

Efektivan zeleni biznis plan kao preduslov za uspešno zeleno preduzetništvo

Maja S. Todorović, Tel: +381 64 3159 210, e-mail: maja.todorovic@ekoposlovanje.rs

Sažetak

Ekološki odgovornim poslovanjem može se tretirati ono poslovanje koje koristi obnovljive izvore (ekološki održivo) i vodi računa o uticaju svojih aktivnosti na humane aspekte (društveno odgovorno). Ne smemo zaboraviti i treću komponentu – da takvo poslovanje mora biti sposobno i da pokriva svoje troškove i stvara profit (ekonomski održivo). Zeleno preduzetništvo i ekološki odgovorno poslovanje, radi postizanja svih navedenih kriterijuma, zahtevaju pravilno i strateško planiranje i razvijanje biznis ideje. Najbolji okvir za formulisanje takve ideje jeste upravo u zelenom biznis planu. Ovaj rad ima za cilj da da smernice šta to dobar biznis plan (pored klasičnih elemenata) treba još da sadrži i koje strateške pristupe da obuhvati da bi bio dobra podloga za uspešan zeleni biznis.

Ključne reči: *Zeleni biznis plan, zeleno preduzetništvo, ekološki odgovorno poslovanje*

1. Uvod

Biznis plan je dokument koji ima za cilj da promoviše, opiše i da ekonomski i pravnu opravdanost i potvrdu jedne preduzetničke ideje. Obično sadrži 15 do 30 strana i ispraćen je nizom finansijskih proračuna i marketinških analiza. Pisanje i stuktusiranje plana je gotovo jednako bitno kao i proizvod ili usluga koju želite da plasirate na tržište. Ono vas navodi na duboku analizu i istraživanja kako biste što bolje i sam biznis model koji predlažete odredili i prikazali kao ekonomski održiv.

Ipak, sa novim talasima zelene ekonomije – biznis modeli moraju da oslikaju i društvenu i ekološku održivost preduzeća. I u ovom radu ćemo razmotriti kako je to moguće postići.

2. Konvencionalni biznis plan

U zavisnosti od potreba, biznis plan može biti formalan ili neformalan – koji je više orijentisan na unutrašnje planiranje aktivnosti. Formalan biznis plan se najčešće piše u slučajevima kada je potrebno konkurisati za neke oblike zajma, kredita, nekog oblika finansiranja. Tad je najsigurnije poštovati pravila institucije kod koje se aplicira. Većina banaka čak ima gotove formule za biznis plan koji treba da se popune, ali i tu treba ostati iskren i veran prema sebi i svojoj ideji. Biznis plan mora da oslikava snagu preduzetničke ideje i zašto je BAŠ VAŠ biznis plan taj koji zaslužuje pažnju i na kraju odobravanje sredstava za finansiranje. Dobro strukturirane ideje, uz podršku informacija detaljnog istraživanja tržišta pomoći će da se precizno akcentualizuje konkurentska prednost koju imaju usluge/proizvodi. Da bi se to postiglo, potrebno je obratiti pažnju na 5 bitnih pitanja:

- Koja je to potreba na tržištu koju usluga/proizvod treba da zadovolji? To podrazumeva precizno definisanje problema koji treba da se reši.

- Kako proizvod/usluga funkcioniše i kako pomaže kupcima? Na primer: da li štedi energiju ili vreme?
- Kakvo je trenutno stanje na tržištu po pitanju privredne grane u kojoj se posluje?
- Kako će se plasirati proizvodi/usluge? (mora postojati razrađena marketing strategija)
- Kakva je konkurencija i koju konkurentsku prednost ima data preduzetnička ideja?

A sada ćemo pogledati kako izgleda detaljna struktura iscrpnog biznis plana. Najčešće nakon naslovne strane biznis plana treba napisati rezime koji praktično sadrži kratak opis svih ostalih poglavlja biznis plana. Neki smatraju da je ovo možda najbitniji deo biznis plana – onaj koji mora da bude impresivan! Zašto? Često se dešava da oni koji odlučuju o biznis planu nemaju baš mnogo vremena da detaljno čitaju 15-20 strana dokumenta i ponekad samo na osnovu tog rezimea odlučuju na koju gomilu ide predmet: onu, gde su predmeti koji predstavljaju potencijal i zavređuju finansiranje ili onu gde su predmeti bez ikakve šanse. E, pa da bi osigurali mesto na pravoj gomili, taj rezime ne treba da bude duži od jedne strane, ali treba da daje jasne odgovore na gore pomenutih 5 pitanja.

Klasična struktura biznis plana dalje sadrži:

- Opis preduzeća (ne više od jedne strane)
 - Uvod;
 - Izjava o misiji i viziji preduzeća;
 - Istorija i trenutni status preduzeća;
 - Ciljeve poslovanja preduzeća;
- O proizvodu/usluzi (ne više od jedne strane)
 - Osobine;
 - Benefite koje pruža kupcima;
 - Stepem razvoja (ovaj deo je bitan ukoliko kasnije dolazi do inovativnog razvoja/poboljšanja proizvoda/usluge);
- Analiza tržišta (ne više od tri strane)
 - Veličina tržišta (Projekcije rasta ili opadanja);
 - Trendovi (vezano za prethodnu stavku – bitno ispitati trajnost potrebe za uslugom/tržištem);
 - Ko je ciljna grupa (to imati jasno definisano, jer uslovljava i metode marketing strategije);
 - Kakva je konkurencija i kakve su šanse (tu se može primeniti SWOT analiza);
- Marketing plan
 - Imati razrađenu marketing strategiju koja je podržana od strane prethodnih elemenata biznis plana (ciljna grupa, konkurencija i dr.). Ona obuhvata i kanale oglašavanja i pozicioniranja proizvoda/usluge;
 - Vrednovanje proizvoda/usluge (definisane cena);
 - Komunikacija sa kupcima;
 - Prodajna strategija (da li se predviđa i-prodaja na primer);
 - Projekcije ostvarene zarade;

- Plan operacija (ne više od 2 strane)
 - Strategija operacija (uključujući logistiku i druge operacije);
- Razvojni plan (jedna strana)
 - Kako i kojim redom će se odvijati aktivnosti definisane planom;
- Upravljanje
 - Jasno definisano rukovodstvo i tim, organizacija sa opisom radnih aktivnosti;
- Konkurentska prednost (ne više od jedne strane)
 - Ukratko je opisati na osnovu rezultata prethodno urađenih analiza;
- Finansiranje (jedna strana)
 - -Jasno definisati koje su potrebe i mogućnosti finansiranja; kako bi se budžet koristio i koji su rizici uključeni.

Pored ovih elemenata pojedine finansijske institucije mogu tražiti dodatne podatke koje se tiču projekcija prihoda i rashoda na tromesečnom, godišnjem, petogodišnjem nivou, protok kapitala, biografije vlasnika i osnivača i sl.

Pored svih ovih klasičnih podataka, biznis plan se može učiniti inovativnijim, drugačijim, tako što će se priložiti možda primer već urađene reklame, sajta i sl. – sve ono što mislite da će učiniti biznis plan privlačnijim i zanimljivijim investitorima (Todorović, 2012).

3. Struktura zelenog biznis plana

Gorepomenuti je jedan od mogućih modela biznis plana. Ipak za jasno prikazivanje zelene preduzetničke ideje zeleni biznis plan mora da zadovolji jos neke kriterijume. Ako bismo pošli od definicije da *ekološki odgovornim poslovanjem može se tretirati ono poslovanje koje koristi obnovljive izvore (ekološki održivo), vodi računa o uticaju svojih aktivnosti na humane aspekte (društveno odgovorno) i da takvo poslovanje mora biti sposobno i da pokriva svoje troškove i stvara profit (ekonomski održivo, Todorović 2011) – već su naglašeni elementi koji bi trebali da budu sadržani u zelenom biznis planu. Zelena preduzetnička ideja i u samom biznis planu mora da akcentualizuje svoj doprinos društvu i životnoj sredini. Zeleni biznis plan mora da objasni čitaocu u svakom segmentu biznis plana kako će preduzeće/organizacija da očuva/poboljša životnu sredinu i podstiče socijalnu pravdu i jednakost.*

Zelena preduzetnička ideja mora da služi za primer i drugim preduzećima/organizacijama kako može da se posluje ekološki i društveno odgovorno. Tako da u delu koji se tiče opisa proizvoda bi trebalo da se daju odgovori i na sledeća pitanja:

- Da li je moguće koristiti lokalne izvore sirovina za njegovu proizvodnju?
- Da li može da se koristi od recikliranih materijala?
- Kako se može minimizirati količina otpada koja se generiše tokom životnog ciklusa proizvoda?
- Da li je moguće uključiti u rad i osobe sa invaliditeom ili posebnim potrebama?

Opis usluga:

- Da li će usluge redukovati emisiju gasova sa efektom staklene bašte?
- Da li otvara mogućnosti za kreiranje novih zelenih radnih mesta?
- Da li edukuje kupce o ekološki podobnim proizvodima i sl?

- Da li pruža mogućnost kupcima da redukuju svoj ekološki uticaj?

Plan operacija:

- Kako će se uticati na poboljšanje energetske efikasnosti u svom preduzeću/organizaciji?
- Kako će se edukovati zaposleni o zelenim inicijativama na radnom mestu?
- Kako će se sprovesti odgovorne nabavke?
- Kako će se uticati na očuvanje prirodnih resursa?
- Kako će se smanjiti količine otpada koje se stvaraju u preduzeću i sl, (Green Business Plan Guide).

Kao primer preduzeća koje je inkorporiralo elemente zelenog biznis plana u svoje poslovanje jeste SilverstoneFabrics – prodavnica koja se bavi prodajom materijala i štofova za nameštaj.

Oni su principe ekološkog poslovanja kao što su zelene nabavke, bezpapirna kancelarija, skladištenje i transport u ambalažama od recikliranih materijala uveli u operacije svog poslovanja. I što je najbitnije – svoje opredelenje javno iskazuju i putem sajta i drugih vidova informatora, kako bi svoje klijente edukovali i informisali o svojoj biznis strategiji. Ovaj sjajan primer se može pogledati i na stranici: http://www.silverstonefabrics.com/our_green_business_plan

4. Zaključak

Praćenjem ovakvih smernica za pisanje biznis plana, osigurava se da jedna zelena biznis ideja zaista to postane i ostane – jer podstiče preduzetnike da od početka dizajniranja samog poslovnog projekta razmišljaju na ekološki odgovoran način i primenjuju principe održivosti u svim operacijama preduzeća. Kao takvi oni zasita mogu služiti za istinski primer u svojoj zajednici, pa i regionu da zelena biznis ideja može da bude profitabilna sa paralelnim pozitivnim učinkom na životnu sredinu.

Effective green business plan as a prerequisite for successful green entrepreneurship

Abstract

Environmentally responsible business is focused on the usage of renewable resources (environmentally sustainable) and takes into account the impact of its activities on the human aspects (CSR). We cannot forget the third component – that such business must be able to cover its costs and make profit (economically viable). Green entrepreneurship and environmentally responsible business, in order to achieve all the above mentioned criteria, require proper strategic planning and development of business ideas. The best framework for the formulation of such ideas is a green business plan. This paper aims to give a guidance to what a good business plan (in addition to classical elements) should contain and which strategic approaches could be included in order to be a good foundation for a successful green business.

Key words: *Green business plan, green entrepreneurship, environmentally responsible business*

Literatura

1. Todorović, M.S. (2011). Ekološki odgovornim poslovanjem do profita, Beograd, Akademska misao.
2. Todorović, M.S. (2012). Kako napisati “killer” biznis plan, www.ekoposlovanje.rs/blog
3. Green Business Plan Guide, <http://www.greenforall.org/resources/the-green-business-plan-guide> (sačuvano 10.8.2011).
4. Silverstonefabrics, http://www.silverstonefabrics.com/our_green_business_plan (sačuvano 18.4.2012)