Vodič za buduće stanare

Ver.1.0

IPC Tehnopolis
Biznis inkubator

Vodič za buduće stanare pruža detaljne informacije o funkcionisanju Biznis inkubatora IPC Tehnopolis, uključujući jasna pojašnjenja procedura za pripremu i dostavljanje aplikacija za članstvo. Osim toga, Vodič nudi korisne savjete za unapređenje poslovne ideje, pomažući potencijalnim članovima da optimizuju svoje aplikacije i maksimalno iskoriste podršku koju pruža IPC Tehnopolis.

Kontakt:

Email:

office@tehnopolis.me
zeljko.lucic@tehnopolis.me

Telefon:
+382 40 280 431
+382 68 650 977

Adresa:
Radoja Dakića b.b. Nikšić

Tehnopolis
Inovaciono Preduzetnički Centar

Nikšić, 28.11.2023.

Sadržaj:

Društvo sa ograničenom odgovornošću Inovaciono preduzetnički centar „Tehnopolis” - Nikšić ... 3
Naša vizija ... 3
Naša misija ... 3
Naš tim ... 3
Ukratko o Biznis inkubatoru IPC Tehnopolis ... 5
Kome je namijenjen ... 5
Kako biznis inkubator može pomoći razvoju vaše ideje ... 6
Program inkubatora ... 6
Eksperti ... 8
Kriterijumi izbora ... 8
Ko se ne može prijaviti? ... 8
Kakve ideje treba da budu? ... 8
Faze preliminarne analize kandidata ... 9
Kriterijumi analize kandidata ... 9
Proces prijave ... 10
Ako ste izabrani ... 10
Čestitamo!!! Sada ste naš stanar ... 11
Smjernice za oblikovanje poslovne ideje ... 11
Smjernice za pravilno podnošenje aplikacije ... 11
Samoevaluacija poslovne ideje ... 22
PRILOG 1: K U Ć N I R E D ... 25
PRILOG 2: PRAVILA PONAŠANJA TOKOM BORAVKA U IPC TEHNOPOLIS ... 28
PRILOG 3: PRIMJER UGOVORA O INKUBACIJI ... 29
PRILOG 4: Biznis model kanvas, prmjer s pomoćnim pitanjima ... 35

Društvo sa ograničenom odgovornošću Inovaciono preduzetnički centar „Tehnopolis” - Nikšić

Inovaciono preduzetnički centar Tehnopolis je najznačajniji centar za razvoj inovativnih i startap kompanija i preduzetništva u Crnoj Gori. Osnovan je od strane Vlade Crne Gore, kao jedan od ključnih aktera u stvaranju i preoblikovanju crnogorskog inovacionog ekosistema. Otkako je 17. septembra 2016. godine zvanično počeo sa radom u novoj zgradi u centru Nikšića, Tehnopolis pruža niz infrastrukturnih i drugih mjera podrške koje omogućavaju otvaranje novih kompanija i razvoj poslovanja zasnovanog na novim, inovativnim idejama i tehnologijama.

Naša vizija

Međunarodno prepoznatljiv i kredibilan centar inovacione djelatnosti u Crnoj Gori koji vrši aktivnosti razvoja inovativnog preduzetništva, modernizaciju i unapređenje konkurentnosti privrede, kreiranja novih znanja, razvoja i primjene inovacija proizvoda i procesa, upotrebe inovativnih tehnologija, uvođenja novih poslovnih modela, kao i razvoj kapaciteta i infrastrukture potrebne za podršku navedenim aktivnostima.

Naša misija

Podrška unapređenju nacionalnog inovacionog i preduzetničkog sistema u Crnoj Gori kroz sprovođenje skupa aktivnosti čija realizacija će razviti i unaprijediti inovacione kapacitete i inovacionu infrastrukturu za potrebe ukupnog održivog ekonomskog razvoja Crne Gore.

Naš tim

Naš tim zaposlenih sastavljen je od posvećenih stručnjaka iz različitih oblasti koji zajedno i uspješno rješavaju sve izazove i kreiraju jedinstvena rješenja na putu do inovacija. Zahvaljujući znanju, iskustvu, vještinama i strasti u poslu nastaje kreativno okruženje u kojem stvaramo profesionalne usluge i rezultate.

Biznis inkubatori kao mehanizam za podsticanje razvoja i podršku startap preduzećima

Biznis inkubatori predstavljaju važan mehanizam podrške ekonomskom razvoju putem ubrzanja rasta i uspjeha startap preduzeća. Osnovni cilj inkubatora jeste stvaranje samoodrživih i nezavisnih preduzeća koja će biti finansijski stabilna nakon izlaska iz inkubatora. Funkcionišući kao organizovani sistem usluga, biznis inkubatori pružaju podršku novoosnovanim i mladim preduzećima, nudeći im resurse i usluge ključne za poslovni razvoj.

Usluge koje pružaju inkubatori mogu se podijeliti na:

1. **Iznajmljivanje poslovnog prostora:**
    - Pruža preduzetnicima pristup prostoru za rad po povoljnijim uslovima u odnosu na tržište.
2. **Zajedničke usluge:**
    - Uključuju korišćenje zajedničkih prostorija, opreme i infrastrukture inkubatora.
3. **Poslovno savjetodavne usluge i administracija:**
    - Pružanje stručnih savjeta u oblastima poput planiranja, menadžmenta, marketinga, prava i računovodstva.
4. **Umrežavanje i podsticanje saradnje:**
    - Stvaranje mreže između preduzetnika unutar inkubatora i sa eksternim partnerima.
5. **Trening i obuke:**
    - Organizacija obuka vezanih za poslovno planiranje, marketing, ljudske resurse i druge relevantne oblasti.

Faze poslovne inkubacije:

1. **Predinkubacioni period:**
    - Priprema preduzetnika za formalni ulazak u inkubator, često obuhvata radionice i edukaciju i pomoć u validaciji ideje.
2. **Inkubacioni period:**
    - Najčešće traje između jedne i pet godina, pruža podršku preduzećima u fazi razvoja, omogućavajući im da postanu samostalna, održiva i skalabilna.
3. **Postinkubacioni period:**
    - Podstiče preduzetnike na potpuno samostalno poslovanje, a inkubator ostavlja prostor za nove korisnike, kojima sada oni na određene načine mogu pomoći da se razvijaju.

Različite vrste poslovnih inkubatora:

1. **Proizvodni inkubatori:**
    - Fokusirani na podršku preduzećima u proizvodnom sektoru.
2. **Uslužni inkubatori:**
    - Pružaju podršku preduzećima u sektorima usluga.
3. **Mješoviti inkubatori:**

- Kombinuju proizvodne i uslužne aspekte podrške.

4. **Socijalni inkubatori:**
    - Pomažu ugroženim grupama pri pokretanju poslovanja ili je akcenat poslovanja na rešenju nekog društvenog ili ekološkog problema.
5. **Poslovno-tehnološki inkubatori:**
    - Fokusirani na podršku tehnološkim inovacijama i razvoju tehnologije.
6. **Agroindustrijski inkubatori:**
    - Specijalizovani za poljoprivredni sektor.
7. **Dizajn inkubatori:**
    - Pružaju podršku preduzećima u oblasti industrijskog, modnog i grafičkog dizajna.

Biznis inkubatori se prilagođavaju lokalnim potrebama i zahtjevima, predstavljajući instrument za podsticanje zapošljavanja, transfera tehnologije i inovacija. Osim fizičkih inkubatora, sve popularniji postaju “digitalni” inkubatori i “virtuelne” usluge unutar njih, pružajući podršku bez fizičkog prisustva. Ovaj oblik podrške, zajedno sa konceptom coworking prostora, doprinosi razmjeni znanja i iskustava, stvaranju novih kontakata i otvaranju novih preduzetničkih prilika.

Ukratko o Biznis inkubatoru IPC Tehnopolis

Biznis inkubator Tehnopolisa podržava otvaranje novih kompanija i razvoj inovativnih ideja i tehnologija. Kroz naš inkubatorski program pružamo: podršku u razvijanju ideja i izradi prototipa, prostor za rad, savjetovanje u pravnim i finansijskim pitanjima, pomoć u prikupljanju sredstava i apliciranju za programe podrške. Pridružite nam se i budite dio zajednice koja podstiče inovacije i preduzetništvo. Do sada smo uspješno podržali više od 100 startapa i preduzetnika u ostvarenju njihovog potencijala.

Kome je namijenjen

Biznis inkubator Tehnopolisa je namijenjen studentima, mladim ljudima, startapovima, preduzetnicima i svima koji žele da razviju svoje poslovne ideje.

Pružamo podršku kako razvojnim timovima, tako i već registrovanim kompanijama sa visokim potencijalom rasta, čija djelatnost je bazirana na naučno-istraživačkom radu, razvoju novih tehnologija i inovacijama. Takođe, pomažemo i tradicionalnim biznisima pri uvođenju inovativne tehnologije u svoje poslovanje.

Kako biznis inkubator može pomoći razvoju vaše ideje

Biznis inkubator Tehnopolisa pruža sveobuhvatnu podršku razvoju vaše ideje. Kroz naš inkubator, dobićete infrastrukturu, prostor za rad, mentorstvo i povezivanje sa relevantnim institucijama i investitorima. Takođe, naši stanari imaju prednost pri prijavi za naše programe, radionice i obuke koje su dizajnirane da vam pomognu u realizaciji vaših inovacija i poslovnih ideja. Naša stručna ekipa je tu da vam pomogne u svim fazama razvoja vašeg biznisa.

Uz inkubator vi ćete dobiti:

- **Mogućnost korišćenja coworking prostora ili sopstvenih kancelarija;**
- **Mogućnost korišćenja sale za sastanke i multimedijalne sale;**
- **Mentorsku podršku od strane stručnjaka iz različitih oblasti;**
- **Povezivanje s relevantnim institucijama;**
- **Programe, radionice i obuke prilagođene vašim potrebama;**
- **Pružanje usluga i analiza kroz Laboratoriju za industrijski dizajn, Bio-tehnološku laboratoriju i DATA centar;**
- **Pomoć pri izradi ili testiranju prototipa;**
- **Pravno, finansijsko i računovodstveno savjetovanje;**
- **Informacije o aktuelnim programima podrške drugih institucija i organizacija;**
- **Pomoć u procesu prikupljanja sredstava i apliciranju za programe podrške;**
- **Povezivanje s drugim preduzetnicima, investitorima i stručnjacima iz industrije.**

Detaljan opis i sve mogućnosti za podršku vašoj inovativnoj ideji, najprije kroz rad našeg TECHLAB-a; BIOLAB-a i DATA centra, ali i sprovođenja programskih i projektnih aktivnosti, možete pronaći na www.tehnopolis.me **u sekciji *Porška idejama*.**

Program inkubatora

Program inkubatora uključuje različite vrste podrške i usluga koje su prilagođene različitim fazama razvoja vašeg poslovnog poduhvata:

1. **Predinkubacija:** Ova faza se odnosi na period u kom je potrebno validirati i razviti poslovnu ideju, ispitati tržišni potencijal, okupiti tim, kao i steći određena znanja i vještine potrebne za preduzetnički poduhvat.
2. **Inkubacija:** Stanari se nalaze u fazi u kojoj imaju na određeni način validiranu ideju ili su već prisutni na tržištu. Oni koriste dostupne resurse poput kancelarijskog ili coworking prostora, multimedijalne i sale za sastanke, laboratorija i podrške kao što su mentorstvo, radionice i trening programi kako bi dalje usavršavali i razvijali svoj poslovni poduhvat.

3. **Virtuelna inkubacija:** Ova vrsta podrške se razlikuje od prethodne samo po tome što timu nije potreban kancelarijski prostor, a pristupa se ostalim benefitima koje biznis inkubator pruža.
4. **Podrška pod komercijalnim uslovima**: Za one koji su spremni za samostalno poslovanje, ali i dalje žele ostati ili postati dio zajednice, pružamo svu navedenu podršku pod komercijalnim uslovima.
5. **Postinkubacija:** Faza u kojoj preduzetnici koji su prošli inkubaciju nastavljaju rasti i razvijati svoje poslovne poduhvate, a podrška je fokusirana na umrežavanju i ukazivanju na nove poslovne prilike. Takođe, nastojimo da povežemo nove stanare s preduzetnicima koji su u ovoj fazi, stvarajući ambijent u kojem se razmjenjuju informacije, znanje i iskustva.

Mentorske sesije i treninzi koje organizujemo tematski obuhvataju ključne aspekte preduzetništva kao što su razvoj i validacija biznis ideje, razvoj proizvoda, usluga i poslovnog modela, upravljanje biznis projektom, marketing, istraživanje i analiza tržišta, prezentacijske vještine, finansijski menadžment, zaštita intelektualne svojine, dizajn sprint i prototipiranje, razvoj tehnologije, digitalni marketing itd. Kreirali smo i veliku bazu pomoćnih materijala, alata i literature koju rado dijelimo s našim stanarima.

Najčešće teme koje obrađujemo sa stanarima u (pred)inkubaciji su sledeće:

1. ***Osnove preduzetništva;***
2. ***Inovativni i startap ekosistem u Crnoj Gori;***
3. ***Targetiranje dostupnih mjera podrške;***
4. ***Istraživanje tržišta;***
5. ***Biznis i tehnopološki mentori;***
6. ***Lean start-up metodologija & Lean business model canvas;***
7. ***Validiranje poslovne ideje;***
8. ***Testiranje ideje i izrada prve verzije proizvoda (prototipa);***
9. ***Desing thinking & design sprint;***
10. ***Osnove digitalnog marketinga;***
11. ***Modeli monetizacije poslovne ideje i finansije;***
12. ***Dostupni alati za pravljenje web sajta/društvenih mreža (bez potrebe znanja kodiranja);***
13. ***Alati za poslovnu komunikaciju;***
14. ***AI aplikacije za podršku poslovanju;***
15. ***Upoznavanje sa zajednicom i umrežavanje;***
16. ***Pravni okvir i oblici organizovanja;***
17. ***Bisnis plan i pivotiranje ideje;***
18. ***Prezentacijske vještine i „pitch“.***

Osim toga, IPC Tehnopolis svake godine organizuje radionice i obuke iz različitih oblasti, poput digitalnog marketinga, finansija, grafičkog dizajna i štampe, CNC i aditivnih tehnologija, web developmenta i drugih, gdje se stanarima biznis inkubatorima daje prednost pri prijavi.

Eksperti

Inovaciono preduzetnički centar Tehnopolis okuplja tim vrhunskih stručnjaka iz različitih oblasti. Naš tim stručnjaka ima iskustvo u tehnologiji, preduzetništvu, marketingu, finansijama i drugim oblastima. S njihovom podrškom, imaćete pristup stručnom znanju i resursima za uspješan razvoj vašeg biznisa. Takođe, IPC Tehnopolis angažuje i međunarodne, regionalne i nacionalne mentore kako bi pružio dodatnu podršku i implementirao mentorske programe.

Kriterijumi izbora

Ko se može prijaviti?

- Aplikaciju za članstvo u Biznis inkubator mogu podnijeti sva punoljetna lica iz Crne Gore i inostranstva, koja imaju inovativne ideje bazirane na znanju i žele pokrenu sopstveni posao;
- Fizička lica i preduzetnici koja žele da pretvore svoje istraživanje u poslovni poduhvat;
- Privredna društva koja su registrovana u Crnoj Gori u poslednje **2 godine**;
- Domaća i strana pravna lica u svrhu širenja poslovnih odnosa i aktivnog učešća u razmjeni tehnologija, iskustava i znanja; i
- Udruženja, organizacije i istraživački timovi kroz univerzitetske istraživačke projekte ili razvojne sektore bazirane na unaprjeđenju tehnologije s primjenom u privrednom poslovanju.

Ko se ne može prijaviti?

- Lica protiv kojih se vodi krivični postupak u zemlji i inostranstvu ili su osuđena na bezuslovnu kaznu zatvora, i
- Privredno društvo protiv koga je pokrenut stečajni postupak i nad kojim je otvoren stečaj, kao i privredno društvo koje se nalazi u postupku likvidacije.

Kakve ideje treba da budu?

Ideje treba da budu:

- Inovativne*,
- Bazirane na znanju**,
- Sa potencijalom rasta i stvaranja novih radnih mjesta,
- Tržišno orijentisane s potencijalom internacionalizacije i skaliranja,
- Sa jasno definisanim lancem vrijednosti***.

*__Inovativnost__ se definiše kao nova ideja, metoda ili proizvod. U ekonomiji promjena mora dodavati vrijednost za korisnike ili srodnu industrijsku granu.

Teorija organizacije bazirane na znanju smatra znanje kao najznačajniji resurs preduzeća, kao glavni faktor održivosti komparativnih prednosti na tržištu.

***Lanac vrijednosti je niz aktivnosti koje generišu neku vrijednost**

Napomena: *Iako su inovacije i ideje bazirane na znanju veoma važne, nijesu ključne za odabir ideje. Izrazito je važno da je poslovna ideja realna, atraktivna i održiva. Takođe je važno da je aplikaciona forma popunjena pravilno i da je sva propratna dokumentacija blagovremeno podnesena.*

Faze preliminarne analize kandidata

Prije slanja prijave, možete predstaviti vašu ideju i namjere menadžeru biznis inkubatora, zajedno obaviti preliminarnu analizu tržišta i mogućnosti razvoja, kako biste utvrdili da li se vaša ideja uklapa u fokus intresovanja Tehnopolisa. Na osnovu rezultata analize, menadžer će vas uputiti u dalje korake ili će vam pružiti informacije o drugim dostupnim programima koji mogu podržati razvoj vaše poslovne ideje.

Kriterijumi analize kandidata

Poslovna ideja i inovacija*: Ocjenjuje se originalnost, inovativnost i vrijednost poslovne ideje za tržište i korisnike, kao i izvodljivost i moguća skalabilnost.*

Tim i ljudski resursi: *Vrednuje se kvalifikacija i kredibilitet članova tima, njihova predanost i motivacija, kao i posjedovanje potrebnih vještina za uspješno vođenje poslovanja.*

Tržište i konkurencija: *Procjenjuje se veličina i atraktivnost tržišta, identifikacija i analiza konkurencije, te postojanje jasne strategije za sticanje konkurentske prednosti.*

Finansijska održivost: *Ocjena se daje realističnosti i razrađenosti poslovnog modela, jasnoj finansijskoj strategiji i projekcijama, te identifikaciji izvora finansiranja i prihoda.*

Usklađenost sa S3 strategijom pametne specijalizacije: *Procjenjuje se poklapanje poslovne ideje sa prioritetnim sektorima S3 strategije, potencijal za doprinos nacionalnoj inovativnoj snazi i mogućnost saradnje sa drugim činiocima u S3 ekosistemu.*

Usklađenost sa UN ciljevima održivog razvoja (SDG): *Ocjenjuje se doprinos poslovne ideje postizanju ciljeva održivog razvoja, fokus je na održivosti i društveno odgovornom poslovanju, te potencijalu za pozitivan uticaj na društvo i životnu sredinu.*

Sveukupni utisak: *Ocenjuje se kvalitet predatog aplikacionog obrasca, stepen validiranosti poslovne ideje, realna potreba tima za inkubacijom i potencijal za umrežavanje s drugim stanarima.*

Na osnovu prethodnih kriterijuma, Komisija za evaluaciju poslovnih ideja procjenjuje u kojoj je fazi razvoja podnijeta ideja i kakav ugovor treba ponuditi aplikantu.

Obrada i realizacija primljenih Zahtjeva će se sprovesti najkasnije u roku od 30 kalendarskih dana od dana prijema aplikacionog obrasca.

Proces prijave

Podnošenje aplikacionog obrasca (1. korak)

Javni poziv za apliciranje za članstvo u biznis inkubator IPC Tehnopolis je uvijek otvoren, sve što je potrebno jeste podnijeti aplikacioni obrazac, odnosno popuniniti online formu.

Preliminarna evaluacija poslovnih ideja (2. korak)

Tim biznis inkubatora Inovaciono preduzetničkog centra ”Tehnopolis” – Nikšić će obaviti tehničku provjeru i procijeniti sve aplikacije u roku deset dana otkako je primljena. Procjenjivaće se: potpunost aplikacije, propratnih materijala i prirode poslovne ideje.

Poboljšanje poslovne ideje – Trening/Konsalting (3. korak)

Ako aplikacija zadovolji kriterijume preliminarne evaluacije dobićete priliku da u Inkubatoru unaprijedite svoju ideju uz profesionalnu pomoć konsultanata i trenera iz Inovaciono preduzetničkog centra Tehnopolis.

Cilj treninga je da pruži savjete kako napisati poslovnu ideju da bude lako razumljiva, realna i zanimljiva. Konsultacije su fokusirane na specifične segmente svake ideje. Konsultacije nijesu obavezne. Konsultacije će trajati do 15 dana, nakon čega će kandidat imati još 5 dana da oblikuje svoju ideju i da podnese finalnu verziju.

Konačna evaluacija aplikacije (4. korak)

Nakon svih prethodnih koraka, Komisija za evaluaciju poslovnih ideja će donijeti konačnu odluku da li će kandidat ući u Inkubator.

Ako ste izabrani

Nakon pozitivne evaluacije, IPC Tehnopolis će vam ponuditi adekvatan ugovor (**PRILOG 3: PRIMJER UGOVORA O INKUBACIJI**) koji odgovara stepenu razvijenosti vaše poslovne ideje i dostupnim resursima u tom trenutku. Imamo nekoliko vrsta ugovora:

Ugovor o predinkubaciji: Ova faza traje do 3+3 mjeseca i pruža vam podršku u ranoj fazi razvoja vaše ideje. Tokom ovog perioda, radićemo zajedno na razvoju vašeg koncepta i pripremi za prelazak u sljedeću fazu.

Ugovor o inkubaciji: Ova faza može trajati do 3 godine. Tokom inkubacije, dobićete sveobuhvatnu podršku u razvoju i rastu vašeg poslovnog poduhvata. Naš tim stručnjaka će vam pružiti mentorsku podršku, poslovno savjetovanje, pristup resursima i mreži partnera.

Ugovor o virtuelnoj inkubaciji: Ova opcija takođe traje do 3 godine. Ako ne zahtijevate kancelarijski prostor u našem inkubatoru, ali želite pristup svim ostalim pogodnostima, virtuelna inkubacija je idealna za vas.

Podrška pod komercijalnim uslovima: Ova vrsta podrške može trajati do tri godine i namijenjena je timovima i kompanijama koje već posluju na tržištu, ali imaju potrebu za daljim rastom i podrškom.

Faza postinkubacije dolazi nakon završetka određenog ugovora i ne zahtijeva potpisivanje novog, nastavljamo saradnju kako biste i dalje razvijali i unapređivali svoj poslovni poduhvat, ali i podijelili svoje iskustvo s novim stanarima.

Čestitamo!!! Sada ste naš stanar

Čestitamo! Vi ste postali naš stanar i dobili ste priliku da budete dio Tehnopolis zajednice. Nakon potpisivanja ugovora, zajedno sa vašim timom, menadžer biznis inkubatora će izraditi plan podrške i gantogram koji će precizno planirati razvoj vaše ideje. Radujemo se saradnji sa vama i pružanju podrške u razvoju vašeg biznisa. Do sada smo podržali više od 100 startapa i preduzetnika u ostvarenju njihovog potencijala.

Smjernice za oblikovanje poslovne ideje

A) Smjernice za pravilno podnošenje aplikacije

Nakon što odgovorite na uvodna pitanja koja se tiču oblika organizovanja u kom se prijavljujete, kao i kontakt informacija, slede pitanja koja opisuju vašu poslovnu ideju. Svaka startap ideja je jedinstvena i možete koristiti onu formu odgovora za koju mislite da je najbolja za vaše predstavljanje, ali ćemo u nastavku dati neke opšte prihvaćene smjernice i pomoćna pitanja kako biste što bolje popunili Aplikacionu formu, ali i nezavisno od toga unaprijedili svoju poslovnu ideju.

- *Osmislite inspirativan i privlačan naziv koji jasno odražava suštinu vaše ideje/inovacije. Važno je da naziv bude dovoljno informativan i zanimljiv kako bi privukao pažnju Komisije za evaluaciju poslovnih ideja, a kasnije i korisnika/kupaca.*
- *Registracija pravnog lica nije neophodna da ste se prijavili za članstvo u biznis inkubator, niti da bi vas smatrali startapom. Na početku je dovoljno da imate tim sa kojim ste odlučili da realizujete inovativnu ideju, a za biznis inkubator se mogu prijaviti I pojedinci.*

4. Navedite predlog vrijednosti za vaš biznis u jednoj rečenici.

4.1. Koja je jedinstvena vrijednost koju vaša ideja nudi (unique value proposition)?

4.2. Koja je vaša najveća konkurentska prednost?

Propozicija vrijednosti ključna je za uspjeh startapa, predstavljajući suštinu jedinstvene vrijednosti i konkurentske prednosti proizvoda. Analizom odgovora na pitanja poput "Koju vrijednost isporučujemo?" i "Koji problem rešavamo?" oblikuje se predlog vrijednosti. Fokusirajte se na karakteristike poput inventivnosti, načina izrade ili realizacije, cijene, dizajna, i pristupačnosti. Bez obzira na fazu razvoja, identifikujte suštinu vrijednosti za ciljne grupe (i kakvu korist kupci/korisnici dobijaju od vašeg proizvoda). Kroz ovaj proces, mali

biznis npr. može se istaći agilnošću u odnosu na velike kompanije. Formulišite jasnu rečenicu koja komunicira jedinstvenu vrijednost i pozicionira vas kao poželjno rešenje. Pitanje lanca vrijednosti se dotiče svih drugih aspekata poslovanja, zbog toga mogućnost njenog definisanja u jednoj rečenici ukazuje na domišljenost cjelokupne poslovne ideje.

5. Definišite problem koji vaš biznis rešava.

6. Opišite kako vaši proizvodi ili usluge rešavaju problem vašeg idealnog kupca/korisnika.

7. Identifikujte svog idealnog kupca.

8. Za koga sve rešavate problem?

Definisanje problema je najvažnije za uspjeh vašeg startapa. Jasno predstavite konkretnu "boljku" koju vaš proizvod rešava, tako da publika to lako razumije i može da se identifikuje. Ovo može imati formu izjave koja bi trebala da bude vaša misija, ili jednostavno recite šta vi i vaš proizvod činite za svoje kupce ili korisnike.

Opišite kako vaši proizvodi ili usluge rešavaju problem vašeg idealnog kupca/korisnika:

Prezentujte svoje rešenje za identifikovani problem. Opišite kako vaša usluga ili proizvod rešava problem na inovativan ili efikasan način. Postavite sebi pitanja poput: Koji problem rešavate za kupce? Šta je posledica tog problema? Koliko ljudi ima potrebu za rešenjem ovog problema? Jeste li provjerili da li su ljudi spremni da plate za rešenje tog problema? Što jednostavnije, objasnite kako proizvod funkcioniše i šta kupci mogu postići zahvaljujući proizvodu. Razmislite o tome koje mogućnosti pružate ljudima da im olakšate život.

Identifikujte svog idealnog kupca:

Analizom tržišnih segmenata i razgovorima o ideji, dobićete informacije o potencijalnim korisnicima/kupcima. Postavite sebi pitanja poput: Za koga vaš proizvod kreira vrijednost? Ko je najvažnija grupa korisnika? Ko su idealni korisnici vašeg proizvoda? Definišite korisničku personu na osnovu demografskih, socijalnih podataka ili podataka o veličini i prihodima, u zavisnosti od segmenta tržišta. Što detaljnije definišete korisničku personu, lakše ćete definisati veličinu tržišta i strategiju plasiranja proizvoda.

Kako identifikovati svog idealnog kupca:

Da biste bolje razumjeli svoje kupce, kreirajte korisničku personu (user persona) ili zamišljenog idealnog kupca. Razmislite o demografskim, socijalnim, i drugim karakteristikama kako biste stvorili detaljan profil. Postavite pitanja kao što su: Kome je proizvod namjenjen? Koje su specifičnosti vaših kupaca? Gdje ih možete pronaći? Postavljajte pitanja kako biste provjerili pretpostavke o svojim korisnicima, a zatim sprovedite istraživanja i analize uživo kako biste prikupili relevantne informacije. Korisničke persone pomažu vam da bolje razumijete svoje ciljno tržište i kreirate personalizovane strategije prodaje i marketinga.

9. Kako vaši potencijalni kupci danas mogu riješiti svoj problem?

9.1. Ko je vaša konkurencija? Koji su supstituti vaše usluge/proizvoda?

10. Kako ćete doći do ciljanih kupaca?

10.1. Koje prodajne i marketinške kanale ćete koristiti?

Analiza konkurencije i ciljanje kupaca:
Ko su konkurenti u vašem tržišnom segmentu? Razumijevanje konkurencije ključno je za utvrđivanje jedinstvenosti vaše ideje. Važno je prepoznati sličnosti i razlike između vašeg proizvoda i proizvoda konkurencije. Prisustvo konkurencije nije loše, ono može biti dobar pokazatelj postojanja tržišta. Identifikujte kako je vaš proizvod poseban i definišite svoju jedinstvenu prednost koja privlači korisnike.
Distribucija i komunikacija sa kupcima:
Kako ćete privući ciljane kupce? Razmislite o prodajnim i marketinškim kanalima koje ćete koristiti, usmjeravajući se na pitanje gdje se vaši kupci nalaze. Distribucija, odnosno, kako proizvod dolazi do kupca, je od izuzetnog značaja i obuhvata prodajne, komunikacione i kanale dostave. Dodatno, postavite sebi pitanja kao što su: Kako komunicirate sa kupcima? Kroz koje kanale oni žele da komuniciraju? Gdje vaši kupci najčešće kupuju? Razmotrite usaglašenost i efikasnost vaših kanala.
Odnos sa kupcima i vrijednosti:
Odnos sa kupcima igra ključnu ulogu u izgradnji identiteta vašeg biznisa. Identifikujte šta vaš proizvod nudi, što ga izdvaja od konkurencije - "X faktor". Ovo je prostor gdje gradite

povjerenje sa kupcima i stvarate dugoročne veze. Postavite sebi pitanja poput: Zašto bi neko odabrao vaš proizvod? Kako se razlikujete? Kakav odnos želite ostvariti sa kupcima? Koje vrijednosti pružate? Definisanjem ovih elemenata jasno ćete komunicirati svoju jedinstvenost na tržištu.

11. Kako će izgledati vaš tim?

11.1. Opcija za aplodovanje CV-ja: Ovdje možete aplodovati biografije ključnih članova tima

11.2. Identifikujte sve ključne članove koje ćete možda morati da zaposlite.

Tim i ključ uspjeha startapa:
Predstavite članove vašeg tima, opisujući njihove uloge i ključne biografske informacije u jednoj rečenici. Ova informacija pomaže Komisiji da bolje razumije strukturu i vještine vašeg tima, doprinoseći i našem timu da predloži adekvatan Plan podrške.
Važnost kvalitetnog tima u startapu:
Uspjeh vaše ideje direktno zavisi od formiranja tima sa potrebnim znanjem i vještinama. Investitori bi sigurno istakli da je tim ključna razlika između uspješnih i neuspješnih startapa. Osnivači uspješnih startapa bi takođe potvrdili da je ključ njihovog uspjeha bilo okruženost sa stručnjacima. Razmatranje formiranja tima od samog početka je važno iz nekoliko razloga:
• Niko ne posjeduje sve potrebne vještine za transformaciju inovativne ideje u uspješan startap. Ključ uspjeha leži u okruživanju ljudima koji doprinose svojim znanjem; • Čak i sa postojećom ekspertizom, različiti uglovi gledanja i mišljenja doprinose boljem razumijevanju tržišta i donošenju promišljenih odluka; • Duži proces kreiranja startapa zahtjeva podršku i saradnju tima koji pruža motivaciju i podršku tokom izazovnih trenutaka.

12. Napišite grubi biznis model.

12.1. Kako ćete zaraditi i koji će biti vaši primarni troškovi?

12.2. Da li vam je potrebna investicija (kolika)?

Optimizacija poslovnog modela:
Evaluacija tržišnih navika vaših kupaca/korisnika ima ogromnu ulogu u postizanju uspjeha vašeg startapa. Razmislite o tome koliko su vaši kupci spremni da izdvoje novca, za šta trenutno plaćaju, kako trenutno vrše plaćanja i kako bi najradije izvršili transakcije. Dodatno, analizirajte udio svakog prihodnog toka u ukupnim prihodima.

• **Struktura prihoda:** Jasno definišite kako vaš startap ostvaruje prihod. Identifikujte za šta su vaši korisnici spremni da plate, kako trenutno plaćaju; analizirajte koliko je to u skladu s načinom na koji trenutno ostvarujete prihod.
• **Vrste prihoda:** Razmotrite različite vrste prihoda kao što su prodaja imovine, naknade za korišćenje, naknade za pretplatu, pozajmljivanje / iznajmljivanje / zakup, licenciranje, naknade za posredovanje, oglašavanje itd.
• **Fiksne i dinamičke cijene:** Definišite cijene, što može uključivati kataloške cijene, cijene koje su u zavisnosti od karakteristika proizvoda, segmentima kupaca ili količini. Pritom, razmislite o dinamičkim cijenama, pregovaranju, upravljanju prihodom i praćenju tržišta u stvarnom vremenu.
• **Prihodi:** Fokusirajte se na različite modele naplate kao što su krajnja prodaja proizvoda, nadoknada za korišćenje, pretplata, članarine, paketi usluga, iznajmljivanje i licence. Razmišljajte o jednokratnim ili višekratnim prihodima.
• **Struktura rashoda:** Analizirajte sve troškove vašeg poslovanja kako biste identifikovali ključne resurse i aktivnosti koje najviše koštaju. Razmislite o fiksnim i varijabilnim troškovima; ali i troškovima koji bi vodili skalabilnosti ili poslovanju po principima “ekonomije obima”.
• **Troškovi:** Kada razlučite između fiksnih i varijabilnih troškova, identifikujte inicijalne troškove pokretanja posla. Procijenite fiksne i varijabilne troškove na mjesečnom nivou, imajući u vidu resurse, razvoj, sve druge aktivnosti i kanale.
• **Resursi:** Definišite ključne resurse potrebne za razvoj vašeg startapa, uključujući fizičke, intelektualne, ljudske i finansijske resurse. Razmotrite lance snabdijevanja i distribucije i marketinške kanale.

- **Orijentacija poslovanja:** Razjasnite da li je vaše poslovanje usmjereno na minimizaciju troškova ili stvaranje vrijednosti. Pozicionirajte se u kontinuumu između modela baziranog na troškovima i modela baziranog na vrijednostima.

- **Investicije:** Razmislite o optimalnom trenutku za traženje investicija. Definišite potrebu za dodatnim kapitalom i precizno odredite koliko je sredstava potrebno.

Koristite alate poput Biznis model kanvasa (**PRILOG 4**) koji vam pomaže u preciznijem definisanju ključnih elemenata vašeg poslovnog modela i pruža smjernice za optimizaciju i unapređenje vašeg startapa.

13. Na koji način ste testirali svoju ideju?

13.1. Da li ste razgovarali sa (biznis i tehnološkim) mentorima?

13.2. Intervjuisali ste potencijalne kupce? Istražili ste tržište?

Testiranje pretpostavki:

Za testiranje i validaciju vaših poslovnih ideja, potrebno je stvoriti niz hipoteza (pretpostavki) i provjeriti ih oslanjajući se na realne informacije i činjenice. To možete uraditi na više načina:

- ***Intervjuisanje potencijalnih kupaca:*** *Umjesto da se oslanjate na mišljenja, „izađite napolje" i pitajte potencijalne kupce. Intervjuišite ljude iz definisanih ciljnih grupa. Intervjui trebaju biti vođeni konkretnim pitanjima, a svaki član tima treba u tome da učestvuje, kako bi svi dobili jasnu sliku i dali doprinos u dijelu za koji su zaduženi.*

- ***The Mom Test:*** *Kako to govori knjiga* ***"Mamin test" autora Roba Ficpatrika,*** *fokusirajte se na dobijanje činjenica, a ne mišljenja. Izbjegavajte pitanja poput "Da li ti se sviđa ideja?" i radije postavljajte pitanja koja traže konkretne informacije o njihovim stvarnim potrebama, problemima i ponašanjima.*

- ***Kako postaviti dobra pitanja:*** *Postavljajte pitanja o prošlim iskustvima, konkretnim situacijama i stvarnim troškovima problema. Pitajte za detalje i tražite da vam pokažu, ne samo kažu. Zapisujte njihove riječi, obratite pažnju na njihovu terminologiju. Pitanja treba da budu usmjerena na stvaranje informacija koje će vam kasnije koristiti za definisnje svih aspekata poslovanja, najprije u definisanju marketing strategije i određivanja biznis modela i cijena.*

- ***Vođenje Lean Ciklusa:*** *Nakon testiranja ideje, kreirajte Minimum Viable Product (MVP) i lansirajte ga što prije. Testirajte ga sa korisnicima i prikupljajte povratne informacije. Ovaj iterativni pristup omogućava vam brzo učenje i prilagođavanje proizvoda prema stvarnim potrebama korisnika.*

Ovakav metodološki pristup ne samo da vam pomaže u validaciji vaših pretpostavki već vam pruža i dublje razumijevanje ciljnih grupa i poboljšava proizvod, čime povećava šanse za uspjeh vašeg startapa.

14. Navedite naredne prekretnice i aktivnosti koje ćete preduzeti da biste potvrdili pretpostavke svoje poslovne ideje.

Optimizacija poslovnih aktivnosti:

Postavljanje prekretnica i strategijski pristup u vezi sa ključnim aktivnostima, kanalima distribucije, odnosima s kupcima i tokovima prihoda su od suštinskog značaja za razvoj prizvoda i isporuku vrijednosti korisnicima:

1. **Ključne Aktivnosti:**

- Fokusirajte se na ključne aktivnosti koje direktno doprinose stvaranju vrijednosti za korisnike;
- Razmislite o proizvodnji, rešavanju problema i izgradnji platforme/mreže;
- Identifikujte koje su aktivnosti najvažnije, kako biste izbjegli nepotrebne kompleksnosti.

2. **Kategorije Aktivnosti:**

- Razvrstajte aktivnosti u proizvodnju, marketing, odnose s kupcima i usavršavanje proizvoda i edukaciju tima.
- Oprezno pristupajte aktivnostima, dajući prednost ključnim elementima koji direktno podržavaju poslovni model, ili imaju najveći uticaj na isporuku vrijednosti i privlačenje kupaca.

Analizom usklađenosti poslovnog modela i prekretnica, dobićete jasnu sliku o tome kako optimizovati svoje aktivnosti, uspostaviti važne odnose s partnerima i obezbjediti dugoročan uspjeh vašeg startapa.

15. Identifikujte sve partnere ili druge kompanije čija podrška bi vam mogla zatrebati.

Odnosi s Partnerima:

- *Identifikujte ključne partnere i dobavljače u vašem ekosistemu.*
- *Razmotrite koje resurse dobijate od partnera i koje aktivnosti oni treba da obavljaju.*
- *Razlozi za partnerstvo mogu obuhvatiti optimizaciju, ekonomičnost, smanjenje rizika i nesigurnosti, sticanje pristupa dodatnim resursima, te kreiranje novih usluga u sinergiji.*

Odgovaranjem na pitanje o partnerima, razmislite o dugoročnim benefitima saradnje, te kako zajednički doprinosi mogu unaprijediti lanac vrijednosti koju isporučujete vašim kupcima/korisnicima. Ovo je ključno u uspostavljanju održivih veza koje podržavaju rast i razvoj vašeg startapa.

16. Koji od ponuđenih odgovora najbolje opisuje Vašu poslovnu ideju:

- Faza istraživanja: Imamo koncept proizvoda i još uvijek istražujemo opcije proizvoda
- Faza razvoja: Imamo spreman osnovni proizvod, ali mu je još potreban razvoj
- Prototip spreman: Imamo spreman prototip/MVP (minimalno održivi proizvod)
- Proizvod je na tržištu: Prodajemo proizvod i stekli smo prve kupce.
- Radimo na uvođenju inovacija u naš proizvod/poslovanje koje se dosad nije moglo nazvati inovativnim.

- ostalo:

Faza razvoja vašeg startapa / proizvoda igra veliku ulogu u definisanju plana razvoja i plana podrške koju možete dobiti od strane biznis inkubatora Inovaciono preduzetničkog centra Tehnopolis, zato je važno da precizno odgovorite na prethodno i sledeće pitanje.

17. Koja vrsta podrške Vam je potrebna od strane IPC Tehnopolisa

- Razvijanje ideje
- Mjesto u coworking-u
- Kancelarija
- Izrada prototipa u 3D ili CNC tehnologiji
- Ustupanje resursa DATA centra
- Usluge Biotehnološke laboratorije
- Finansijsko savjetovanje
- Savjetovanje iz oblasti računovodstva
- Umrežavanje
- Prikupljanje sredstava
- Marketing usluge
- Pravne usluge
- Pomoć pri apliciranju za programe podrške inovacijama i preduzetništvu
- Nešto drugo: _____

18. Koja vrsta podrške Vam je potrebna od strane IPC Tehnopolisa (treninzi i obuke):

- Digitalni marketing
- Finansije za nefinansijere
- Grafički dizajn i štampa
- 3D modelig
- CNC tehnologija
- Web development
- Design thinking & design sprint
- Biznis model
- Ostalo _____

IPC Tehnopolis svake godine organizuje radionice i obuke iz različitih oblasti, poput digitalnog marketinga, finansija, grafičkog dizajna i štampe, CNC i

aditivnih tehnologija, web developmenta i drugih, gdje se stanarima biznis inkubatorima daje prednost pri prijavi.

19. Ukoliko želite ovdje možete aplodovati prezentaciju ili druge materijale koji mogu pomoći da se bolje upozamo s vašom idejom.

Ova opcija nije obavezna, ali je važno da se u cilju adekvatne podrške što bolje upoznamo s vašom idejom. Bilo bi korisno da podijelite dodatne informacije, dosadašnja dostignuća i materijale koji će dodatno osvijetliti vašu poslovnu ideju:

1. ***Prezentacija:***

- *Pripremite jasnu i konciznu prezentaciju koja ilustruje ključne aspekte vaše poslovne ideje;*
- *Fokusirajte se na vizuelno privlačne elemente kako biste efikasno prenijeli vaše poruke;*
- *Uključite informacije o ključnim aktivnostima, vrijednostima, ključnim partnerima, i drugim bitnim djelovima vašeg poslovnog modela.*

2. ***Relevantni Materijali:***

- *Dodajte materijale koji pružaju dodatni kontekst ili podršku vašim tvrdnjama;*
- *Uključite marketinške materijale, istraživanja tržišta, baze podataka ili korisnika, članke; prototipove, ili bilo koje druge formate koji dodatno objašnjavaju vašu poslovnu ideju.*

20. Oblast iz Strategije pametne specijalizacije na koju se projekat odnosi: s3.me

- Održiva poljoprivreda i lanac vrijednosti hrane;
- Energija i održivo okruženje;
- Održivi i zdravstveni turizam;
- Informacione i komunikacione tehnologije kao horizontalni prioritet;
- Ostalo .

Jednostavno izaberite jednu od ponuđenih izjava; ili opišite poziciju vaše poslovne ideje i njenu povezanost sa Strategijom pametne specijalizacije u polju „Ostalo”.

▪ Više o Strategiji pametne specijalizacije možete potražiti na sledećoj internet stranici: **s3.me**.

21. Na koji od UN ciljeva održivog razvoja (SDG) vaša ideja može da napravi značajan uticaj:

- 1. Svijet bez siromaštva;
- 2. Svijet bez gladi;
- 3. Dobro zdravlje i blagostanje;
- 4. Kvalitetno obrazovanje;
- 5. Rodna ravnopravnost;
- 6. Čista voda i sanitarni uslovi;
- 7. Dostupna i obnovljiva energija;
- 8. Dostojanstven rad i ekonomski rast;
- 9. Industrija, inovacije i infrastruktura;
- 10. Smanjenje nejednakosti;
- 11. Održivi gradovi i zajednice;
- 12. Odgovorna potrošnja i proizvodnja;
- 13. Klimatska akcija;
- 14. Život pod vodom;
- 15. Život na kopnu;
- 16. Mir, pravda i snažne institucije;
- 17. Partnerstvo za ciljeve.

Jednostavno naznačite koji od ciljeva vaša ideja pogađa. Označite najviše tri odgovora.
Više o UN ciljevima održivog razvoja (SDG) možete potražiti na sledećoj internet stranici: **www.sdgmontenegro.me**

22. Izjava o istinitosti

Izjavljujem i preuzimam svaki vid odgovornosti:

- da su svi navedeni podaci u Aplikacionom obrascu za prijem u program podrške istiniti;
- da sam saglasan/a i da prihvatam da se tokom mog pravnog odnosa sa IPC Tehnopolis pridržavam Etičkog kodeksa IPC Tehnopolis, kao i moje kolege/partneri i druga angažovana lica te da ću osigurati da se Etički kodeks poštuje u svakom trenutku;
- da nisam osuđivan/a i da se protiv mene ne vodi postupak za krivična djela protiv privrede i krivična djela protiv imovine;
- da privredno društvo u mom vlasništvu nije osuđivano i da se ne vodi postupak za krivična djela protiv privrede i krivična dela protiv imovine (samo za vlasnike postojećih privrednih subjekata);

- da ni ja ni privredno društvo u mom vlasništvu nema poreskih ni drugih dugovavanja prema državi Crnoj Gori.

U protivnom, saglasan/a sam da podnesena prijava bude odbijena.

Izjava o istinitosti olakšava potvrdu tačnosti informacija podnosioca aplikacije i garantuje da svi stanari Biznis inkubatora djeluju u skladu sa Etičkim kodeksom i pravilima ponašanja IPC Tehnopolis. Sve navedene informacije iz Izjave će se provjeriti putem uvida u javno dostupne baze podataka i evidencije, a sve u cilju osiguravanja integriteta i etičkog poslovnog okruženja unutar inkubatora. Etički kodeks i Pravila ponašanja su dostupni u PRILOGU ovog Vodiča.

B) Samoevaluacijska tabela

Kao prvi korak u odluci da aplicirate, Biznis nkubator IPC Tehnopolis vam nudi detaljnu tabelu u kojoj možete sami ocjeniti vašu poslovnu ideju na osnovu istih kriterijuma kojima će se voditi i Komisija za evaluaciju poslovnih ideja. Ocjenite svaki od navedenih kriterijuma na skali od 1 do 5, pri čemu 1 označava najnižu ocjenu, a 5 najvišu ocjenu (pri čemu je: 1 – Neprihvatljivo; 2 – Nedovoljno; 3 – Zadovoljajuće; 4 – Dobro; 5 – Izvanredno). Takođe, razmišljajte o mogućem sveukupnom utisku i kvalitetu pripremljenog Aplikacionog obrasca i da li se poslovna ideja može smatrati validiranom.

Samoevaluacija poslovne ideje

	Evaluacioni obrazac		**Rezultat samoevaluacije**
1.	**Poslovna ideja i inovacija** (maksimalno 15 bodova)		
	Koliko je originalna i inovativna poslovna ideja?		
	Kakvu vrijednost donosi tržištu i korisnicima?		
	Da li je izvodljiva i skalabilna?		
2.	**Tim i ljudski resursi** (maksimalno 15 bodova)		
	Kvalifikacije i kredibilitet članova tima?		

	Koliko su članovi tima predani i motivisani?		
	Da li tim ima potrebne vještine za uspješno vođenje poslovanja?		
3.	**Tržište i konkurencija** (maksimalno 15 bodova)		
	Da li je tržište dovoljno veliko i privlačno?		
	Da li su identifikovani i analizirani konkurenti?		
	Postoji li jasna strategija za sticanje konkurentske prednosti?		
4.	**Finansijska održivost** (maksimalno 15 bodova)		
	Koliko je realističan i dobro razrađen poslovni model?		
	Da li tim ima jasnu finansijsku strategiju i projekcije?		
	Da li je tim identifikovao izvore finansiranja i prihoda?		
5.	**Usklađenost sa S3 strategijom pametne specijalizacije** (maksimalno 15 bodova)		
	Koliko se poslovna ideja poklapa sa prioritetnim sektorima S3 strategije?		
	Da li tim ima potencijal za doprinos nacionalnoj inovativnoj snazi?		
	Postoji li mogućnost saradnje sa drugim činiocima u S3 ekosistemu?		
6.	**Usklađenost sa UN ciljevima održivog razvoja (SDG)** (maksimalno 10 bodova)		
	Da li poslovna ideja doprinosi postizanju nekih od SDG ciljeva? Postoji li potencijal za pozitivan uticaj na društvo i životnu sredinu?		
	Da li se tim bavi pitanjima održivosti i društveno odgovornog poslovanja?		
7.	**Sveukupni utisak** (maksimalno 15 bodova)		
	Kvalitet pripremljenog aplikacionog obrasca		
	Generalno gledano, u kojoj mjeri je poslovna ideja validirana?		
	Da li tim ima jasnu potrebu za inkubacijom i koliki je potencijal za umrežavanje s drugim stanarima?		
8.	**Finansijski pokazatelji** – Bilans stanja i uspjeha i tok novca (maksimalno 15 bodova) *Samo za preduzeća*		
	Preduzeće posluje s visokim profitom		

	Preduzeće posluje s niskim profitom		
	Preduzeće nema perspektivu		
Preduzeće (minimalan rezultat za prijem u Biznis inkubator je 80)		**Maksimalan rezultat:**	**120**
		Ukupan rezultat:	
Tim (minimalan rezultat za prijem u Biznis inkubator je 70)		**Maksimalan rezultat:**	**100**
		Ukupan rezultat:	

PRILOG 1: K U Ć N I R E D

DOO Inovaciono preduzetnički centar „Tehnopolis“ Nikšić

I UVODNE NAPOMENE

Član 1.

Kućni red se propisuje radi obezbjeđenja reda, utvrđivanja pravila ulaska, boravka i korišćenja prostorija IPC Tehnopolis, obezbjedjenja uslova za neometan rad, bezbjednost prostorija i zaposlenih, kao i zaštita imovine IPC Tehnopolis.

Kućnog reda se trebaju pridržavati zaposleni, angažovana lica, stanari i njihovi zaposleni, učesnici u aktivnostima čiji je organizator IPC Tehnopolis, zakupci prostorija IPC Tehnopils kao i svi posjetioci.
Stanari i zakupci su obavezni sa pravilima Kućnog reda upoznati svoje zaposlene, poslovne partnere i goste te preuzimaju odgovornost u slučaju nepoštovanja Kućnog reda od stane navedenih lica.
Sva pravna i fizička lica kojima je dopušten boravak u IPC Tehnopolis se takođe moraju pridržavati Kućnog reda.
Stanari i zakupci prostorija IPC Tehnopolis dužni su iste koristiti u skladu sa zaključenim ugovorom i Kućnim redom.

II RADNO VRIJEME

Član 2.

Zaposleni, kao i stanari imaju pravo koristiti prostorije IPC Tehnopolis radnim danima u vremenu od 07:00 do 22:00 časa.
Pravna i fizička lica koja iznajmljuju tehničku opremu/sale mogu raditi u terminu definisanom ugovorom o iznajmljivanju ili u skladu sa pisanim odobrenjem Izvršnog direktora.
Zaposleni, stanari ili zakupci u slučaju potrebe da borave u prostoru IPC Tehnopolis u terminima mimo radnog vremena, mogu se obratiti zahtjevom za izdavanje kartice za pristup menađžeru logistike IPC Tehnopolis.
O boravku u prostorijama IPC Tehnopolis mimo termina iz stava 1 ovog člana odlučuje Izvršni direktor.

III ULAZAK U POSLOVNI PROSTOR I KONTROLA BORAVKA

Član 3.

U prostorije IPC Tehnopolis, osim lounge bara, bez prisustva zaposlenih ne smiju ući i/ili se zadržavati osobe koje nijesu stanari ili zakupci niti su pozvani kao stranke od strane zaposlenih/ stanara/zakupaca.
U objekat IPC Tehnopolis, u radno vrijeme, smiju ulaziti ali ne smiju biti ostavljeni sami:

- Osobe koje posjećuju određenog stanara, zakupca ili zaposlenog i
- Osobe koje učestvuju u nekom događaju na osnovu prijave ili poziva.

Član 4.

U cilju održavanja bezbjednosti, praćenja sistema zaključavanja ulaznih vrata izvan redovnog radnog vremena, osiguranja od krađe, te radi evidencije ulaska i izlaska iz objekta instaliran je video nadzor.

Snimljeni zapís se čuva na disku kompjutera. Kamere snimaju prostor 24 sata na dan, 7 dana u sedmici.
Menađžer logistike brine da sistem video nadzora ispravno funkcioniše.

IV ELEKTRIČNA ENERGIJA

Član 5.

Svi zaposleni i stanari IPC Tehnopolis obavezni su racionalno trošiti električnu energiju a prilikom napuštanja poslovnog prostora uvijek isključiti električne uređaje.

V ZAŠTITA OD POŽARA

Član 6.

Svi stanari su dužni, u skladu sa Zakonom o zaštiti od požara, održavati u ispravnom stanju sve uređaje i opremu koju koriste za obavljanje svojih djelatnosti a koji mogu prouzrokovati nastajanje i širenje požara.
U prostoru IPC Tehnopolis, zabranjuje se upotreba dodatnih grijalica, sitnih kuhinjskih aparata te korišćenje otvorenog plamena čijom upotrebom se može ugroziti sigurnost objekta.
Lakozapaljivi materijali, ukoliko se čuvaju í koriste u poslovnom prostoru, moraju biti zbrinuti i moraju se koristíti na siguran način i u skladu s odredbama Zakona o zaštiti od požara.

Član 7.

Lice koji primijeti neposrednu opasnost od izbijanja požara, ili primijeti požar, ili o njemu bude obavješten, dužan je opasnost otkloniti, odnosno ugasiti požar ako to može učiniti bez opasnosti za sebe i drugu osobu.

Ukoliko nije u mogućnosti ugasiti požar, dužan je odmah dojaviti o požaru nadležnoj službi na broj telefona 123 i obavijestiti Menađžera logistike IPC Tehnopolis.

Protivpožarni aparati nalaze se na za to predviđenim i vidljivim mjestima.
U slučaju bilo kakvih drugih vanrednih situacija u objektu IPC Tehnopolis, provala, oštećenja, poplava, potrebno je hitno reagovati i obavijestiti Menađžera logistike.

Član 8.

U svim prostorijama IPC Tehnopolis zabranjeno je pušenje.
Za kršenje zabrane pušenja predviđena je novčana kazna u iznosu od 500.00 € (pet stotina eura).
U slučaju da stanar prekrši zabranu pušenja i odbije da plati predviđenu kaznu IPC Tehnopolis će jednostrano raskinuti Ugovor.

VI ČIŠĆENJE, ODLAGANJE SMEĆA I SKLADIŠTENJE OTPADA

Član 9.

Za čišćenje svih zajedničkih prostorija i tehničke opreme odgovoran je IPC Tehnopolis.
Svi korisnici prostorija IPC Tehnopolis obavezni su komunalni otpad adekvatno pripremiti za odvoz.
Za funkcionalnu ispravnost pojedinih djelova zgrade, namještaja, elektro, vodovodnih i kanalizacionih instalacija i toaletnih čvorova, kao i za urednost i ispravnost funkcionalnog prostora oko objekta IPC Tehnopolis odgovoran je domar.

VII OSTALE ODREDBE

Član 10.

Stanari i zakupci IPC Tehnopolis, su dužne držati u tajnosti sve informacije, koje nijesu opšte poznate, odnose se na Tehnopolis i ostale stanare ili zakupce, koje su saznali direktno ili indirektno, u verbalnoj, pisanoj ili elektronskoj komunikaciji, uključujući informacije vezane za projekte, baze podataka, poslovne tajne, intelektualnu svojinu, finansijske podatke, istraživanja, strategije i podatke o klijentima (u daljem tekstu: Povjerljive informacije).

Član 11.

Stanari i zakupci prostorija IPC Tehnopolis na osnovu ugovora o zakupu mogu koristiti prostor IPC Tehnopolis za prezentacije, sastanke i seminare, ukoliko je slobodan.
Rezervacija istih vrši se podnošenjem zahtjeva Menadžeru za upravljanje programskim aktivnostima IPC Tehnopolis, najmanje sedam dana prije potrebnog termina.
IPC Tehnopolis zadržava pravo određivanja prioriteta prilikom korišćenja navedenih prostora.

Član 12.

Zaposleni, stanari i zakupci prostora u IPC Tehnopolis mogu koristiti sobu za relaksaciju.
Zaposleni mogu koristiti sobu za relaksaciju, u vrijeme predviđeno za korišćenje pauze odnosno u terminu od 10:30 do 11:00 časova, radnim danima.
Stanari i zakupci mogu koristiti sobu za relaksaciju u radon vrijeme IPC Tehnopolis odnosno od 07:00 do 15:00 časova. Lice koje koristi sobu za relaksaciju dužno je upisati, u za to predviđen obrazac, vrijeme korišćenja sobe za relaksaciju i potpisati se.

Član 13.

Zaposleni, stanari, zakupci kao i lica koja ulaze i borave u službenim prostorijama IPC Tehnopolis, moraju biti prikladno odjeveni, na način kojim se čuva ugled i dostojanstvo IPC Tehnopolis.
Lica iz stava 1 ovog člana ne mogu nositi sportsku odjeću, odjeću za plažu, niti drugu vrstu odjeće koja nije primjerena ugledu IPC Tehnopolis.

Licima koja svojim nedostojnim odijevanjem ili obuvanjem ne poštuju dostojanstvo Centra biće od strane službenog lica onemogućen pristup, kao i licima u alkoholisanom stanju ili pod dejstvom narkotika.

Član 14.

Stanari IPC Tehnopolis mogu koristiti adresu IPC Tehnopolis za prijem sopstvene pošte.
IPC ,,Tehnopolis'' d.o.o.
Adresa: Radoja Dakića bb, 81400 Nikšić.

VIII ZAVRŠNE ODREDBE

Član 15.

Sa Kućnim redom upoznaće se svi zaposleni i angažovana lica u IPC Tehnopolis, stanari zakupci kao i druga lica na koja se isti odnosi, isticanjem Kućnog reda na za to predviđenom mjestu.

PRILOG 2: PRAVILA PONAŠANJA TOKOM BORAVKA U IPC TEHNOPOLIS:

1. Budite profesionalni. U zajedničkom radnom prostoru moraju vladati red i mir koji omogućavaju prijatnu radnu atmosferu. Poštujte druge i sarađujte sa njima.

2. U objekat IPC Tehnopolis, sa stanarima i zakupcima mogu ulaziti i njihovi gosti i poslovni partneri. Bez pisane dozvole IPC Tehnopolis nije dozvoljen samostalni boravak navedenih lica.

3. Sve aktivnosti koje se događaju van radnog vremena, a otvorene su za javnost, moraju se prijaviti i obezbijediti pisana saglasnost Izvršnog direktora.

4. Čistoća prostora. Držite svoj sto i ormar urednim i čistim, ukoliko dođe do bilo kakvih oštećenja, obavijestite nas.

5. Ne stvarajte buku. Razgovarajte razumnim tonom. Utišajte mobilne telefone.

6. Pušenje je zabranjeno. Ukoliko želite zapaliti cigaretu, izađite.

7. Korišćenje Interneta. Pravedno koristite mrežne resurse. Ukoliko postavljate ili skidate velike datoteke sa Interneta obavijestite druge o tome.

8. Budite energetski osvješćeni. Svi korisnici zajedničkog radnog prostora dužni su se brinuti da se klimatizacija i rasvjeta koriste racionalno i da se prilikom napuštanja prostorija svi električni uređaji isključe.

9. Čuvajte vaše privatne stvari. IPC Tehnopolis nije odgovoran za vaše stvari.

10. Oblačite se poslovno. Dreskod nije obavezan, ali je obavezan minimum poštovanja poslovne pristojnosti (zabranjeno je ulaziti u šortsevima, kratkim pantalonama, suknjama i majicama nepristojne dužine, papučama itd.)

11. Poštovanje različitosti. Zabranjeno je razvijati bilo koji oblik netolerancije prema stanarima, gostima i drugim licima koja borave u objektu IPC Tehnopolis.

12. Budi informisan. Za sve informacije obratiti se osoblju IPC Tehnopolis.

Stanar Izvršni direktor

_____ _____

dana_____

PRILOG 3: PRIMJER UGOVORA O INKUBACIJI

Zaključen dana 30.12.2021. godine u Nikšiću, između:

Društva sa ograničenom odgovornošću Inovaciono preduzetnički centar ,,Tehnopolis“ – Nikšić, PIB: 03009645 sa sjedištem u ulici Radoja Dakića bb, Nikšić, zastupan od strane izvršnog direktora Đorđija Malovića (u nastavku „IPC Tehnopolis“) i

…… – …… PIB ..... sa sjedištem u ulici ....., zastupan od strane ovlašćenog lica ..... (u nastavku “Stanar”)

(IPC Tehnopolis i Stanar u nastavku zajednički nazvani „Strane“ i svaki pojedinačno kao „Strana“)

UVODNE ODREDBE

IPC Tehnopolis ima za cilj aktivni doprinos ekonomskom razvoju Crne Gore i kreiranje preduslova za otvaranje novih radnih mjesta putem poslovne inkubacije obezbjeđujući podsticajne uslove za razvoj preduzeća koja imaju potencijal, kao i preduzećima zasnovanim na znanju koja su inovativna, konkurentna i imaju potencijal da prerastu u uspješan biznis u toku njihovog boravka u IPC Tehnopolis, u periodu inkubacije.

IPC Tehnopolis nudi poslovno okruženje sa širokom ponudom usluga za unapređenje biznisa.

IPC Tehnopolis ima namjeru da stanarima omogući razvoj njihove vlastite poslovne ideje pod povoljnijim tržišnim uslovima. Zaključivanjem ovog Ugovora, IPC Tehnopolis osigurava formalno pravne uslove za podršku razvoju preduzeća sa namjerom nastavka procjene njihovog napretka u toku boravka u IPC Tehnopolis , u periodu inkubacije.

Predmet ugovora

Član 1

Predmet ovog Ugovora je prijem Stanara u IPC Tehnopolis i uspostavljanje formalno pravnih odnosa između IPC Tehnopolis i Stanara, u periodu inkubacije, koji se ogledaju u sljedećim prednostima:

- Kancelarija za iznajmljivanje sa pratećom opremom;
- Povremeno korišćenje sala za sastanke IPC Tehnopolis;
- Popust na treninge u organizaciji IPC Tehnopolis;
- Usluge poslovne podrške;
- Konsultantske usluge IPC Tehnopolis u skladu sa stepenom razvoja Stanara.

Član 2

IPC Tehnopolis će osigurati neophodne usluge za Stanara, koje će biti prilagođene stepenu njegovog razvoja, za unapređenje njegovih aktivnosti, a sve u skladu sa rasporedom i raspoloživosti konsultanata i finansijskim kapacitetima IPC Tehnopolis.

Ponuđeni paket usluga je podijeljen u pet područja, kao što slijedi:

- Razvoj poslovne strategije;
- Tehnologija i proizvodnja;
- Marketing;
- Finansije
- Menadžment.

Stepen razvoja stanara će biti definisan i ocijenjen u toku poslovnih aktivnosti od strane interrnih i eksternih konsultanata IPC Tehnopolis.

U toku trajanja ovog Ugovora Stanar će koristiti kancelariju br….. sa pratećom opremom.

Član 3

IPC Tehnopolis je obavezan da obezbijedi stanaru osim prateće opreme i internet konekciju.

Stanar ima pravo da povremeno koristi sale za sastanke IPC Tehnopolis u skladu sa resursima koji su na raspolaganju i uz prethodnu najavu, i to osam sati mjesečno bez naknade, više od toga se plaća po Pravilniku za iznajmljivanje sale za sastanke, bez mogućnosti prenošenja u naredni mjesec.

Stanar ulaskom u IPC Tehnopolis stiče pravo da učestvuje na poslovnim treninzima organizovanim od strane IPC Tehnopolis s različitim popustima u odnosu na punu cijenu koštanja treninga.

Prava i obaveze ugovornih strana

Član 4

Obaveze IPC Tehnopolis - IPC Tehnopolis je obavezan obezbijediti pristup kancelarijama iz člana 2 Ugovora nakon njegovog potpisivanja.

IPC Tehnopolis će u periodu inkubacije, nakon što Stanar primi prostorije, predati odgovarajuće ključeve i kartice za pristup u svrhu Stanarevog slobodnog pristupa istim.

Nakon što Stanar useli u IPC Tehnopolis, menadžer biznis inkubatora će izvršiti procjenu nivoa poslovnog razvoja Stanara.

U skladu sa nivoom razvoja Stanara, isti će imati na raspolaganju odgovarajuće konsultantske usluge.

Da bi Stanar stekao pravo korišćenja usluga, obavezan je da na vrijeme popuni pisani zahtjev za korišćenje konsultantskih usluga, na osnovu čega će IPC Tehnopolis, u skladu s raspoloživim resursima i raspoloživosti konsultanata, obezbijediti njihov angažman.

IPC Tehnopolis je dužan obezbijediti, u skladu sa rasporedom, korišćenje sale za sastanke Stanaru koji je popunio Obrazac za najavu događaja.

Član 5

Obaveze stanara – zaključivši ovaj Ugovor Stanar preuzima obavezu pažljivog i odgovornog korišćenja resursa koji su mu stavljeni na raspolaganje, što uključuje sljedeće:

- Stanar će koristiti kancelarijske prostore IPC Tehnopolis u svrhu razvoja biznisa, a sve u skladu sa internim pravilima IPC Tehnopolis;
- Stanar ne može dodjeljeni kancelarijski prostor ustupiti niti dati u zakup trećem licu.
- Stanar će opremu pobrojanu u Zapisniku o primopredaji sredstava koristiti odgovorno i pažljivo i nakon isteka ovog Ugovora, vratiti IPC Tehnopolis u zatečenom stanju o čemu će biti sačinjen Zapisnik o primopredaji;
- Stanar je obavezan nadoknaditi načinjenu štetu u roku od 15 (petnaest) kalendarskih dana;
- Stanar je odgovoran za korišćenje ključa za pristup poslovnom prostoru. U slučaju pogrešnog korišćenja dodijeljenog ključa ili predaje ključa trećim licima Stanar je u potpunosti odgovoran prema IPC Tehnopolis i snosi punu finansijsku odgovornost za štete koje proizilaze iz takvih akcija;

U toku trajanja inkubacije Stanar je dužan da poštuje sve pozitivne zakonske propise koji su na snazi. Stanar će prilikom potpisivanja ugovora biti upoznat sa svim internim propisima IPC Tehnopolis i dužan je da se ponaša u skladu sa njima.

U toku boravka u IPC Tehnopolis , u periodu inkubacije stanar je dužan da radi na razvoju i unapređenju sopstvenog biznisa.

U cilju praćenja nivoa stanarevog razvoja, Stanar će dostavljati periodične izvještaje na zahtjev menažera biznis inkubatora IPC Tehnopolis, godišnji bilans stanja i uspjeha nakon što su isti ovjereni od strane ovlašćene institucije, te biti uključen u intervjue i istraživanja koje organizuje IPC Tehnopolis.

Zakupnina

Član 6

Tržišna cijena zakupa iznosi 10,00 € + PDV po m2 (4,00 € režijski troškovi + 6,00 varijabilni troškovi).

U toku boravka u IPC Tehnopolis, u periodu inkubacije Stanar će plaćati subvencioniranu cijenu zakupa počevši od dana potpisivanja Ugovora.

Početna cijena zakupa kancelarijskog prostora, mjesečno, iznosi 89,36 eura + PDV, a to se se odnosi na režijske troškove (4 eura m2 + PDV) za kancelariju broj 15, površine 22,34m² za prvih 6 mjeseci.

Nakon isteka tog perioda cijena zakupa će se uvećavati svakih 6 mjeseci za 20 % preostalih varijabilnih troškova (6,00€ x 20%= 1,20€ po m²).

Nakon isteka perioda od 30 (trideset) mjeseci od prijema prostora, Stanar je obavezan plaćati punu tržišnu cijenu zakupa (10,00€ + PDV po m²).

U režijske troškove spadaju:

- Električna energija za iznajmljenu kancelariju;
- Električna energija za zajedničke prostorije;

- Grijanje, klimatizacija i ventilacija;
- Utroška vode;
- Fizičko obezbjeđenje prostora;
- Čišćenje kancelarijskog prostora;
- Čišćenje zajedničkog prostora (sale, hodnici, stepenište, hol, parking) i
- Sanitarni materijal (sapuni, ubrusi).

Iznos i dinamika plaćanja, prezentovani su u sljedećoj tabeli

GODINA	**Godina 1**		**Godina 2**		**Godina 3**	
MJESECI	0-6	6-12	12-18	18-24	24-30	30-36
% tržišne cijene	0	20	40	60	80	100
cijena po m^2 EUR	0	1,2	2,4	3,6	4,8	6
Fiksni troškovi	4	4	4	4	4	4
mjesečno	89,36	116,17	142,97	169,78	196,59	223,40
PDV (21%)	18,76	24,39	30,02	36,21	41,28	46,91
UKUPNO	108,12	140,56	172,99	205,43	237,87	270,31

Stanar je dužan platiti ugovorenu cijenu, u skladu sa gore definisanim iznosima, u roku od pet dana od dana dostavljanja fakture, na račun IPC Tehnopolis kod Crnogorske komercijalne banke broj: 510-88080-28 ili na žiro raćun broj: 535-15602-27 kod Prve banke Crne Gore.

Član 7

IPC Tehnopolis je dužan obezbijediti sve uslove za nesmetan rad Stanara. U slučaju bilo kakvih kvarova, IPC Tehnopolis je dužan ukloniti kvar što je moguće prije.

IPC Tehnopolis zadržava pravo da promijeni gore definisane iznose u slučaju promjene vrijednosti na tržištu.

Izmjene gore definisane cijene će biti predmet Aneksa Ugovora uz saglasnost obje ugovorne strane. Stanar koji u roku od 30 dana ne prihvati Aneks Ugovora novom ponudom biti će dužan da napusti poslovne prostorije u roku od 30 dana.

Naknada štete

Član 8

Stanar će povjerenu opremu koristiti odgovorno i pažljivo i nakon isteka ovog Ugovora, vratiti IPC Tehnopolis. u primljenom stanju, o čemu će biti sačinjen zapisnik o primopredaji.

Štetu koju je izazvao Stanar ili jedan ili više njegovih članova tima, ili zaposleni, IPC Tehnopolis-u, osoblju IPC Tehnopolis, ostalim Stanarima ili trećoj strani, svi članovi tima solidarno su obavezni nadoknaditi u roku od 15 dana od nastanka iste.

Odredbe o povjerljivosti

Član 9

U toku trajanja Ugovora, ugovorne strane su dužne držati u tajnosti bilo koje povjerljive informacije o stanarima i IPC Tehnopolis, uključujući informacije vezane za biznis, pravne, finansijske ili lične prirode, a koje su vezane za ugovorne odnose, bilo u usmenom, pisanom, grafičkom ili elektronskom obliku (u daljem tekstu “Povjerljive informacije”)

Trajanje ugovora

Član 10

Ugovor se zaključuje na period od …. mjeseci, počev od …….. godine do ……... godine.

Ugovor se može produžiti na maksimalan period od 36 (trideset šest) mjeseci od dana potpisivanja Ugovora o inkubaciji, odnosno zvaničnog ulaska Stanara u poslovne prostorije.

Odredbe i uslovi prestanka ugovora

Član 11

Obje strane mogu jednostrano raskinuti Ugovor uz prethodnu pismenu najavu drugoj strani uz izvršenje svih preostalih obaveza poštujući, otkazni period od 30 dana.

IPC Tehnopolis zadržava pravo da otkaže ovaj Ugovor bez poštovanja otkaznog roka u sljedećim slučajevima:

- Ako Stanar prekrši zakon, odredbe ili pravilnike IPC Tehnopolis.
- Ako IPC Tehnopolis ustanovi da Stanar ne koristi dati prostor i resurse za razvoj biznisa, u skladu sa programom koji je predao IPC Tehnopolis.
- Ako stanar neprofesionalnim ponašanjem ometa rad drugih stanara ili osoblja IPC Tehnopolis.
- Svi ostali razlozi definisani kao takvi aktima IPC Tehnopolis.

Ostale odredbe

Član 12

Za sve što nije uređeno ovim ugovorom primjenjuju se odredbe pozitivno pravnih propisa Crne Gore.

Član 13

Sve izmjene i dopune ovog ugovora uz prethodnu saglasnost ugovornih strana urediće se posebnim aneksom ovog Ugovora.

Član 14

Zajedničke obaveze obje strane biće riješene u duhu dobre poslovne prakse i etike.

Član 15

Svi sporovi koji proizlaze iz ovog Ugovora ili u vezi s povredama odredbi, prestanka ili ništavnosti konačno će se riješiti pred stvarno I mjesno nadležnim sudom.

Član 16

U slučaju da bilo koja odredba ovog Ugovora u bilo kojem trenutku postane poništena ili nevažeća, to neće uticati na valjanost ostalih odredbi ovog Ugovora.

Član 17

Ovaj Ugovor je napravljen u 2 (dva) identična primjerka, od kojih svaka ugovorna strana zadržava po jedan primjerak.

Ugovorne strane potvrđuju saglasnost s odredbama ovog Ugovora potpisivanjem.

Inovaciono preduzetnički centar **……..**

“Tehnopolis” d.o.o. Nikšić **……..**

_____ _____

Izvršni direktor **Ovlašćeno lice**

…… **……..**

PRILOG 4: Biznis model kanvas, prmjer s pomoćnim pitanjima

Business Model Canvas

Dizajnirano za: | *Dizajnirao/la:* | *Datum:* | *Verzija:*

Ključni partneri

Ko su naši ključni partneri? Ko su naši ključni dobavljači? Koje ključne resurse pribavljamo od partnera? Koje ključne aktivnosti obavljaju partneri?

RAZLOZI ZA PARTNERSTVO: Optimizacija i ekonomičnost. Smanjenje rizika i nesigurnosti. Sticanje određenih resursa i usluga.

Ključne aktivnosti

Koje ključne aktivnosti su potrebne za ostvarenje naših prijedloga vrijednosti? Naši kanali distribucije? Odnosi s kupcima? Tokovi prihoda?

KATEGORIJE: proizvodnja, rješavanje problema, platforma/mreža

Ključni resursi

Koji ključni resursi su potrebni za ostvarenje naših prijedloga vrijednosti? Naši kanali distribucije? Tok prihoda od odnosa s kupcima?

VRSTE RESURSA: fizički, intelektualni (patent, brend, autorska prava, podaci), ljudski, finansijski…

Prijedlog vrijednosti

Kakvu vrijednost isporučujemo kupcu? Koji od problema naših kupaca rješavamo? Koje proizvode i usluge nudimo kupacima? Kojim potrebama kupaca udovoljavamo?

KARAKTERISTIKE: novost, izvedba, prilagodba, „završavanje posla“, dizajn, brend/status, cijena, smanjenje troškova, smanjenje rizika, pristupačnost, praktičnost/upotrebljivost…

Odnosi s kupcima

Kakvu vrstu odnosa očekuju naši kupci da uspostavimo i održavamo s njima? Koje odnose smo uspostavili? Kako su integrisani s ostatkom našeg poslovnog modela? Koliko nas to košta?

Kanali

Na kojim kanalima se nalaze naši kupci? Kako ih sada kontaktiramo i prikazujemo im sadržaj? Kako su integrisani naši kanali? Koji donose najbolje rezultate? Koji su najisplativiji? Kako ih integrišemo sa potrebama kupaca?

Segmenti kupaca

Za koga kreiramo vrijednost? Ko su naši najvažniji kupci? Je li naša baza kupaca masovno tržište, nišno tržište, segmentirano, raznoliko, višestrana platforma?

Troškovi

Koji su najvažniji troškovi u vašem poslovnom modelu? Koji su ključni resursi najskuplji? Koje su ključne aktivnosti najskuplje?

JE LI VAŠE POSLOVANJE VIŠE: usmjereno na minimiziranje troškova gdje god je moguće (najniža struktura troškova, maksimalna automatizacija, opsežni outsourcing), ili usmjereno na kreiranje vrijednosti (fokusirano na kreiranje vrijednosti, premium vrijednosti).

NA PRIMJER: Fiksni troškovi (plate, renta, režije), varijabilni troškovi, ekonomija obima, ekonomija razmjera

Novčani tokovi

Koliko su naši kupci zaista spremni da plate? Za šta trenutno plaćaju? Kako trenutno plaćaju? Kako bi radije platili? Koliko svaki tok prihoda doprinosi ukupnim prihodima?

VRSTE: prodaja imovine, naknada za korišćenje, naknade za pretplatu, pozajmljivanje / iznajmljivanje / zakup, licenciranje, naknade za posredovanje, oglašavanje…
FIKSNA CIJENA: kataloška cijena, cijena koja ovisi o značajci proizvoda, zavisi o segmentu kupca, zavisi o količini
DINAMIČKE CIJENE: pregovaranje (cjenkanje), upravljanje prinosom, tržište u stvarnom vremenu