем

Ово је подсјетник о садржају припреме!		
Школа:	ЈУ Техничка школа Бањалука	
Одјељење:	II4	
Посебне карактеристике: одјељења	20 ученика	
Наставник:	Душан Лукић	
Предмет:	Основи предузетништва	
Наставна тема:	Основне одреднице предузетништва	Редни број наставне теме: <u> 2 </u>
Наставни садржај:	Породица и предузетништво	Редни број наставног садржаја: <u> 2 </u>
Редни број часа:	18 и 19	Датум реализације часа: <u>31.10.2023.год.</u>
Циљеви наставне теме / наставног садржаја		
образовни материјални>	Усвајање знања о породици и предузетништву	
образовни функционални>	Развој аналитичког мишљења, развој предузетничког когнитивног стила	
Васпитни>	Развој радозналости, повећање заинтересованости	
Очекивани исходи наставног садржаја – очекивани ефекти се наводе на нивоу манифестованог, проверљивог и мерљивог понашања	Стицање теоријских знања о предузетништву у циљу јачања свијести о његовом значају за samozапoшлaвaње, за развој економије и друштва у цјелини. Развијање критичког начина размишљања и понашања у свакодневном животу и раду.	
Организациони елементи		
Наставне методе	Вербална, дијалoшкa мeтoдa-дискyсијe., мeтoдa дeмoнстрaцијe, илyстрaцијa	
Организациони облици наставе	Фронтални, групни	
Активирани облици учења	Смисaоно рeцeптивнo вeрбaлнo учeњe, учeњe oткривeм, пpактичнo учeњe, кooпeрaтивнo учeњe	
Наставна средства		
радни материјал	Уџбеник, свеска	
техничко-технолошка помагала		
остала средства	Примјери из праксе	
Мјесто одржавања часа: Учионица		
Учионица	за ученике	Гордана Новак: Основе предузетништва, Завод за уџбенике и наставна средства, Источно Сарајево.
	за наставника	Гордана Новак: Основе предузетништва, Завод за уџбенике и наставна средства, Источно Сарајево.
Интеракција са другим предметима		Вјеронаука, историја и информатика
Интеракција са другим темама		Профил успјешног предузетника и предузетничка идеја
Активности: Основни дио планирања часова и посебно се разрађују и обликују одговарајући протоколи за конкретне ситуације		
Планиране активности ученика (опис активности)	<ul style="list-style-type: none"> • Учествују у обнављању претходног градива. • Прате излагање новог садржаја. • Активно учествују при демонстрацији примјера из праксе. • У свеске уписују појмове које наставник пише на табли. • Постављају питања. 	

Планиране активности наставника (опис активности)	<ul style="list-style-type: none"> • Подстиче дискусију у циљу обнављања претходног садржаја. • Представља циљ часа и начин реализације. • Реализује наставни садржај користећи примјере из праксе. • На табли исписује битне чињенице. • Подстиче ученике да активно учествују у настави. • Поставља кратка питања и одговара на питања ученика. • Обзиром да је овај наставни садржај скромно представљен у уџбенику, мало проширује информације везане за исти и упућује ученике на додатне изворе знања.
Временска организација часа	<ul style="list-style-type: none"> · Уводни дио (7 минута) / Обнављање претходног садржаја, истицање циља часа · Главни дио 1. часа (35 мин) / Стицање новог знања о предностима и недостацима породичног предузетништва; Говоримо значају и улози породице у покретању властитог бизниса кроз примјере. · Главни дио 2. (40 мин.) / Послије предавања и презентовања примјера успјешног породичног бизниса ученици раде у групама свој примјер породичног бизниса и презентују исте. · Завршни дио: (8 мин.) / Наставник најактивније ученике „награђује“ и најављује тему за сљедећи наставни час.
Евалуација наставног часа	
Евалуација постигнућа ученика /ефеката (опис активности)	Ученици разумију наставни садржај и разумију значај породице у властитом бизнису као и предузетништву.
Евалуација процеса (опис активности)	Вредновање ангажованости и способности ученика; Давање додатних објашњења ученицима који спорије усвајају знања.

Активности ученика, ток активности, радни материјал и задаци, протоколи праћења напредовања ученика у оквиру тих активности се детаљно планирају!

**Организација часа: Породица и предузетништво
Наставник: Душан Лукић**

Планирани садржај рада	Активност наставника	Активност ученика	Планирано време у минутима	Методе и облик рада	Начин праћења рада ученика	Очекивани ефекти
1 корак Укратко обновити претходно градиво и одредити циљ часа	Повезује наставну јединицу са претходним садржајем Наводи циљ часа	Учествују у обнављању претходног градива. Слушају циљеве часа	7	Дијалогска метода, смисаоно вербално рецептивно учење	Прати разумијевање претходног градива кроз исправност одговора, прати заинтересованост ученика за рад	Ученици усвајају циљ наставне јединице и повезаност са претходним садржајем
2 корак Обрада наставне јединице	Предаје наставну јединицу. Презентује значај породичног бизниса. На примјерима показује предности и недостатке породичног бизниса.	Слушају излагање наставника, активно учествују и постављају питања код презентације примјера успјешног породичног бизниса	35	Вербално монолошка и вербално дијалогска метода, фронтални облик рада, смисаоно вербално рецептивно учење	Прати невербалне знаке пажње и укључивање коментарима.	Ученици разумију значај породичног бизниса као и његове предности и мане
3 корак Групни рад на изабраној породичној бизнис идеју	Прати рад група, појашњава ако нешто није јасно	Препознају предности породичног бизниса	40	Групни облик рада, кооперативно учење	Праћење групне активности, заинтересованост ученика појединачно	Ученици разликују поједине дијелове породичног бизнис плана
4 корак Завршни дио	Похваљује најуспјешнију, најављује наставну јединицу за следећи час.	Коментариш	8	Вербално дијалогска метода	Праћење емоционалне атмосфере.	Мотивисани су за даљи рад.

Школа: ЈУ Политехничка школа, Бања Лука

Датум:

Разред: трећи

Наставник: Жељко Трнинић

Наставни предмет: Основи предузетништва

Наставна област: Маркетинг у предузетничком бизнису

Наставни садржај: SWOT анализа

Вријеме и мјесто

извођења наставе: 4. час; учионица (кабинет) школе

Циљ часа: Стицање и усвајање знања о SWOT анализи као моћном маркетиншком алатом намијењеном за анализу и планирање предузетничког бизниса.

Задачи часа:

а) Образовни:

Стицање и усвајање знања о основним елементима SWOT анализе која је погодна за планирање процеса производње, маркетиншке кампање, па чак и за анализу сопствених вјештина и искустава.

б) Васпитни:

- развијање осјећаја задовољства и властите вриједности код ученика након успјешно ријешеног задатка;
- мотивисање ученика за утврђивање 4 стратегије предузетничког бизниса;
- развијање ученичких радних навика и културе рада;
- развијање смисла за систематичност, прегледност, организованост и уредност ученика при рјешавању задатака;
- развијање ученичке културе комуницирања и сарадње.

в) Функционални:

Разумијевање и закључивање о улози и значају законитости које произилазе укрштањем одређених фактора.

Облици рада: фронтални, индивидуални и рад у пару

Наставне методе:

- метода усменог излагања - код тумачења/обrade новог градива;
- метода демонстрације - приказом рјешења задатака кориштењем рачунара са пројектором;
- метода разговора.

Наставна средства

и помагала:

- уџбеник, наставни листићи, flip chart табла са маркерима и рачунар са пројектором.

Очекивани исход:

- Ученици ће научити четири основне стратегије за процјену постојећег стања и планирање будућих активности употребом SWOT анализе. Они ће знати да препознају шансе и опасности на тржишту као и снаге и слабости у оквиру саме предузетничке организације (као и могућност његове практичне примјене).

1. Организација наставног рада - артикулација методичке јединице

Редни број	Фазе рада и садржај	Методичко обликовање	Вријеме (минуте)
1.	Уводни дио часа - Повезати стечена знања о елементима маркетинг микса кроз понављање; - најава теме и циља часа (слајд број 1).	- разговор - фронтални рад - индивидуални рад	5'
2. 2.1. 2.2.	Главни дио часа - Упознавање ученика са SWOT анализом, интерним и екстерним факторима, уочавање повезаности основних фактора, уочавање законитости које произилазе из укрштања одређених фактора (слајд број 3.-9.). Увјежбавање: - примјер вода Олимпија (са Интернета); - рјешавање задатка и демонстрација рјешења (слајд број 10.-12.).	- усмено излагање - разговор - индивидуални рад - рад у пару - демонстрација	25'
3.	Завршни дио часа - Истакнути најважније из обрађеног садржаја; - провјерити усвајање садржаја од стране ученика (тест петоминутна провјера)- слајд бр. 13.; - рјешење теста-слајд бр.14.; - оцијенити ученике; - задати домаћи рад (бр.15.).	- индивидуални рад - разговор - демонстрација (рјешење теста)	15'

Уводни дио часа:

1. Шта је задатак маркетинга у предузетништву?
2. Које маркетиншке стратегије може да користи предузетник?
3. Шта је сегментирање (рашчлањење) тржишта и како се оно може извршити?
4. Шта је диференцирање (уочавање разлика) и како се спроводи?
5. Објасните појам предузетничког имиџа.

Главни дио часа: SWOT анализа

SWOT је једна од најпопуларнијих техника коју користимо у предузетништву. То је идентификовање тржишних шанси и опасности и њихово усаглашавање са јаким и slabим странама предузетничког бизниса.

SWOT анализа нуди предузетнику одговоре на многа питања у вези са сагледавањем реалности његовог бизниса. Ученицима ће SWOT анализа бити објашњена помоћу матрице која је подјелена на четири квадранта. При томе се ученици наводе да размишљају предузетнички: или о предузетничком бизнису или о предузетничком производу.

Ако се размишља интерно, онда предузетник користи сопствене компаративне предности (конкурентска предност, производ/услуга, иновације, имиџ, дистрибуција, промоција, технологија...), са једне стране, као и превазилажење компаративних слабости, са друге стране.

Ако се размишља екстерно, онда предузетник користи шансе у окружењу (нова тржишта, бржи тржишни раст, веће тржишно учешће ...) и избјегава потенцијалне неповољне околности за властити бизнис.

Квадранти се обиљежавају са првим словима енглеских ријечи: Strengths (снага), Weaknesses (слабост), Opportunities (шансе) и Threats (пријетње).

Укрштањем интерних и екстерних фактора предузетник се може у свом бизнису одредити за одређену стратегију.

Ученици у пару рјешавају задатак:

Они добијају радни лист 01 "ЧЕТИРИ СТРАТЕГИЈЕ". Наставник им објашњава да они представљају тим предузећа "Coca Cola HBC Б-Х д.о.о." Сарајево, чији је задатак да ураде SWOT анализу за производ - вода Олимпија. Ученици требају да сагледају важност пословног окружења, потенцијалних клијената, конкуренције, као и трендова на тржишту. Током рада они коментаришу своја запажања и покушавају да међусобно усагласе ставове. Уколико се укаже потреба, наставник може сугерисати подјелу фактора на интерне и екстерне.

Уз радни лист 01 ученици добијају прилог 01 са питањима која им могу помоћи у подјели спољашњих и унутрашњих фактора. Након попуњавања радног листа 01, ученици попуњавају радни лист 02 на којем се налазе додатна питања која им могу помоћи у осмишљавању стратегије. Након разматрања резултата, ученици се одређују за једну стратегију за коју сматрају да ће бити најкориснија за предузеће. Након урађеног задатка биће приказан (слајд бр. 12.) са рјешењем.

Завршни дио часа:

Усвојени садржаји биће контролисани петоминутном провјером - тестом (слајд број 13.). Ученици након урађеног теста замјењују радне листиће са колегом (паром).

Рјешење теста биће приказано на пројектору (слајд број 14.). При томе ученици једни другима провјеравају тачне одговоре и оцјењују их. Оцјене са теста биће уписане у свеску (двојна евиденција). Након завршеног теста на самом крају часа ученици добијају задатак који ће урадити сами код куће (слајд број 15.).

У презентацији се налази: Прилог број 1. Наставни листић – тест; Прилог број 2. Наставни листић – рјешење теста; Прилог број 3. Задатак за домаћу задаћу.

Извори за припремање наставника:

1. Пауновић, С., Предузетништво – уџбеник за 3 и 4. разред средње стручне школе, Дата статус, Београд, 2022.
2. Стонер Ј., Фримен Р., Гилберт Д., Менаџмент, Желнид, Београд, 1997.
3. Drucker F. Peter, Иновације и предузетништво, Привредни преглед, Београд, 1991.
4. Drucker F. Peter, Мој поглед на менаџмент, Адиджес, Нови Сад, 2003.
5. Котлер Филип, Како креирати, овладати и доминирати тржиштем, Адиджес, Нови Сад, 2003.
6. Роедерс Паул, Интерактивна настава, Београд, 2003.
7. Пал Јовановић Паул, Лексикон за економисте, Београд, 2003.
8. Ставрић Б., Пауновић Б., Петковић Г., Пословна економија за IV разред економске школе, Београд 2000.

Извори за припремање ученика:

1. Пауновић, С., Предузетништво – уџбеник за 3 и 4. разред средње стручне школе, Дата статус, Београд, 2022.
2. Ставрић Б., Пауновић Б., Петковић Г., Пословна економија за IV разред економске школе, Београд 2000.

ПИСМЕНА ПРИПРЕМА ЗА НАСТАВНИ ЧАС

Наставник: Ивана Дуроњић	
Предмет: Основи предузетништва	
Разред и одјелјење: III-2	Датум: 31.10.2023.
Наставни садржај: Мотиви предузетника	
Наставне методе: Усменог излагања и разговора	
Облици рада: Фронтални и индивидуални	
Наставна средства: Демонстративна, пројектор, стикери, фломастери	
Циљ часа: Упознати ученике са основним мотивима који инспиришу људе да постану предузетници и да разумију важност предузетништва у друштву.	
Исходи учења: Ученик зна који су то основни мотиви који предузетника воде у његовом послу.	
Начин провјере исхода учења: Стикер-папирић, на коме ће сваки ученик навести 3 мотива рангирана од најбитнијег до мање битног (из њиховог угла посматрања).	
Увод 5 мин Поновити ко је предузетник и које карактеристике описују једног предузетника. Навести ученике да се укључе у разговор и дају одговор на питање: „Које су битне особине једног човјека да би имао шансу да постане успјешан предузетник?“ Ученици дају очекиване одговоре (иновативност, спремност на ризик, пословно понашање...).	
Главни дио 30 мин Навести да је мотив у животу главна водиља ка постизању зацртаног циља и да постоје тачно одређени мотиви у предузетништву који су идентификовани у друштву и науци. Они најчешће истакнути данас су: 1. Тежња ка престижу 2. Мотив друштвене моћи 3. Мотив постигнућа 4. Мотив самосталности 5. Стваралачки мотив	

Истицање у друштву или мотив престижа је више присутан у млађој популацији предузетника. Тај мотив је и најсложенији јер имамо више показатеља који приказују престиж у друштву, а неки од њих су:

- стопа профита,
- стопа раста,
- обим производње (успјешан предузетник са великим обимом рада је узор за своју конкуренцију),
- квалитет производње (један од битних услова за дугорочан опстанак на тржишту),
- иновативност (за некога можда најбитнија ставка, пристанак на нешто ново и другачије од онога већ виђеног),
- идентификација запослених са предузећем,
- повјерење у предузећу.

Видимо да је сваки фактор подједнако битан и неопходан за успјех.

Међутим, мотивациони циклус понашања можемо и графички приказати као на слици 1:



Слика 1. Мотивациони циклус понашања

Овдје видимо да мотивисан човјек лакше постиже циљеве и обавља радне задатке, али на сваком путу постоје одређени проблеми и препреке које ће успјешан предузетник превазићи.

Завршни дио часа 10 мин

Ученицима подијелити по стикер и дозволити да сами наведу 3 мотива који они изаберу из претходно наведених. Онако како они сматрају важност мотива. На позицију 1. ставити најбитнији, 2. мање битан 3. најмање битан. Када напишу, по реду залијепе на таблу свој стикер и кажу шта су записали на стикеру.

Осврт на час:

Час "Мотиви предузетника" је изузетно занимљив и информативан, пружајући дубљи увид у психологију и мотивацију људи који се одлуче за предузетничку каријеру. Овај час је посебно релевантан у данашњем свијету, гдје предузетништво игра кључну улогу у економији и друштву. Једна од кључних тачака разматраних током часа је разумијевање различитих мотива који покрећу предузетнике. Ученици су упознати са чињеницом да мотивација може бити разноврсна и да се разликује од особе до особе. Неки предузетници могу бити мотивисани жељом за финансијским успехом, док други теже промјени свијета путем иновација. Овај час подстиче размишљање о томе како предузетници развијају своје визије и циљеве, те како се носе са изазовима и препрекама на путу ка остварењу тих циљева.

Грађевинска школа Бања Лука

Наставник: Марија Лековић

Разред и одјељење: III (смјерови: архитектонски техничар, грађевински техничар и трогодишња занимања)

Наставни предмет: Основи предузетништва

Наставна тема: Модул 1

Наставни садржај: Предузетничке вјештине

Облици рада: фронтални, индивидуални

Методе рада: усмено излагање, наставни разговор

Наставна средства и помагала: вербална, визуелна, текстуална, табла, креда, радни лист

Циљеви часа: Упознавање ученика са појмом предузетничке вјештине и проширивање знања о вјештинама предузетника.

Очекивани исходи: Систематизација постојећег знања. Оспособљавање ученика да теоријска знања о предузетништву и вјештинама предузетника успјешно примјењују у пракси. Повезивање наученог са новостеченим знањима.

ТОК ЧАСА

Уводни дио - (трајање 5 мин.): Обнављање стеченог знања о личним карактеристикама (особинама) предузетника.

-Које су основне карактеристике предузетника?

Већина предузетника испољава одређене особине по којима се у великој мјери разликује од других. Разлог из којег неко постаје предузетник је жеља за независношћу. Мотиви су најчешће личне или породичне природе.

Карактеристике које су заједничке већини предузетника:

1. Визија – предузетник треба да има јасну представу гдје у свом бизнису жели да буде у наредном периоду;
2. Истрајност и упорност – предузетник не смије одустати од реализације својих идеја, успјех се не дешава преко ноћи;
3. Самопоуздање – да предузетник лакше преброди кризне ситуације;
4. Посвећеност послу – спремност на велика одрицања;
5. Оптимизам – треба да вјерују да ће посао донијети профит;
6. Креативност – развијање постојећих идеја и њихово претварање у дјело;
7. Оријентисаност ка резултатима – треба да јасно дефинишу циљеве и вриједно раде на њиховој реализацији;
8. Иновативност – увођење новина или унапређење нове верзије производа;
9. Флексибилност – бизнис је потребно планирати и радити на корекцији уколико наступе промјене у окружењу;
10. Способност преузимања ризика – потрено је извршити детаљне процјене да би се потенцијални ризици свели на минимум.

Које су предности предузетника са овим особинама?

Уколико предузетник посједује ове особине, њему расте углед у пословном и приватном окружењу, подиже се ниво самопуздања и самопоштовања.

Главни дио - (трајање 30 мин.): Утврђивање и проширивање знања о вјештинама предузетника уз записивање битних чињеница на табли.

- **Ко је предузетник?**

Предузетник је носилац предузетничке активности, тј. појединац који преузима пословни подухват да би обезбиједио производе или услуге за тржиште ради остваривања профита.

Предузетник је онај који препознаје и користи шансе, реализује их кроз остварљиве идеје које су тржишно изводљиве, а у све улаже своје вријеме, новац или вјештине.

- **Какве могу бити предузетничке вјештине?**

Предузетничке вјештине могу бити :

- * **урођене способности**
- * **способности које се стичу праксом или обуком**

- **Како дијелимо предузетничке вјештине?**

Вјештине можемо подијелити на :

1. техничке - подразумевају познавање технологије и производа или услуге, организационе и техничке вјештине у ужем смислу;

- организационе вјештине – креирање организације бизниса;
- креирање, дизајнирање и редизајнирање производа или услуга;
- способност учења - једна од најважнијих вјештина у животу, али и у предузетништву је способност учења. Учење не представља само усвајање нових знања и вјештина, него и у ситуацијама када се ствари не одвијају по плану јер се некада из неуспјеха најбоље учи, а та вјештина је неопходна за успјешног предузетника.

2. друштвене – односе се на рад са људима

- **комуникација** - може бити вербална, невербална и писана.... Предузетник треба да комуницира са запосленим, инвеститорима, купцима и колегама (Уколико предузетник не може да саопшти јасне поруке мала је вјероватноћа да ће компанија бити успјешна);
- **продаја** - предузетник треба да буде у стању да прода пословну идеју, производ или услугу. Ако је предузетник у стању да ефикасно комуницира, спремнији је и да продаје;
- **лидерство** - лидерске особине које треба да има један предузетник, ако жели да постигне успјех су упорност, самопоуздање, одговорност, покретање иницијативе, као и одржавање мотивације;
- **вјештина управљања међуљудским односима** - разумијевање других људи помаже нам при прилагођавању, у циљу проналажења заједничких интереса и стварања повезаности која је кључ успјешног пословања;
- **вјештина мотивације** – мотивацијом запослених до веће продуктивности.

3. концептуалне – односе се на рад са различитим идејама и концептима

- **фокус** - пут до успјешног предузетништва прожет је успонима и падовима. Успјешан предузетник треба да буде у стању да се фокусира на крајњи циљ и онда када у пословању наилази на препреке и неуспјехе. Потребно је одредити пут којим ће предузетник водити свој тим;
- **креирање пословне стратегије** - да би предузетник креирао пословну стратегију мора да посједује ефикасне комуникацијске вјештине, дубок фокус и високу способност учења и на тај начин може да унаприједи свој посао. Начин примјене и праћења стратегије су још важнији од самог креирања стратегије

У зависности од вјештина које посједује, предузетнике можемо подијелити у три групе:

- **предузетници – техничари** (њихов основни циљ је креирање нових производа, тржишта као и нових индустријских грана)
- **предузетници - креатори организације** (имају циљ да од малог предузећа направе велико предузеће)
- **предузетници - уговарачи послова** (учествују у креирању новог бизниса, преговарању и склапању нових пословних аранжмана)

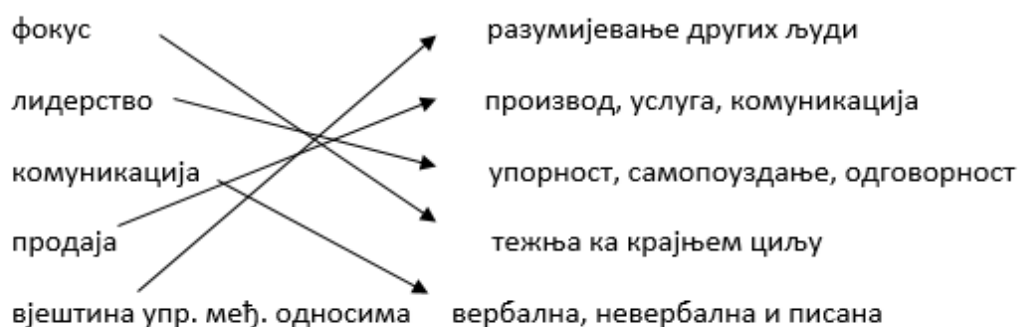
Завршни дио - (трајање 10 мин.): У завршном дијелу часа врши се синтеза свега реченог. Ученицима се задају задаци за провјеру знања.

Начин провјере остварености очекиваних исхода:

Задаци за провјеру:

1. У сљедећем низу подвучи техничке вјештине:
способност учења, фокус, организационе вјештине, лидерство, комуникација.

2. У лијевој колони написане су вјештине. Повежи линијом сваку вјештину са одговарајућим појмовима у десној колони:



План записа на табли:

Предузетничке вјештине

Предузетничке вјештине могу бити :

- **урођене способности**
- **способности које се стичу праксом или обуком**

Предузетничке вјештине дијелимо на:

- **техничке**
- **друштвене**
- **концептуалне**

У зависности од вјештина које посједује, предузетнике можемо подијелити у три групе:

- предузетници – техничари**
- предузетници – креатори организације**
- предузетници – уговарачи послова**

Корелација са другим наставним предметима:

Организација грађења

Литература:

Стручна литература, уџбеници, странице интернета

Самоеваулација:

Циљеви часа испуњени. Ученици успјешно ријешили задатке са наставних листића и савладали обрађену наставну јединицу.

Датум: 02.11.2023.

Професор: Марија Лековић

ПИСМЕНА ПРИПРЕМА ЗА НАСТАВНИ ЧАС

Наставник: Мирела Илић	
Предмет: Основи предузетништва	
Разред и одјељење: IV-1	Датум: 02.10.2023.године
Наставни садржај:	
Наставна метода: - Предавање - Објашњење - Разговор	
Облици рада: - Фронтални - Индивидуални	
Наставна средства: -Материјал и прибор за рад	
Циљ часа: - Навести основне одреднице предузетништва, - Навести основне елементе предузетничког процеса, - Објаснити ко је предузетник, особине које треба да посједује , - Објаснити која је разлика између предузетника и менаџера, - Објаснити како доћи до добре пословне идеје и шта треба урадити прије њене реализације, -Објаснити шта су то пословни ресурси и зашто су неопходни за остварење неке пословне идеје.	
Исходи часа: Ученик ће бити способан да: - Наведете основне елементе предузетничког процеса; - Објасни ко је предузетник и особине које треба да посједује; - Објасни разлику између предузетника и менаџера; - Објасни како доћи до добре пословне идеје; - Објасни зашто је израда бизнис плана веома битна прије реализације пословне идеје;- Дефинише шта су ресурси и зашто су неопходни да би се остварио неки пословни план.	
ОРГАНИЗАЦИЈА РАДА – ТОК АКТИВНОСТИ (СА ВРЕМЕНСКОМ ДИНАМИКОМ ЧАСА)	
УВОД (5 мин.) - Поновити са ученицима шта је предузетништво, који је значај предузетништва за предузетника и који је мотив предузетника да буде предузетник.	

ГЛАВНИ ДИО (30 мин.)

- Навести основне одреднице предузетништва:

- * Предузетник-пословна шанса-ресурси,
- * Предузетништво у малим и средњим предузећима,
- * Предузетништво и иновације,
- * Предузетништво и власништво бизниса,
- * Предузетништво-преузимање ризика,
- * Предузетник и менаџер.

- Навести који су основни елементи предузетничког процеса:

- * предузетник,
- * пословна шанса и
- * ресурси потребни за њену реализацију.

- Разговарати са ученицима о томе ко је предузетник и које су особине доброг предузетника.
- Послије кратке дискусије објаснити уче/ницима која је разлика између предузетника и менаџера.

-Објаснити:

- * Зашто су репутација и имиџ предузетника веома битни у пословању;
- * Зашто се сваки предузетник треба трудити да му идеја буде јединствена и оригинална;
- * Зашто предузетник треба своју идеју да тестира и да прије уласка у реализацију неког пословног подухвата прво изради бизнис план . (То одузима више времена али је боље урадити све да се „евентуалне грешке направе на папиру , а не на тржишту“);
- * Шта су ресурси и зашто су неопходни за реализацију било које пословне активности.

ЗАВРШНИ ДИО (10 мин.)

- Разговор са ученицима о наставном садржају који смо обрадили. Провјера усвојеног знања ученика кроз сљедећа питања:

1. Који су основни елементи предузетничког процеса?
2. Ко је предузетник и које особине треба да посједује?
3. Која је разлика између предузетника и менаџера?
4. Како доћи до неке добре пословне идеје и како треба поступити при реализације исте?
5. Шта су пословни ресурси и зашто су неопходни да би се остварила нека пословна идеја?

Начин провјере исхода учења:

- Усмена провјера (разговор са ученицима кроз горе наведена питања).

ПРИПРЕМА ЗА ЧАС

Назив и мјесто школе: ЈУСШЦ „Никола Тесла“ Вукосавље

Наставник: Немања Ивановић

Наставни предмет: Основе предузетништва

Разред и одјељење:

Наставна тема: Предузетничка идеја

Наставни садржај: Од пословне идеје до пословног плана

Редни број часа:

Датум:

Циљ наставнограда:

Упознавање са процјеном потенцијалне пословне идеје на глобалном и локалном тржишту.

Задачи

Васпитни:

Развијање концентрације, тачности, прецизности и уредности, систематичности у раду, развијање позитивног односа према предузетништву и уважавање предузетништва као подручја људске дјелатности, развијање самопоуздања и повјерења у властите предузетничке способности, развијање усмене и писмене комуникације.

Образовни: Стицање основних знања везаних за процјену потенцијалне пословне идеје на глобалном и локалном тржишту.

Функционални: **Развијање логичког, аналитичког и процедуралног мишљења,** развијање аргументованог изношења чињеница, повезивање са раније наученим градивом, оспособљавање ученика за разумијевање процјене потенцијалне пословне идеје на глобалном и локалном тржишту.

Облик наставног рада: фронтални облик; индивидуални облик;

рад у паровима (тандемима); групни облик (тимска настава).

Наставне методе:

метода усменог излагања; метода наставног разговора (дијалог); текстовно-графичка метода; метода писаних радова; метода илустрације и демонстрације; лабораторијско-експериментална метода; метода практичног рада; истраживачка метода.

Наставна средства и помагала: вербална; писани извори знања

(штампани и писани текстови); визуелна (карте, цртежи, шеме, дијаграми, фотографије, предмети); аудитивна (шумови у природи, музички и тонски ефекти, звучни ефекти); мануелна (разноврсни алати, машине, инструменти, апарати, материјали); аудио-визуелна (филмови, ТВ емисије, наставауз помоћ рачунара, видео-пројектор); помоћно техничка (разноврсне табле, показивачи, креда).

Очекивани исходи:

Ученик треба да наведеи објасни елементе процјене потенцијалне пословне идеје на глобалном и локалном тржишту и да повеже ново градиво са раније стеченим знањем.

Провјера остварености исхода:

Посматрање рада ученика, усмено излагање ученика, одговори ученика на постављена питања и задатке, презентације кроз индивидуални и групни рад, писмене и усмене провјере.

Корелација:

- са другим предметима: Технологија занимања за дати образовни профил;
- унутарпредметна корелација: Повезивање наставног садржаја са претходним садржајима из наставног предмета.

Активности наставника:

Опис активности наставника током часа: читање, писање, објашњавање, праћење и усмјеравање рада ученика.

Активности ученика:

Ученици током часа: слушају, читају, записују, дискутују, сарађују са наставником. Ради одржавања пажње ученика, препоручује се смјењивање различитих активности, и то таквих у којима ученици неће бити пасивни посматрачи, већ активни учесници наставног процеса.

Мјесто извођења наставе: класична учионица; специјализована учионица; библиотека; објекти у природи; предузеће- установе; мултимедијални систем; дигитална учионица.

Динамика наставног часа	Уводни дио часа	Главни дио часа	Завршни дио часа
		5 минута	35 минута

Уводни дио часа:

У уводном дијелу часа, наставник уписује час и евидентира одсутне ученике. Истиче назив наставног садржаја и циљ часа.

Ослањајући се на знања која посједују ученици кроз разговор понавља обрађени садржај:

1. Шта представља истраживање тржишта? (Очекивани одговор: Истраживање тржишта је научни метод систематског сакупљања, регистровања и анализирања података који се односе на проблеме продаје и потрошње, како би се на основу тога олакшало доношење одлука у циљу рјешавања маркетинг проблема.)
2. Чему служе информације код истраживања тржишта? (Очекивани одговор: Информације служе да би се на основу њих: идентификовале и дефинисале тржишне могућности и проблеми, створиле, побољшале и оцијениле активности маркетинга, пратило дјеловање маркетинга и побољшало схватање процеса маркетинга.)
3. Које се методе користе за прикупљање примарних података? (Очекивани одговор: Методе за прикупљање примарних података су: метод испитивања, метод посматрања и експериментални или лабораторијски метод.)
4. Који се подаци прикупљају методом испитивања? (Очекивани одговор: Метод испитивања се користи за прикупљање података о: величини појединих тржишних показатеља, информисаности потрошача, мишљењу, ставовима и понашању потрошача и слично.)

Главни дио часа:

Објаснити ученицима:

- **АТРАКТИВНОСТ ТРЖИШТА**– укрштање потенцијала тражње, конкуренције и предузећа; огледа се у стопи раста тржишта, платној моћи купаца, структури тражње, снази конкуренције, потребним ресурсима и напорима да се уђе на одређено тржиште или циљни сегмент.
- **БАРИЈЕРЕ УЛАСКА ИЛИ НАСТУПА НА ТРЖИШТУ** –тржишне и административне препреке које проистичу из карактеристика привредне гране и конкуренције; Ограничења законодавства, политичка ситуација, захтјеви и очекивања купаца, негативни ставови према произвођачу, производу или земљи поријекла. Баријере могу бити и интерне -трошкови наступа на одабраном тржишту.
- **ФОРМУЛИСАЊЕ ПОНУДЕ БАЗИРАНЕ НА ОСНОВУ ИДЕЈЕ**- након генерисања пословне идеје мора се извршити њена разрада до ниво аконкретне понуде, односно оних елемената који би сачињавали производ или услугу.
- **ПОРЕЂЕЊЕ С КОНКУРЕНЦИЈОМ** – формулисана понуда се пореди са конкуренцијом да би се утврдило да ли је замишљена понуда инфериорна, супериорна или у рангу с конкуренцијом.
- **ИДЕНТИФИКАЦИЈА УТИЦАЈА ГЛОБАЛНИХ ТРЖИШТА НА ПОКРЕТАЊЕ И РАЗВОЈ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА** – велике компаније дијеле пословне јединице покривајући тржиште са више малих пословних јединица. То утиче на пословање домаћих предузећа стварајући већи конкурентски притисак. Зато предузећа пристају бити дио корпоративне мреже путем нпр. уговора о производњи.
- **ЛИБЕРАЛИЗАЦИЈА ТРГОВИНЕ** – омогућава несметан контакт купаца и добављача из цијелог свијета. Долази до раскидања постојећих аранжмана између купаца и добављача што отежава пословање и опстанак на тржишту.
- **ГЛОБАЛНА КОНКУРЕНЦИЈА** – информациони токови омогућавају тржишту да оствари своју информациону улогу, што олакшава одлучивање гдје је могуће пласирати производ или услугу. Глобална конкуренција манифестује се као информисана и мобилна понуда, која може допријети до сваког циљног тржишта широм свијета.

- **ПОСЛОВНИ ПРИСТУПИ – ОРИЈЕНТИСАНОСТ НА ЗАХТЈЕВЕ КУПАЦА** – постоје производни концепт, продајни и маркетинг концепт. Једино маркетинг концепт је оријентисан на захтјеве купаца. Кад се идентификују потребе потрошача, приступа се формулисању понуде коју чине четири основна елемента: производ, цијена, дистрибуција и промоција.
- **ИДЕНТИФИКАЦИЈА ПОТЕНЦИЈАЛНИХ КУПАЦА ПРОИЗВОДА/ УСЛУГА** – потенцијални купци су сви купци који имају потребу за одређеним производом. Величина потенцијалне тражње одређена је: географским обиљежјима, демографским обиљежјима и економским обиљежјима.
- **ПРОЦЈЕНА ВЛАСТИТОГ УДЈЕЛА НА ЦИЉНОМ ТРЖИШТУ**– потенцијал тржишта или апсорпциона моћ тржишта – број купаца датог производа на одређеном тржишту умножена са количином коју купује просјечан потрошач, умножен са цијеном просјечне јединице производа; Представља максимално могућу продају свих продаваца датог производа на датом географском подручју у датом временском интервалу. Тржишни волумен представља реализовану тражњу за одређеним производом, односно укупну продају датог производа на датом простору у датом временском периоду. Тржишни удио представља однос продаје производа датог предузећа и тржишног волуменатог производа. Учешћена тржишту представља однос стварне продаје предузећа и продаје гране или дјелатности.
- **ИДЕНТИФИКАЦИЈА ФАКТОРА КОЈИ УТИЧУ НА ИЗБОР ЛОКАЦИЈЕ** – локација је простор на којем се предвиђа изградња објекта. При избору локације у обзир се узима: карактер производа, просторни размјештај градова на неком тржишту, центри куповине, развијеност инфраструктуре, обим инвестиционих улагања које захтјева одређена локација итд. Локација има велики значај. Погрешан избор локације оставља трајне посљедице на пословање. Разликујемо ширу или макро локацију и ужу или микро локацију. Макро локација захтјева анализу ширег привредног подручја на коме се планира изградња инвестиционог објекта. Микро локација захтјева анализу урбаног уређења простора, прецизно дорађује мјесто на којем треба изградити објекат.

Завршни дио часа:

У завршном дијелу часа питати ученике да ли су схватили данашњу лекцију. Дати додатна објашњења уколико буде потребно.
Кроз разговорса ученицима поновити стечена знања са часа.

Изглед табле:

Процјена потенцијалне пословне идеје на глобалном и локалном тржишту

- атрактивност тржишта,
- баријере уласка или наступа на тржишту,
- формулисање понуде базиране на основу идеје,
- поређење са конкуренцијом,
- идентификација утицаја глобалних тржиштана покретање и развој малих и средњих предузећа,
- либерализација тржишта,
- глобална конкуренција,
- пословни приступ – оријентисаност на захтјеве купаца,
- идентификација потенцијалних купаца производа/услуга,
- процјена властитог удјела на циљном тржишту,
- идентификација фактора који утичу на избор локације.

Литература: Светислав Пауновић, Предузетништво – уџбеник за 3. и 4. разред средње стручне школе, Београд, 2012; Гордана Новак, Основе предузетништва, Источно Сарајево, 2010.

Предметни наставник: Перо Јотановић

Предмет	Разред		Одјељење
<u>Основе</u> <u>предузетништва</u>	Други		Столар
	Час	Вријеме	Датум

МОДУЛ	Појам и развој предузетништва у одређеном окружењу	Бр. модула	01
НАСТАВНИ САДРЖАЈ	Предузетништво и власништво бизниса		

ПЕДАГОШКИ, МЕТОДСКИ И ДИДАКТИЧКИ ЕЛЕМЕНТИ			
Циљ	Пословни подухвати засновани на иновацијама и успјех у животу		
ИСХОДИ УЧЕЊА	ЗНАЊА : Подстицање предузетничког понашања и дјеловања ВЈЕШТИНЕ : Вјештина проналажења иновативних рјешења ЛИЧНЕ КОМПЕНТЕНЦИЈЕ : Унапређење знања из предузетништва и иновација у предузетништву		
Начин провјере исхода учења	Тест		
Методе рада	<input type="checkbox"/> монолошка; <input type="checkbox"/> дијалoшка ; <input type="checkbox"/> усмено излагање; <input type="checkbox"/> слободни разговор; <input type="checkbox"/> посматрање; <input type="checkbox"/> наставна дискусија; <input type="checkbox"/> рад са књигом; <input type="checkbox"/> писмени радови; <input type="checkbox"/> практични радови; <input type="checkbox"/> илустрације ; <input type="checkbox"/> демонстрације ; <input type="checkbox"/> лабораторијски радови; <input type="checkbox"/> експериментални радови; <input type="checkbox"/> комбинована метода; _____		
Облици рада	<input type="checkbox"/> индивидуални рад ; <input type="checkbox"/> рад у паровима ; <input type="checkbox"/> групни рад ; <input type="checkbox"/> фронтални – колективни; <input type="checkbox"/> рад по нивоима знања; <input type="checkbox"/> тимска настава; <input type="checkbox"/> проблемска настава; <input type="checkbox"/> рефератска настава; <input type="checkbox"/> наставни листићи; <input type="checkbox"/> контролни задаци; <input type="checkbox"/> задаци објективног типа; <input type="checkbox"/> екскурзије и излети; <input type="checkbox"/> диференцијална настава; <input type="checkbox"/> учење на даљину; <input type="checkbox"/> учење путем увиђања, открића и аргумената;		
Средства рада и помагала	Вербална, говорна <input type="checkbox"/> текстуална, читање <input type="checkbox"/> мануелна (машине) <input type="checkbox"/> помоћно-техничка <input type="checkbox"/> електронско-аутоматска	Аудио - визуелна <input type="checkbox"/> радио-апарат <input type="checkbox"/> грамофон <input type="checkbox"/> магнетофон <input type="checkbox"/> видео-касета <input type="checkbox"/> филмпројекције	Визуелна <input type="checkbox"/> рачунари <input type="checkbox"/> видео бим <input type="checkbox"/> шеме, цртежи и модели <input type="checkbox"/> табла <input type="checkbox"/> карте <input type="checkbox"/> графички предмети <input type="checkbox"/> графопројекције <input type="checkbox"/> епипројекције <input type="checkbox"/> дијапројекције <input type="checkbox"/> природни <input type="checkbox"/> предмети <input type="checkbox"/> дидактички <input type="checkbox"/> материјали
Локација рада	<input type="checkbox"/> школска учионица ; <input type="checkbox"/> школска радионица; <input type="checkbox"/> кабинет; <input type="checkbox"/> предузећа и установе; <input type="checkbox"/> физкултурна сала; <input type="checkbox"/> објекти у природи; <input type="checkbox"/> библиотека; <input type="checkbox"/> остало: _____		
Литература	Гордана Новак		

ПЛАН ЧАСА	
I дио	Увод: Ученицима ће бити постављена питања из претходно обрађених садржаја. -Препознати кључну улогу предузетника за одвијање предузетничког процеса
II дио	Главни дио часа: Иновације ; 1. Мост између идеје и предузетничког подухвата; 2. Предузетник жели да добру идеју проведе кроз развојне фазе у иновацију.
III дио	Закључивање лекције, постављање питања, евалуација часа и задавање домаћег задатка

Т О К ЧАСА

(концепт, задаци, фазе, начин кориштења метода и облика рада, начин провјере исхода)

Концепт табле:

Иновације: Мост између идеје и предузетничког подухвата

Предузетник жели да добру идеју проведе кроз развојне фазе у иновацију

Извори сврсисходне иновације:

1. Извори који прилазе из неочекиваног,
2. Извори из неподударности стварности каква је и каква треба бити,
3. Извори који се темеље на потребама процеса рада,
4. Извори који проистичу из промјена које заинтересоване затичу неспремне,
5. Извори који пристичу из демографских промјена (промјене у индустрији и тржишту),
6. Извори који проистичу из промјена сватања, понашања и мишљења (промјене у перцепцији/ вриједностима),
7. Извори који проистичу из нових спознаја (ново знање иновације).

Модел за организовање активности на подручју иновација: сектор за истраживање и развој, руководилац производа, руководилац нових производа, пројектни тимови, одбор за нове производе, институције изван предузећа и предузетнички инкубатор.

Методе и облици рада: монолог, дијалог, слободни разговори, илустрације, демонстрације, рад у паровима и наставни листови.

Питања за провјеру:

1. Објаснити најчешће кориштене моделе за организовање активности на подручју иновација.
2. Објаснити мотиве предузетничког понашања.
3. Описати једно иновативно предузеће

Задаци прилагођени индивидуалним могућностима ученика:

1. Одредите једну значајну иновацију коју је увела мала фирма или индивидуални предузетник.

Који су фактори допринијели успјеху те иновације

Домаћи рад: Пронађите локалну малу фирму која је недавно увела нови производ или процес. Разговарајте са водећим предузетником о мотивима за увођење те иновације, тешкоћама са којима се суочио и оствареном успјеху.

АНАЛИЗА ЧАСА

(самовредновање)

Ученицима сам јасно и сликовито предочио важност иновација у предузетништву.

Наставник:

Перо Јотановић

Наставни предмет:	Основе предузетништва	
Разред:	четврти	
Наставник:	Слободан Мунитлак	
Наставни садржај:	Методе прикупљања и анализа предузетничке идеје	
Исход учења	Објаснити најефикасније методе избора идеје за покретање новог посла	
Операционали-зовани исходи	<ul style="list-style-type: none"> • Дефинише предузетничку идеју; • Користи методе доласка до идеје; • Препозна начине анализе прикупљених идеја; • Објасни могуће начине вредновања идеја. 	
Предусловни/корелирани исходи или истог предмета	<p>a) Ученик треба да зна основне појмове о предузетништву. b) Ученик треба да зна шта је тржиште. c) Ученик треба да зна повезаност различитих производа. d) Ученик треба да познаје рад у PowerPoint-у и претраживање на интренет претраживачима.</p>	
Мотивација – сектори економије базиране на знању	<p>Трговина: Ефикасан ток снабдјевања робама и смањење препрека и трговини. Саобраћај: Повећање безбједности у саобраћају примјеном стандардизације. Економија: Повећање економичности и ефикасности рада.</p>	
Повезаност са другим предметима	<p>- Математика: разумије табеларни приказ, и скалирање и евалуацију различитих варијабли у матрици. - Економика транспорта: познаје закон понуде и тражње на тржишту. - Информатика: Познаје основне појмове о примјени стандарда у области информатике и телекомуникација.</p>	
Сврховити садржај	<p>Постављањем питања ученицима – Шта је идеја? Колико је дуг пут од идеје до реализације? Да ли је лако доћи до доброг прозвода на слободном тржишту? Отварамо дискусију и долазимо до информација о потребама познавања различитих метода доласка до праве пословне идеје.</p>	

организација рада –
материјали,
технологија и медији
које ће се користити,
потребно вријеме за
активности, вријеме
за активности којима
се повезују наставни
предмети
(активности
наставника и
активности ученика)

Уводни дио часа (15 минута):

- Предузетничка идеја је идеја о производу или услузи која ће бити дјелатност предузетника. Истовремено представља почетни корак у реализацији било ког предузетничког подухвата. Сам пут од креирања неке идеје до коначне реализације и почињања неког посла је дуг и напоран и испуњен дилемама, замкама и изазовима.

Који производ би требало да буде садржај предузетничке активности? Шта ако тржиште слабо прихвати наш производ?

Главни дио часа (70 минута):

Наставник представља три једноставне методе које служе као инспирација да се осмисле нови производи или услуге. То су:

- **Рјешавање проблема** – долазак на нову идеју кроз посматрање и уочавање свакодневних проблема са којим се обичан човјек сусреће. Све се своди на рјешавање неког проблема – задатка, уз наглашавање да добар производ уопште не треба бити неко технолошко чудо.

Наставник упућује ученике да покушају замислити како би се ријешио проблем који би олакшао свакодневни живот. Слушањем пријатеља, укућана, комшија шта им одузима вријеме, иритира, прави напор, осмислити начине који би ове проблеме рјешавали или умањили.

- **Купиш један добијеш два** – потребно је смислити два различита производа која би се могла спојити у један, потпуно нов производ, којег још увијек нема на тржишту. Производи би требало да буду сродни.

Наставник објашњава да можда баш у нашем окружењу, на радном столу, постоје два или три производа који би се могли искомбиновати у потпуно нов производ.

- **Шта би било кад би било** – техника коју користе људи од постанка, потребно је измаштати или сањарити неку хипотетичку ситуацију ради доласка до нових идеја.

Код ових техника веома је важно да се увијек настоји изаћи из уобичајених оквира размишљања.

- Ученик:

Од ученика се очекује да након упознавања са техникама учествују у дискусији на наведену тему и познајући појмове пословне идеје сами долазе до закључака како и која техника даје најбоље ефекте приликом доласка до нових идеја.

- Наставник:

Након дискусије наставник дијели ученике у 3 групе и даје им задатак да помоћу једне од техника покушају доћи до сопствених пословних идеја. Свака група користи различиту технику.

Ученици подијељени у групе кориштењем презентовних техника долазе до неколико нових идеја. На тај начин уче о самој техници, и начину на који она подстиче креативност у овој фази развоја пословне идеје.

- Наставник:

Након што су формиране ученичке групе дошле до већег броја идеја, наставник објашњава поступак анализе и одабира идеје. Анализа обухвата 3 повратна корака (у случају негативног резултата могуће је вратити се на поновно разматрање без посљедица):

- Просијавање идеја – од неколико идеја извршити селекцију и свести на три идеје, као основу за будући бизнис.
- Анализа прихватљивости идеје – за сваку идеју која је у ужем избору проћи корз следеће анализе и провјере:
 - Провјера потребе за таквим производом;
 - Анализа тржишта;
 - Текничко – технолошки аспект;
 - Добављачи;
 - Распоживост особља;
 - Правни аспекти;
 - Економски ефекти и исплативост,
- Процјена пословних идеја и одабир једне – на основу претходних одговора и евалуације се врши рангирање и одабир само једне пословне идеје. Предузетничка идеја која добије највећи збир оцјена означава предмет дјелатности предузетника.

Завршни дио часа (5 мин.):

Након вјежбе се врши дискусија. Наставник усмјерава ток дискусије и наводи ученике да на основу обрађених метода и анализе предузетничких идеја износе мишљење које методе би требали примијенити у различитим врстама пословања. Наставник упућује ученике да не упадају у замку *заљубљености* у своју идеју, већ да буду отворени и објективни, и преиспитају и обликују идеју све док не уклоне или минимизирају њене слабости и недостатке.

2. ПОСЛОВНИ (БИЗНИС) ПЛАНОВИ

Пословни (бизнис) план је најважнији инструмент руковођења предузећем, а на основу њега могуће је контролисати сваку активност коју намјерава спровести предузетик у циљу реализације пословног подухвата. У савременој привреди план представља основни алат у рационалном управљању промјенама у раду и понашању на тржишту, а његови читаоци су како менаџери предузећа, тако и потенцијални инвеститори, кредитори и пословни партнери.

У наставку слиједе примјери бизнис планова који су настали као резултат обука за наставнике у оквиру пројекта: Бољом управом до бржег економског раста (ЕГГ2). Поред тога, приказан је развојни пут и бизнис план ученика ЈУ Техничке школе Добој којим су освојили награду на „Иност младих 2023“.

Бизнис план „Производња компоста“



1. САЖЕТАК БИЗНИС ПЛАНА

Предузеће „БИОКОМ“ Д.О.О.

Пословна идеја је проистекла из чињенице да је на подручју града Бања Лука могуће набавити компост искључиво из увоза. Домаће производње компоста нема, иако је производња еколошки прихватљива и трајно утиче на рјешавање проблема са отпадном био масом.

Мисија: Побољшање квалитета живота и допринос здравијој будућности.

Визија: Бити водећи произвођач компоста у региону.

Производња ће бити смјештена у широј околини града Бања Лука на земљишту од око 1000 m², а био маса ће се скупљати у земљани танк. Процес израде биокомпоста траје три мјесеца и након тог почетног периода могуће је обезбиједити континуитет у производњи. У току процеса производње компоста настаје биогаз који ће се на тржиште пласирати по важећем ценовнику за 2023. годину.

Основни ресурси који ће се користити су отпади из домаћинства и покошена трава око пословних објеката. Компост за баште паковаће се у биоразградиву амбалажу, а продаваће се по цијени од 4 KM, односно за 7,50 KM за 5 литара, односно 10 л компоста (I класа), за уређење паркова по цијени од 26 KM за 50 литара компоста (II класа). Планирана годишња производња је 1.400.000 литара компоста.

Пословна идеја ће бити финансирана из властитих извора средстава, средстава за подршку Старт-ап предузећа, а почетна улагања процијењена су на 116.500,00 KM. У складу са средњорочним планом средства за проширење производних капацитета планирамо обезбиједити из међународних фондова. Наиме, бројни међународни фондови су усмјерени на обезбјеђивање услова и производњу органске хране.

2.ПРОИЗВОДНИ ПЛАН

За производњу 10 литара компоста потребно је обезбиједити 20 литара биоматеријала, биоматеријал се преноси у земљани танк са мјешачем. Додатни бенефит је биогаз из земљаног танка који се користи за производњу електричне и топлотне енергије, а настаје додавањем креча и воде због разградивости биоматеријала.

Биоматеријал који се користи у производњи треба да буде органски и биоразградив. Ту спада дрвни и недрвни отпад, у преводу „смеђи” и „зелени” отпад. Смеђи отпад је богат угљеником, који учествује у исхрани микроорганизама, а зелени азотом и протеинима, што је потребно микроорганизмима за раст. Компостирање данас представља примјену различитих биотехнолошких поступака у којима се симулирају природни услови трансформације органских материја у земљишни хумус, са основним циљем да се стварањем скоро идеалних, оптималних услова спољашње средине (температура, ваздух и влага) и биолошких чинилаца разградње (микроорганизама), у кратком временском интервалу, продукује квалитетно, богато хранљивим материјама, органско ђубриво – компост. Одавно је познато колико бенефита пружа примјена компоста као органског ђубрива: унапређује структуру, ваздушни и водни режим земљишта.



3. АНАЛИЗА ТРЖИШТА

Основа за оцјену тржишног потенцијала је анкета која је спроведена међу локалним становништвом који су показали велики интерес за набавку домаћег компоста који је еколошки прихватљив. Тржишни потенцијал за понуду компоста је значајан, поред домаћинства (баште и саксијско цвијеће) компост ће се нудити за уређење паркова. Развојем мреже контаката са великим компанијама, тржним центрима набављали би биоматеријал. Конкуренције на подручју града Бања Лука нема.

4. SWOT АНАЛИЗА

СНАГА	СЛАБОСТИ
Једини на локалном тржишту	Навике становништва да бацају смеће
Нови приступ животној средини	Сезонска производња – у зимском периоду мање сировина
Зелена агенда	Ограничен број достављача
Рашчлањивање посла на друге чланове друштва	
ШАНСЕ	ПРИЈЕТЊЕ
Низак ниво конкуренције	Недостатак радне снаге
Могућности проширења на цијелу Републику Српску и Босну и Херцеговину	Увоз биоразградиве амбалаже
Здрава генеричка храна	Недостатак почетног капитала
Биогориво	

5. МАРКЕТИНГ ПЛАН

ПРОИЗВОД И ЦИЈЕНА

Компост за домаћинства паковаће се у биоразградиву амбалажу по 5 литара, односно 10 л (I класа) по цијени од 4 KM, односно 7,50 KM, а за уређење паркова компост ће се паковати по 50 литара (II класа) по цијени од 26 KM. Биогас ће се продавати по цијени од 0,40 KM по јединици производње.

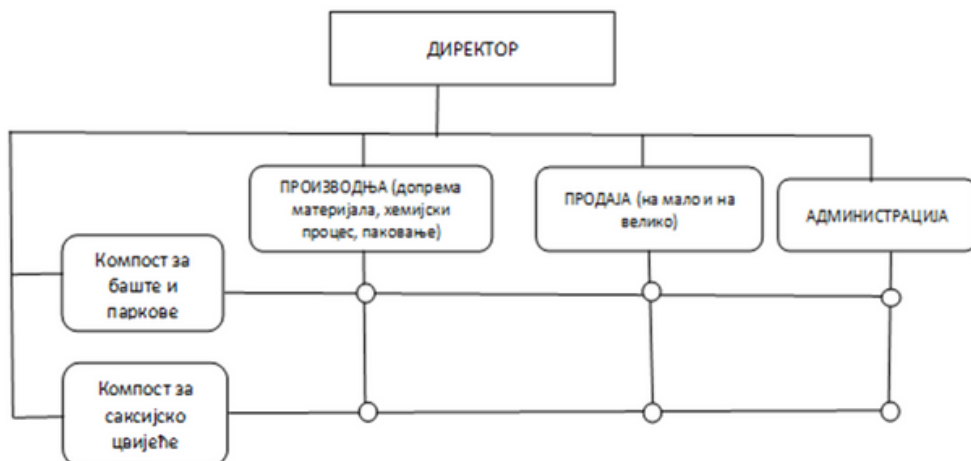
ДИСТРИБУЦИЈА

Продаја компоста ће се вршити путем понуде у тржним центрима, цвјећарама, успостављањем споразума о сарадњи са великим компанијама које се баве уређењем паркова, јавних површина и слично, личном продајом и продајом путем сајта.

ПРОМОЦИЈА

Промотивне активности биће усмјерене на оглашавање путем писаних медија, радија, лична промоција, штампање и дистрибуција летака, путем друштвених мрежа и директног маркетинга. Идеја водила је да се промоција усмјери прво на локално тржиште ширег подручја града Бања Лука. У оквиру промоције пружићемо подршку еколошким секцијама у основним и средњим школама на подручју града Бања Лука.

6. ПЛАН МЕНАЏМЕНТА



У првој години рада предузеће „БИОКОМ“ д.о.о. запошљаваће у сталном радном односу два радника, док ће за све остале активности ангажовати спољне сараднике. Поред тога послове администрације преузеће рачуноводствени биро, који ће поред рачуноводствених послова имати и консалтинг улогу у изради уговора, споразума и подршке приликом поступака набавки. Од свог тима очекује се проактивност, пожртвованост и комуникативност.

7. ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН

ПОЧЕТНА УЛАГАЊА ПО ИЗВОРИМА СРЕДСТАВА

Ред. број	Опис	Властита средства	Други извори финансирања	Укупна улагања
1.	Земљиште (1000 м ²)	10.000,00		10.000,00
2.	Камион Кипер носивости 26 т	26.000,00		26.000,00
3.	Мјешалица за компост		10.000,00	10.000,00
4.	Пакерица		3.000,00	3.000,00
5.	Објекат (150 м ²)	35.000,00		35.000,00
6.	Доставно возило - Комби	25.000,00		25.000,00
7.	Трошкови израде сајта		1.500,00	2.000,00
8.	Трошкови анализе земљишта и процјена услова од стране експерта		2.000,00	3.000,00
9.	Рачунар са принтером		2.000,00	2.000,00
10.	Трошкови видео надзора	2.000,00		2.000,00
Укупна почетна улагања		98.000,00	18.500,00	116.500,00

Током новембра мјесеца 2023. године расписан је позив за Старт-ап предузећа да аплицирају за средства из Challenge фонда који се финансира од стране Шведске, а максимална подршка коју предузеће може остварити је 10.000 еура. Предузеће „БИОКОМ“ Д.О.О. аплицираће за средства која су потребна за набавку пакерице, израду сајта, неопходне рачунарске опреме, те за трошкове анализе и процјену услова од стране експерта.

ПЛАНИРАНА ПРОДАЈА (У ПРВОЈ ГОДИНИ ПОСЛОВАЊА)

Производи	Количина	Цијена производа	Приход од продаје
Компост 5л (I класа)	12.000	4,00	60.000,00
Компост 10 л (I класа)	8.000	7,50	60.000,00
Компост 50 л (II класа)	2.400	21,00	50.400,00
Биогас	10.000	0,40	4.000,00
Укупно			174.400,00

ПОЧЕТНИ БИЛАНС СТАЊА

АКТИВА		ПАСИВА	
Ставка	Износ	Ставка	Износ
Земљиште	10.000,00	Капитал	184.140,00
Објекат (150 м ²)	35.000,00	Краткорочне обавезе	16.500,00
Мјешалица за компост	10.000,00		
Пакерица	3.000,00		
Камион Кипер носивости 26 т	26.000,00		
Доставно возило - Комби	25.000,00		
Рачунарска опрема и видео надзор	4.000,00		
Репроматеријал	11.500,00		
Жиро-рачун	76.140,00		
УКУПНО АКТИВА	200.640,00	УКУПНО ПАСИВА	200.640,00

ФИКСНИ ТРОШКОВИ У КМ

Редни бр.	Опис	Износ
1.	Трошкови промоције	2.000,00
2.	Трошкови плата	39.300,00
3.	Трошкови спољних сарадника	20.000,00
4.	Амортизације	12.000,00
5.	Трошкови комуналија	7.000,00
6.	Остали трошкови	3.000,00
Укупни фиксни трошкови		83.300,00

ВАРИЈАБИЛНИ ТРОШКОВИ У КМ

Ред. бр.	ОПИС	ИЗНОС
1.	Трошкови сировина/ материјала	3.500,00
2.	Трошкови дистрибуције и продаје	14.000,00
3.	Трошкови амбалаже	8.000,00
Укупни варијабилни трошкови		25.000,00

ПОЧЕТНИ БИЛАНС УСПЈЕХА

Ставка	Износ
1. УКУПАН ПРИХОД	192.900,00
1.1. Приходи продаје	174.400,00
1.2. Приход из донација	18.500,00
2. УКУПАН РАСХОД	108.300,00
2.1. Фиксни трошкови	83.300,00
2.2. Варијабилни трошкови	25.000,00
3. ДОБИТ	84.600,00
4. Порез на добит	8.460,00
5. НЕТО ДОБИТ (3-4)	76.140,00

8. ЗАКЉУЧАК

Економичност укупног пословања једнака је односу укупних прихода и укупних расхода и износи 1,77. Наведени финансијски показатељ, како је већи од 1, указује да ће предузеће према исказаним пројекцијама пословати економично.

Преломна тачка рентабилности остварује се на 55,76% коришћења капацитета.

Према процјенама, улози у ово предузеће су велики и захтјевају значајне напоре. Међутим, основна снага предузећа је управо у незасићености тржишта компостом али и непостојању значајније конкуренције овом предузећу, те у могућности да се прошире капацитети уз минимална улагања.

Бизнис план

„Кетеринг“



1. САЖЕТАК БИЗНИС ПЛАНА

„Бака Ружа Кетеринг“ С.П.

Породица Јавор дошла је на идеју да искористи прилику и понуди услуге кетеринга на подручју града Приједора. Пословна идеја пружања услуге кетеринга новост је на тржишту ширег подручја града и из тог разлога одлучили би се искључиво за пружање услуге на локалном тржишту.

Мисија: Квалитетом и јединственом понудом ширити породичне вриједности.

Визија: Поузданошћу, добром организацијом и јединственом понудом постати неизоставан дио сваке прославе на ширем подручју града Приједора.

Понуду чине канапеи слани, слатки, посни и вегетеријански, те слатка и слана пецива. Канапеи представљају врсту предјела, мала и често украсна врста хране, који се састоји од малог комада хљеба, лиснатог тијеста или крекера омотаног или преливеног неком укусном храном, једе се прстима и често у једном залагају.

Породица располаже са помоћним објектом од 70 m² (просторија од 55 m², тоалет 5 m² и остава од 10 m²) која се на једноставан начин и уз минималне трошкове може прилагодити потребама складиштења намирница, производње и паковања готових производа. Поред тога, породица је у посједу два пластеника и бави се узгојем парадајза, краставаца, паприка, тиквица и зелене салате. Цијена једног сланог канапеа је 1,00 KM, килограм слатког програма продаваће се по цијени од 16 KM по килограму, а једног пецива од 0,80 KM. Поред производа, наше предузеће бесплатно нуди помоћ приликом декорације стола на прослави потенцијалног купца. Планирана годишња производња је 40.000 комада канапеа, 1.900 килограма слатког програма и 15.000 комада пецива.

Потенцијални купци, претежно средње животне доби и породице са малом дјецом, канапеима и пецивима ће учинити сваку своју прославу јединственом. Набавка недостајућих сировина вршиће се од малих локалних произвођача здраве хране и у veleпродаји.

Почетна улагања у потпуности ће бити финансирана из властитих средстава. Укупна почетна улагања процјењују се на 50.800,00 KM.

2. ПРОИЗВОДНИ ПЛАН

Кухиња у помоћном објекту ће бити прилагођена раду и истовременом печењу и кухању неколико производа одједном. Поред тога у простору ће бити смјештен радни сто дужине око 4 метра, како би се обезбиједио несметан рад по појединим фазама израде канапеа и пецива.

Капацитети пећи 100 комада за 20 минута, а мијешалица 20 кг брашна за 10 минута.

Сировине које се користе су: брашно (бијело, црно, ражево, спелта, јечмено, кукурузно, интегрално), со, бибер, зачини, млијечни производи, производи од меса, поврће, воће, шећер, уље, маргарин, маслац, ајвар, кисели краставци, киселе паприке, мармеладе, намази са чоколадом, орашаста плодови и слично.

3. АНАЛИЗА ТРЖИШТА

Основа за оцјену тржишног потенцијала је анкета која је спроведена међу локалним становништвом које је показало велики интерес да канапеи и пецива постану дио њихове славске трпезе.

Уочен је тржишни потенцијал на ширем подручју града Приједора од око 30.000 потенцијалних купаца и потенцијално слободно око 30% од укупног локалног тржишта за истим или сличним производима.

Регистрован је један конкурент на ширем подручју града Приједора, али њихови производи су значајно скупљи и нису детерминисани на јединствености и прилагођавању жељама купаца што је основна предност нашег предузећа.

4. SWOT АНАЛИЗА

СНАГА	СЛАБОСТИ
Широк асортиман	Недостатак још једног доставног возила
Не захтијева значајна финансијска средства	Систем одговорности
Квалитет као приоритет	Неефикасност у рјешавању рекламација
Значајно учешће намирница органског поријекла	
Једноставност	
Конкуренције готово да нема	
ШАНСЕ	ПРИЈЕТЊЕ
Раст продаје	Појава значајније конкуренције
Могућност онлајн продаје	Куповна моћ циљаних купаца
	Рок трајања сировина

5. МАРКЕТИНГ ПЛАН

ПРОИЗВОД И ЦИЈЕНА

Слани, посни и вегетеријански канапеи паковаће се по десет комада у мале алуминијске овале, пецива по десет комада у картонске корпице, док ће се слатки програм паковати у картонске кутије по килограм. Цијена једног сланог канапеа је 1,00 КМ, килограм слатког програма продаваће се по цијени од 16 КМ по килограму, а једног пецива од 0,80 КМ. Услуга декорације стола је бесплатна.

ДИСТРИБУЦИЈА

Достава ће се вршити директно на адресу купца или лично преузимање. Трошкови доставе су 5 КМ.

ПРОМОЦИЈА

Промотивне активности биће усмјерене на оглашавање путем писаних медија, радија, лична промоција, штампање и дистрибуција летака, путем друштвених мрежа, директног маркетинга. Једна од најзначајних промотивних активности је организовање дегустације производа у фирмама, маркетинга или тржним центрима.

6. ПЛАН МЕНАЏМЕНТА



7. ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН

ПОЧЕТНА УЛАГАЊА ПО ИЗВОРИМА СРЕДСТАВА

Ред. број	Опис	Властита средства	Други извори финансирања	Укупна улагања
1.	Објекат (70 м ²)	25.000,00		25.000,00
2.	Мијешалица за тијесто	600,00		600,00
3.	Доставно возило - кеди	15.000,00		15.000,00
4.	Елементи кухиње	3.000,00		3.000,00
5.	Рерне (2 Ком)	1.200,00		1.200,00
6.	Индукциона плоча за кухање	1.000,00		1.000,00
7.	Фрижидер	900,00		900,00
8.	Расхладне витрине (2 ком)	1.000,00		1.000,00
9.	Ситан алат за рад	500,00		500,00
10.	Репроматеријал	400,00		400,00
11.	Реклама	200,00		200,00
12.	Трошкови израде сајта	1.500,00		1.500,00
Укупна почетна улагања		50.300,00		50.300,00

ПЛАНИРАНА ПРОДАЈА (У ПРВОЈ ГОДИНИ ПОСЛОВАЊА)

Производи	Количина	Цијена производа	Приход од продаје
Слани канапеи	40000	1,00	40.000,00
Слатки програм	1900	16,00	30.400,00
Пецива	15000	0,80	12.000,00
Достава	300	5,00	1.500,00
Укупно			83.900,00

ПОЧЕТНИ БИЛАНС СТАЊА

АКТИВА		ПАСИВА	
Ставка	Износ	Ставка	Износ
Објекат (70 м ²)	25.000,00	Капитал	74.630,00
Опрема	22.000,00		
Обртна средства	27.630,00		
УКУПНО АКТИВА	74.630,00	УКУПНО ПАСИВА	74.630,00

ФИКСНИ ТРОШКОВИ У КМ

Редни број	Опис	Износ
1.	Трошкови промоције	200,00
2.	Трошкови плата	20.000,00
3.	Трошкови спољних сарадника	2.000,00
4.	Амортизације	2.000,00
5.	Трошкови комуналија	4.500,00
6.	Трошкови администрирања сајта	500,00
7.	Трошкови одржавања опреме	500,00
8.	Остали трошкови	500,00
Укупни фиксни трошкови		30.200,00

ВАРИЈАБИЛНИ ТРОШКОВИ У КМ

Ред. бр.	ОПИС	ИЗНОС
1.	Трошкови сировина/материјала	20.000,00
2.	Трошкови дистрибуције и продаје	1.000,00
3.	Трошкови амбалаже	3.000,00
Укупни варијабилни трошкови		24.000,00

ПОЧЕТНИ БИЛАНС УСПЈЕХА

Ставка	Износ
1. УКУПАН ПРИХОД	83.900,00
1.1. Приходи продаје	83.900,00
2. УКУПАН РАСХОД	54.200,00
2.1. Фиксни трошкови	30.200,00
2.2. Варијабилни трошкови	24.000,00
3. ДОБИТ	29.700,00
4. Порез на добит	2.970,00
5. НЕТО ДОБИТ (3-4)	26.730,00

8. ЗАКЉУЧАК

Преломна тачка рентабилности остварује се на 42,29 % коришћења капацитета.

Основна снага предузећа је у непостојању значајније конкуренције, значајном броју потенцијалних купаца, прилагодљивости потражњи, високом квалитету сировина.

Бизнис план „Производња бетона и бетонских елемената“



1. САЖЕТАК БИЗНИС ПЛАНА

Предузеће „ТИМКОП“ Д.О.О.

Пословна идеја је проистекла из чињенице да на тржишту Републике Српске постоји велика потражња за бетоном и бетонским елементима захваљујући потребама извођачких грађевинских предузећа у нискоградњи, високоградњи и хидроградњи



Мисија: Понудити бетон и бетонске елементе који својим квалитетом обезбјеђује да грађевине трају.

Визија: Заузети 5 % тржишта бетона и бетонских елемената у Републици Српској.

Бетон је грађевински материјал који се мијеша од цемента, агрегата (углавном шљунак и пијесак) и воде. Бетон очвршћава после мијешања и уграђивања, услед хемијског процеса који се назива хидратација. Вода реагује са цементом, који очвршћава и повезује остале компоненте у смјеси, чиме се на крају добија тврд „камени“ материјал. Сви потребни ресурси за оснивање предузећа за производњу бетона и бетонских елемената постоје на ширем подручју града Бања Лука, бројна су изворишта грађевинског материјала (каменоломи). Такође, постоји могућност набавке опреме и постројења без потребе да се врши увоз истих.

Предузеће ће производити: бетон по цијени од 142 КМ/м³, бетонску галантерију по цијени од 14 КМ/ком, и готове АБ носаче према пројектној документацији купца по цијени од 1.000 КМ/м'. Сви производи су са транспортом на градилиште купца.

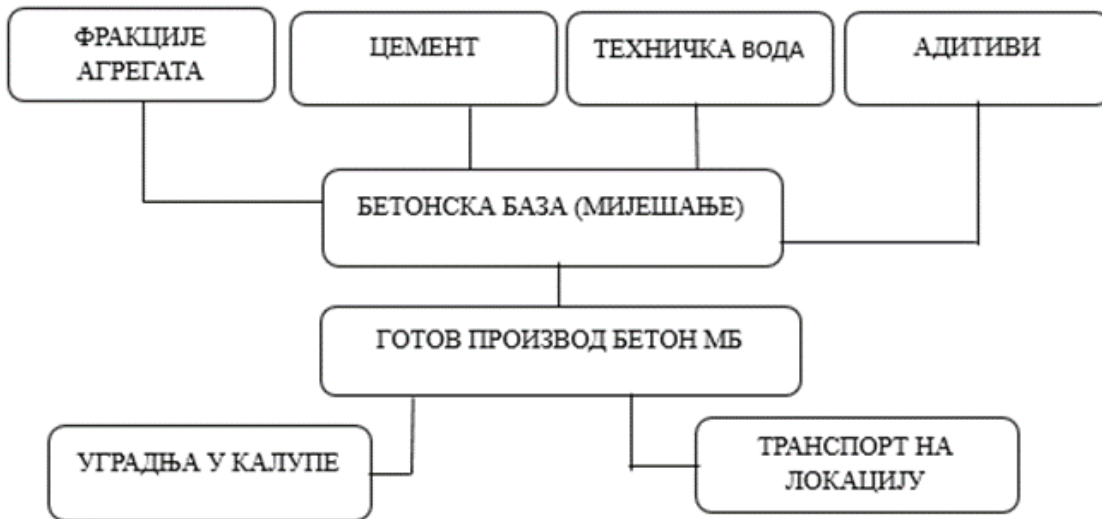
Предузеће ће бити организовано као друштво са ограниченом одговорношћу, а представља привредно друштво које оснивају три правна лица ради заједничке производње бетона и бетонских елемената под заједничким именом „Тимкоп“ д.о.о. Бања Лука. Учешће партнерских фирми је 40% (земљиште и грађевински објекат), 30% (транспортна средства) и 30% (механизација). Потребно је изградити силосе, танкове, монтажни објекат за сједиште управе и прибавити дозволе. Поред уложених материјалних средстава партнери ће запослити стручњаке из грађевинске, машинске и електро струке који ће својим радом допринијети постизању високог квалитета производа. Партнери ће додатна финансијска средства обезбиједити из кредита Инвестиционо развојне банке Републике Српске намијењеног за предузетнике и предузећа. Наведена кредитна линија у потпуности одговара предузећу јер укључује новооснована правна лица, средства се усмјеравају за набавку основних и обртних средстава са каматном стопом од 3,60%. Потребно је обезбиједити кредитна средства из ове кредитне линије у износу од 3.000.000,00 КМ како би се на квалитетан начин започело са процесом производње. Трошкови камате и обраде кредита износе укупно 65.000,00 КМ.

Очекивана производња у првој години рада предузећа је 110.000 м³ бетона, 64.000 комада бетонске галантерије и 6.000 м' АБ носача.

2. ПРОИЗВОДНИ ПЛАН

Производња бетона и бетонских елемената подразумејева припрему и контролу бетонске базе, припрему и контролу дробљеничког агрегата према важећим стандардима – у отвореним боксовима, складиштење и контролу цемента према прописима – силоси, обезбеђење и складиштење техничке воде – танкови, складиштење и контрола адитива, складиштење арматуре према профилима и мрежама, припрему и одржавање калупа и припрему и одржавање вага.

Технолошки процес производње бетона:



3. АНАЛИЗА ТРЖИШТА

Циљна група предузећа су извођачке грађевинске фирме које се баве високоградњом, нискоградњом и хидроградњом. Истраживањем тржишта уочено је да је посљедње двије године дошло до експанзије градње путне инфраструктуре.

Тржишни потенцијал за пласман бетона и бетонских производа је значајан.

На тржишту постоји неколико значајних конкурената, али нашом јасном визијом успостављања сарадње са купцима, инсистирања на тачности, прецизности и квалитету придобићемо потенцијалне купце.

4. SWOT АНАЛИЗА

СНАГА	СЛАБОСТИ
Квалификована радна снага	Значајна средства потребна за инвестиције
Савремена постројења и опрема за транспорт	Дуг период за добијање дозвола
Близина ресурса	Временски услови
Локација	Локација
ШАНСЕ	ПРИЈЕТЊЕ
Велики инвестициони циклус (инфраструктура и пратећи објекти)	Нестабилна геополитичка ситуација
Повољни кредити	Проблеми са енергентима (гориво, гас)

5. МАРКЕТИНГ ПЛАН

ПРОИЗВОД И ЦИЈЕНА

Предузеће ће производити: бетон по цијени од 142 KM/m³, бетонску галантерију по цијени од 14 KM/ком, и готове АБ носача према пројектној документацији купца по цијени од 1.000 KM/m'. Сви производи су са транспортом на градилиште купца.

ДИСТРИБУЦИЈА

Достава на локацију купца вршиће се ауто-миксерима, камионима киперима, камионима тегљачима и миксер пумпама.

ПРОМОЦИЈА

Посебан акценат биће на директним посјетама градилишта, односно на директном контакту са потенцијалним купцима, каталози, веб страница, видео клипови, учешће на сајмовима грађевинарства.

6. ПЛАН МЕНАЏМЕНТА



Предузеће ће запошљавати 60 радника. У самом процесу производње и дистрибуције биће запослено 40 радника.

7. ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН

ПОЧЕТНА УЛАГАЊА ПО ИЗВОРИМА СРЕДСТАВА

Ред. број	Опис	Властита средства	Други извори финансирања	Укупна улагања
1.	Земљиште	1.100.000,00		1.100.000,00
2.	Објекат производња	300.000,00		250.000,00
3.	Објекат управа опремљена		500.000,00	500.000,00
4.	Транспортна средства	1.000.000,00		1.000.000,00
5.	Механизација	1.000.000,00		1.000.000,00
6.	Силоси		200.000,00	200.000,00
7.	Танкови		100.000,00	100.000,00
8.	Обртна средства		2.200.000,00	2.200.000,00
9.	Дозволе	100.000,00		100.000,00
Укупна почетна улагања		3.500.000,00	3.000.000,00	6.500.000,00

ПЛАНИРАНА ПРОДАЈА (У ПРВОЈ ГОДИНИ ПОСЛОВАЊА)

Производи	Количина	Цијена производа	Приход од продаје
Бетон	110.000	142,00	15.620.000,00
Бетонска галантерија	64.000	14,00	896.000,00
АБ носачи	6.000	1.000,00	6.000.000,00
Услуге транспорта (наплаћени километри)	10.000	3,50	35.000,00
Укупно			22.551.000,00

ПОЧЕТНИ БИЛАНС СТАЊА

АКТИВА		ПАСИВА	
Ставка	Износ	Ставка	Износ
Земљиште	1.100.000,00	Капитал	9.558.400,00
Објекти	800.000,00	Дугорочне обавезе	2.805.000,00
Остали објекти	300.000,00		
Опрема и постојења	1.000.000,00		
Транспортна средства	1.000.000,00		
Обртна средства	8.163.400,00		
УКУПНО АКТИВА	12.363.400,00	УКУПНО ПАСИВА	12.363.400,00

ВАРЈАБИЛНИ ТРОШКОВИ У КМ

Редни број	Опис	Износ
1.	Трошкови промоције	50.000,00
2.	Трошкови плата	1.800.000,00
3.	Трошкови спољних сарадника	120.000,00
4.	Амортизације	500.000,00
5.	Трошкови комуналија	1.200.000,00
7.	Трошкови одржавања опреме	500.000,00
8.	Трошкови кредита	255.000,00
9.	Остали фиксни трошкови	1.100.000,00
Укупни фиксни трошкови		5.525.000,00

ПОЧЕТНИ БИЛАНС УСПЕХА

Ред. бр.	ОПИС	ИЗНОС
1	Трошкови сировина/материјала	9.500.000,00
2	Трошкови дистрибуције и продаје	400.000,00
3	Остали варијабилни трошкови	500.000,00
Укупни варијабилни трошкови		10.400.000,00

ПОЧЕТНИ БИЛАНС СТАЊА

Ставка	Износ
1. УКУПАН ПРИХОД	22.551.000,00
1.1. Приходи продаје	22.551.000,00
2. УКУПАН РАСХОД	15.925.000,00
2.1. Фиксни трошкови	5.525.000,00
2.2. Варијабилни трошкови	10.400.000,00
3. ДОБИТ	6.626.000,00
4. Порез на добит	662.600,00
5. НЕТО ДОБИТ (3-4)	5.963.400,00

8. ЗАКЉУЧАК

Преломна тачка рентабилности остварује се на нивоу од 43,42 % коришћења капацитета. Добијени резултат предузећа је добар и указује на могућност предузећа да послује стабилно. Међутим, уколико би дошло до пада степена коришћења капацитета испод 43,42% била би угрожена рентабилност пројекта.

Пројекат изискује значајну организациону, логистичку и кадровску инфраструктуру, али захваљујући расту потражње на тржишту Републике Српске пружа се могућност да се реализује визија предузећа, а то је тржишно учешће од 5% у укупној потражњи за бетоном и бетонским елементима.

3. ПРИМЈЕР БИЗНИС ПЛАНА КОЈИ ЈЕ НАСТАО КАО РЕЗУЛТАТ РАДА УЧЕНИКА

Осврт на ток реализације: „Од предузетничке идеје до бизнис плана“

Ученици, ЈУ Техничке школе Добој, Валентина Стојановић, Евгенија Макаренко и Борис Илић у току обраде теме „Предузетничке идеје“ наставног предмета Основи предузетништва дошли су на идеју да направе радионицу сувенира града Добоја. Тим није заборавио ни на иновације у предузетништву. Идеја о изради магнета и беџева са QR кодом који потенцијалне купце шаље на [youtube прилог о знаменитостима града Добоја](#).

Тим је уз менторство свога предметног наставника Иване Дуроњић, у наредном периоду, кроз редовну и додатну наставу кренуо у реализацију својих идеја, корак по корок, идеја за идејом, уз пуно подршке и разумијевања људи из окружења. Отварили су радионицу, добили су донацију (опрема и репроматеријал), креирали Бизнис план, успјешно направили маркетинг план и реализовали га, отворили су своју страницу на Инстаграму под називом „Грађарт“.

Они су се одлучили за сљедећу понуду сувенира:

1. Ручно осликане разгледнице града.
2. Беџеви и магнети са ручно осликаним старим возом Ћиром, Добојском тврђавом, Врхом Гостиљ, травом Ивом...
3. Беџеви и магнети са QR кодом који вас, када скенирате, води на страницу о знаменитостима града Добоја, на Енглеском језику (рад наших ученика).
4. Сувенири од гипса и глине, са отиском тврђаве (калуп рад ученика наше школе, на 3Д штампачу) направљени као новогодишњи накит за јелку и као магнети.

Финасијска средства за реализацију своје идеје остварили су након уприличене презентације Туристичкој организацији града Добоја, и том приликом добили донацију у виду куповине опреме и репроматеријала: беџомата за прављење беџева и магнета од 58мм и 32мм, резача и 1000 комада репроматеријала, укупне вриједности 1000 КМ.

ЈУ Техничка школа Добој је такође подржала свој тим и уступа им простор на коришћење, а који се налази у склопу школских радионица.

Тим је свој коначан бизнис план пријавио на конкурс Савез иноватора Иност младих 2023 у категорији Бизнис план. У мјесецу априлу, изложили су свој бизнис план и свој већ остварени мали бизнис и освојили су симпатије излагача и посјетилаца и освајају плакету за рад „Грађарт“.

ПРИМЈЕР БИЗНИС ПЛАНА КОЈИ ЈЕ НАСТАО КАО РЕЗУЛТАТ РАДА УЧЕНИКА

ЈУ ТЕХНИЧКА ШКОЛА ДОБОЈ

Република Српска
Босна и Херцеговина



БИЗНИС ПЛАН „ГРАЂАРТ“ УЧЕНИЧКО УДРУЖЕЊЕ

Аутори:

Борис Илић, III-2

Валентина Стојановић, III-2

Евгенија Макаренко, III-2

Ментор:

Ивана Дуроњић, дипл. инж. грађ.

„ГРАЂАРТ“ ученичко удружење

2

1. ОСНОВНИ ПОДАЦИ О ПОДНОСИОЦУ ПЛАНА

Назив: „ГРАЂАРТ“ ученичко удружење

Сједиште: ЈУ Техничка школа Добој

Адреса: Цара Душана 18, Добој 74000

Веза за комуникацију:

053 242 652 (школа)

065 243 747; (Ивана Дуроњић, проф.)

miskovicdo@gmail.com (Ивана Дуроњић, проф.)

Подносиоци плана: Ученици трећег разреда Техничке школе

Струка: Геодезија и грађевинарство

Занимање: Грађевински техничар

Датум израде: 30.11.2022.



2. ОПИС И СВРХА УЛАГАЊА

Кроз овај бизнис план желимо представити начин пословања и развој мале радне групе која се бави проиузводњом сувенира на тему града Добоја, чиме настоји побољшати туристичко-културни одраз града.



3. ПРОИЗВОДЊА

„ГРАЂАРТ“ удружење се састоји од мале групе ученика предвођене стручним кадром и организатором радова Иваном Дуронић, дипл.инж.грађ. Процес производње ће се одвијати у радионицама ЈУ Техничке школе Добој, гдје ће у самом процесу производње сувенира учествовати до 20 људи.



4. УЛАГАЊА

Р.БР.	Назив	Набавна цијена (КМ)	Количина (ком)	Износ (КМ)
1.	Комплет за израду беџева (беџомат, алат и резач 32 и 58 mm)	890,00	1	890,00
2.	Репроматеријал за израду беџева 32 mm	0,40	100	40,00
3.	Репроматеријал за магнете 58 mm	0,55	100	55,00
4.	Разгледнице	1,00	100	100,00
5.	Репроматеријал за беџеве 58 mm	0,55	100	55,00
Неопходна почетна улагања:				1140,00



5. ПЛАН ОСТВАРЕНИХ ПРИХОДА

Р.БР.	Производи	Набавна цијена материјала (КМ/ком)	Продајна цијена (КМ/ком)	Зарада (КМ/ком)
1.	Беџ 58 mm	0,55	2,00	1,45
2.	Беџ 32 mm	0,35	1,50	1,15
3.	Магнет 58 mm	0,55	2,00	1,45
4.	Разгледница	1,00	1,50	0,50



6. ПРИХОДИ

Послије првог радног квартала очекивани приход је 665 КМ. Удио у приходу од магнета процјењује се на 150КМ, беџева од 32mm је 115 КМ, беџева од 58mm у укупном приходу од 250 КМ, док се удио у приходу од разгледница процјењује на 150 КМ.

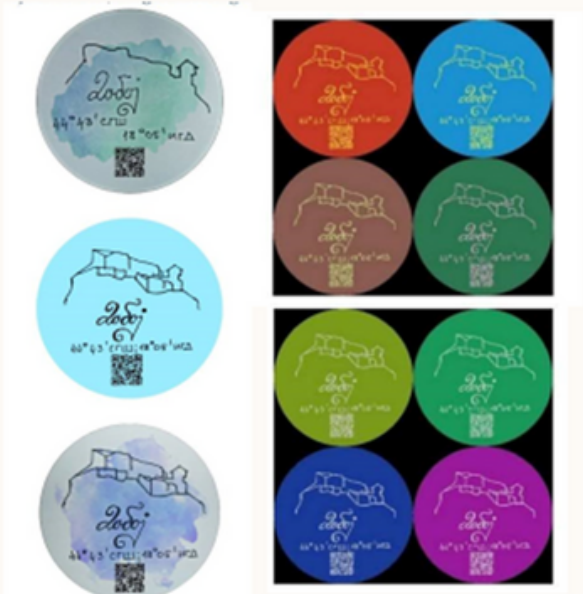


7. ПЛАН ПЛАСИРАЊА ПРОИЗВОДА

У плану је да омогућимо онлајн продају наших производа путем web-странице, као и путем различитих друштвених мрежа попут Facebook-а, Instagram-а itd. На овај начин ће потенцијални купци имати могућност директног наручивања артикала из удобности свог дома.



8. ИДЕЈНА РЈЕШЕЊА ПРОИЗВОДА



БЕЏЕВИ И МАГНЕТИ



РАЗГЛЕДНИЦЕ



9. ТИМ



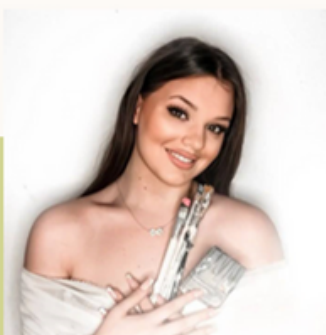
БОРИС ИЛИЋ

Техничка припрема



ЕВГЕНИЈА МАКАРЕНКО

Техничка припрема



ВАЛЕНТИНА СТОЈАНОВИЋ

Дизајн



ИВАНА ДУРОЊИЋ

Ментор

НАПОМЕНА

11

Овај бизнис план препознат је од стране Туристичке организације Добој као користан пројекат, те су финансирани набавку потребне опреме.

СЕПТЕМБАР 2022.

НОВЕМБАР 2022.

ФЕБРУАР 2023.

МАРТ 2023.

АПРИЛ 2023.

Израда Бизнис плана

Презентовање Бизнис плана Туристичкој организацији

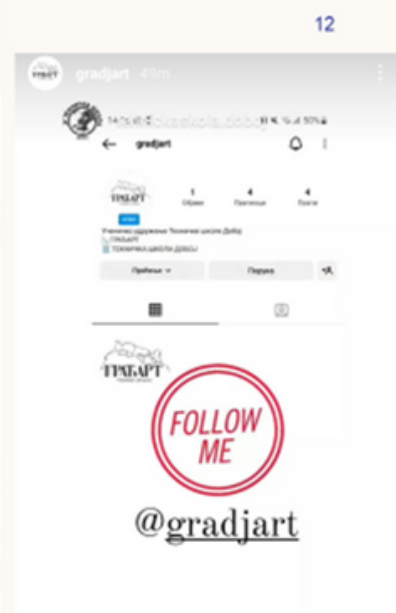
Набавка опреме


Уређивање радног простора и инсталација опреме

Учешће на ИНОСТ младих 2023



„ГРАЂАРТ“ ученичко удружење





Приручник је израђен у оквиру пројекта “Бољом управом до бржег економског раста” (EGG2) којег подржава и финансира Влада Краљевине Норвешке, а проводи Развојни програм Уједињених нација (UNDP) у БИХ.

Садржај приручника не одражава нужно ставове Владе Краљевине Норвешке, нити UNDP-а.