

# SADRŽAJ

UVOD .....	1
PRVI DIO .....	3
1. OD IDEJE DO BIZNISA.....	3
1.1    OPERATIVNI PLAN .....	4
1.1.1 OPERATIVNO PLANIRANJE.....	4
1.1.2 OPERATIVNO PLANIRANJE FINASIJ.....	6
Planiranje finansija.....	7
Planiranje novčanog toka .....	8
Planiranje investiranja i dezinvestiranja .....	9
Planiranje vanjskog finansiranja i definsiranja .....	10
Integrirani plan finansija .....	10
1.2 OPIS POSLA I POSLOVNIH CILJEVA.....	11
1.3 VIZIJA I IZJAVA O MISIJI.....	12
1.3.1 Misija i Vizija .....	12
1.4 POSLOVNI CILJEVI.....	13
1.4.1 Ciljevi prodaje i profita i ostali finansijski ciljevi .....	13
1.4.2 Ciljevi tržišnog pozicioniranja .....	14
1.4.3 Ciljevi na polju inovacija .....	14
1.5 ANALIZA TRŽIŠTA ZA PROIZVOD/USLUGU .....	14
1.6 PRIKAZ DJELATNOSTI .....	15
1.6.1 Djelatnost preduzeća.....	15
1.7 SWOT ANALIZA.....	16
1.8 PROFIL KUPACA I CILJANA GRUPA .....	17
1.9 ANALIZA KONKURENCIJE.....	18
1.10 METOD PRUŽANJA USLUGA .....	20
1.10.1 Način pružanja usluga .....	20
1.10.2 Prodajna dokumentacija/evidencija.....	20
1.11 REKLAMA I PROMOCIJA .....	21
Najvažnije prednosti u marketing planu kompanije „Moj kutak“ .....	22
Plan aktivnosti kompanije „Moj kutak“ .....	22
DRUGI DIO.....	23
2. FAZE ŽIVOTNOG CIKLUSA PREDUZEĆA.....	23
2.1 Faza osnivanja (faza udvaranja) .....	26

2.2 Faza razvoja.....	30
2.2.1 Novorođenče.....	30
2.2.2 GO-GO faza.....	32
2.3 Faza rasta.....	32
2.4 Top-forma .....	34
2.4.1 Inovacije .....	34
2.5 Faza stabilnosti.....	35
2.5.1 Aristokratija .....	37
2.5.2 Rana Birokratija .....	37
2.5.3 Birokratija .....	38
2.6 Faza smrti.....	38
ZAKLJUČAK .....	40
LITERATURA.....	41
POPIS PRILOGA.....	42