

Organizacija procesa poslovnog planiranja

Sudionici poslovnog planiranja mogu se podijeliti na vanjske i unutarnje sudionike.

UNUTARNJI SUDIONICI:

- 1. Vlasnici poduzeća:** u velikim poduzećima sudjeluju samo u planiranju na strateškoj razini, na temelju kojih se izrađuju taktički i operativni planovi.
- U malim poduzećima vlasnici sudjeluju u operativnom planiranju;
 - U srednje velikim poduzećima vlasnici sudjeluju u izradi taktičkih planova za organizacijske jedinice;
 - U velikim poduzećima fokusirani su samo na strateško planiranje koje određuje daljnji razvoj poduzeća.

Organizacija procesa poslovnog planiranja

2. Menadžeri

Nose neposrednu odgovornost za uspjeh poslovnog planiranja.

Odgovorni su za poslovne rezultate, stoga ih je nužno uključiti u proces poslovnog planiranja.

Nose odgovornost za izradu, ostvarenje i motiviranje svih dionika koji doprinose uspjehu poslovanja.

Organizacija procesa poslovnog planiranja

3. Stručnjaci za planiranje

Raspoređeni su na različitim pozicijama u strukturi poduzeća, a svaki od njih dobiva posebne ovlasti i zaduženja u procesu poslovnog planiranja i provedbi poslovnih planova.

Pomažu vlasnicima i menadžerima u određivanju i razrješavanju nedoumica vezanim uz izbor smjera razvoja poduzeća.

Stručnjaci za planiranje moraju uzimati u obzir interes poduzeća u cjelini.

Organizacija procesa poslovnog planiranja

4. Zaposlenici

Nose neposrednu odgovornost za provedbu zadataka pomoću kojih se postižu ciljevi određeni poslovnim planom.

Važna je razina motivacije za postizanje ciljeva, vještina izvođenja poslova te odnos prema drugim dionicima procesa planiranja i provedbe poslovnog plana.

Organizacija procesa poslovnog planiranja

VANJSKI SUDONICI:

1. Kreditori

- Poduzeću osiguravaju sredstva za poslovanje bilo kratkoročno ili dugoročno.
- Ne miješaju se u unutarnje poslovanje poduzeća, ali su zainteresirani za poslovne rezultate.
- Ako poduzeće redovno otplaćuje kredit, banka neće ulaziti u pojedinosti poslovanja, a u slučaju neredovite otplate, banka će intervenirati s ciljem zaštite vlastitih interesa.

Organizacija procesa poslovnog planiranja

2. Dobavljači

- Zauzimaju važno mjesto u procesu poslovnog planiranja.
- Dobavljači opskrbljuju poduzeće nužnim inputima za odvijanje djelatnosti, a kvaliteta robe i pravodobnost isporuke pripadaju u najvažnije fizičke i financijske sastavnice proizvodno-prodajnog lanca.
- Svaka odgoda plaćanja dobavljačima omogućuje korištenje sredstava u druge svrhe, pa tako i dobavljači postaju „kreditore” poduzeća.

Organizacija procesa poslovnog planiranja

3. Kupci

Poslovne planove potrebno je usmjeriti prema kupcima i njihovim mogućnostima kao najvažnijim partnerima poduzeća.

Načini sudjelovanja kupaca u procesu poslovnog planiranja:

- a) Subjekti tržišnih istraživanja: utječu na postavljanje razvojnih ciljeva;
- b) Korisnici su proizvoda i usluga: svojim preferencijama utječu na promjene u oblikovanju proizvoda te na razvoj novih proizvoda;
- c) Izravno utječu vrstu i količinu proizvoda;
- d) Stvaraju društveni kontekst u kojem tvrtka posluje.

Organizacija procesa poslovnog planiranja

ENTER
Entrepreneurship
for Employment

4. OSTALI VANJSKI SUDIONICI

- Država
- Sindikati
- Poslovne udruge
- Stručnjaci
- Javnost



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće
za tržište rada
Krapinsko-zagorske županije

Organizacija procesa poslovnog planiranja

- Poslovni planovi su i poticajno sredstvo u mjeri u kojoj izvršiteljima pokazuju mogućnost zadovoljavanja nekih njegovih potreba u budućnosti.
- Motivacijsko obilježje poslovnih planova najviše dolazi do izražaja kod primjene metode upravljanja pomoću ciljeva (*MBO=Management by Objective*) sukladno kojoj će zaposlenik lakše prihvatiti radne zadatke ako mu nisu dodijeljeni od strane autoriteta, već je sam sudjelovao u njihovom oblikovanju.
- Presudno je da sve organizacijske jedinice i pojedinci u organizacijskim ciljevima prepoznaju mogućnost ostvarenja i vlastitih ciljeva.

Organizacija procesa poslovnog planiranja

ENTER
Entrepreneurship
for Employment

POSTUPAK POSLOVNOG PLANIRANJA

Postupak poslovnog planiranja se u svakom poduzeću mora prilagoditi osobinama i mogućnostima poduzeća, ali postoje neki univerzalni koraci koje je uvijek moguće primijeniti.

1. Iznijeti temeljni koncept poslovanja

Temeljni koncept svakog poslovanja je zadovoljavanje nečije potrebe.

Poduzetnici često svoje poslovne aktivnosti počinju temeljem:

- a) Poslovnih iskustava;
- b) Znanja stečenih u procesu obrazovanja i treninga;
- c) Hobija;
- d) Pronalaskom nezadovoljene tržišne potrebe

Poduzetnik mora poznavati sljedeće elemente:

- 1. Tržište;
- 2. Tehnološke mogućnosti;
- 3. Ljudski potencijali;
- 4. Financije



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće
za tržište rada
Krapinsko-zagorske županije

Organizacija procesa poslovnog planiranja

2. Prikupiti podatke o poslovnim mogućnostima:

- Za ozbiljan poduzetnički pothvat potrebno je prikupiti informacije o tržištu i mogućnostima poslovanja.
- Izvori informacija mogu biti:
 - a) Uredi ili odjeli općina;
 - b) Gradska poglavarstva ili županija;
 - c) Državni zavodi;
 - d) Gospodarska i obrtnička komora;
 - e) Ministarstva;
 - f) Agencije;
 - g) Konzultantska poduzeća;
 - h) Banke;
 - i) Instituti, fakulteti i veleučilišta

Organizacija procesa poslovnog planiranja

3. Učiniti plan posebnim

Poduzetnik bi trebao svoj plan učiniti posebnim, tj. mora se razlikovati od drugih planova.

Najvažniji je odgovor na pitanje: **Zašto je vrijedno uložiti novac u taj projekt?**

U poslovnom planu je potrebno pružiti nešto što će zaokupiti pažnju osobe koja ga čita i to u prvim minutama kako ga je počela čitati.

Organizacija procesa poslovnog planiranja

Najčešća pitanja što ih postavljaju ljudi koji čitaju poslovne planove, a na koje bi poduzetnik trebao odgovoriti u poslovnom planu su:

- a) Je li poslovni koncept dobro postavljen?
- b) Postoji li tržište za takav proizvod ili uslugu, tko su konkurenti i zašto kupci trebaju baš taj proizvod ili uslugu?
- c) Jesu li financijski pokazatelji o prihodima ili rashodima realni, koji su mogući rizici?
- d) Kako će se iz dobiti vraćati zajmove i kako će se osigurati rast i razvoj poduzeća u budućnosti?
- e) Zašto je vrijedno uložiti novac u taj projekt?

Organizacija procesa poslovnog planiranja

ENTER
Entrepreneurship
for Employment

U poslovnom planu potrebno je izbjegavati:

- a) Pretjerivanje i nerealne ciljeve;
- b) Neumjerena obećanja koja su zabranjena;
- c) Kićene faze

Poslovni plan treba sadržavati realne ciljeve, i bazirati se na jednostavnom i razumljivom jeziku.



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće
za tržište rada
Krapinsko-zagorske županije