

SADRŽAJ

1. UVOD.....	4
2. OSNOVNE ZNAČAJKE MALOG PODUZETNIŠTVA U BOSNI I HERCEGOVINI	5
2.1. RAZVOJ I ZNAČAJ OPĆINA ZA BOLJI EKONOMSKI RAST	7
2.2. ASPEKTI MALOG BIZNISA	9
2.3. SNAGE I SLABOSTI MALIH PODUZEĆA	10
3. IDEJA	11
4. ORGANIZACIJSKA USMJERENJA	12
4.1. VIZIJA	12
4.2. MISIJA	12
4.3. CILJ.....	13
5. TRŽIŠTE	14
5.1. CILJNA TRŽIŠTA	14
5.2. STANJE NA TRŽIŠTU	15
5.3. IZVOZ.....	16
5.4. UVOZ	18
5.5. TRŽIŠNA POTRAŽNJA	20
6. PONUDA	21
6.1. PLAN PROIZVODNJE	22
6.2. PLAN PRODAJE	23
7. ANALIZA KONKURENCIJE.....	24
7.1. SWOT ANALIZA	25
7.2. ŠEST KONKURENTSKIH POZICIJA NA CILJNOM TRŽIŠTU	25
8. SEGMENTACIJA.....	27
8.1. POSTUPAK TRŽIŠNE SEGMENTACIJE	27
8.1.1. Faza istraživanja	27
8.1.2. Faza analize	27
8.1.3. Faza profiliranja.....	27
9. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE.....	28
9.1. ORGANIZACIJSKA STRUKTURA	28

9.2.	RUKOVODNI DJELATNICI I OSTALO KLJUČNO OSOBLJE	28
9.3.	KORIŠTENJE VANJSKIH USLUGA	28
10.	MARKETING MIKS	29
10.1.	PROIZVOD	30
10.2.	CIJENA	31
10.2.1.	Određivanje cijena	32
10.2.2.	Strategije određivanja cijene.....	32
10.3.	DISTRIBUCIJA	34
10.4.	PROMOCIJA	35
11.	FINANCIJSKI PODACI	36
11.1.	Plan nabave i materijalni troškovi.....	36
11.2.	Ulaganje u osnovna sredstva.....	37
11.3.	Trajna obrtna sredstva.....	37
11.4.	Sastav ulaganja i izvora financiranja	38
11.5.	Stavke za TOBS.....	38
11.6.	Obračun amortizacije.....	39
11.7.	Obračun plaća i usluga.....	39
11.8.	Račun dobiti i gubitka.....	40
11.9.	FINANCIJSKI TOK	41
11.10.	EKONOMSKI TOK.....	41
11.11.	RAZDOBLJE POVRATA ULAGANJa.....	42
12.	ZAKLJUČAK.....	43
13.	LITERATURA.....	44