



korak do biznisa

kako da se zaposlim?
šta znam raditi?
šta da poduzmem?
kome da se obratim ?
gdje da nađem početni kapital?
koja je procedura za otvaranje preduzeća?
šta je to obrt? šta je to d.o.o.?
koliko novca mi treba da započnem biznis?
gdje, šta, kako, koliko, kada, kome, na koji način????



korak

do biznisa

kako da se zaposlim?

šta znam raditi?

šta da poduzmem?

kome da se obratim ?

gdje da nađem početni kapital?

koja je procedura za otvaranje preduzeća?

šta je to obrt? šta je to d.o.o.?

koliko novca mi treba da započnem biznis?

gdje, šta, kako, koliko, kada, kome, na koji način????

KO SMO I KAKO POMAŽEMO NEZAPOSLENIMA?	3
ŠTA RADIMO DA OLAKŠAMO ZAPOSŁJAVANJE?	3
PODUZETNIK SE RAĐA ALI I POSTAJE!!!	4
NE ČEKAJ DA TE DRUGI ZAPOSŁI! ZAPOSŁI SAM SEBE!	4
KAKO ZAPOČETI VLASTITI BIZNIS?	5
BIZNIS PLAN KAO PRVI KORAK KA BIZNISU!	6
MARKETING PLAN I MARKETING STRATEGIJA!	6
MARKETING – KLJUČ SVAKOG BIZNISA!	8
PREDNOSTI REGISTROVANJA OBRTA	10
KOLIKO ĆE VAS KOŠTATI DA OTVORITE OBRT?!	11
KLEVETANJE OBRTA	12
KAKO REGISTROVATI D.O.O. U 10 KORAKA?	12
AKO STE POČETNIK U POSLOVANJU, BIZNIS INKUBATOR JE SAVRŠENO MJESTO ZA VAS!	14



Općina Zenica
Služba za ekonomske odnose i poduzetništvo
 Trg BiH 6, 72000 Zenica
 tel: 032 208 000
 fax: 032 242 545
 email: opcina@zenica.ba
www.zenica.ba



Agencija za ekonomski razvoj ZEDA
 Školska ulica 4, 72000 Zenica
 tel: 032 449 410
 fax: 032 449 415
 email: info@zeda.ba

KO SMO I KAKO POMAŽEMO NEZAPOSLENIMA?

Agencija ZEDA je razvojna institucija čiji zadatak je da kreira, priprema i realizuje razvojne projekte općine Zenica, da stvara partnerstva za implementaciju razvojnih projekata, da ih priprema, i koordinira njihovu realizaciju.

OSNOVANI SMO...

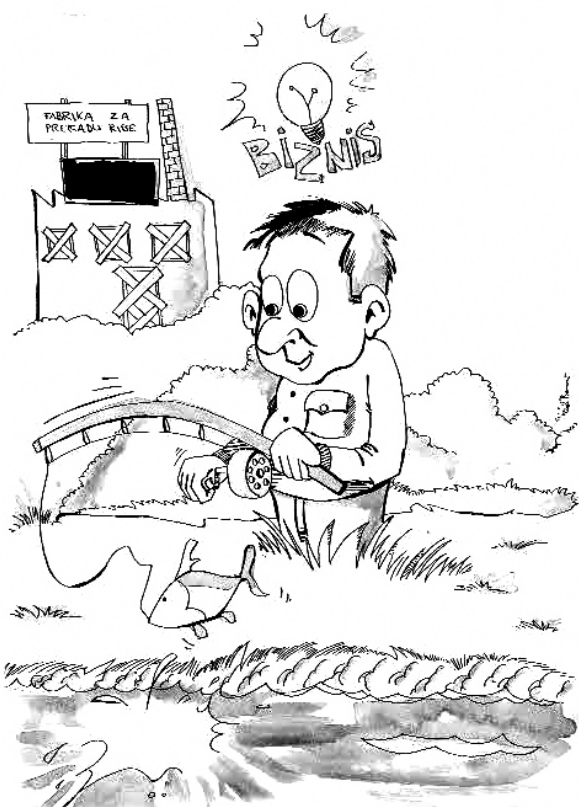
ZEDA je osnovana kao društvo sa ograničenom odgovornošću pod nazivom Agencija za lokalni ekonomski razvoj ZEDA d.o.o. i praktično je počela sa radom 01. maja 2004. godine.

NAŠA MISIJA...

Stvarati uslove za razvoj dinamične, savremene i raznovrsne privrede u općini Zenica kroz razvoj poduzetništva, malih i srednjih preduzeća objedinjavanjem i usmjeravanjem materijalnih, ljudskih i finansijskih resursa, uvažavajući principe rodne ravnopravnosti i zaštite životne okoline.

PODRUČJA DJELOVANJA...

- Privreda (ekonomski razvoj)
- Razvoj ljudskih resursa
- Razvoj, promocija i unapređenje poduzetništva
- Upravljanje objektima poduzetničke infrastrukture (inkubator, poslovne zone...)



- Promocija ulaganja u privredu (domaćih i stranih)
- Proizvodnja hrane (poljoprivreda i veterinarstvo)
- Turizam
- Ekologija (održivi razvoj)

RAZVOJNE FUNKCIJE

- Upravljanje poduzetničkom infrastrukturom
- Promocija poduzetništva i razvoj poslovnog okruženja u općini Zenica i šire
- Podrška malim i srednjim preduzećima kroz povećanje njihove konkurentnosti
- Razvoj tržišta poslovnih usluga i podrška poduzetnicima

ŠTA RADIMO DA OLAKŠAMO ZAPOSŁJAVANJE?

1. VODIMO BIZNIS INKUBATOR ZENICA

Biznis inkubator je projekat Općine Zenica i predstavlja «dom» za uzgajanje novih preduzeća koji svim potencijalnim poduzetnicima čiji poslovni plan obećava realne mogućnosti razvoja, obezbjeđuje povoljne uslove rada, početne prostorije, administrativnu poslovnu podršku, savjetovanje i drugu pomoć, kako bi u 3-4 godine razvili preduzeće, sposobno da pod tržišnim uslovima uspješno radi. Dakle, to su sistemi kojima je svrha uspostavljanje poslovne infrastrukture koja služi privrednim subjektima da u što kraćem vremenu postanu tržišno aktivni, te profitabilni.

2. OMOGUĆUJEMO VOLONTIRANJE U JU I JP I STICANJE PRVOG RADNOG ISKUSTVA U STRUCI

Program "Unapređenje ljudskih resursa-Obrazovanjem do zaposlenja" u sklopu kojeg putem projekta "Prvo radno iskustvo" Agencija ZEDA visokoobrazovanim Zeničanima i Zeničankama omogućuje sticanje jednogodišnjeg iskustva u struci, pokrenut je na prijedlog ZEDAe Općini Zenica, što je Općina prihvatila prepoznavši izuzetnu priliku za mlade ljude da u ovako teškom vremenu steknu neophodno iskustvo i nauče šta znači raditi nakon stečene diplome. Jednogodišnje volontiranje omogućeno im je u općinskim službama, Agenciji ZEDA te općinskim javnim ustanovama i javnim preduzećima.

3. ZEDA VAS UČI KAKO DA POKRENETE VLASTITI POSAO (PODUZETNIČKI RAZRED)

Agencija ZEDA implementirala je Projekat "Poduzetnički razred" u sklopu kojeg su educirani učenici srednjih škola kako za započnu vlastiti posao, kako da napišu biznis plan i sl.

4. NEKA SE I VAŠ GLAS ČUJE! BLOG!

Pokrenuli smo blog na oficijelnoj stranici Agencije ZEDA u kojem pišemo o iskustvima volontera iz projekta "Prvo radno iskustvo", informišemo, afirmišemo i educiramo obrađujući raznovrsne teme. Blog smo posvetili mladima, njihovom iskustvu pri (ne)zaposlenju, pružili smo i mogućnost da nam se javljaju čitaoci i svoje iskustvo u traženju ili pronalasku posla podijele s nama. Također, na blogu intervjujemo brojne profesore, doktore, javne ličnosti (glumce, novinare, tv voditelje...), organizacije, institucije, „obične ljude“ i iako imamo različite kategorije sagovornika, teme su raznovrsne ali sve imaju jednu istu protkanu nit, a tiče se prvog radnog iskustva, biznisa, (ne)mogućnosti zaposlenje, neobičnog posla, prekvalifikacije, njihove tajne uspjeha, savjeta mladima i td.

5. PODUZETNIČKI VODIČ

Kako bismo olakšali potencijalnim/budućim poduzetnicima odnosno onima koji žele pokrenuti vlastiti posao da na jednom mjestu jednostavno dođu do informacija koju kategoriju preduzeća trebaju osnovati zavisno od toga čime se žele baviti, kako trebaju napisati biznis plan, čemu im on služi, kako izgleda, koliko radnika moraju imati zakonski barem za početak, kome se trebaju obratiti, o čemu moraju voditi računa i koliko će ih to sve koštati, na stranici Agencije ZEDA pokrenuli smo rubriku "Poduzetnički vodič".

PODUZETNIK SE RAĐA ALI I POSTAJE!!!

Ako želite uspjeti ne možete čekati da vam prilike dođu ili da Vam se samo ukažu, morate znati tražiti prilike i prepoznati ih ali i iskoristiti.

Poduzetnik je osoba koja ima inicijativu! To znači da se radi o osobi koja nešto poduzima, čini, radi...Međutim, da bi poduzetnik nešto poduzeo, mora znati filtrirati pojave, mora znati eliminisati površnost u procesu filtriranja informacija, ideja... i td.

Treba naglasiti da prepoznatu priliku morate znati provesti u djelo. Mnogo je ljudi koji imaju ideje, koji su inovativni, kreativni, maštoviti, ali svoje ideje ne pretvaraju u djela. Da biste bili uspješni i učinkoviti, neophodno je krenuti na put PRETVARANJA IDEJA U DJELA. Upravo ovo je karakteristika poduzetnika! Akcija! Angažovanost!

Poduzetnici su uvijek spremni na akciju odnosno na djelovanje kako bi uhvatili poslovnu priliku.

Ali, nisu sve prilike za svakoga! Toga morate biti svjesni na samom početku. Preuzimanje rizika ne znači nužno i uspjeh. Brojni su primjeri gdje imamo ljude koji ulože vrijeme, novac, trud u poslove

za koje u konačnici zaključite da nisu za njih. To najjednostavnije znači da trebate raditi ono U ČEMU STE NAJBOLJI I ONO ŠTO VOLITE.

Poznato je da su najveće uspješne kompanije nastale tako što su njihovi rukovodioci znali prepoznati priliku u krizi. U našoj zemlji, u vremenu kada je situacija izuzetno teška i kada je stepen nezaposlenosti poražavajući, treba znati prepoznati prilike, treba znati ideje pretvoriti u djela, treba znati otvoriti, osnovati, kreirati ono što nema, ono što treba, ono po čemu ćete se istaknuti i izdići iznad bezlične mase preduzeća koja nude iste stvari. Morate biti drugačiji i bolji od drugih!

Međutim, da biste uspješno poslovali, morate znati sve o poslu kojim se želite baviti. Uspješni poduzetnici poznaju tržište, istražuju i upoznaju konkurenciju, finansijske zakonitosti, zakone poslovanja i sl. Vizija je ta koja razdvaja uspješne od neuspješnih poduzetnika.

Također, moramo napomenuti da se sazrijevanjem preduzeća mijenja i njegova vizija uporedo s napredovanjem posla. Samo prilagođavanjem vizije preduzeća, uspješan poduzetnik može iskoristiti prilike koje mu se pružaju.

Ako ste dostigli određen stepen razvoja, uvijek morate misliti o sljedećem koraku koji vas vodi na viši nivo. Morate misliti na budućnost!

NE ČEKAJ DA TE DRUGI ZAPOSLE! ZAPOSLE SAM SEBE!

U vremenu kada je teško doći do radnih mjesta, kada se i ona koja su postojala zatvaraju, kada se fime gase, kada je konkurencija na tržištu rada prevelika, doći do radnog mjesta pravo je umijeće. Da ne biste čekali da se taj dan konačno dogodi i da ne budete na BIROU čekajući da vas neko zaposli, zaposlite sami sebe.

Ipak, ukoliko ne želite biti samozaposlenik, barem aktivno učestvujte u traženju posla. Pratite konkurse, javne pozive, oglase, istražujte, raspitujte se, prikupljajte informacije putem svih dostupnih medija i aktivno se prijavljujte. Čekanjem da vam BIRO nađe posao pravite veliku grešku.

KAKO ZAPOČETI VLASTITI BIZNIS?

Želite započeti vlastiti biznis, osnovati vlastitu firmu ali niste sigurni da li to treba biti d.o.o., obrt, d.d. ipak nešto četvrto? Ne znate koliko vam je novca za to potrebno? Ne znate kome se obratiti? Mi ćemo vam pomoći tako što ćemo vam dati odgovore kako, kome, gdje i koliko vam je vremena ali i novca potrebno da biste započeli biznis.

Također, razjasnit ćemo vam o čemu morate voditi računa.

Preduzeće je samostalna pravna osoba, što znači da u poslovanju nastupa kao posebna jedinka, sa svojim pravima, obavezama i sa svojom imovinom. Imovina preduzeća je njegov temeljni kapital, kao i osnovna i obrtna sredstva koja stiže tokom poslovanja. Imovina preduzeća razlikuje se od imovine njegova vlasnika. Preduzeće nastaje upisom u sudski registar, a prestaje likvidacijom – brisanjem iz sudskog registra.

Vrste preduzeća (najčešći oblici):

d.d., dioničko društvo - društvo kapitala, gdje su vlasnici one osobe koje posjeduju dionice, tj. vrijednosne papire, kojima se može trgovati, i koji su upisani u knjigu dionica

d.o.o., društvo sa ograničenom odgovornošću – društvo osoba, gdje su vlasnici osobe koje su to društvo osnovale i koje su upisane u trgovačkom sudu kao osnivači.

Ko je osnivač preduzeća?

Osnivač preduzeća je osoba ili su osobe koje su to društvo osnovale upisom u sudski registar. To su njegovi vlasnici. Ako ih je više, svaki učestvuje sa određenim postotkom osnivačkog kapitala, te u istom postotku učestvuje i u finansijskom rezultatu preduzeća. Cijeli udjel ili dio udjela može se prodati drugoj osobi. Ukoliko ima više osnivača, oni sastavljaju društveni ugovor, kojim regulišu međusobna prava i obaveze.

Ukoliko je jedan osnivač, on kod javnog bilježnika ovjerava izjavu o osnivanju.

Ko je uprava preduzeća?

Uprava preduzeća je od strane vlasnika imenovana osoba ili osobe koji upravljaju preduzećem, donose operativne odluke, predstavljaju preduzeće u pravnom prometu i odgovaraju za poslovanje preduzeća. Uprava i osnivač ne moraju biti iste osobe.

Početni kapital

Tokom postupka osnivanja, osnivač polaže kapital na poseban račun kod neke poslovne banke, a nakon registracije taj novac banka proslijeđuje na poslovni, žiro račun preduzeća.



Poslovni prostor

Za cijeli niz djelatnosti za koje je obavezan poslovni prostor, preduzeće za konkretni prostor treba pribaviti rješenje o ispunjavanju minimalno potrebnih tehničkih uslova.

Šta je obrt?

OBRT je fizička osoba, izjednačen sa nosiocem obrta, koji odgovara za svoje obaveze cijelom svojom imovinom. Otvara se upisom u obrtni registar, a zatvara brisanjem iz istog. Samo otvaranje i zatvaranje obrta je jednostavnije i jeftinije od otvaranja i zatvaranja preduzeća, ali to ne bi trebao biti jedini kriterij za odabir oblika poduzetništva.

Odluku treba donijeti na osnovu više pokazatelja:

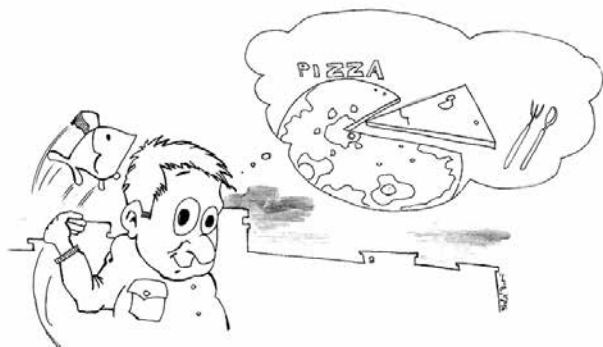
- *s čime se konkretno planirate baviti,*
- *imate li namjeru poduzetničku aktivnost obavljati duže vrijeme ili Vam treba za nekoliko poslova (u praksi ima i takvih slučajeva)*
- *imate li potrebnu kvalifikaciju, koja je za niz obrta nužna*
- *planirate li raditi sami ili se oslanjati na rad drugih osoba*
- *jeste li već zaposleni i posao mislite uhodavati dok još radite*
- *proučite mjesečne obaveze u obrtu i u preduzeću: nemojte misliti da su one u obrtu manje – upravo je suprotno*
- *raspoložete li sa novcem potrebnim za osnivački kapital i je li vam on vremenski ograničen*
- *imajte na umu limit odgovornosti za obaveze koji je bitno različit u ova dva oblika poduzetništva*

2. Uz pomoć **SWOT analize** preispitaćete strategiju, poziciju i smjer budućeg razvoja kompanije. To će vam pomoći da postavite i definišete marketinške ciljeve (obavezno da budu SMART) – ono šta kompanija želi da ostvari tokom vremenskog perioda za koji je napravljen marketinški plan.
3. U vašem marketinškom planu će biti objašnjeno i kako ćete **segmentirati tržište**, targetirati izabrane segmente i koji set aktivnosti čini vašu marketinšku strategiju.
4. Pomoći će vam da **pozicionirate vaš proizvod ili uslugu**. Također, da izdvojite vaš proizvod ili uslugu u odnosu na konkurenciju. Njegova svrha nije samo da privučete nego i da zadržite postojeće kupce.
5. Uz pomoć plana definisaćete odgovarajući marketing miks (4P ili 7P u zavisnosti da li je u pitanju proizvod ili usluga) i potreban budžet za sve marketinške aktivnosti koje su obuhvaćene ovim planom.
6. Zahvaljujući marketing planu, moći ćete da izmjerite progres u svom poslovanju. Iako se marketinški planovi rade uglavnom jednom godišnje, potrebno ih je najmanje jednom kvartalno (u periodu ekonomske krize jednom mesečno) analizirati i u zavisnosti od postignutih rezultata razmotriti da li je potrebno preuzeti korektivne mjere.

Prema nekim istraživanjima u SADu kompanije koje imaju marketing planove ostvaruju 20% - 25% veću prodaju, a samim tim i veći profit.

Također, kompanije koje imaju plan marketinških aktivnosti bolje reaguju kada se suoče sa problemima i nepredvidivim događajima u svom poslovanju.

ZAPAMTITE: Ključ uspjeha poslovanja je efikasan marketing koji je zasnovan na marketing planu!



Marketing strategija od krucijalne je važnosti za usješan biznis!

Strategija se definiše kao konačno oblikovanje dugoročnih ciljeva i određivanje okvirnih smjernica za njihovo dosljedno ostvarivanje.

Strategija marketinga predstavlja mogućnost da svi zainteresovani učesnici (dioničari, menadžment, radnici, sindikati, i dr.) shvate temeljne dugoročne marketinške ciljeve na ciljnom tržištu, kao i mogućnosti za njihovo ostvarenje u okruženju uz kvalitetno osiguravanje potrebnih resursa.

Marketing strategija je proces koji dozvoljava organizaciji da koncentriše svoja (uvijek ograničena) sredstva na najveće prilike da uvećaju prodaju i ostvare značajnu prednost u odnosu na konkurenciju.

Marketing strategija je najefikasnija kada je integralni dio korporativne – kompanijske strategije, definišući kako će organizacija privući klijente, predvidjeti poteze konkurencije i uspjeti na tržištu.

Marketing strategija također služi kao temelj marketinškog plana. Marketing plan sadrži set specifičnih akcija potrebnih za uspješnu implementaciju specifične – usvojene marketinške strategije.

Na primjer:

“Uzeti jeftiniji proizvod da bi privukli potrošače. Jednom kada organizacija – firma preko jeftinijeg proizvoda uspostavi poslovne veze – odnose sa kupcima, organizacija – firma će prodati dodatni, mnogostruko skuplji proizvod – i time osigurati i povećati potrošačev odnos – potražnju za jeftinijim proizvodom.”

Strategija je različita od taktike!!! Ako je moguće napisati taktički marketing plan bez glasa tržišta, bez dobro osmišljene strategije, to nije preporučljivo.

Bez glasa marketing strategije, marketing plan nema osnovu, temelj.

Marketing strategija služi kao fundamentalni oslonac, nosioc marketing planova osmišljenih da dostignu marketinške ciljeve i zadatke. Veoma je važno da ti ciljevi imaju mjerljive rezultate.

Dobra marketing strategija treba da integriše firmine marketinške ciljeve, firmine slogane i definicije, te firmine akcione taktike u jednu kohezivnu strategiju.

Cilj marketing strategije je da obezbjedi temelj iz kog će se razviti taktički plan.

Marketing strategije su djelomično rezevijene iz šire korporativne strategije, korporativne misije i korporativnih ciljeva. Strategije treba da proističu iz firminih odluka o određenim ciljeva.

Svaka vrsta marketinga se odnosi samo na potrošače i to na njihovu pažnju i raspoložive finansijske resurse. U tom smislu da biste imali dobru marketing strategiju, potrebno je da razmislite o sljedećih pet komponenti za uspješnu marketing strategiju:

Poslovni ciljevi

Šta vaša organizacija pokušava da postigne? Moćući odgovori su:

- *izgraditi brend*
- *steći nove klijente*
- *uvesti nove proizvode i/ili usluge*
- *proširiti tržište i sl.*

Ciljna grupa

Ko su vaši klijenti? Koje tržište želite da zauzmete?

U odgovoru na ovo pitanje nastojte da što bolje opišete potencijalne potrošače, jer ćete tako lakše shvatiti kako možete da doprete do njih na što jednostavniji način.

Marketing strategije

Šta je potrebno da uradite da biste postigli svoje ciljeve?! Odgovor na ovo pitanje je najčešće povezan sa 4 stvari:

- *proizvod*
- *cijena*
- *mjesto*
- *promocija*

Zato je važno pronaći pravi društveni medij koji bi mogao da zadovolji sve ove 4 komponente.

Marketing taktika

Koje konkretne akcije je potrebno preduzeti da biste postigli svoj cilj? Jednostavnije rečeno: šta ćete konkretno uraditi, na koji način i kada?

Metrika

To je, zapravo finalna procjena svega što smo do sada naveli. Odnosno, koliko su dobre vaše prethodno navedene taktike.

Dakle, da biste imali dobru marketing strategiju, potrebno je da svih 5 elemenata budu zadovoljeni na najvišem mogućem nivou. Naravno, ukoliko se u toku rada, ukaže potreba za nekom izmjenom, to vam neće predstavljati veliki problem, kada imate dobro urađenu osnovu.



MARKETING – KLJUČ SVAKOG BIZNISA!

Ako imate firmu ili je tek želite otvoriti, morate znati šta je marketing i koliko je važan za uspješno poslovanje.

Koliko puta ste čuli da ljudi kažu marketing = reklama?! Međutim, ovo nije tačno!!! Marketing je mnogo kompleksniji, a kako bismo pojasnili šta je marketing u narednim redovima ćemo definisati ovaj pojam, te vam približiti njegovu ulogu.

Marketing je društveni proces kojim – putem stvaranja i razmjene proizvoda i vrijednosti sa drugima – pojedinci i grupe dobivaju ono što im je potrebno ili što žele.

Marketing je društveni proces zadovoljavanja potreba razmjenom, a obuhvata pojedince koji hoće da podmire svoje potrebe i organizacije koje obavljaju određene aktivnosti kojima se te potrebe zadovoljavaju.

Marketing se bavi potrebama ljudi i pronalazi načine zadovoljenja tih potreba, zadovoljavanjem jednih potreba nastaju druge potrebe i tako u nedogled.

Također, marketing pronalazi i potrebe kojih potrošači u datoj tački vremena još nisu svjesni, te pomaže u oblikovanju proizvoda za njihovo zadovoljenje.

Dakle, marketing gleda korak ispred ciljnih grupa i pokazuje im da imaju potrebe za koje nisu ni znali.

Marketing je zadovoljenje potreba kojim se ostvaruje profit odnosno zarada, te predstavlja dinamično područje poslovne ekonomije koja počiva na tržišnoj razmjeni.

Marketing ima i moto, čine ga kvalitet, usluga i vrijednost koju proizvod nudi potrošaču. Marketing počinje od razmjene koja mora zadovoljiti kupca i prodavača, te na kraju obezbijediti novac.

Marketing se definiše kao organizacijska funkcija i niz procesa s ciljem stvaranja, komuniciranja i isporuke vrijednosti potrošačima te upravljanja odnosima s potrošačima na način koji pogoduje organizaciji i njenim vlasnicima.

Marketing je proces planiranja i sprovođenja koncepcija, cijena, promocije i distribucije ideja, roba i usluga, sa ciljem da se kreira razmjena koja zadovoljava potrebe pojedinaca i organizacija.

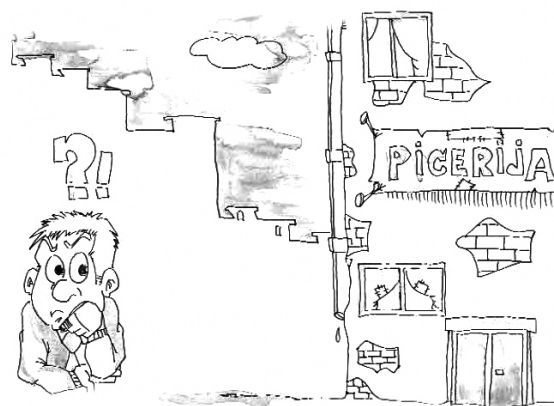
Marketing je ekonomska disciplina novijeg datuma!

On proučava obavljanje poslovne aktivnosti koja usmjerava tok proizvoda i usluga od proizvođača do potrošača ili korisnika. Dakle, možemo zaključiti da marketing proučava unapređenje sposobnosti prodajne moći, proučavanje ponude i potražnje, tržišta, oglašavanja, trgovanja, prezentovanja proizvoda i slično.

Marketing je proces planiranja i provođenja. Marketing je proces u kojem se stvaraju ideje, proizvodi i usluge, određuju cijene, promocija i distribucija, a sve to kako bi se obavila razmjena koja zadovoljava potrebe i ciljeve pojedinaca i organizacija. U okviru marketinga pojedinci i grupe dolaze do onoga što im je potrebno putem oblikovanja i razmjene proizvoda, usluga i vrijednosti. pa je stoga marketing društveni i upravljački. Marketing podrazumijeva izvođenje poslovnih aktivnosti koje usmjeravaju proizvode i usluge od proizvođača prema potrošačima i korisnicima. Marketing je proces i koncepcija.

Marketing kao koncepcija je specifičan način razmišljanja i djelovanja na kojem se zasniva poslovna politika preduzeća odnosno specifičan način na koji se pristupa osmišljavanju, operacionalizaciji i realizaciji poslovanja preduzeća kako bi se ostvario profit.

Marketing kao proces je niz svih aktivnosti koje povezuju proizvodnju i potrošnju i time omogućavajući da proizvodi i usluge idu potrošačima, a



informacije o potrebama potrošača proizvođačima kako bi ih mogli zadovoljiti. Marketing kao proces sastoji se od mnogo elemenata a čine ih analiziranje tržišnih prilika, istraživanje i izbora ciljnog tržišta, oblikovanje marketinške strategije, planiranje programa marketinga – oblikovanje marketinškog mixa, organizovanje, primjena i kontrola marketinških napora.

Dakle, marketing je proces, a ne čin. Marketingom kao procesom, formira se i omogućava razmjena. A razmjena je čin koji se odvija na tržištu i u kojem trebaju učestvovati najmanje dvije strane, jednu stranu u činu razmjene čine preduzeća, organizacije, institucije ili pojedinci koji nude vrijednosti (proizvode – robe, usluge, ideje) za novac, drugu robu ili rad, a drugu stranu čine također preduzeća, organizacije, institucije ili pojedinci kao kupci ili korisnici koji traže proizvode, usluge ili ideje za zadovoljenje svojih iskazanih potreba i želja, upravo na istom tržištu. Marketing je taj koji doprinosi efikasnom ostvarenju čina razmjene kroz proces upravljanja sopstvenim instrumentima i potražnjom.

Marketing kao naučna disciplina – predmet: naučno izučavanje aktivnosti koje povezuju proizvodnju i potrošnjom, te na taj način omogućavaju učinkovitost razmjene.

Marketing kao naučna disciplina predstavlja biheviorističku nauku koja teži ka pojašnjenju razmjene.

Razmjena omogućuje zadovoljenje potreba potrošača. Potrošači su na strani potražnje, a preduzeća se, nudeći proizvode i usluge, nalaze na strani ponude. Tržište je mjesto gdje se sreću i potrošači i ponuđači. Stoga marketing vuče svoje korijene u riječi tržišnost. U nastavku ćemo navesti šta mogu biti predmeti marketinga.

Predmeti marketinga mogu biti materijalni proizvodi, usluge odnosno procesi koji se izvode za korisnike, ideje, filozofija, koncepti koji se mogu mijenjati na tržištu, osobe i slično.

Materijalni proizvodi: oni koji su opipljivi, mogu se procijeniti dodirnom, okusom, čulima mirisa i okusa. (npr.parfemi, satovi, automobili...)

Usluge: neopipljivi - djela koja se izvode za korisni-

ke i koja zadovoljavaju potrebe potrošača.(ugostiteljstvo, masaže,estrada...)

Mjesta: gradovi, regije, države i sl.(Češka, Španija, Grčka...)

Ideje: neopipljivi - imidž, filozofija, koncept, predodžba - koji se mogu razmijeniti na tržištu.

Iskustva: zabavni parkovi, destinacije za odmor odnosno turizam. (Luna parkovi, dječija igrališta, posjete stadionima, jezerima, pećinama, jamama...)

Događaji: olimpijske igre, međunarodni sajmovi, kongresi, seminari i slično. (Sarajevo film festival, sajmovi knjige, promocije muzičkih albuma, knjiga...)

Osobe: političari, estradni umjetnici, sportisti i td. (Jennifer Lopez, Eddie Cibrian, Tom Cruise...)

Imovina: koriste je najrazvijeniji privrednici. (preduzeća,plantaže...)

Organizacije: koriste ga prilikom osmišljavanja imidža.

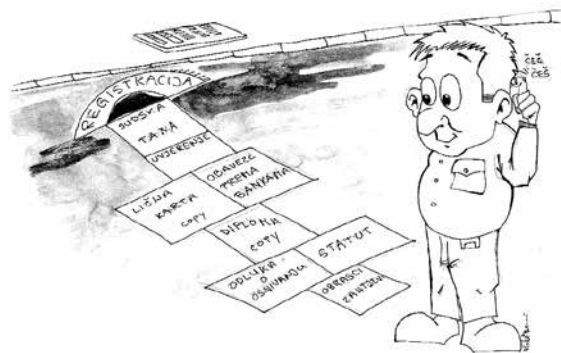
Informacije: uključuju osmišljavanje, oblikovanje i ponudu znanja, zabave i drugih vrsta informacija koje zahtijevaju potrošači.

Instrumenti marketinškog spleta 4p (proizvod, cijena, promocija, prodaja i distribucija) znači specifičnu kombinaciju elemenata koji se koriste za istovremeno postizanje ciljeva preduzeća i zadovoljenje potreba potrošača i želja ciljnih tržišta.

U jednoj opširnijoj definiciji možemo reći:

„Marketing je proces stvaranja, kreiranja, osmišljavanja, planiranja, pronalaženja načina i provođenja aktivnosti koje će omogućiti kvalitetnu razmjenju, pozicioniranje, prihvatanje i favorizovanje na tržištu, te koji će osigurati da se zadovolje potrebe potrošača i ispune ciljevi proizvođača. To je jedan dugoročan proces koji mora trajati u kontinuitetu, te u čijem lancu sve karike moraju biti dobro uvezane. Mora se voditi računa o potrebama tržišta, željama, očekivanjima, veoma važna je komunikacija sa okruženjem, način na koji nešto predstavljate, medij putem kojeg se obraćata ciljnim grupama, te je neophodno

prilagođavanje, kreativnost, istraživanje, znanje kao najveći resurs, znatiželja i što je najvažnije upornost i istrajnost do konačnog cilja. Mjera je nešto za što se mora imati istančan osjećaj kako se ne bi postigao suprotan efekat.“



PREDNOSTI REGISTROVANJA OBRTA

Ako ste nezaposleni, a imate originalnu ideju, dobar plan i volju za radom, mi ćemo vam olakšati i pojasniti kako možete postati samozaposlenik. Najbolje je ipak raditi za sebe! Evo i nekoliko razloga zašto:

1. *Nemate šefova niti direktora iznad sebe, sami odlučujete ali i preuzimate sav rizik eventualnog neuspjeha*
2. *Sami birate uposlenike, poslovne partnere, tržište, samostalno odlučujete i sl. ali treba napomenuti da to sa sobom povlači i rizik zvani neuspjeh koji se može dogoditi zbog nedostatka iskustva-*
3. *Vi određujete radno vrijeme*
4. *Vaša je odluka koliko će pauza trajati*
5. *Vaš uspjeh će vam donijeti novac i to će sigurno biti cijenjeno*
6. *Vi birate čime ćete se baviti, a to sigurno neće biti nešto što ne volite*
7. *Vi odlučujete kada ćete na godišnji odmor*
8. *Zaposlili ste sebe, ali i druge*
9. *Vi određujete kolika će vam biti plaća*
10. *Vi određujete kada i koliko ćete proširiti posao... (Može se raditi u skromnim uslovima, kod kuće, bez posebnih ulaganja u pripremu prostora izuzev ako je to neophodno zbog proizvodnog procesa (mašine, buka, zagađene,...isl.)*

KOLIKO ĆE VAS KOŠTATI DA OTVORITE OBRT?!

Prednost obrta je i u tome što ako oblik obrta kojim se želite baviti ne zahtijeva da imate poslovni prostor – ne morate ga ni imati. Kao primjer možemo navesti informatičke usluge koje možete obavljati od kuće.



Posljednja, ali nikako manje važna tačka u korist obrta je što registrovani kao obrt možete raditi i izvoz.

UKUPNO: 179 KM

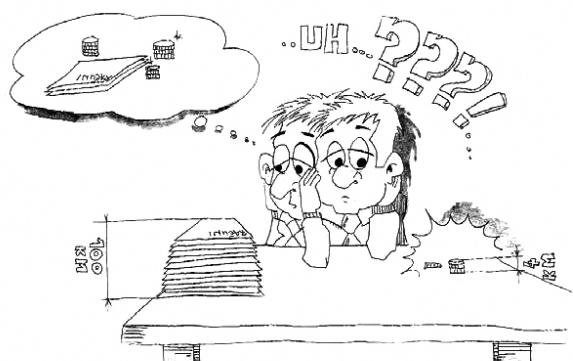
+

Dakle, vrlo je jednostavno registrovati obrt i nije skupo pa ukoliko imate ideju, ne plašite se pokušati. Ako ne probate, ne možete ni znati da li biste uspjeli!

KLEVETANJE OBRTA

Ako ste čuli da kao „obrt“ nemate velike šanse na tržištu, znajte da to nije tačno. Polemiše se da će vas klijenti smatrati neozbiljnim ali iz iskustva se dokazalo da će vas malo ko i pitati kako ste registrovani, a kamo li da će to nekome zasmetati.

REGISTROVANI KAO D.O.O.
ODGOVARATE SAMO IMOVINOM
FIRME, A OBRTOM ODGOVARATE
LIČNOM IMOVINOM TAKO DA
OBRTNICI MNOGO VIŠE MORAJU
PAZITI ŠTA RADE, JER SE NE MOGU
„IZVUĆI“ ZATVARANJEM FIRME.



KAKO REGISTROVATI D.O.O. U 10 KORAKA?

Nerijetko se dešava da postoje nedoumice kako i šta registrovati da biste započeli vlastiti posao. Imate ideju ali vas zbunjuje administracija i sva procedura koju morate proći da biste postali samozaposlenik pa nerijetko iz straha od prevelikog posla i komplikacija registracije posustanete. Da bismo vam olakšali put do osnivanja d.o.o. pojasnićemo šta je d.o.o., koje su prednosti i mane kao i to koji su ključni koraci do osnivanja firme registrovane kao d.o.o.

Društvo sa ograničenom odgovornošću je pravni subjekat koji to svojstvo stiče upisom u Registar privrednih subjekata koji vodi Agencija za privredne registre. Firma(naziv) društva sa ograničenom odgovornošću može biti personalna – upućuje na ime nekog člana društva ili realna – upućuje na djelatnost koja se obavlja. Članovi društva često upravljaju i poslovima društva i zaposleni su u društvu.

Društvo sa ograničenom odgovornošću je vrsta privrednog društva. Ovo društvo u sebi sadrži elemente društva lica – ortačkog društva, jer su lične osobine članova društva bitne za nastanak, postojanje i promjenu članstva i prestanak društva sa

jedne strane, kao i elemente društva kapitala – zatvorenog akcionarskog društva, jer član društva ne odgovara za obaveze društva, već samo snosi rizik poslovanja društva do visine uloženog kapitala.

Za svakog osnivača je jedan od opredjeljujućih kriterija prilikom pristupanja osnivanju privrednog društva svakako osobenost nepostojanja odgovornosti za obaveze privrednog društva ličnom imovinom, već snošenje rizika poslovanja društva do visine uloženi sredstva u društvo.

Dakle, za preuzete obaveze prema trećim licima odgovara samo društvo i to svojom cjelokupnom imovinom. Ako je društvo poslovalo sa gubicima i ima obaveze prema trećim licima, član društva može izgubiti samo ono što je putem uloga uložio u privredno društvo, a ne i svoju ostalu imovinu koja je odvojena od imovine društva.

Direktor d.o.o. mora biti zdravstveno/socijalno osiguran te ne može obnašati funkciju direktora i u nekom drugom društvu. Direktor d.o.o. može biti strani državljanin ali mora prijaviti boravište u BiH i obezbijediti radnu dozvolu.

Kako registrovati d.o.o.?!?

U nastavku teksta vam predstavljamo korake koje morate proći da biste osnovali d.o.o. kao i koliko sve to košta.

1. Sastavljanje osnivačkog akta

Obavezni dijelovi koji čine osnivački akt:

- *ime i prezime te adresa osnivača društva (ako je osnivač strano privredno društvo onda se navodi naziv i adresa društva)*
- *naziv društva, sjedište i djelatnost kojom će se društvo baviti*
- *iznos osnovnog kapitala*
- *prava i obaveze članova društva (politika poslovanja, raspodjela profita i sl.)*
- *postupak u slučaju da neko od osnivača društva ne uplati svoj ulog u novcu do ugovorenog roka ili ne ispuni neku drugu dogovorenu obavezu*
- *izmirivanje troškova osnivanja društva (od strane osnivača ili nove kompanije)*
- *vođenje poslova i zastupanje društva (imenovanje lica ovlaštenih za vođenje poslova i zastupanje kao i za registraciju društva u sudskom registru)*
- *posljedice neuspjelog osnivanja društva*
- *posebne odredbe ukoliko se društvo osniva na neodređeno vrijeme*
- *ovjeren potpis osnivača ili ovlaštenog zastupnika za registraciju društva u BiH (ovjera potpisa se vrši kod notara)*

CIJENA: notarska obrada = 400 - 450 KM



2. Osnivački ulog

Osnivački ulog položen na račun u banci (ne može se tretirati kao trošak jer je to početni novac koji morate imati na računu, a minimalan iznos koji morate položiti iznosi 2.000 KM)

3. Registracija kod općinskog suda

- *zahtjev za registraciju (obrasce možete preuzeti na sudu)*
- *osnivački akt;*
- *dokaz o uplati osnovnog kapitala na privremeni račun u banci;*
- *dokaz o uplati sudske takse i potvrda o uplati takse za objavljivanje oglasa o osnivanju firme u Službenim novinama FBiH, odnosno Službenom glasniku RS;*
- *potvrda iz poreske uprave o nepostojanju duga;*
- *ovjeren potpis lica ovlaštenog za zastupanje firme u unutrašnjem i vanjskom prometu – potpis ovjerava notar*
- *izjava direktora o prihvatanju dužnosti*

CIJENA: sudska taksa 320 KM + 150 KM objava registracije u Službenim novinama = 470 KM

4. Izrada pečata

Da biste mogli izraditi pečat potrebno je da priložite i kopiju rješenja o upisu društva u sudski registar. Pečat možete izraditi u ovlaštenim pečatarnicama.

(Na pečatu minimalno morate imati naziv i sjedište firme)

CIJENA: 30-50 KM

5. ID broj

Podnošenje zahtjeva za Poreznu upravu za dobivanje identifikacionog broja i Obavještenja o razvrstavanju na šifru djelatnosti

CIJENA: kopiranje + ovjera dokumentacije =cca 30 KM

6. Prijava u sistem PDV-a

Nakon dobivanja identifikacionog broja, Društvo se mora upisati u Registar obveznika indirektnih poreza, ukoliko planira ostvariti godišnji oporeziv promet veći od 50.000 KM

CIJENA: administrativna taksa + kopiranje + ovjera =cca 50 KM

7. Otvaranje transakcijskog računa u banci

Da biste otvorili žiro-račun u banci potrebno je dostaviti kopije sljedećih dokumenata:

- *rješenja o upisu u sudski registar (ne može biti starije od 6 mjeseci)*
- *rješenje o identifikacionom broju*
- *potvrda o matičnom i carinskom broju (za društva čija djelatnost obuhvaća i vanjsku trgovinu)*
- *identifikacioni dokument za osobe koje trebaju dobiti punomoć za žiro-račun koji se otvara*
- *ovjeren potpis ovlaštenih osoba za platni promet*

CIJENA: kopiranje + ovjera dokumentacije =cca 30 KM

8. Prijavljivanje društva i zaposlenih u poresku upravu

Da biste prijavili firmu u nadležnu poresku upravu potrebni su vam sljedeći dokumenti (originali ili ovjerene kopije)

- *rješenje o upisu u sudski registar*
- *potvrda o matičnom/identifikacionom broju*
- *popunjen obrazac za prijavu kompanije*

NEMA TROŠKOVA (ovo sve već imate)

9. Podnošenje zahtjeva za inicijalnu fiskalizaciju

CIJENA: fiskalizacija (ako je nova kasa, a polovnu možete dobiti mnogo jeftinije)+ fiskalni uređaj = cca 700 KM

10. Izjava o tehničkim uslovima

Podnošenje izjave o ispunjavanju tehničkih uslova za početak obavljanja djelatnosti (poslovni prostor) nadležnom općinskom ili kantonalnom organu (zavisno od djelatnosti)

NEMA TROŠKOVA

Nakon što se ispunili ovih deset koraka, vaš jedanaesti korak je da počnete poslovati. SRETNOST!

AKO STE POČETNIK U POSLOVANJU, BIZNIS INKUBATOR JE SAVRŠENO MJESTO ZA VAS!

PROČITAJTE USLOVE!

Ukoliko započinjete posao, imate ideju, biznis plan i želju da se razvijate i napredujete, mi ćemo vam pomoći. Biznis inkubator Zenica u Poslovnoj zoni Zenica I savršeno je mjesto za početnike.

Vaš ulazak u inkubator je moguć:

- *ukoliko imate poslovnu ideju*
- *ukoliko već imate preduzeće koje je nedavno registrovano preduzeće ili obrt*
- *ukoliko imate projekat kojeg želite pokrenuti unutar preduzeća*
- *ukoliko smatramo da imate potencijal koji će biti profitabilan*

Kriteriji za izbor korisnika:

- *posjedovanje kvalitetnog biznis plana,*
- *djelatnost kojom se kandidat pretežno bavi ili ima namjeru da se bavi (prednost će imati inovativne, proizvodne i deficitarne djelatnosti),*
- *planirani broj zaposlenih (prednost će imati oni sa većim potencijalom kreiranja radnih mjesta,*
- *početni kapital za obavljanje djelatnosti (u opremi i slično),*
- *mogućnost dobijanja finansijske podrške za predviđenu djelatnost,*
- *ispitano tržište za plasman vlastitih proizvoda i usluga,*
- *mogućnost izvoza proizvoda i usluga,*
- *perspektiva proširenja poslovanja,*
- *sposobnost poduzetničkog tima,*

Uslovi korištenja prostora i usluga BIZ-a

Poslovni prostori (uredski i radionički) u BIZ-u se ustupa poduzetnicima po stimulativnim, subvencioniranim cijenama:

Proizvodne djelatnosti

- *1,00 KM / m² za zakupljeni prostor za prvih 12 mjeseci boravka*
- *1,50 KM / m² za zakupljeni prostor od 13. do 24. mjeseca boravka*
- *2,00 KM/ m² za zakupljeni prostor od 25. do 36. mjeseci boravka*
- *3,00 KM/ m² za zakupljeni prostor od 37. do 48. mjeseci boravka*
- *4,00 KM/ m² za zakupljeni prostor od 49. do 60. mjeseci boravka*

Uslužne djelatnosti

- *1,00 KM / m² za zakupljeni prostor za prvih 12 mjeseci boravka*
- *2,00 KM / m² za zakupljeni prostor od 13. do 24. mjeseca boravka*
- *3,00 KM/ m² za zakupljeni prostor od 25. do 36. mjeseci boravka*
- *4,00 KM/ m² za zakupljeni prostor od 37. do 48. mjeseci boravka*

Zakup se plaća mjesečno, do petog u mjesecu za predhodni mjesec. U navedene cijene nije uključen porez niti druga eventualna davanja po osnovu iznajmljivanja prostora.

Ako i Vi želite postati dio našeg BIZ tima, kontaktirajte nas na **032 449 410**.

Lined area for writing notes.

A large rectangular area with rounded corners, filled with horizontal ruling lines, intended for writing. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page, leaving a small margin at the top and bottom. The page is otherwise blank, with no text or other markings.



www.zeda.ba