CENTAR ZA STRUČNO
OBRAZOVANJE

KULTUR
Kontakt
AUSTRIA

Autorke:
Mr Jelena Đikanović
Valentina Veličković
Milica Mrdak
Mr Biljana Obradović

Saradnici:
Srđan Obradović
Robert Mršić
Sofia Gazivoda

PREDUZEĆE ZA VJEŽBU
Priručnik za učenike srednjih stručnih škola

Izdavači:
CENTAR ZA STRUČNO OBRAZOVANJE
KULTUR Kontakt AUSTRIA
Podgorica
Crna Gora
2012.

Tehnički urednik:
Dejan Stanić

Lektor:
Aleksandra Delibašić

Štampa:
IVPE Cetinje

Tiraž:
1500

ISBN 978-86-7796-050-6

©Copyright
Sva prava na ovaj priručnik su zadržana.
Zakonom o autorskim pravima, nijedan dio ovog priručnika, u bilo kojoj formi ili obliku, kao i čuvanje u bazi podataka ili dalje proslijeđivanje nije moguće bez odobrenja Izdavača.

Realizaciju ovog priručnika omogućila je organizacija „KulturKontakt Austria“

PzV

PREDUZEĆE za VJEŽBU

Priručnik za učenike srednjih stručnih škola

Uvod

Svakodnevne tehnološke promjene, rastuća konkurencija i globalizacija, rezultuju potrebom za stalnim razvojem i usavršavanjem. Jednom stečena znanja i vještine nijesu i ne mogu biti dovoljne za lični i profesionalni napredak.

U vrijeme približavanja Crne Gore Evropskoj Uniji, stručni obrazovni sistem se orjentiše na razvoj ključnih kompetencija. Preduzetništvo je značajan pokretač inovacija, konkurentnosti i rasta i jedna od osam ključnih kompetencija. Preduzetničko učenje ljudima pruža mogućnost da se razvijaju i primjenjuju svoju kreativnost u raznovrsnim ekonomskim i socijalnim kontekstima. Od preduzetnički orijentisanih ljudi potiču ideje za stvaranje bogatstva, neophodne za ekonomski rast i oni ih mogu sprovoditi u djelo. Oni takodje mogu značajno doprinijeti razvoju prvoklasnih javnih usluga i stvaranju uspješnog sektora socijalnih usluga koji odgovara na potrebe društva.

Reforma srednjeg stručnog obrazovanja donijela je novine u obrazovnim programima. Posebna pažnja posvećena je uvođenju inovativne nastavne metode Preduzeće za vježbu. Značajnu podršku u realizaciji ove nastavne metode pružio je ECO NET projekat, koji u Crnoj Gori realizuje austrijska organizacija KulturKontakt u saradnji sa Ministarstvom prosvjete i sporta i Centrom za stručno obrazovanje.

U okviru ovog projekta, izvršena je obuka nastavnika, opremljeni su kabineti za nastavu Preduzeća za vježbu, osnovan je Servis centar preduzeća za vježbu, organizovani su sajmovi i promovisana je ova inovativna nastavna metoda. Najvažniji momenat, kako za ECO NET, tako i za ovu vrstu nastave, bio je uvođenje ovog predmeta kao obaveznog, za obrazovne profile „Ekonomski tehničar“ i „Tehničar marketinga i trgovine“ u školskoj 2009/2010. godini. Od tada je Preduzeće za vježbu sastavni dio crnogorskih stručnih škola.

Ovaj priručnik je namijenjen učenicima i treba da pruži značajan doprinos u obezbjeđivanju kvaliteta nastave. On obuhvata praktične teme nastave iz Preduzeća za vježbu, kao što su: pronalaženje biznis ideje, prepoznavanje poslovne šanse na tržištu, izrada biznis plana, korespondencija, postupak osnivanja i registracija preduzeća, upoznavanje sa radom Servis Centra Preduzeća za vježbu, organizacija preduzeća, komunikacija i priprema za sajam.

Nadamo se da će ovaj priručnik doprijeniti da razvijete nephodne vještine i stavove koji će vam pomoći u daljem planiranju života i poslovne karijere.

Podgorica,

jul 2012.

Autorke

Sadržaj:

Preduzeće za vježbu

1.1 Šta je preduzeće za vježbu? . . . 11
1.2 Ciljevi PZV-a . . . 11
1.3 Organizacija rada . . . 12
1.4 Preduzeće za vježbu i realno preduzeće – razlike . . . 14
1.5 Servis Centar preduzeća za vježbu Crne Gore . . . 14
1.5.1 Osnovni poslovi Servis Centra PZV: . . . 15
1.6 Poslovna (Biznis) ideja . . . 15
1.7 Poslovni (Biznis) plan . . . 17
1.7.1 Šta treba da sadrži poslovni plan? . . . 17
1.7.1.1 Naslovna strana - osoba ili tim koji je radio poslovni plan. . . . 18
1.7.1.2 Pregled sadržaja . . . 18
1.7.1.3 Rezime . . . 18
1.7.1.4 Vizija preduzeća . . . 19
1.7.1.5 Misija preduzeća . . . 19
1.7.1.6 Određivanje ciljeva i zadataka . . . 19
1.7.1.7 Slogan . . . 19
1.7.1.8 Analiza tržišta proizvoda ili usluge . . . 20
1.7.1.9 Marketing plan . . . 20
1.7.1.10 Tehničko - tehnološka analiza . . . 21
1.7.1.11 Analiza zaštite životne sredine i zaštite na radu . . . 21
1.7.1.12 Finansijski plan . . . 21
1.7.1.13 Vremenski plan realizacije. . . . 22
1.7.1.14 Prilozi . . . 22

Praktičan rad

2.1 Registracija preduzeća za vježbu . . . 25
2.1.1 Potrebna dokumenta i procedura registracije PZV . . . 26
2.2 Korespondencija u vezi sa zasnivanjem radnog odnosa . . . 27
2.2.1 Odluka o potrebi zasnivanja radnog odnosa . . . 28
2.2.2 Konkurs o popuni slobodnih radnih mijesta . . . 28
2.2.3 Prijava radi zasnivanja radnog odnosa . . . 28
2.2.4 Radna biografija (CV) . . . 28
2.2.5 Razgovor sa prijavljenim kandidatima . . . 30
2.2.6 Obavještenje o izboru kandidata . . . 30
2.2.7 Ugovor o radu . . . 30
2.3 Sektori u preduzeću za vježbu . . . 31
2.3.1 Sekretarijat . . . 31
2.3.2 Nabavka . . . 33
2.3.3 Prodaja . . . 35
2.3.4 Marketing . . . 37
2.3.5 Računovodstvo . . . 37

2.4 Rad u sektorima . . . 38
2.4.1 Sekretarijat . . . 38
2.4.2 Nabavka . . . 40
2.4.3 Prodaja . . . 41
2.4.4 Obračun PDV . . . 42
2.4.5 Obračun i knjiženje zarada . . . 43
2.4.5.1 Obračun zarada . . . 43
2.4.5.2 Primjer obračuna zarade za jednog radnika za januar 2012. godine . . . 45
2.5 Rotacija poslova u preduzeću za vježbu . . . 46

Komunikacija /PR/ preduzeća

3.1 Kontakt sa preduzećima . . . 49
3.2 Sajam . . . 53
3.3 Međunarodna saradnja . . . 62
3.3.1 EUROPEN (cms.europen.info) . . . 62
3.3.1.1 Osnovne informacije o EUROPEN-u . . . 62
3.3.1.2 Važni projekti . . . 62
3.3.1.3 Korisna pomoć . . . 63
3.3.2 ACT (www.act.at) . . . 63
3.3.2.1 Osnovne informacije o ACT-u . . . 63
3.3.2.2 Projekti od ACT . . . 64
3.3.3 Primjer iz Austrije i Crne Gore . . . 65
3.3.3.1 Jedno crnogorsko preduzeće se predstavlja . . . 65
3.3.3.2 Jedno austrijsko preduzeće se predstavlja . . . 67

Literatura, Izvori . . . 69

Prilozi

Prilog br. 1: Odluka o potrebi zasnivanja radnog odnosa . . . 73
Prilog br. 2: Konkurs o popuni slobodnih radnih mijesta . . . 74
Prilog br. 3: Tekst oglasa u sredstvima javnog informisanja . . . 75
Prilog br. 4: Prijava radi zasnivanja radnog odnosa . . . 76
Prilog br. 5: Primjer CV-a . . . 77
Prilog br. 6: Zapisnik komisije o provjeri prispjelih prijava . . . 78
Prilog br. 7: Odluka direktora o izboru kandidata . . . 79
Prilog br.8: Obavještenje o izboru kandidata . . . 80
Prilog br. 9: Ugovor o radu . . . 81
Prilog br.10: Upit kupca . . . 83
Prilog br.11: Opšta ponuda . . . 84
Prilog br.12: Porudžbenica . . . 85
Prilog br.13: Prijemnica - kalkulacija . . . 86
Prilog br.14: Izvještaj o obračunatim i isplaćenim ličnim primanjima za zaposlene . . . 87
Prilog br.15: Mjesečna prijava za obračun poreza na dodatu vrijednost . . . 88
Prilog br.16: Nalozi za knjiženje . . . 89

1

preduzeće za vježbu

U ovom poglavlju:

1.1 Šta je preduzeće za vježbu? 11
1.2 Ciljevi PZV-a 11
1.3 Organizacija rada 12
1.4 Preduzeće za vježbu i realno preduzeće – razlike 14
1.5 Servis Centar preduzeća za vježbu Crne Gore 14
1.5.1 Osnovni poslovi Servis Centra PZV: 15
1.6 Poslovna (Biznis) ideja 15
1.7 Poslovni (Biznis) plan 17
1.7.1 Šta treba da sadrži poslovni plan? 17
1.7.1.1 Naslovna strana - osoba ili tim koji je radio poslovni plan. 18
1.7.1.2 Pregled sadržaja 18
1.7.1.3 Rezime 18
1.7.1.4 Vizija preduzeća 19
1.7.1.5 Misija preduzeća 19
1.7.1.6 Određivanje ciljeva i zadataka 19
1.7.1.7 Slogan 19
1.7.1.8 Analiza tržišta proizvoda ili usluge 20
1.7.1.9 Marketing plan 20
1.7.1.10 Tehničko - tehnološka analiza 21
1.7.1.11 Analiza zaštite životne sredine i zaštite na radu 21
1.7.1.12 Finansijski plan 21
1.7.1.13 Vremenski plan realizacije. 22
1.7.1.14 Prilozi 22

1.1 Šta je preduzeće za vježbu?

Simulacija firme...

- ...učenici rade,
- ...u zgradi škole,
- ...u jednoj posebnoj, za to opremljenoj prostoriji (kabinet za ekonomsku grupu predmeta),
- ...uz korišćenje računara, faksa, skenera, štampača... kao u realnom preduzeću,
- ...kupci i dobavljači su druga domaća i međunarodna preduzeća za vježbu i
- ...sve se odvija realno, osim toka novca i robe (novac i roba su fiktivni).

Preduzeće za vježbu predstavljaju inovativni oblik nastave u kome se zahtijeva sinteza: teorije, prakse i preduzetničkog načina razmišljanja. Ona su idealan model na kome se može uvježbavati privredna aktivnost i preduzetnički duh.

- Preduzeće za vježbu je mjesto za učenje putem simulacije preduzeća sa odgovarajućim organizacionim formama (nabavka, prodaja, marketing, računovodstvo, kadrovi, sekretarijat, odjeljenje za elektronsku obradu podataka) i procesima.
- Pomenuto preduzeće je model preduzeća koje omogućava da se simuliraju tokovi u realnom preduzeću sa različitim stepenom poteškoća i tako postanu transparentni za proces učenja.
- Takođe, ova preduzeća sarađuju na nacionalnom tržištu sa ostalim domaćim preduzećima za vježbu i njihovim servisnim centrom, te na međunarodnom tržištu sa inostranim preduzećima za vježbu.
- Cilj procesa učenja PZV-a je interdisciplinarno, na učenike fokusirano, simuliranje ekonomskih procesa i tokova, odlučivanja unutar preduzeća, kao i između preduzeća. (Npr. učenik kao referent nabavke u PZV- u treba da primijeni svoje znanje iz poslovne ekonomije).

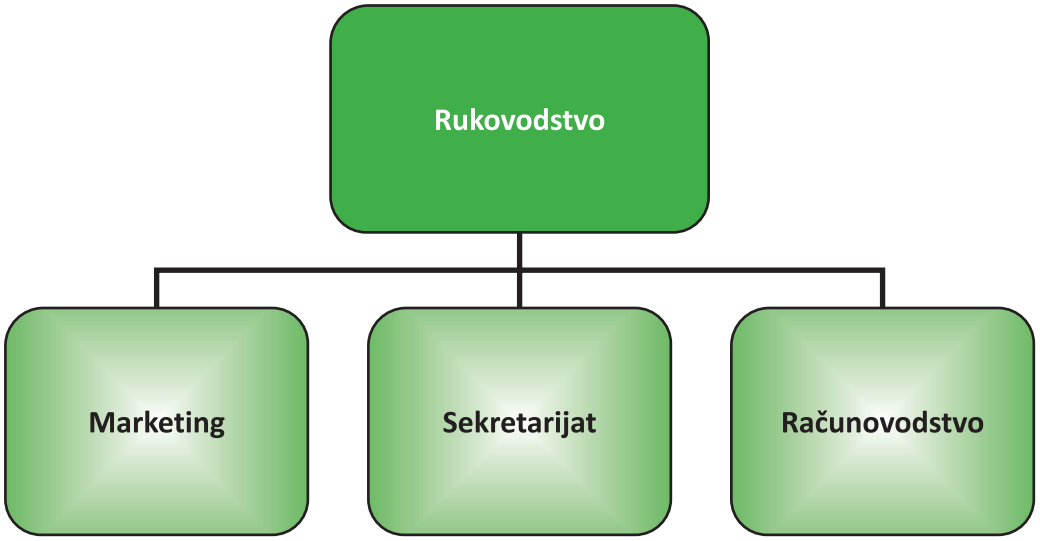
> *Rad u preduzeću za vježbu je promijenio školsku situaciju, kako učionicu, tako i socijalnu prostoriju škole. Dobro obrazovni, motivisani i fleksibilni preduzetnici i zaposleni, mogu se uspješno dokazati u budućnosti u nekom svom malom biznisu na privrednom tržištu, koje je obilježeno brzim promjenama u društvu i tehnologiji. PZV unapređuje ugled škole i može se koristiti za pronalaženje sponzora i mentora u privredi. Kontakt PZV u sa ostalim virtuelnim preduzećima, stvara nove odnose prema drugim školama u zemlji i inostranstvu i postaje osnova za nova partnerstva.*

1.2 Ciljevi PZV-a

- Primjena stečenih teorijskih znanja u praksi;
- Razvijanje sposobnosti za kreativnost, timski rad i komunikativnost;
- Razvijanje preduzetničkog duha;
- Priprema za samostalno obavljanje poslova u realnim firmama;
- Uspješna saradnja sa ostalim PZV;
- Primjena savremene tehnologije i savremenog načina razmišljanja;

- Izrada biznis plana preduzeća;
- Osposobljavanje za rad u različitim sektorima;
- Uvođenje u poslovne probleme i njihovo rješavanje;
- Kreiranje marketing strategije.

1.3 Organizacija rada



Primjer organizovanja po sektorima u PZV-u

Svako preduzeće za vježbu je, shodno praksi, podijeljeno na sektore (službe), koji imaju određene aktivnosti koje obavljaju u sklopu redovnog poslovanja. Ovdje je prikazana najednostavnija organizaciona struktura sa pregledom mogućih poslova.

Sekretarijat

- Vodi evidenciju zaposlenih;
- Vodi evidenciju primljene i otpremljene pošte;
- Obavlja eksternu i internu komunikaciju;
- Formira imenik preduzeća sa kojima sarađuje;
- Vodi računa o upotrebi pečata;
- Čuva dokumentaciju vezanu za osnivanje i registraciju PZV.

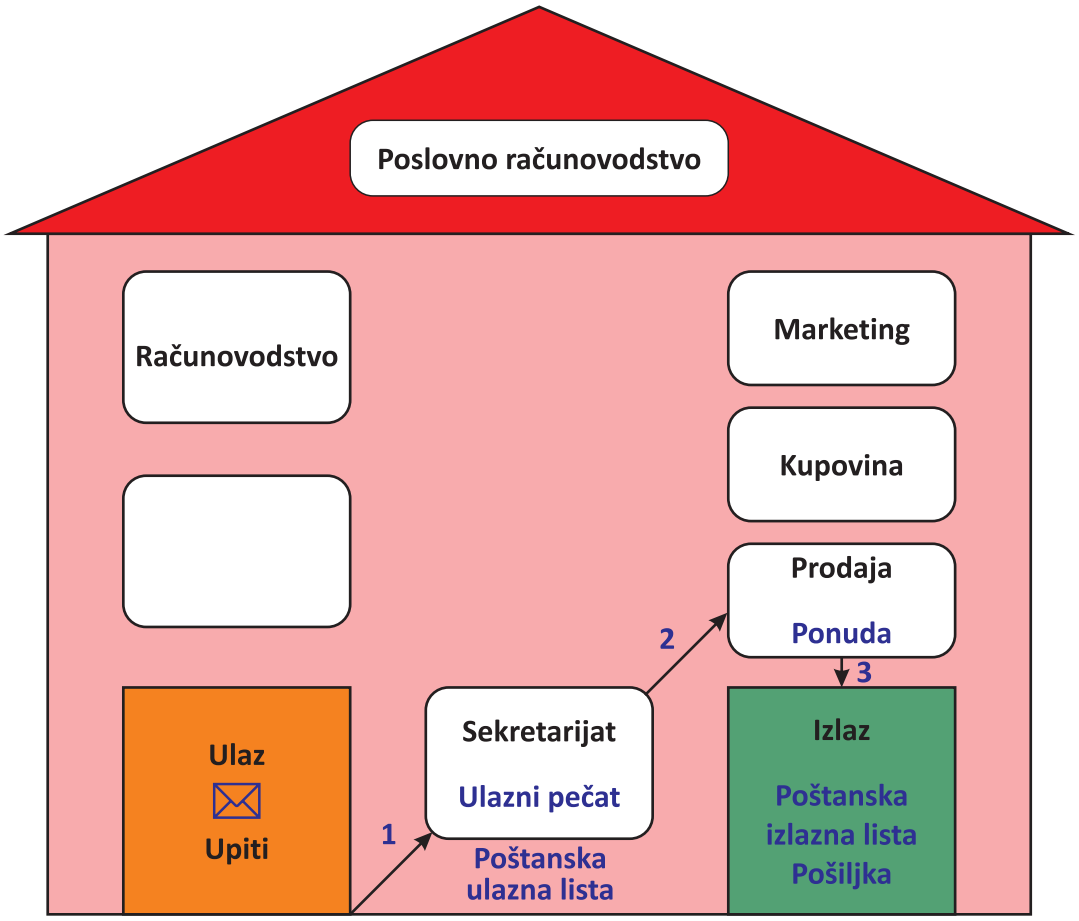
Marketing

- Izrada loga i slogana preduzeća;
- Izrada kataloga i ostalog propa;andnog materijala;
- Praćenje i istraživanje tržišta;
- Prodaja;
- Nabavka;
- Politika proizvoda, asortimana i cijena;
- Priprema za sajam.

12

Računovodstvo

- Uspostavlja vođenje poslovnih knjiga (početni bilans stanja, konta glavne knjige);
- Knjiži sve poslovne promjene;
- Vodi evidenciju o plaćanju i naplatama, i kontrolu izvršenja plaćanja - izvodi;
- Obračun zarada i saradnja sa sekretarijatom pri obračunu istih;
- Pravi prijavu o plaćanju poreza;
- Sarađuje sa sektorom nabavke i prodaje radi upoređivanja naplata i isplata.



Pregled poslova „kuće PZV-a“

Ko su kupci preduzeća za vježbu?

- Druga preduzeća za vježbu u zemlji;
- Druga PZV u inostranstvu (upotreba stranih jezika);
- Radnici PZV u zemlji i inostranstvu (kupovine radnika).

Kako PZV dolazi do kupaca?

- PZV u svojoj školi: interna komunikacija u školi, npr. sopstvena oglasna tabla, posjete;
- Druga PZV u zemlji ili inostranstvu: popis PZV centrale, telefonski kontakti u slučaju poklapanja radnog vremena, u pisanoj formi ili e-mailom.

1.4 Preduzeće za vježbu i realno preduzeće – razlike

Iako se i nastavnici i učenici trude da njihovo preduzeće što više liči na realno, ipak postoje neke razlike koje su navedene u tabeli:

Kriteriji razlikovanja	Preduzeće za vježbu	„Stvarna“ firma
Rad	Donose se preduzetničke odluke kao i u stvarnosti, ali postoji simulacija robe i usluga	Cijeli spektar mogućih djelatnosti, roba ili usluga
Tok novca	Nema stvarnog toka novca	Tok novca
Preduzetnički rizik	Nema preduzetničkog rizika	Preduzetnički rizik
Spoljni kontakt	Prvenstveno sa drugim PzV-ima (zatvorena nacionalna privreda) Često utiče nastavnik	Nacionalna ekonomija
Kompletnost zadataka i djelatnosti	Širenje zadataka kao proces učenja	Sprovođenje zadataka i djelatnosti je nužnost
Teorija i praksa	Teorija i praksa su centralni elementi	Svakodnevni rad se nalazi u fokusu mnogih preduzeća

Kriteriji razlikovanja	Preduzeće za vježbu	„Stvarna“ firma
Struktura organizacije	Rotacija poslova kao centralni elemenat učenja	Rotacija poslova kao elemenat razvoja osoblja u modernom i uspješnom preduzeću
Izbor djelatnosti i proizvoda	Nastavnik - učenik – tržište preduzeća za vježbu	Tržište - preduzetnik
Radno vrijeme	4 časa nedjeljno	„Normalno“ radno vrijeme
Kriterijumi uspjeha	Broj šansi za učenje, tj. dinamika u sopstvenom PzV-u, ulazna pošta i broj aktivnosti	Dobit, dugoročna pozicija na tržištu, održavanje preduzeća i radnih mjesta, itd.
. . .		

1.5 Servis Centar preduzeća za vježbu Crne Gore

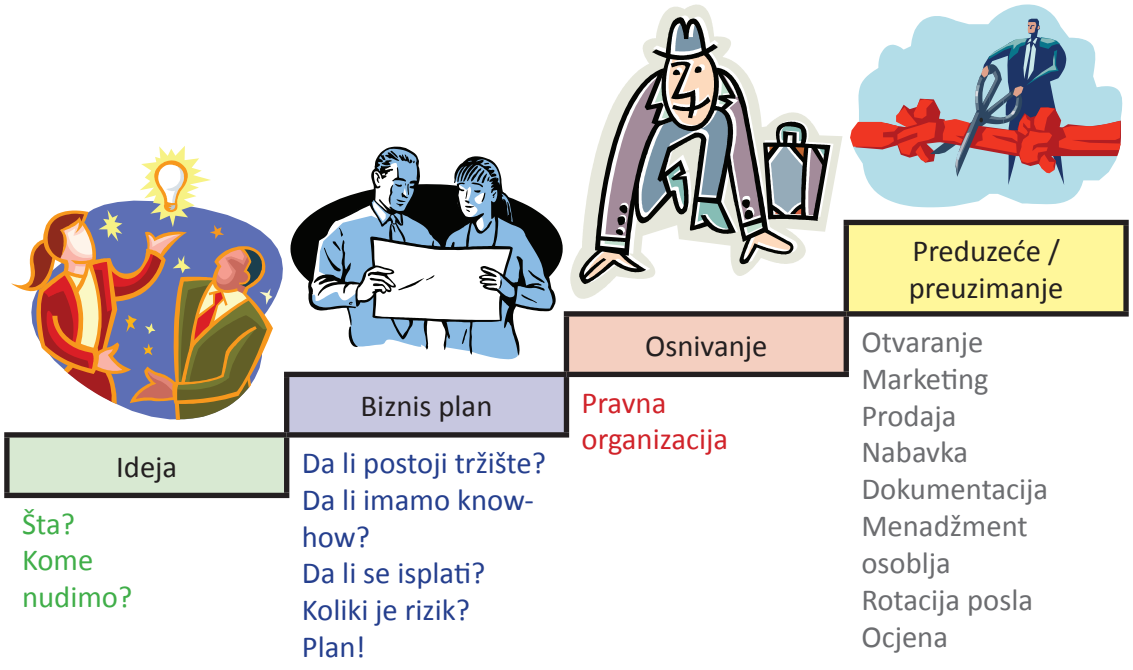
Crnogorski Servis Centar (www.serviscentarpzv.me) je osnovan u junu 2005. god. sa sjedištem u Centru za stručno obrazovanje. Osnovna funkcija Servis Centra je obezbjeđivanje realnog poslovnog okruženja preduzećima za vježbu, preuzimanjem uloge institucija sa kojima stvarna preduzeća sarađuju (centralni registar privrednih subjekata, poreska uprava, banka, fondovi osiguranja i sl.), kao i rad na unapređenju i promovisanju preduzetničkog učenja u srednjim školama.

Servis Centar je nosilac aktivnosti za uključivanje crnogorskih preduzeća za vježbu u EUROPEN (Asocijaciju preduzeća za vježbu na nivou Evropske unije), i predstavlja sponu između domaćih i preduzeća za vježbu na međunarodnom tržištu.

1.5.1 Osnovni poslovi Servis Centra PZV

- Sprovodi postupak registracije i produžetak registracije preduzeća za vježbu;
- Izdaje potvrdu o registraciji, odnosno o produžetku registracije;
- Pravi bazu podataka o registrovanim preduzećima za vježbu;
- Rješava eventualne sporove između preduzeća za vježbu;
- Prati ispravnost i način poslovanja preduzeća i vodi evidenciju o njihovom radu;
- Vrši registraciju poreskog obveznika, tj.dodjeljuje poreski identifikacioni broj (PIB);
- Izdaje potvrdu o prijavi kod poreske uprave, tj. PIB-u;
- Vodi evidenciju PDV obveznika;
- Prima obrasce o uplaćenim obračunima zarada, PDV-u i drugim porezima i dažbinama;
- Otvara žiro račun preduzećima za vježbu;
- Unosi podatke o PZV-u u međunarodnu bazu podataka EUROPEN;
- Postavlja na sajtu Servis Centra osnovne podatke o preduzećima, informacije, obavještenja koje su vezane za rad i funkcionisanje PZV-a i njihovu komunikaciju sa ostalim preduzećima, kako u zemlji, tako u inostranstvu;
- Uvodi sistem kvaliteta rada preduzeća za vježbu;
- Organizuje takmičenja za preduzeća za vježbu;
- Organizuje nacionalne sajmove preduzeća za vježbu i učešće na međunarodnim sajmovima;
- Organizuje seminare za obuku nastavnika;
- Podrška školama, učenicima i nastavnicima;
- Povezivanje i umrežavanje sa Servisnim Centrima drugih zemalja.

1.6 Poslovna (Biznis) ideja



Od ideje do procvata PZV-a

Poslovna ideja kao osnova poslovnog uspjeha

Svaka uspješna ideja je u početku samo jedno razmišljanje, prije nego što pređe u poslovnu realizaciju od strane osobe koja želi da se bavi određenim poslom. Mogu se razlikovati interne i eksterne poslovne ideje.

Interne koje potiču iz same osobe, tj. hobija koji može da se razvije u poslovnu ideju.

Eksterne poslovne ideje, koje nastaju prepoznavanjem rupa na tržištu, imitacijom poznatih firmi ili osmišljavanjem potpuno novog proizvoda.

Nije svaka ideja i šansa.Treba praviti razliku između ideje i šanse. Šansa se bazira na onome što kupci žele. Možete imati dobru ideju, ali ako to što želite prodati ne zadovoljava bilo koju potrebu, propašće vam namjera.

Jedna ideja je poslovna šansa, ako ispunjava sljedeće kriterijume:

- Da li je interesantna kupcima? Da li je dovoljno atraktivna?
- Da li će funkcionisati u vašem poslovnom okruženju?
- Da li je trenutna situacija na tržištu interesantna za realizaciju?
- Da li imate sposobnost i resurse da ostvarite ideju?
- Ako nemate ni sposobnost ni resurse, da li znate nekoga ko ih ima, a sa kim biste rado radili?
- Da li vjerujete da proizvod ili uslugu možete da ponudite po cijeni koja će privući kupce, a ipak donijeti dobit?

Ova pitanja prodiskutovati i ukoliko je većina odgovora pozitivino, onda je vaša ideja ujedno i šansa.

Kako doći do konkretnih poslovnih ideja?

Možete dati odgovore na sljedeća pitanja i o njima raspravljati:

- Da li postoji neka djelatnost sa kojom bi rado u budućnosti radili ili se njom bavili?
- Koje hobije imate i postoji li mogućnost da hobi pređe u neku djelatnost?
- Ili konkretno, da li neki od učenika ili njihovih roditelja obavlja neku djelatnost, pa u okviru te djelatnosti osmisliti ideju za preduzeće za vježbu?
- Možete li pronaći neku novu djelatnost koja ne postoji, a može da se obavlja na postojećem tržištu preduzeća za vježbu?
- Postoji li mogućnost da preduzeće za vježbu obavlja neku uslužnu djelatnost za druga preduzeća za vježbu, kao izrada sajtova, vođenje poslovnih knjiga, organizacija seminara, špedicija i sl?

Tržišna i marketing analiza

Prije nego što izađete na tržište sa poslovnom idejom, potrebno je izvršiti analizu tržišta kroz pitanja i odgovore:

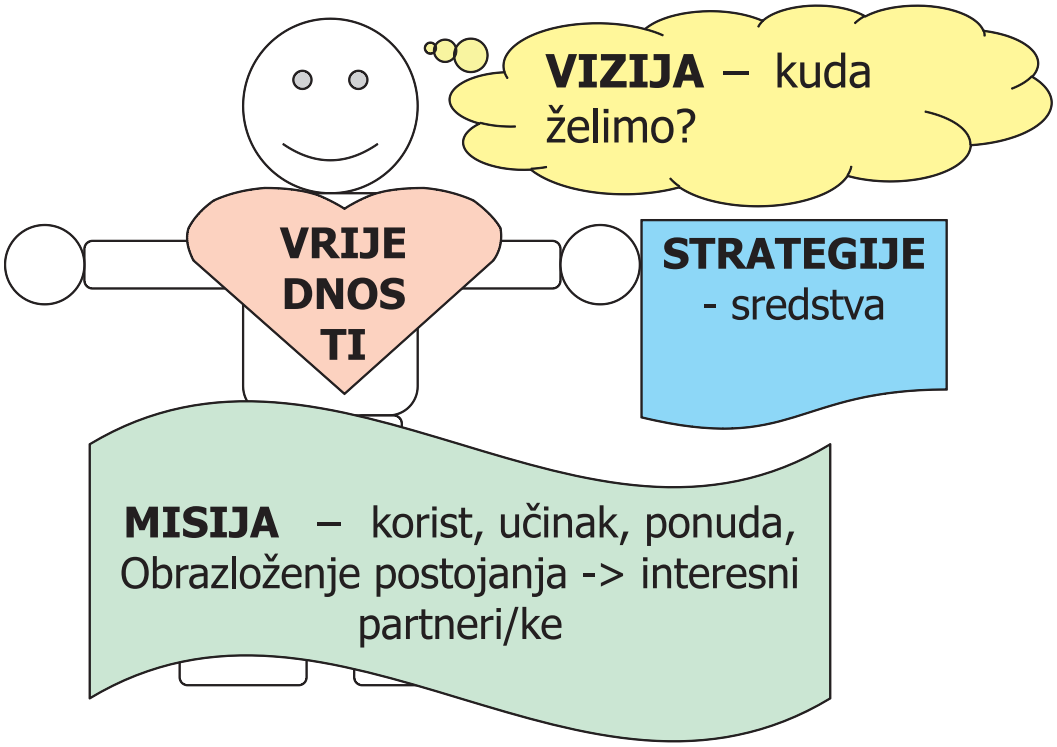
- Kako dobro stoji izabrana djelatnost u realnoj privredi i na tržištu preduzeća za vježbu?
- Koliko je takvih preduzeća već formirano (konkurencija)?
- Ko su kupci proizvoda i usluga preduzeća za vježbu?
- Koji je njihov broj?
- Jesu li kupci samo radnici preduzeća za vježbu, nastavnici i učenici škole?
- Ko su dobavljači: druga preduzeća za vježbu ili partnerska firma?

Kada je određeno tržište, potrebno je uraditi i **marketing analizu**:

- **Proizvod ili usluga, asortiman**; odrediti tačan broj proizvoda ili usluga (za početak rada manji broj, pa ćete vremenom uvoditi ostale proizvode/usluge);
- **Politika cijena**; odrediti po kojim cijenama prodavati proizvod-uslugu, izrada cjenovnika (u prvom periodu možete koristiti cjenovnik partnerske firme);
- **Promocija i prodaja proizvoda-usluga**; odrediti načine prodaje – maloprodaja, prodaja putem kataloga, interneta, kao i na koji način se promovisati i kako će vas prepoznavati na tržištu.

Bitna stvar kod odabira proizvoda i usluga je da budu atraktivni učenicima, jer se oni nalaze u dvostrukoj ulozi, i kao kupci i prodavci. Takođe, nastavnik bi trebao da poznaje djelatnost koju želi da simulira kako bi pomogao učenicima u radu.

Krug djelatnosti bi trebao biti orijentisan na trgovinu, jer je proizvodnju teže simulirati u učionici.



Razvoj ideala Vision–Mission–Man

1.7 Poslovni (Biznis) plan

1.7.1 Šta treba da sadrži poslovni plan?

Poslovni plan je dokument, vremenski ograničen, koji treba da provjeri i pokaže opravdanost preduzetničke ideje i da potencijalnim investitorima omogući uvid u profitabilnost ideje.

Ovaj plan predstavlja pisani sažetak svih aktivnosti relevantnih za ostvarenje određene ideje. Svrha njegove izrade je da prezentira koliko je i da li je finansijski i operativno uspješan određeni posao, tj. određena poslovna ideja.

Pomenuti plan treba da vam pomogne da kroz njegovu izradu precizno formulišete ideju, sagledate uslove za njenu realizaciju, kao i potencijale, rizike i ograničenja. Svaka je poslovna ideja jedinstvena i, stoga, i plan mora biti jedinstven.

Takođe, poslovni plan omogućava da se na objektivan način sagleda opravdanost i mogućnost realizovanja određene poslovne ideje, i ukoliko se pokaže sa tehničko-tehnološkog, ekonomskog i finansijskog aspekta kao opravdana i prihvatljiva, onda treba donijeti pozitivnu odluku, tj. odobriti potreban iznos finansijskih sredstava i realizovati poslovnu ideju.

Međutim, poslovni plan može da pokaže da ideju ne treba realizovati zbog: nedostatka kvalitetnih izvora, nepostojanja likvidnih kupaca, nestabilnih uslova privređivanja i dr.

Poslovni plan služi preduzeću kao vodič u budućem razvoju i osnov za obezbjeđivanje eksternih izvora finansiranja. Suština je u razradi poslovne ideje koju morate provjeriti i testirati.

Svaki poslovni plan treba da sadrži:

- naslovnu stranicu, tj. podatke o osobi ili timu koji je radio poslovni plan,
- pregled sadržaja,
- uvod (rezime),
- viziju preduzeća,
- misiju preduzeća,
- određivanje ciljeva i zadataka,
- analizu tržišta proizvoda ili usluge,
- marketing plan,
- tehničko-tehnološka analiza,
- analiza zaštite životne sredine i zaštite na radu,
- finansijski plan,
- vremenski plan realizacije,
- priloge.

1.7.1.1 Naslovna strana - osoba ili tim koji je radio poslovni plan

Naslovna strana biznis plana sadrži naziv preduzeća sa logom (ako ga posjeduje), adresu i telefonski broj preduzeća, odgovornu osobu, oznaku da se radi o biznis planu, vremensku dimenziju za koje vrijeme je izrađen biznis plan (trajanje biznis plana), naznaku da se radi o povjerljivom dokumentu, ako je potrebno, navesti autora biznis plana. Ukoliko se radi biznis plan za finansiranje, onda se navodi i naziv banke ili finansijske institucije kojoj se podnosi plan.

1.7.1.2 Pregled sadržaja

Sadržaj obuhvata sve djelove biznis plana, sa oznakom broja stranice na kojoj se nalazi i omogućava da se korisnik plana s lakoćom snađe i pronađe djelove plana.

1.7.1.3 Rezime

Rezime služi za jasnu i prodornu prezentaciju ključnih aspekata poslovne aktivnosti na koju se plan odnosi. Jasno se informiše o kakvom se poslu radi i ističu se najvažniji pokazatelji o pravom poslovnom poduhvatu. Ovaj dio biznis plana treba da privuče potencijalnog poslovnog partnera, banku i slično na finansijsku podršku. Rezime se može uraditi i na kraju kada se postave svi relevantni elementi koji pokazuju da će planirani posao ostvariti profit.

(Na primjer - na jednoj stranici: naziv, pravni oblik i adresa firme; podaci odgovorne osobe, svrha biznis plana, kratak opis posla i osnovni ciljevi, kratak pregled tržišta, akcije koje preduzimate da bi vaš posao uspio, tim koji radi sa kvalifikacijama, potrebni iznosi sredstava i njihovo korišćenje, očekivani rezultati i rok kada će oni biti realizovani).

1.7.1.4 Vizija preduzeća

Pod vizijom se podrazumijeva ideja vodilja, koja formuliše izjave o budućnosti kojoj se teži i koja se u principu može dostići. Vizija je, dakle, jednostavan i iskren opis dugoročnog razmišljanja preduzeća. Na osnovu vizije može da se razvije strategija za postizanje ovih ciljeva. Primjer za viziju: hoćemo da postanemo vodeći na tržištu u našoj zemlji.

1.7.1.5 Misija preduzeća

U ovom dijelu biznis plana daje se kratak opis pravnog oblika firme, svrhe biznisa, kome su proizvodi ili usluge namijenjeni, gdje je firma locirana, koje su konkurentske prednosti, ko su kupci, odnosno ciljno tržište, kao i koji su vaši ukupni planovi i ambicije. Poslovnu ideju, odnosno preduzeće treba predstaviti što jednostavnije, bez upotrebe specifičnih pravnih i drugih uskostručnih izraza.

1.7.1.6 Određivanje ciljeva i zadataka

Već ste se bavili prvim ciljem koji ima preduzetnik - da razvijete poslovnu ideju i u vezi s njom uradite i poslovni plan. Za poslovni plan je važno da se definišu ciljevi samo za vašu poslovnu ideju. Da bi se uspješno realizovao cilj, nepohodno je, međutim, mnogo truda, energije, sreće, ali i mnogo novca.

Ciljevi moraju biti usklađeni sa misijom koju preduzimate i trebalo bi da budu formulisani, tako da određuju direktne smjernice za poslovanje, koje su definisane u narednom periodu:

- ciljevi jasno definisani i precizni,
- ciljevi realni i ostvarljivi,
- ciljevi poređani prema prioritetima,
- ciljevi mjerljivi u kvantitativnim terminima,
- rokovi precizno određeni.

Finansijski ciljevi: ciljani profit, ciljna stopa povrata sredstava...

Marketinški ciljevi: ciljani nivo proizvodnje, ciljano tržišno učešće, ciljani nivo cijena i drugi ciljevi.

Primjer za konkretno formulisanje cilja:

Šta želim da postignem? Npr. povećanje prodaje.

Visina troškova? Npr. novi promotivni materijali i njihova cijena.

Do kada želim da postignem ovaj cilj? Npr. za tri mjeseca.

Šta želim da postignem? Npr. povećanje relativnog udjela na tržištu.

U kom srazmjeru? Npr. za koliko procenata ili broj kontakata.

1.7.1.7 Slogan

Slogan je kratka fraza koja treba da se vezuje za preduzeće.

Navodimo nekoliko primjera:

Cocta, piće naše i vaše mladosti.

Milka je najnježnije iskušenje od kada postoji čokolada.

Ništa ne može zamijeniti puter.

Svake nedjelje novi svijet.

Kupujte kod nas, mi smo tu za vas.

Sigurno već znate neke slogane iz reklama, jer se jednostavan slogan lako pamti.

1.7.1.8 Analiza tržišta proizvoda ili usluge

Analiza tržišta je analiza proizvoda ili usluge koja će omogućiti sagledavanje njegove trenutne pozicije na tržištu, kao i planiranje za buduće proizvode, odnosno usluge. Dobijeni rezultati analize treba da pokažu u kojoj su mjeri proizvod ili usluga jedinstveni, različiti ili slični u odnosu na konkurentske proizvode i usluge na istom tržištu.

- **proizvod/usluga:** opisati proizvod/uslugu sa svim karakteristikama, namjenama, karakteristikama proizvoda, isporukom i pakovanjem proizvoda, troškovima i prodajnom cijenom, obukom kupca;
- **opis djelatnosti:** koliki je tržišni potencijal, izražen u jedinicama mjere ili u novčanoj vrijednosti,
- **kakva je postojeća tržišna struktura:** koliki je broj, veličina i struktura ponuđača;
- **analiza tržišne potražnje za proizvodom/uslugom:** koje metode istraživanja tržišta koristiti (ankete, informacije iz publikacija i sl.); do kojih se rezultata došlo kada je izvršena prethodna analiza.

1.7.1.9 Marketing plan

Marketing plan otkriva aktuelnu poziciju firme na tržištu i može se pratiti u nekoliko pozicija:

a. **Određivanje ciljnog tržišta** treba da odredi ko su kupci, kako i zašto kupuju i kakve su vaše prodajne mogućnosti. Za određivanje ciljnog tržišta potrebno je precizno odrediti ko su kupci, koliko potencijalnih kupaca živi u području u kojem poslujete, koji su razlozi za kupovinu proizvoda/usluge, koju potrebu kupcima zadovoljavate, na koji način kupci donose odluku da kupuju vaš, a ne konkurentski proizvod, na koji način vaš proizvod odgovara potrebama i željama kupaca, na koji način ćete saopštiti kupcima posebnosti vašeg proizvoda i ponude.

b. **Analiza konkurencije** podrazumijeva prikupljanje podataka o tržišnom učešću konkurenata, njihovim proizvodima i strategijama. Pri tom treba odrediti koji su ključni konkurenti vašoj firmi (navesti najmanje tri konkurenta sa osnovnim informacijama o njihovim proizvodima); koje su snage i slabosti konkurenata, koliko su uspješni i imaju li već formiran „imidž“, po čemu se vaš proizvod razlikuje od konkurentskog.

c. **Analiza i prognoza prodaje** treba da obezbijedi informacije o tome koliko je veliko potencijalno tržište, da li je u porastu ili padu, da li je prodajna sezona, da li je potražnja vezana za potrošnju drugih proizvoda ili usluga, koliko očekujete da ćete ostvariti prodaje po jedinicama mjere u narednom periodu od dvije i tri godine.

d. **Metode prodaje i distribucije** koji su uobičajeni**;** način prodaje proizvoda ili usluga, koliko iznosi prosječni obim kupovine, kako učiniti dostupnim vaše proizvode/usluge; opisati metode i kanale distribucije (u prodavnici, poštom i sl.); koju vrstu evidencije planirate da vodite i koje postprodajne i garancijske usluge nudite.

e. **Određivanje cijena** uz pomoć kalkulacije u koju morate uvrstiti: troškove proizvodnje ili nabavke proizvoda/usluga, planiranu cijenu koja obezbjeđuje profit, pregled cijena konkurenata i mogućnost održivosti u tim cijenama, spremnost kupca da plati cijenu, planiranje prodaje na kredit.

f. **Promocija i reklama** izabrati pravi medij za reklamiranje i promociju posla, vodeći računa o troškovima, ali i najboljim efektima koji će se ostvariti.

1.7.1.10 Tehničko - tehnološka analiza

Kroz ovu analizu ćete doći do odgovora koji izbor opreme je potreban, da li se radi o novoj ili staroj tehnologiji, kakva je mogućnost nabavke rezervnih djelova i njihova ugradnja, kakvi su kapaciteti proizvodnih linija i obim proizvodnje, potreban broj radnika koji će biti angažovan i njihova kvalifikaciona struktura. Takođe je potrebno sagledati kakvi građevinski i poslovni objekti su potrebni, koje površine, način gradnje, kao i potrebnu infrastrukturu (pristupni putevi, parking i dr.).

1.7.1.11 Analiza zaštite životne sredine i zaštite na radu

Ukoliko se realizacija projekta odnosi na neki proizvodni proces ili takvu vrstu usluga koji podrazumijeva otpadne materijale koji mogu štetno djelovati na životnu sredinu, neophodno je sagledati mogućnosti skladištenja tih materijala na bezbjedan način u skladu sa zakonskim propisima. Naravno da savremena tehnologija omogućava smanjenje zagađena na minimum, ali je tada riječ o vrlo skupoj opremi i postavlja se pitanje kako će se taj segment odraziti na troškove poslovanja.

1.7.1.12 Finansijski plan

Sadržaj finansijskog plana

Jedan od najznačajnijih elemenata poslovnog plana jeste finansijski plan. Postizanje većine ciljeva je povezano sa izvjesnim utroškom, te je osim vremena i energije neophodan i kapital. Kada se govori o investiciji, misli se na postizanje cilja, a kada se govori o finansiranju, treba razjasniti odakle dolaze sredstva. Investiranje znači kako uložiti kapital da time mogu da se uštede budući prihodi. Ukoliko se, na primjer, za cilj postavi povećanje udjela na tržištu, onda mora da se investira u reklamnu kampanju. Ukoliko bi sljedeće godine, na primjer, stare mašine zamijenili novim, takođe, bi nam bio potreban kapital.

Obračunavanje potrebe za kapitalom

Da biste mogli da upotpunite poslovni plan, morali biste da se pozabavite važnim pitanjem: koji troškovi nastaju prilikom ostvarenja poslovne ideje. Načelno se mora razlikovati, da li se radi o jednokratnim troškovima koji nastaju u fazi osnivanja (troškovi osnivanja, prvo investiranje odnosno start-up troškovi) ili o tekućim troškovima na koje preduzetnik mora da računa.

Prepoznavanje potreba za kapitalom

U fazi osnivanja potreban vam je početni kapital za prvo investiranje. Pod početnim kapitalom, podrazumijeva se onaj novčani iznos koji mora da stoji na raspolaganju pri otvaranju preduzeća za jednokratne nabavke djelova imovine nepohodne za rad preduzeća (prvo investiranje, odnosno troškovi osnivanja). Za troškove osnivanja, koji uključuju opremu za rad, računar i službeni auto i sl.

Troškovi osnivanja

Troškovi osnivanja su troškovi za stvaranje preduzeća, npr. kupovina poslovnog prostora, kancelarijskog nameštaja.

Tekući troškovi za ... mjesec

Oni troškovi koji nastaju za vrijeme preduzetničke djelatnosti.

Mjesečni fiksni troškovi

Fiksni troškovi ostaju isti, nezavisno od toga da li se prodaje malo ili mnogo. Fiksni troškovi obuhvataju dio stanarine, struju, grijanje, kao i zdravstveno i penzijsko osiguranje.

Mjesečni varijabilni troškovi

Varijabilni troškovi rastu i smanjuju se u zavisnosti od prometa. Troškovi telefona, interneta, reklame, kancelarijskog materijala i benzina.

Privatni troškovi za ... mjesec

Mora se uzeti u obzir da se troškovima preduzeća dodaju i troškovi privatnog življenja.

Iznos potrebe za kapitalom

Obuhvata troškove osnivanja, tekuće izdatke preduzeća (kao i privatno življenje).

Kako doći do potrebnog kapitala?

Da biste mogli da pokrijete troškove potrebe za kapitalom, mora se razjasniti: koji su mogući izvori finansiranja, koja sredstva vam već stoje na raspolaganju, i iz kojih izvora dolaze.

Vlastiti kapital - vlastito finansiranje

Pod vlastitim kapitalom podrazumijeva se onaj kapital koji potiče od vlasnika preduzeća.

Za mlade preduzetnike ovo predstavlja jednu od prvih prepreka - da se od privatnih sredstava obezbijedi dovoljno kapitala. Vlastiti kapital predstavlja „kasicu“ za kojom može da se posegne u slučaju nužde. Zbog toga bi ova rezerva trebalo da stoji na raspolaganju, na odgovarajući način u poređenju sa ukupnim kapitalom.

Obezbjeđivanje vlastitog kapitala se, takođe, neposredno vezuje za pitanje koliko osoba učestvuje u donošenju odluka. Ovo donošenja odluka može se ograničiti izborom odgovarajućeg pravnog oblika. Početni kapital u PZV-u je 100.000 koji obezbjeđuje SC svakom preduzeću za vježbu.

Strani kapital - strano finansiranje

Strani kapital obuhvata onaj novac koji preduzetnik mora da iznađe za svoje preduzeće. Preduzetnik ga pozajmljuje od osoba ili institucija na određeno vrijeme i obavezuje se da će određenu sumu vratiti zajedno s kamatom.

1.7.1.13 Vremenski plan realizacije

Za realizaciju svih aktivnosti treba uraditi vremenski plan. Preciziranjem rokova izbjeći će se kašnjenje, a time i dodatni troškovi. Treba navesti planirane aktivnosti (izrada i ocjena biznis plana, zatvaranje konstrukcije finansiranja, zapošljavanje, ugovaranje građevinskih radova, isporuka opreme, probna i redovna proizvodnja) i definisati vremenski rok za svaku od njih.

1.7.1.14 Prilozi

U ovom dijelu biznis plana nalaze se svi potrebni materijali, podaci, izvori i dokumentacija koji su od značaja za realizaciju posla. Prilozi mogu biti i biografije, sheme, grafikoni, fakture dobavljača repromaterijala i sl.

22

2

praktičan rad

U ovom poglavlju:

2.1 Registracija preduzeća za vježbu 25
2.1.1 Potrebna dokumenta i procedura registracije PZV 26
2.2 Korespondencija u vezi sa zasnivanjem radnog odnosa 27
2.2.1 Odluka o potrebi zasnivanja radnog odnosa 28
2.2.2 Konkurs o popuni slobodnih radnih mijesta 28
2.2.3 Prijava radi zasnivanja radnog odnosa 28
2.2.4 Radna biografija (CV) 28
2.2.5 Razgovor sa prijavljenim kandidatima 30
2.2.6 Obavještenje o izboru kandidata 30
2.2.7 Ugovor o radu 30
2.3 Sektori u preduzeću za vježbu 31
2.3.1 Sekretarijat 31
2.3.2 Nabavka 33
2.3.3 Prodaja 35
2.3.4 Marketing 37
2.3.5 Računovodstvo 37
2.4 Rad u sektorima 38
2.4.1 Sekretarijat 38
2.4.2 Nabavka 40
2.4.3 Prodaja 41
2.4.4 Obračun PDV 42
2.4.5 Obračun i knjiženje zarada 43
2.4.5.1 Obračun zarada 43
2.4.5.2 Primjer obračuna zarade za jednog radnika za januar 2012. godine 45
2.5 Rotacija poslova u preduzeću za vježbu 46

2.1 Registracija preduzeća za vježbu

Svako preduzeće za vježbu da bi zakonito poslovalo, obavezno je da se registruje kod Servis Centra preduzeća za vježbu u skladu sa važećim propisima.

- **Registracija PZV** obavlja se u Centralnom registru privrednih subjekata Servis Centra preduzeća za vježbu.
- **Registrator** je lice koje upravlja Centralnim registrom Servis Centra PZV - a to su koordinatori Servis Centra preduzeća za vježbu.
- **Osnivačka dokumentacija** predstavlja dokumentaciju potrebnu za osnivanje nekog oblika obavljanja privredne djelatnosti.
- **Podnosilac registracione prijave** je PZV koje dostavlja dokumenta i potrebne podatke Centralnom registru privrednih subjekata Servis Centra preduzeća za vježbu.
- **Registracija** je akt unošenja podataka u zvaničnu evidenciju Centralnog registra privrednih subjekata Servis Centra preduzeća za vježbu.
- **Potvrda o registraciji** je dokument ovjeren pečatom Centralnog registra Servis Centra preduzeća za vježbu i služi kao dokaz da je preduzeće registrovano.
- **Rok za registraciju i produžetak registracije** preduzeća za vježbu je za školsku godinu 15. oktobar tekuće godine u kojoj posluje preduzeće za vježbu.

Centralni registar Servis centra preduzeća za vježbu, jedino je ovlašćen da vrši registraciju preduzeća za vježbu. Samo preduzeća koja su registrovana kod Centralnog registra Servis centra preduzeća za vježbu, mogu da učestvuju u svim aktivnostima koje Servis centar organizuje.

Dužnosti registratora (koordinatori Servis centra preduzeća za vježbu) jesu da sprovode postupak registracije i produžetak registracije preduzeća za vježbu u skladu sa važećom procedurom i propisima, izdaju potvrde o registraciji i produžetku registracije, izdaju potvrdu o isteku registracije i izvoda iz registra.

Registrator može da odbije da izvrši registraciju ili produžetak registracije preduzeća za vježbu, ukoliko dokumentacija nije potpuna ili sadrži netačne podatke. U tom slučaju registrator je dužan da vrati dokumenta licima čija je registracija odbijena i da od njih zahtijeva da dostave traženu dokumentaciju, odnosno isprave netačne podatke.

Ukoliko, dostavljena osnivačka dokumentacija ili prijava o produžetku registracije sadrži sve potrebne podatke, registrator, nakon uplate takse, dodjeljuje tim dokumentima registarski broj, odnosno registruje to lice i dostavlja mu potvrdu o registraciji i registarski broj.

Preduzeće za vježbu stiče svojstvo pravnog lica danom registracije u Centralnom registru Privrednih subjekata Servis centra preduzeća za vježbu.

Izdavanjem potvrde o registraciji registrator (koordinatori Servis centra preduzeća za vježbu):

- potvrđuje da privredna djelatnost ima oblik koji je opisan u osnivačkoj dokumentaciji, ukoliko u vrijeme dostavljanja dokumentacije ili naknadno nijesu utvrđene nepravilnosti vezane za njegovo osnivanje, odnosno postojanje;

- ukazuje da se oblik privredne djelatnosti smatra registrovanim u Crnoj Gori s podacima i informacijama koje su dostavljene Centralnom registru Servis centra preduzeća za vježbu i koji su dostupni na uvid javnosti;
- potvrđuje da je potvrdom o registraciji lice koje je navedeno u potvrdi propisno registrovano i da je uplaćena taksa za godinu u kojoj je potvrda izdata;
- potvrđuje da je u slučaju akcionarskog društva, društva s ograničenom odgovornošću, ortačkog društva, komanditnog društva i preduzetnika, koji obavlja djelatnost pod imenom drugačijim od njegovog vlastitog, naziv upisanog oblika privredne djelatnosti jedinstven i da to lice ima pravo prioriteta na posjedovanje i korišćenje tog naziva u odnosu na sva ostala neregistrovana ili kasnije registrovana pravna lica.

Svi oblici preduzeća za vježbu (akcionarsko društvo, društvo sa ograničenom odgovornošću, komanditno društvo, ortačko društvo i preduzetnik) registruju se na rok od godinu dana od dana podnošenja osnivačke dokumentacije ili prijave o produžetku registracije.

Centralni registar privrednih subjekata Servis centra preduzeća za vježbu obavezan je na početku školske godine da pozove sva preduzeća za vježbu da izvrše registraciju ili produže registraciju do 15. oktobra tekuće godine.

Preduzeća za vježbu, koja su registrovana za prethodnu školsku godinu, imaju obavezu da produže registraciju ukoliko se odluče za nastavak poslovanja u tekućoj školskoj godini. Produženje registracije vrši se podnošenjem Prijave o produženju registracije Centralnom registru Servis centra preduzeća za vježbu.

Registrator (koordinatori Servis centra preduzeća za vježbu) izvršiće brisanje iz registra preduzeće koje nije produžilo registraciju u predviđenom roku i izdati obavještenje o tome.

2.1.1 Potrebna dokumenta i procedura registracije PZV

Registracija u Centralnom registru Privrednih subjekata Servis centra preduzeća za vježbu

Za registraciju preduzeća za vježbu (OD, KD, AD, DOO), koja se prvi put registruju neophodno je podnijeti sljedeća dokumenta:

- Formular za registraciju;
- Odluka ili ugovor o osnivanju;
- Statut društva.

Preduzetnik se registruje dostavljanjem registracione izjave.

Centralni registar privrednih subjekata SC PZV izdaje potvrdu o upisu u Centralni registar.

Nakon registracije preduzeća neophodno je obaviti sljedeće:

- Izrada pečata i štambilja;
- Prijava za registraciju pravnog lica (PIB);
- Prijava za registraciju obveznika poreza na dodatu vrijednost;
- Otvaranje žiro-računa.

Izrada pečata i štambilja

Nakon dobijanja potvrde o registraciji, stiču se uslovi za izradu pečata i štambilja, koji služe za ovjeru dokumenata uz potpis ovlašćenog lica. Pečat se pravi u specijalizovanim radnjama za izradu pečata.

Prijava Poreskoj upravi Servis centra preduzeća za vježbu

Radi dobijanja Poreskog identifikacionog broja, Poreskoj upravi SC PZV se predaju sljedeća dokumenta:

- Prijava za registraciju pravnog lica (PIB) - obrazac **PR–1**;
- Prijava za registraciju obveznika poreza na dodatu vrijednost;
- Ovjerenu kopiju potvrde o registraciji.

Poreska uprava SC PZV izdaje potvrdu o poreskom identfikacionom broju (PIB).

Otvaranje žiro-računa kod Banke Servis centra preduzeća za vježbu

Žiro-račun se otvara kod banke SC PZV. Preko njega preduzeća za vježbu vrše plaćanje i primanje uplata.

Dokumenta potrebna za otvaranje žiro-računa su:

- Zahtjev za otvaranje žiro-računa;
- Ovjerenu kopiju potvrde o registraciji;
- Ovjerenu kopiju potvrde o poreskom identifikacionom broju (PIB).

Banka SC PZV dostavlja preduzećima za vježbu broj žiro računa, podatke o šifri i uputstvu za korišćenje bankarskog softvera i uplaćuje 100.000,00 € na ime početnog kapitala.

Obrasci potrebni za registraciju i produžetak registracije preduzeća za vježbu mogu se pronaći na sajtu Servis Centra preduzeća www.serviscentarpzv.me.

2.2 Korespondencija u vezi sa zasnivanjem radnog odnosa

Zasnivanje radnog odnosa, predstavlja poseban postupak, koji sprovodi poslodavac (fizičko ili pravno lice), radi zapošljavanja određenog lica ili grupe lica, koja u njemu učestvuju radi ostvarivanja prava na rad.

Subjekti ovog postupka su: poslodavac i lica koja žele da zasnuju radni odnos.

U preduzeću za vježbu poslodavac je odgovorni nastavnik, a lica koja žele da zasnuju radni odnos učenici.

U svakom preduzeću za vježbu, važe određena pravila koja se moraju poštovati, gdje svaki zaposleni ima svoje mjesto i zna svoja prava i dužnosti. Ona su regulisana Pravilnikom o radu ili pojedinačnim Kolektivnim ugovorom, koji mora biti u skladu sa Zakonom o radu.

Korespondencija u vezi sa zasnivanjem radnog odnosa je proces između učenika koji pretenduju na odgovarajuće radno mjesto i nastavnika, koji ih izborom popunjava, a obuhvata sljedeće:

- Odluku o potrebi zasnivanja radnog odnosa;
- Konkurs o popuni slobodnih radnih mjesta;
- Prijavu radi zasnivanja radnog odnosa;
- Radnu biografiju (CV);
- Razgovor sa prijavljenim kandidatima;
- Odluku o izboru kandidata;
- Obavještenje o izboru kandidata;
- Ugovor o radu.

Sve navedeno, može se oblikovati i pisati u formama poslovne i službene korespondencije ili, što je češći slučaj u praksi, na gotovim obrascima.

2.2.1 Odluka o potrebi zasnivanja radnog odnosa

Odluka o potrebi zasnivanja radnog odnosa u preduzeću za vježbu donosi se na početku školske godine. Odluku donosi nastavnik i sastavlja se na sljedeći način:

Prilog br. 1: *Odluka o potrebi zasnivanja radnog odnosa.*

2.2.2 Konkurs o popuni slobodnih radnih mijesta

Konkurs o popuni slobodnih radnih mijesta treba da sadrži:

- naziv PZV-a, koje raspisuje konkurs,
- naziv radnog mjesta,
- na koje vrijeme se traži popuna radnog mjesta (određeno ili neodređeno),
- s kojim radnim vremenom (puno ili skraćeno radno vrijeme),
- posebni uslovi za zasnivanje radnog odnosa (odgovarajuća stručna sprema, određene radne sposobnosti za obavljanje određenih poslova i dr.),
- dokumenta koja treba priložiti uz prijavu,
- adresu na koju treba poslati prijavu,
- rok do kad se prijava podnosi.

Konkurs o popuni slobodnih radnih mjesta, objavljuje se na oglasnoj tabli u školi.

Prilog br. 2: *Konkurs o popuni slobodnih radnih mijesta*

Prilog br. 3: *Tekst konkursa u sredstvima javnog informisanja*

2.2.3 Prijava radi zasnivanja radnog odnosa

Svi učenici koji žele da zasnuju radni odnos sa PZV-om, mogu da podnesu prijavu na konkurs. Da bi imala pravno dejstvo, prijava mora biti blagovremena, uredna i potpuna.

Prilog br. 4: *Prijava radi zasnivanja radnog odnosa*

2.2.4 Radna biografija (CV)

CV je skraćenica za latinski izraz curriculum vitae.Curriculum - pregled, vitae - život.

CV je precizan i jasan dokument, koji je potreban, da se lične kvalifikacije, sposobnosti i iskustva, predstave na profesionalan način.

Prilikom pisanja CV-a, treba se pridržavati strukture koja predstavlja standard u poslovnom svijetu. Strukturu CV-a čine sljedeći elementi:

- lični podaci,
- profil,
- obrazovanje,
- profesionalno iskustvo,
- ostale sposobnosti.

Lični podaci

Ovaj elemanat CV-a treba da sadrži:

- puno ime i prezime,

28

- kontakt-adresu,
- stalnu adresu,
- broj telefona,
- E-mail adresu.

Standardni CV ne bi trebao da sadrži lične podatke kao što su: starost, nacionalnost, bračni status, hobi i drugo. Ukoliko su takvi podaci bitni za poziciju na koju se preferira ili se zahtijevaju tekstom oglasa za posao, pišu se u zasebnom dijelu na kraju CV-a.

Profil

Profil predstavlja demonstraciju kandidatove kreativnosti i originalnosti. Prilikom pisanja profila, potrebno je upotrijebiti određene izraze i fraze, koji će dati lični pečat u definisanju kandidatovog profila: odgovornost, ambicioznost, adaptibilnost, sposobnost za timski rad, mogućnost putovanja, želja za daljim usavršavanjem i dr.

Obrazovanje

U ovom segmentu CV-a potrebno je predstaviti:

1. Tok obrazovanja.
2. Stečene titule:
   - ime obrazovne institucije,
   - period školovanja,
   - titula /zvanje,
   - diplomski rad /naziv teme,
   - prosjek (u slučaju da je previsok),
   - usavršavanje u inostranstvu,
   - završeni kursevi,
   - pri hronološkoj prezentaciji obrazovanja, koristiti obrnuti redosljed: prvo se predstavljaju diplome i kvalifikacije koje je kandidat posljednje stekao.

Profesionalno iskustvo

Zauzima centralni dio CV-a, ukoliko ga kandidat posjeduje (u suprotnom, to je segment o obrazovanju). Pored detaljnog predstavljanja cjelokupnog radnog iskustva, potrebno je navesti i sposobnosti i vještine stečene tokom profesionalnog razvoja.

Svaki korak u karijeri treba da bude adekvatno istaknut. Osnovni cilj je da se na najbolji način prezentuje profesionalni razvoj. Ovaj dio CV-a bi trebalo da sadrži:

- naziv preduzeća,ustanove ili organizacije,
- naziv pozicije,
- lokaciju (grad/zemlju u kojoj se firma nalazi),
- vrijeme provedeno u firmi (početak/prestanak),
- opis zadataka i dužnosti koje je kandidat obavljao,
- ostvarene rezultate i uspjehe,
- preporuke prethodnih poslodavaca (ne bi trebalo da budu uključeni u CV, već se šalju kao posebna dokumenta),
- u slučaju da posjeduje dugogodišnje iskustvo, kandidat prezentuje detaljno samo posljednjih 10 godina, a ostatak iskustva predstavlja samo u kratkim crtama,
- prilikom prezentovanja profesionalnog iskustva, koristiti obrnutu hronologiju, kao kod obrazovanja.

Ostale sposobnosti

U ovom segmentu CV-a predstavljaju se znanja, sposobnosti i vještine, koje direktno nijesu vezane za profesiju, ali su od važnosti za radno mjesto na koje se preferira, odnosno rad u preduzeću. Najvažnije pozicije su:

1. Poznavanje rada na računaru:
   - poznavanje određenih računarskih programa, sa ili bez zvaničnog certifikata,
   - poznavanje rada sa hardverom.
2. Poznavanje stranih jezika:
   - navode se svi jezici koji se poznaju,
   - navode se nivoi poznavanja jezika.
3. Ostale sposobnosti:

- posjedovanje vozačke dozvole,
- članstvo u profesionalnim organizacijama (predstavljanje organizatorskih sposobnosti).

Prilog br. 5: *Primjer CV-a*

2.2.5 Razgovor sa prijavljenim kandidatima

Nakon isteka roka za podnošenje prijava na oglas, komisija za radne odnose razmatra prispjele prijave i sastavlja zapisnik. Komisiju čine nastavnik i dva učenika koja on odabere. Kandidatima čije su prijave blagovremene i potpune, upućuje se poziv na razgovor i provjeru sposobnosti.

Provjerava se stručna i ukupna radna sposobnost kandidata.

Konačnu odluku o izboru donosi nastavnik, koji treba da se rukovodi stručnim kvalitetom kandidata (učenik), njegovim znanjem i sposobnostima i činjenicom da ispunjava sve potrebne uslove predviđene opštim aktom preduzeća.

Prilog br. 6: *Zapisnik komisije o provjeri prispjelih prijava*

Prilog br. 7: *Odluka direktora o izboru kandidata*

2.2.6 Obavještenje o izboru kandidata

O izboru kandidata za oglašeno radno mjesto obavještavaju se izabrani kandidat i svi ostali učesnici konkursa.

Prilog br. 8: *Obavještenje o izboru kandidata*

2.2.7 Ugovor o radu

Ugovor o radu je sporazum između dvije ugovorene stranke, od kojih jedna - poslodavac, angažuje drugu - zaposlenog radnika, da u njegovo ime, za njegov račun i izvršava određeni rad za određenu novčanu naknadu.

Ugovor o radu se može zaključiti na: određeno i neodređeno vrijeme.

Ugovor o radu se zaključuje prije stupanja zaposlenog na rad u pismenom obliku i spada u grupu formalnih ugovora.

Ugovor o radu sadrži:

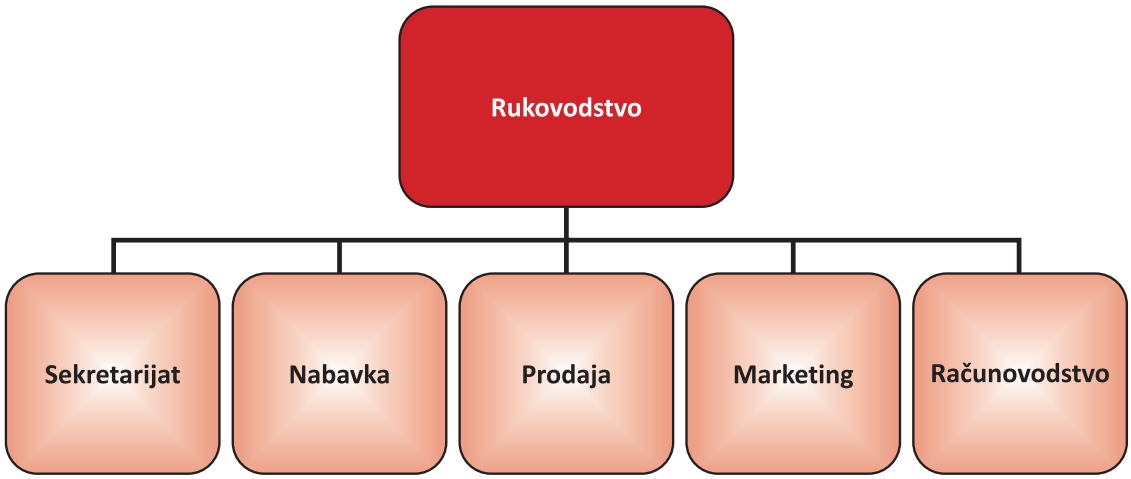
- naziv i sjedište poslodavca,
- ime, prezime i prebivalište zaposlenog,
- stručnu spremu i zanimanje zaposlenog,

- vrstu i opis poslova koje zaposleni treba da obavlja,
- mjesto rada,
- vrijeme trajanja ugovora na određeno vrijeme,
- dan početka rada,
- zaradu i rokove za isplatu zarade i druga primanja,
- vrijeme trajanja dnevnog i nedjeljnog radnog vremena.

Prilog br. 9: *Ugovor o radu*

2.3 Sektori u preduzeću za vježbu

Nakon odabira poslovne ideje, broja zaposlenih radnika i partnerskog preduzeća sa kojima ćete sarađivati ili ne, pristupa se organizaciji rada u preduzeću za vježbu. Preporuka eksperata, ali i dosadašnja praksa je pokazala, da preduzeće za vježbu ima sljedeće sektore: sekretarijat, nabavku, prodaju, računovodstvo i marketing. Ova organizaciona shema može da zadovolji sve potrebe za optimalnim radom u preduzeću za vježbu. Izuzetak mogu predstavljati preduzeća koja će se baviti bankarskim poslovima ili nekom drugom specifičnom djelatnošću, pa će onda na osnovu tog sektora prilagođavati svojim potrebama.



Sektori u preduzeću za vježbu

2.3.1 Sekretarijat

Sektor sekretarijat u preduzeću za vježbu obavlja sljedeće poslove:

- vodi evidenciju zaposlenih (obrađuje prijave za konkurs, obavlja intervjue i raspoređuje radnike na odgovarajuće radno mjesto, prijavljuje radnike na zdravstveno i penzijsko osiguranje, otvara dosije za svakog zaposlenog radnika, vodi evidenciju o dolasku radnika na posao i sarađuje sa računovodstvom prilikom obračuna zarada),
- vodi evidenciju primljene i poslate pošte,
- čuva dokumenta vezana za osnivanje preduzeća (odluka ili ugovor o osnivanju, statut preduzeća, potvrda o registraciji, izvod iz statistike, rješenje poreske uprave itd.),
- obavlja eksternu i internu komunikaciju,
- formira i ažurira imenik preduzeća,

- izrađuje i ažurira potrebne obrasce (potvrde, prijave, ugovore, odluke...),
- vodi računa o upotrebi štambilja i pečata.

Dokumentacija u sekretarijatu:

- dosije za svakog radnika (ovaj dosije obuhvata prijava za posao i CV, odluku o prijemu i ugovor o radu),
- evidencija o dolasku radnika na posao (sl. 1),
- djelovodnik,
- evidencija poslate pošte (sl. 2),
- evidencija primljene pošte (sl. 3),
- adresar preduzeća itd.

Radnici u ovom sektoru treba da budu fleksibilni, pouzdani, precizni i da posjeduju organizacione sposobnosti.

Evidencija o dolasku radnika na posao za dan

Redni broj	Ime i prezime radnika	Vrijeme dolaska	Potpis	Vrijeme odlaska	Potpis
1.					
2.					

Slika 1 - Evidencija o dolasku radnika na posao za dan

Evidencija poslate pošte

Redni broj	Datum	Primalac	Naziv dokumenta	Sektor koji šalje	Potpis
1.					
2.					

Slika 2 - Evidencija poslate pošte

Evidencija primljene pošte

Redni broj	Datum	Pošiljalac	Naziv dokumenta	Proslijeđeno	Potpis
1. 2.					

Slika 3 - Evidencija primljene pošte

2.3.2 Nabavka

Sektor nabavka u preduzeću za vježbu obavlja sljedeće poslove:

- ispituje i prati tržište nabavke,
- vodi evidenciju dobavljača (dodaje nove i briše one sa kojima više ne sarađuju, prikupljaju i čuvaju kataloge i cjenovnike),
- upoređuje prispjele ponude i odabira dobavljače sa kojima će uspostaviti poslovnu saradnju,
- ispituje potrebe ostalih sektora i vrši nabavku za njih,
- pregovara o cijenama i ostalim uslovima isporuke,
- preuzima robu, sastavlja prijemnicu, vrši skladištenje i vodi materijalno knjigovodstvo,
- sastavlja kalkulaciju nabavnih cijena,
- vodi knjigu ulaznih faktura (KUF),
- vrši inventarisanje,
- čuva kopije svih dokumenata koja su potrebna za nesmetano odvijanje poslova.

Dokumentacija u sektoru nabavke:

- porudžbina (sl. 4),
- ulaz robe ili prijemnica,
- knjiga ulaznih (primljenih) faktura (sl. 5) (u ovoj knjizi se evidentiraju sve ulazne fakture, na kraju svakog mjeseca se zaključuje i služi za mjesečni obračun PDV-a),
- materijalno knjigovodstvo (analitičke kartice za svaki proizvod) (sl. 6).

Radnici u ovom sektoru treba da budu precizni, da posjeduju pregovaračku sposobnost i sposobnost logičkog razmišljanja.

PZV G FORCE COMPANY d.o.o.
JU Srednja elektro-ekonomska škola
CRNA GORA 84000 Bijelo Polje
Volođina bb
Tel/Fax:+382 50 487 180
e-mail: gforcecompany@gmail.com
ŽR: 999975550

Prodavac :
DOO MD COM

Adresa
BIJELO POLJE

Predmet: **Porudžbina br. 1**

Bijelo Polje, 01. 10. 2011. god.

Redni broj	Naziv proizvoda	Jedin. mjere	Količina	Cijena
1.	USB Flash Drive 1GB	kom	5	6,00
2.	Canon MP140	kom	3	55,00
3.	Office A1200	kom	7	220,00

Za sektor nabavke

Tomović Nikola

Slika 4 - Porudžbenica

Knjiga primljenih računa

Redni broj	Datum prijema računa	RAČUN		Isporučilac proizvoda ili usluga (dobavljač)		Vrijednost nabavke oslobođene od PDV-a	Vrijednost oporezive nabavke	UKUPAN IZNOS PDV-a	IZNOS OBRAČUNATOG PDV-a PO STOPAMA		
		Broj	Datum izdavanja	Naziv, ime i prezime, sjedište	PDV broj				0%	7%	17%

Slika 5 - Knjiga ulaznih (primljenih) faktura

Naziv artikla: USB						Jed. mjere: **kom.** Šifra: **001**		
Datum	Opis	Količina			Nab. cijena	Vrijednost		
		ulaz	izlaz	stanje		duguje	potražuje	saldo
10.11.11	Prijemnica 1.	100	-	100	2,00	200	-	200
15.11.11	Otpremnica 1.	-	5	95	2,00	-	10	190

Slika 6 - Materijalno knjigovodstvo – primjer analitičke kartice

2.3.3 Prodaja

Sektor prodaje obavlja sljedeće poslove u preduzeću za vježbu:

- ispituje tržište prodaje i planira prodaju za naredne periode,
- određuje asortiman u saradnji sa sektorom marketinga,
- sastavlja i šalje ponude,
- vodi evidenciju kupaca,
- informiše nabavku o potrebnim količinama i vrstama robe,
- obavlja prodajne razgovore,
- obrađuje porudžbenice (sastavlja otpremnice, fakture, priprema prodatu robu i isporučuje kupcima),
- vodi evidenciju o prodatoj robi,
- vodi evidenciju o uplatama kupaca i upoređuje sa računovodstvom,
- odgovara na reklamacije,
- vodi evidenciju izlaznih faktura (KIF),
- čuva kopije svih dokumenata koja su potrebna za nesmetano odvijanje poslova.

Dokumenta u sektoru prodaje:

- otpremnica,
- faktura (sl. 7) (novčani dokument koji se izdaje kupcu za robu koja mu je isporučena. Na svakoj fakturi neophodno je da bude izdvojen PDV),
- knjiga izlaznih faktura (sl. 8) (u ovoj knjizi se evidentiraju sve izdate fakture, zaključuje se na kraju svakog mjeseca i služi za mjesečni obračun PDV-a).

Radnici u ovom sektoru su komunikativni, društveni i posjeduju pregovaračke sposobnosti.

PZV G FORCE COMPANY
JU Srednja elektro-ekonomska škola
CRNA GORA 84000 Bijelo Polje
Vološina bb
Tel/fax: +382 50 487 180
e-mail: gforcecompany@gmail.com
ž.r. 999975550

Račun br.
1

Datum
30.10.2010.

Kupac:
PZV MONTOBENE

Adresa:
BERANE

Redni broj	Naziv artikla	Jedin. mjere	Količina	Cijena bez PDV-a	PDV %	Cijena sa PDV	Ukupno €
1.	USB Flash Drive 1GB	Kom	1	6,67	17	7,80	7,80
2.	Office A1200	Kom	1	244,44	17	286,00	286,00

Ukupno za uplatu: 293,80
PDV 17%: 42,69

Fakturisao, **Tomović Nikola**

Direktor, **Drobnjak Anđela**

Napomena: *Ukoliko ne izmirite obaveze u roku od 15 dana , zaračunaćemo Vam zateznu kamatu i podnijeti tužbu Privrednom sudu PZV.*
U slučaju spora nadležan je Privredni sud PZV.

Slika 7 - Primjer fakture

36

Knjiga izdatih računa

Redni broj	Datum knjiženja računa	RAČUN		Kupac (primalac) proizvoda ili usluge		Vrijednost oslobođenog prometa	Vrijednost oporezivog prometa bez PDV-a	IZNOS OBRAČUNATOG PDV-a PO STOPAMA			Ukupna vrijednost oporezivog prometa sa PDV-om
		Broj	Datum ispostavljanja	Naziv, ime i prezime, sjedište	PDV broj			0%	7%	17%	

Slika 8 - Knjiga izlaznih faktura

2.3.4 Marketing

Sektor marketing obavlja sljedeće poslove u preduzeću za vježbu:

- prati i istražuje tržište,
- izrađuje logo preduzeća,
- odabira slogan preduzeća,
- izrađuje vizit - karte i identifikacione kartice za sve zaposlene,
- sa prodajom utvrđuje prodajni asortiman, vrši opis proizvoda i izdvaja informacije atraktivne za potrošače,
- izrađuje katalog i cjenovnik,
- izrađuje plakate, flajere, letke, ppt prezentaciju,
- izrađuje homepage (web sajt),
- planira i priprema preduzeće za učešće na sajmovima.

Radnici u ovom sektoru treba da su kreativni, da posjeduju znanje iz IT, motivisani i spremni da preuzmu inicijativu.

2.3.5 Računovodstvo

Sektor računovodstvo obavlja sljedeće poslove u preduzeću za vježbu:

- otvara i vodi poslovne knjige (početni bilans stanja, konta glavne knjige, dnevnik),
- knjiži sve nastale poslovne promjene,
- vodi evidenciju o plaćanjima i naplatama na osnovu izvoda iz banke,
- izrađuje kalkulacije prodajnih cijena,
- vrši obračun zarada i sarađuje pri tom sa sektorom sekretarijat,
- obračunava PDV i sastavlja prijavu koju dostavlja Poreskoj upravi,
- sarađuje sa sektorima nabavke i prodaje radi upoređivanja plaćanja i naplata,
- sastavlja godišnji obračun (na kraju školske godine - nije obavezno),
- čuva sva neophodna dokumenta koja su neophodna za obavljanje poslova.

Dokumenta koja se izrađuju u računovodstvu:

- analitičke i sintetičke kartice u finansijskom knjigovodstvu (sl. 9),
- nalog za knjiženje (sl. 10),
- obrazac kalkulacije (prilog br. 13),
- OPD-1 - mjesečni obračun zarada (prilog br. 14),
- PR-PDV 2 - mjesečna prijava PDV-a (prilog br. 15).

Radnici u ovom sektoru treba da budu precizni, odgovorni, izdržljivi i strpljivi.

Naziv: ULAZNI PDV					Konto: **270** Str: **1**
Redni broj naloga	Datum	Opis	Duguje	Potražuje	Saldo
3	15.11.2011	Faktura 8	30,00	-	30,00

Slika 9 - Primjer finansijske kartice

Nalog broj _____

Redni broj	Datum	Konto		OPIS	Duguje	Potražuje
		D	P			

Slika 10 - Primjer naloga za knjiženje

2.4 Rad u sektorima

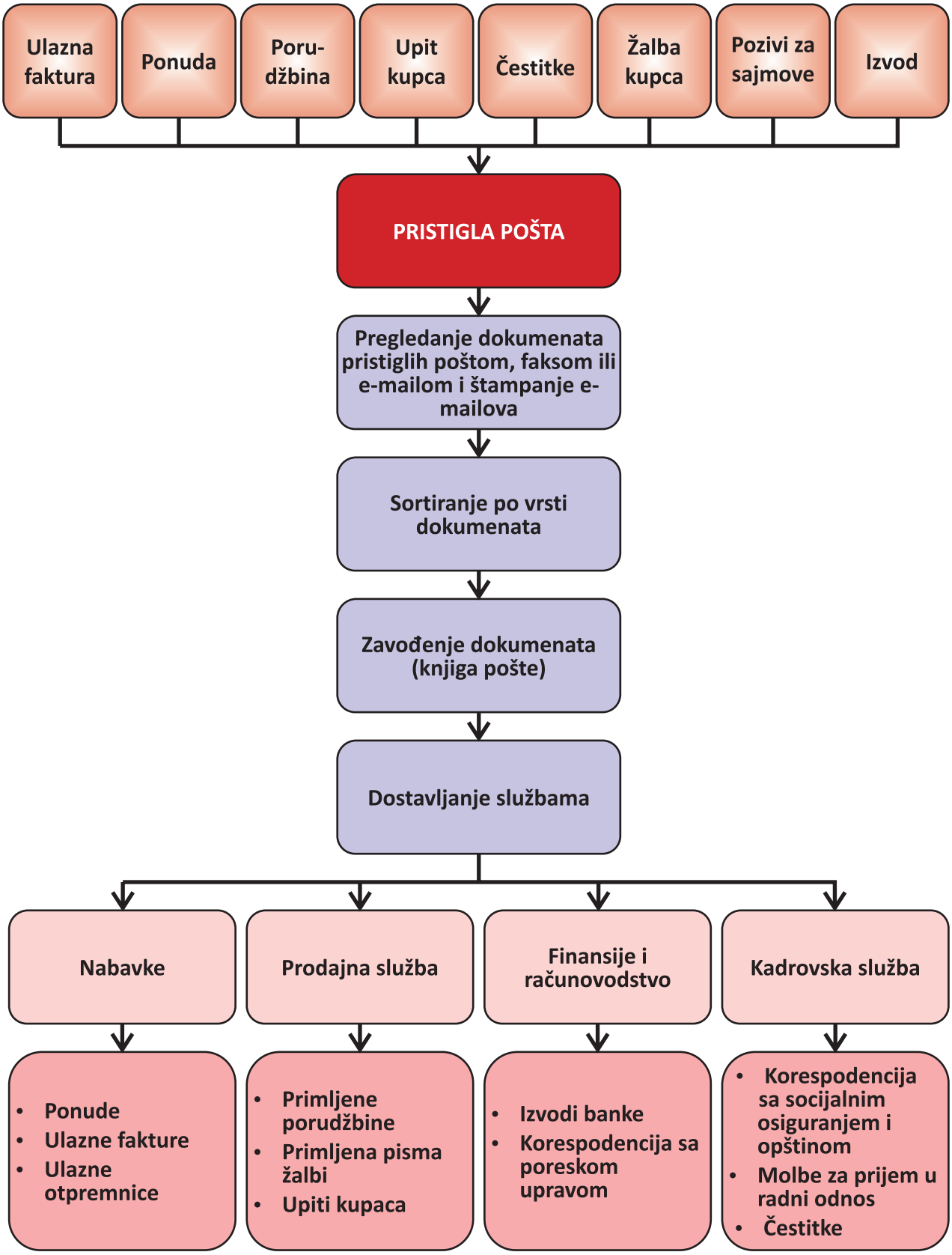
2.4.1 Sekretarijat

Prijem i ispostavljanje dokumentacije u PZV

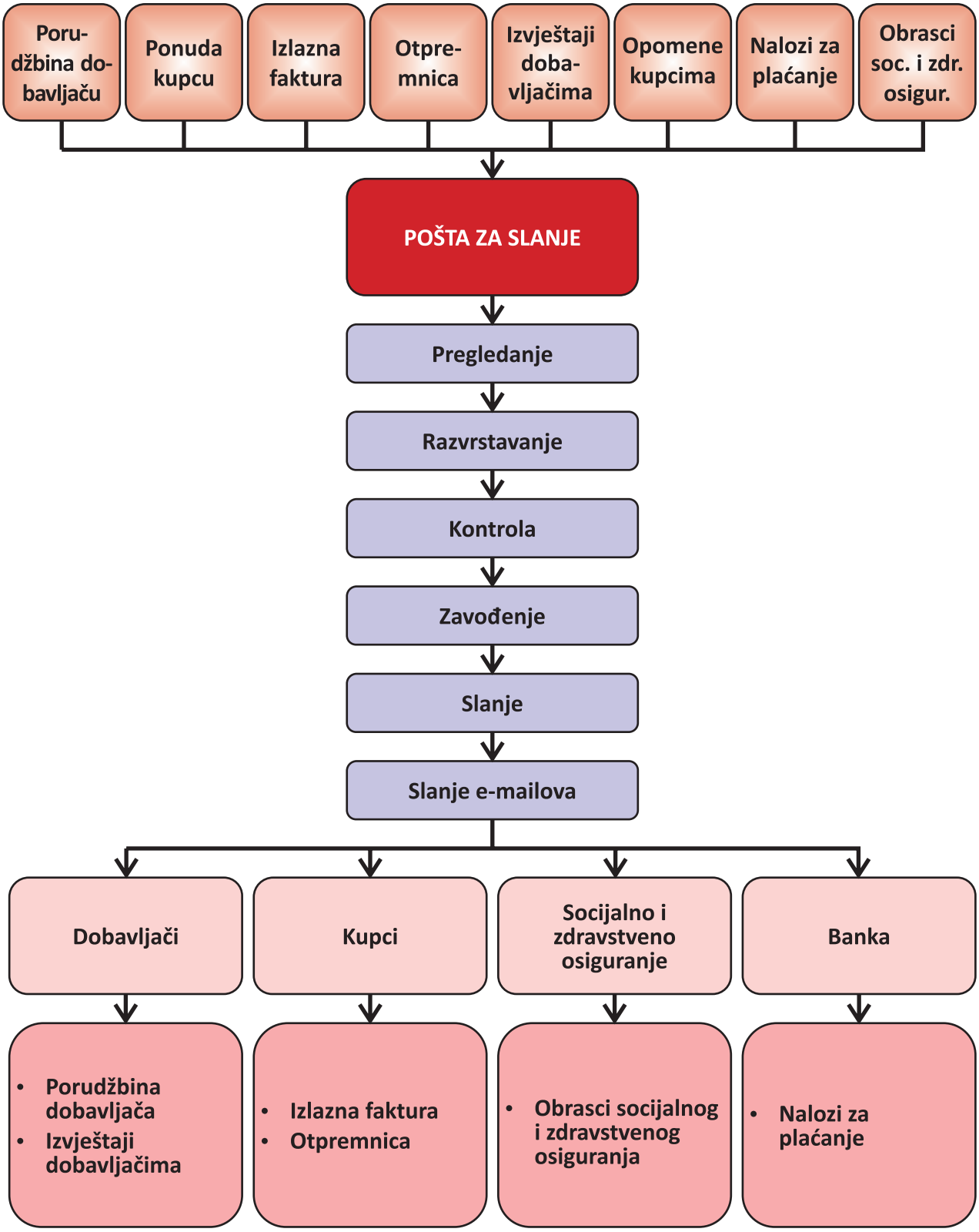
Rad svakog sektora u PZV se zasniva na određenoj dokumentaciji. Kao što smo u prvom dijelu naveli, sektor sekretarijat svu dokumentaciju koja stigne u PZV (eksterna dokumentacija) i koja nastaje u PZV (interna dokumnetacija), prima, obrađuje, zavodi i ispostavlja kome je namijenjena. Veliki dio te dokumentacije sekretarijat odlaže i čuva.

Svu poštu namijenjenu PZV prima sekretarijat. Njegovi radnici pristigla dokumenta pregledaju, sortiraju po vrsti i zavode u knjigu primljene pošte. Nakon evidencije u knjizi primljene pošte, dokumentacija se dostavlja službama kojima je namijenjena.

Izlazna pošta se, takođe, dostavlja sekretarijatu. Svaki sektor na kraju radnog dana dostavlja dokumenta koja treba poslati. Radnici ova dokumenta razvrstavaju, kontrolišu, evidentiraju u knjizi izlazne pošte i zatim šalju poštom, faksom ili e-mailom. Na shemama je prikazano kretanje eksterne i interne dokumentacije u PZV.



Shematski prikaz pristigle pošte



Shematski prikaz pošte za slanje

2.4.2 Nabavka

Glavna funkcija nabavke je da pribavi robu i usluge traženog kvaliteta po što povoljnijim uslovima. Proces nabavke otpočinje **izdavanjem naloga** za nabavku robe. Ovaj nalog može izdati prodajna služba, ukoliko se radi o nabavci robe koja je predmet poslovanja PZV, ili bilo koji drugi sektor, ukoliko je u pitanju nabavka potrebnih sredstava za obavljanje njiho-

vog posla. Na osnovu naloga, nabavka razmatra pristigle ponude i sastavlja **porudžbenicu** na obrascu i uz propratno pismo dostavlja dobavljaču putem e-maila, pošte ili faksom. Na osnovu otpremnice dobavljača, sastavlja se **ulaz robe** i vrši se knjiženje u **materijalnom knjigovodstvu**. **Ulaznu fakturu** nabavka evidentira u **knjizi ulaznih faktura**, dok drugi primjerak se dostavlja računovodstvu koje knjiži u **finansijskom knjigovodstvu**. Proces nabavke se završava plaćanjem dobavljačima, popunjavanjem **naloga za prenos**.

Nabavka robe koja je predmet poslovanja PZV

Prije nego otpočne sa radom svako preduzeće za vježbu koje se bavi prodajom određenih proizvoda je dužno da iste nabavi od dobavljača, odredi prodajne cijene (kalkulacija pc), smjesti robu na zalihe. Ovaj posao obavlja nabavka u saradnji sa prodajom i računovodstvom. Prodaja dostavlja spisak odabranih proizvoda i njihovih količina koje želi da ima u svom asortimanu i na osnovu tog nabavka sastavlja porudžbenicu, koju šalje e-mailom odgovornom nastavniku, uz propratno pismo (primjer porudžbenice imate na str. 32, slika 4). U slučaju nabavke trgovačke robe, tj. robe koju će PZV prodavati, dobavljač bi trebalo da bude partnerska firma koju ste odabrali, a fakturu sastavlja nastavnik i e-mailom dostavlja pzv. Nabavka evidentira fakturu u knjizi ulaznih faktura (strana 32, slika 5) i otvara za svaki nabavljeni proizvod analitičku karticu gdje ih vodi po količinama i nabavnim cijenama, tj.obavlja knjiženje u materijalnom knjigovodstvu (primjer analitičke kartice imate na strani 33, slika 6).

Nakon zaduženja robe nabavka popunjava nalog za prenos i plaća fakturu dobavljaču. U ovom slučaju, kad je dobavljač partnerska firma, koju predstavlja profesor, iznos sa fakture se uplaćuje na žiro-račun Servis Centra.

Jedan primjerak fakture nabavka dostavlja prodaji koja određuje prodajne cijene i dostavlja računovodstvu koje radi kalkulaciju prodajnih cijena. Prodaja može tačno odrediti visinu prodajnih cijena, a može odrediti procenat razlike u cijeni koji želi, a računovodstvo će izračunati prodajne cijene na osnovu tog.

Kalkulaciju računovodstvo knjiži na nalogu za knjiženje (prilog br. 16, nalog 1) ili u dnevniku, nakon čega se otvaraju finansijske kartice (primjer finansijske kartice imate na strani 35, slika 9).

Nabavka od drugih preduzeća za vježbu

Na osnovu ponude od drugog PZV-a iz Crne Gore, nabavka sastavlja porudžbenicu i šalje PZV-prodavcu. Prodavac nakon primljene porudžbine, sastavlja fakturu i dostavlja našem preduzeću. Nabavka fakturu evidentira u knjizi ulaznih faktura, popunjava nalog za prenos da bi platila fakturu i jedan primjerak fakture dostavlja računovodstvu koje obavlja knjiženja u nalogu za knjiženje (prilog br. 16, nalog 2) i na finansijskim karticama.

2.4.3 Prodaja

Cilj svakog preduzeća je da nabavljenu robu proda i ostvari profit. Prodaja, da bi ostvarila cilj svog poslovanja, pokušava da stupi u kontakt sa što više kupaca i sa njima ostvari poslovnu saradnju, slanjem odgovarajuće ponude. Ponuda može biti poslata i kao odgovor na prethodni upit kupca. Ukoliko je zadovoljan uslovima navedenim u ponudi, kupac šalje porudžbenicu. Dobijanjem porudžbenice otpočinje proces prodaje. Prodajni sektor obrađuje prispjelu porudžbenicu i izrađuje otpremnicu koju zajedno sa robom dostavlja kupcu. Otpremnica se i dostavlja nabavci da u materijalnom knjigovodstvu proknjiži smanjenje na zalihama. Nakon tog, prodaja izdaje izlaznu fakturu koju dostavlja kupcu. Ova faktura se evidentira u knjizi izlaznih faktura, a jedan primjerak se dostavlja računovodstvu radi knjiženja (prilog br. 16, nalog 3) u finansijskom knigovodstvu. Proces prodaje je završen uplatom kupca na naš žiro račun sume navedene na fakturi.

2.4.4 Obračun PDV

Preduzeća za vježbu su na početku poslovanja bila u obavezi da se registruju kao obveznici PDV. Kao registrovani obveznici, dužni su da do 15-tog u mjesecu predaju prijavu mjesečnog obračuna PDV za prethodni mjesec (prilog br. 15). Porez na dodatu vrijednost kao opšti porez na potrošnju, obračunava se i plaća u svim fazama prometa, s tim što pogađa samo onu vrijednost koja je u toj fazi dodata od strane poreskog obveznika. Dodata vrijednost predstavlja razliku između prodajne i nabavne vrijednosti. Kao poresku osnovicu PDV kod našeg preduzeća, uzimamo sva plaćanja koje je naše preduzeće primilo ili će primiti od kupaca. Momenat obračunavanja PDV nastaje u trenutku isporuke proizvoda, odnosno u trenutku izvršenja usluge. Smatra se da je proizvod isporučen, odnosno usluga izvršena u trenutku izdavanja računa. U primjeni su dvije poreske stope: standardna stopa od 17% i snižena stopa od 7%. Po sniženoj stopi se oporezuju: osnovni proizvodi za ljudsku ishranu (mlijeko, hljeb, mast, ulje i šećer); ljekovi; udžbenici, knjige; smještaj u hotelima, motelima, voda za piće, osim flaširane, dnevna štampa, ulaznice za bioskope, pozorišta, muzeje, parkove, kulturne i sportske priredbe, hrana za bebe, računarska oprema (personalni računar koji obuhvata kućište sa tastaturom, mišom, monitorom i štampačem) itd. Nulta stopa se primjenjuje za izvozne transakcije i isporuke ljekova koji se finansiraju iz Republičkog fonda zdravstva. Oslobođene plaćanja PDV su: usluge od javnog interesa (poštanske, zdravstvene, usluge socijalne zaštite, obrazovanja, iz oblasti sporta i kulture, vjerske itd.) i specifična oslobođenja.

Prijava mjesečnog obračuna PDV-a (prilog br. 15) računovodstvo može sastaviti na osnovu knjige ulaznih faktura i knjige izlaznih faktura, kao na sl. primjeru.

Knjiga primljenih računa za oktobar 2010.

Redni broj	Datum prijema računa	RAČUN		Isporučilac proizvoda ili usluga (dobavljač)		Vrijednost nabavke oslobođene od PDV-a	Vrijednost oporezive nabavke	UKUPAN IZNOS PDV-a	IZNOS OBRAČUNATOG PDV-a PO STOPAMA		
		Broj	Datum izdavanja	Naziv, ime i prezime, sjedište	PDV broj				0%	7%	17%
1	10.10.10.	92	10.10.10.	Md COM Bijelo Polje	-	-	1735,00	252,10	-	-	252,10
2	29.10.10.		29.10.10	PZV Vesele pečurke Podgorica	-	-	167,00	24,27	-	-	24,27
				oktobar 2010.			1902,00	276,37			276,37

Knjiga izdatih računa za oktobar 2010.

Redni broj	Datum knjiženja računa	RAČUN		Kupac (primalac) proizvoda ili usluge		Vrijednost oslobođenog prometa	Vrijednost oporezivog prometa bez PDV-a	IZNOS OBRAČUNATOG PDV-a PO STOPAMA			Ukupna vrijednost oporezivog prometa sa PDV-om
		Broj	Datum ispostavljanja	Naziv, ime i prezime, sjedište	PDV broj			0%	7%	17%	
1	27.10.10.	1	27.10.10.	Montobene - Berane	-	-	273,50			46,50	320,00
				oktobar 2010.			273,50			46,50	320,00

Primjer knjige ulaznih faktura i knjige izlaznih faktura

2.4.5 Obračun i knjiženje zarada

2.4.5.1 Obračun zarada

Kao i u realnom preduzeću, i u preduzeću za vježbu se vrši mjesečni obračun zarada za zaposlene radnike. Ovaj obračun je isti kao i kod realnih preduzeća. Lična primanja ili zarada radnika se iskazuje u bruto iznosu koji obuhvata neto lično primanje (neto zaradu), porez i doprinose koje plaća zaposleni (doprinosi iz zarade). Računovodstvo preduzeća obračunava neto zarade za radnike, kao i porez i doprinose iz ličnih primanja, doprinose na lična primanja i prirez na porez.

Način obračunavanja bruto zarade

Zarada za puno radno vrijeme od 176 časova u mjesecu obračunava se po formuli:

Zarada = Startni dio zarade + Koeficijent složenosti uvećan za minuli rad x Obračunska vrijednost koeficijenta

Elementi za obračun bruto zarade

Elementi za obračun bruto zarade su: obračunska vrijednost koeficijenta složenosti, startni dio zarade i koeficijent složenosti.

Obračunska vrijednost koeficijenta složenosti utvrđena je u mjesečnom bruto iznosu od najmanje **90,00 €**.

Startni dio zarade u bruto iznosu, koji čini topli obrok i 1/12 regresa za korišćenje godišnjeg odmora, za period:

1. od 1. januara do 30. juna 2011. godine *iznosi* najmanje 55% obračunske vrijednosti koeficijenta od 90,00 € (49,50 €),
2. od 1. jula do 31.decembra 2011. godine *iznosi* najmanje 60% obračunske vrijednosti koeficijenta (54,00 €),
3. od 1. januara do 30. juna 2012. godine *iznosi* najmanje 65% obračunske vrijednosti koeficijenta (58,50 €),
4. od 1. jula do 31. decembra 2012. godine *iznosi* najmanje 70% obračunske vrijednosti (63,00 €).

Obračunska vrijednost koeficijenta, koja služi kao osnovica za obračun startnog dijela zarade, ne može biti manja od 90 €. Startni dio zarade utvrđuje se u iznosu koji važi na dan isplate zarade.

Koeficijent složenosti je utvrđen ugovorom o radu, odnosno Opštim ili granskim kolektivnim ugovorom za određenu stručnost i složenost poslova.

Opštim kolektivnim ugovorom utvrđuju se osnovne grupe poslova sa koeficijentima za utvrđivanje zarade po osnovu potrebne stručnosti i složenosti poslova, i to:

Grupa poslova	Zahtjevi stručnosti	Koef.
I	Ne zahtijeva se stručnost (nekvalifik. radnik)	1,00
II	Zahtijeva se stručna osposobljenost I stepena	1,25
III	Zahtijeva se stručna osposobljenost II stepena	1,60
IV	Zahtijeva se stručnost koja se stiče srednjim obrazovanjem u trajanju od dvije do tri god. (III stepen)	1,95
V	Zahtijeva se stručnost koja se stiče srednjim obrazovanjem u trajanju od četiri ili više god. (IV stepen)	2,20
VI	Zahtijeva se stručnost koja se stiče specijalizacijom na osnovu srednjeg obrazovanja (visokokvalifikovani radnik) (V stepen)	2,45
VII	Zahtijeva se stručnost koja se stiče višim obrazovanjem (VI stepen)	2,80
VIII	Zahtijeva se stručnost koja se stiče fakultetskim, odnosno visokim obrazovanjem (VII stepen)	3,30
IX	Zahtijeva se stručnost koja se stiče magistraturom ili ovoj ravnopravnoj specijalizaciji (VII–1 stepen)	3,60
X	Zahtijeva se stručnost koja se stiče doktoratom nauka (VIII stepen)	4,00

Porezi i doprinosi

1. **Obračun poreza na lična primanja**

- Mjesečni iznos poreza na lična primanja obračunava se primjenom poreske stope od **9%** na bruto lično primanje (bruto zaradu).

2. **Obračun doprinosa iz ličnih primanja**

Iz ličnih primanja zaposlenog obračunavaju se doprinosi i to:

- Penzijsko i invalidsko osiguranje po stopi **15%**
- Zdravstveno osiguranje po stopi **8,5%**
- Osiguranje od nezaposlenosti po stopi **0,5%**

Osnovicu za obračun čini bruto lično primanje (bruto zarada).

3. **Obračun doprinosa na lična primanja**

Na lična primanja zaposlenog obračunavaju se doprinosi i to:

- Penzijsko i invalidsko osiguranje po stopi **5,5%**
- Zdravstveno osiguranje po stopi **3,8%**
- Osiguranje od nezaposlenosti po stopi **0,5%**

44

- Fond rada po stopi **0,2%**

Osnovicu za obračun ovih doprinosa, takođe, čini bruto lično primanje (bruto zarada).

4. **Obračun prireza**

- Na lična primanja zaposlenog, obračunava se prirez po stopi koji propisuje lokalna samouprava. Osnovicu za obračun prireza čini obračunati porez iz ličnih primanja.
- Preduzeće za vježbu sastavlja izvještaj o obračunatim ličnim primanjima na obrascu **OPD-1** koji dostavlja Poreskoj Upravi Servis Centra PZV, nakon uplate poreza i doprinosa i isplate neto zarada.
- Na sljedećim stranama je prikazan obračun zarade za jednog zaposlenog radnika, popunjen OPD-1 obrazac (prilog br. 14) i knjiženje obračuna i uplata ličnih primanja u računovodstvu.

2.4.5.2 Primjer obračuna zarade za jednog radnika za januar 2012. godine

Radnik ima koeficijent 1,95 i minuli rad 0 godina

Bruto zarada = Startni dio zarade + Koeficijent složenosti uvećan za minuli rad x Obračunska vrijednost koeficijenta

- Startni dio zarade = 58,5
- Koeficijent složenosti = 1,95 bez minulog rada
- Obračunska vrijednost koeficijenta = 90
- Bruto zarada = 58,5 + 1,95 * 90 = 234.

*Porez iz zarada = bruto zarada * 9% = 234* 9% = 21,06*

Doprinosi iz zarade (na teret zaposlenih)

- Doprinos pio = bruto zarada * 15% = 234* 15% = 35,10
- Doprinos zdrav. = bruto zarada * 8,5% = 234 * 8,5% = 19,89
- Doprinosi za osig.od nezap. = bruto zarada*0,5% = 234* 0,5 % = 1,17
- **Doprinosi iz zarade** = 35,10+19,89+1,17 = 56,16

Neto zarada = bruto zarada - (porez + doprinosi iz zarade) = 234 - (21,06 + 35,10 + 19,89 + 1,17) = 156,78

Doprinosi na zaradu (na teret poslodavca)

- Doprinos pio = bruto zarada * 5,5% = 234 * 5,5% = 12,87
- Doprinos zdrav. = bruto zarada * 3,8% = 234 * 3,8% = 8,89
- Doprinosi za osig. od nezap. = bruto zarada * 0,5% = 234 * 0,5% = 1,17
- Fond rada = bruto zarada * 0,2% = 234 * 0,2% = 0,47
- **Doprinosi na zaradu** = 12,87 + 8,89 + 1,17 + 0,47 = 23,40

*Prirez porezu na dohodak = porez iz zarade * 13% = 21,06 * 13% = 2,74*

Ukupna sredstva za isplatu = bruto zarade + doprinosi na zaradu + prirez porezu = 234 + (12,87 + 8,89 + 1,17 + 0,47) + 2,74 = 260,14

R. br.	Datum	Konto		OPIS	Duguje	Potražuje
		D	P			
1.	31. 01. 2012.	520		Troškovi bruto zarada (neto plata, porez i doprinosi na teret zaposlenih)	234,00	
		521		Troškovi doprinosa na teret poslodavca i prireza	26,14	
			450	Obaveza za neto zar.		156,78
			451	Obav. za por. na zar.		21,06
			452	Obav. za doprinose na teret zaposlenih		56,16
			453	Obav. za doprinose na teret poslodavca		23,40
			453	Obav. za prirez na porez		2,74
				(obračun zarada za 01-2012)		
		450		Obaveza za neto zar.	156,78	
2.	05. 02. 2012.	451		Obav. za por.na zar.	21,06	
		452		Obav. za doprinose na teret zaposlenih	56,16	
		453		Obav. za doprinose na teret poslodavca	24,40	
		453		Obav. za prirez na porez	2,74	
			241	Žiro-račun		260,14
				(uplaćene zarade za 01-2012.)		

Knjiženje obračuna i plaćanja zarada

2.5 Rotacija poslova u preduzeću za vježbu

U toku rada preduzeća za vježbu, potrebno je rotirati učenike sa jednog radnog mjesta na drugo, ali ne u okviru sektora, već među sektorima. Promjena radnih mjesta u različitim sektorima je važna zbog upoznavanja sa novim poslovima. Da bi se posao u svim sektorima obavljao kvalitetno u kontinuitetu, neophodno je da prilikom rotacije u svakom sektoru ostane po jedan učenik, kako bi nove radnike uputio, kako i šta treba raditi. Kad se novi radnici uhodaju i steknu određena iskustva u poslu, učenici koji su prilikom rotacije ostali u starom sektoru, prelaze u drugi sektor. Značaj rotacije je veliki, jer se učenici tokom jedne školske godine upoznaju sa poslovima svih sektora.

46

3

komunikacija /PR/ preduzeća

U ovom poglavlju:

3.1 Kontakt sa preduzećima 49
3.2 Sajam 53
3.3 Međunarodna saradnja 62
3.3.1 EUROPEN (cms.europen.info) 62
3.3.1.1 Osnovne informacije o EUROPEN-u 62
3.3.1.2 Važni projekti 62
3.3.1.3 Korisna pomoć 63
3.3.2 ACT (www.act.at) 63
3.3.2.1 Osnovne informacije o ACT-u 63
3.3.2.2 Projekti od ACT 64
3.3.3 Primjer iz Austrije i Crne Gore 65
3.3.3.1 Jedno crnogorsko preduzeće se predstavlja 65
3.3.3.2 Jedno austrijsko preduzeće se predstavlja 67
3.3.4 Kontakti austrijskih preduzeća 68

3.1 Kontakt sa preduzećima

Poslovna komunikacija

Poslovni partneri svakodnevno komuniciraju zbog obavljanja posla, kupovine i prodaje robe. Kontakti se mogu ostvariti lično, telefonom, putem pošte, putem interneta itd.

Ukoliko se komunikacija ostvaruje pisanim putem, poslovnom partneru se obraćamo poslovnim pismom.

Poslovno pismo sadrži sljedeće elemente: zaglavlje, oznaku veze, mjesto i datum pisanja, naziv primaoca, punu adresu primaoca, oznaku predmeta, sadržinu, broj ili vrstu priloga, funkciju, ime i prezime lica ovlašćenog za potpis, ovjeru pečatom i način otpreme. Poslovnom pismu mogu eventualno da nedostaju samo: predmet, prilozi, način otpreme i dostaviti.

Zaglavlje može biti unaprijed odštampano (memorandum) ili se po potrebi može napisati. Ono se može kucati na dva načina: preko cijele gornje margine ili u gornjem lijevom uglu.

Vrste poslovnih pisama:

- upit kupca,
- ponuda (cirkulatna, opšta i posebna),
- porudžbenica,
- reklamacija.

Upit kupca je poslovno pismo kojim kupac traži informacije o vrsti, količini, kvalitetu, cijeni, uslovima isporuke i plaćanja robe, materijala i drugog od prodavca.

Prilog br. 10: *Upit kupca*

Ponuda robe je poslovno pismo kojim se nudi roba stalnim i potencijalnim kupcima.

Cirkularna ponuda se štampa u velikom broju primjeraka i šalje većem broju kupaca.

Opšta ponuda je pismo kojim prodavac nudi robu iz svog asortimana određenom kupcu, ali se ne navode detaljno uslovi prodaje.

Posebna ponuda je pismo kojim prodavac nudi robu pod posebnim uslovima kupcu za kojeg se unaprijed odlučio (uslovi podrazumijevaju - količinu robe, rok i način plaćanja, mjesto i način isporuke, i dr.).

Prilog br. 11: *Opšta ponuda*

Porudžbenica je poslovno pismo kojim kupac poručuje robu na osnovu primljene ponude. Osim u obliku pisma, porudžbenica može da se sastavi i u obliku obrasca. Naručujući robu, kupac mora da bude veoma obazriv i precizan, da ne bi kasnije došlo do nesporazuma i štete. Porudžbenica treba da sadrži:vrstu, količinu i kvalitet tražene robe, cijene, način i rok plaćanja, rok, mjesto i način isporuke, način pakovanja i druge značajne podatke o traženoj robi. Radi prevencije mogućih nesporazuma u vezi vrste robe, poželjno je da se u porudžbini pozove na oznaku ili šifru robe. Kupac koji je poslao porudžbinu obavezan je da preuzme poručenu robu.

Prilog br. 12: *Porudžbenica*

Komunikacija telefonom

Komunikacija u današnjem vremenu, nezamisliva je bez upotrebe fiksnog telefona. Klasičnim (analognim) telefonskim priključkom, omogućena je komunikacija kojom u jednom trenutku savladavamo velike prostorne udaljenosti, obavljamo poslovne aktivnosti, zabavljamo se, učimo. Savrmene IT tehnologije i instalacija digitalnih centrala omogućili su enorman napredak, tako da putem telefonskog priključka možemo telefonirati, slati fax, pristupati internetu.

Komunikacija telefonom omogućava da se brzo i efikasno prikupe ili razmijene informacije između osoba koje nijesu u istom prostoru.

Svi važni telefonski razgovori , a pogotovo oni koji se odnose na sklapanje ugovora, obavljanje poslova vezanih za novčana sredstva, određene vremenske rokove i sl, treba da se evidentiraju i **obavezno** potvrde poslovnim pismom.

U poslovnom pismu - *potvrdi telefonskog razgovora,* obavezno se navodi kada je i između kojih lica obavljen telefonski razgovor i kakav je dogovor- sporazum tom prilikom postignut. Potvrda se izrađuje zbog toga što je moguće da se priliko telefoniranja nešto pogrešno čuje ili pribilježi, ali i zato što neko može da obavi razgovor zlonamjerno, da bi načinio štetu. Preduzeće koje treba da obavi neki dogovoreni posao, neće ga obaviti dok ne dobije potvrdu, osim ako se radi o uhodanoj poslovnoj saradnji.

Opšta pravila pri pozivanju telefonom su:

- planirati pozive,
- znati gdje se osoba koju pozivate nalazi,
- ako je prethodno dogovoren razgovor, poštovati termin zvanja,
- unapred osmisliti što treba reći,
- jasno govoriti,
- pripremiti bilježnicu i olovku,
- pripremiti potrebnu dokumentaciju za razgovor,
- biti precizan u zahtjevima,
- obezbijediti tišinu u toku razgovora,
- ljubazno se zahvaliti i završiti razgovor.

Opšta pravila pri primanju poziva:

- izgovoriti riječi pozdrava, ime firme i svoje ime,
- nakon što osoba koja je pozvala razgovor privede kraju, zahvaliti se na pozivu,
- zabilježiti razlog poziva, datum, vrijeme i ime osobe koja je pozvala.

Upotreba faksa u korespondenciji

Savremeno poslovanje i kontakti poslovnih partnera ne mogu se zamisliti bez korišćenja faksa. To je uređaj kojim se poslovna pisma, upiti, fakture itd... u vrlo kratkom roku (nekoliko minuta) dostavljaju na željenu adresu. Naime, ono što je telefon za usmeno komuniciranje, to je fax za pismeno komuniciranje. Sličnost je još veća, jer se za prenos obje komunikacije koristi isti način, tj. telefonska linija.

Telefaks se priključuje na električnu mrežu pri čemu se na većini aparata upali signalno svjetlo (obično zelene boje), što znači da je aparat spreman za rad. Željeni tekst, tj. stranica, stavlja se u predviđeno mjesto, pazeći da pri tome papir bude ravnomjerno uvučen. Sam aparat će uvući papir nekoliko milimetara. Nakon toga se putem telefona bira željeni broj, na isti način, kao kada se telefonira. Ukoliko je telefonska linija u redu, u telefonskoj slušalici će se

začuti neprekidan pišteći zvuk. Nakon 5-6 sekundi čuje se druga vrsta zvuka, slično kao kada je telefon neispravan i kada se kaže da „krči". Taj zvuk označava da je faks spreman za slanje poruka. Poruka se šalje na komandu START. Kada je slanje stranice na kraju, faks daje zvučni signal - obično je to isprekidan ton koji traje 5 sekundi. To znači da će nakon toga aparat završiti slanje poruke i da će izbaciti stranicu koja je poslata. Fax može da se koristi i kao aparat za kopiranje, tako što se postupa kao i kada se šalje fax, ali se ne bira broj sa telefona. Jednostavno se ubaci papir sa tekstom u aparat i pritisne komanda START. Međutim, ove kopije nisu trajne.

U sklopu telefaksa je i specijalni uređaj, tzv. sekretarica, koja može da snima poruke u odsutnosti osobe koja ima taj aparat, a kasnije se te poruke mogu preslušati.

Funkciju komunikacije telefonom, u savremeno doba, značajno preuzima računar.

Specijalizovani programi, uz odgovarajuću opremu, omogućavaju efikasnu i jeftinu audio/video/tekst komunikaciju među udaljenim sagovornicima.

Internet prezentacija

Uspješno poslovanje se ne može zamisliti, ukoliko se nema adekvatna promocija svog preduzeća, proizvoda ili usluge. Pored promocije, jedan od ključnih segmenata u uspješnom poslovanju je komunikacija s korisnicima proizvoda i usluga.

Internet prezentacija je način da se oba pomenuta segmenta poslovanja omoguće pri najmanjim troškovima, da se potencijalni kupac, provede kroz preduzeće. Osnovni cilj svake poslovne veb prezentacije je privući nove kupce i graditi dobre odnose sa postojećim.

Što je internet?

Internet je globalna računarska mreža stvorena šezdesetih godina kao projekat Ministarstva odbrane SAD-a i korišćen je isključivo za potrebe vojske. Danas je ova mreža prepuštena svim zainteresovanim korisnicima.

Internet predstavlja mjesto sa više servisa, od kojih su za nas značajni World Wide Web i e-mail.

www - omogućava da putem interneta pogledamo tekst, grafiku, zvuk, video.

e-mail - omogućava da razmjenjujemo pisma u elektronskom obliku s drugim korisnicima.

Što je web?

World Wide Web je skup dokumenata (web strana) u elektronskom obliku koji su povezani jedni sa drugima. Dokumenti koji se nalaze na webu mogu biti tekstualni, slike, zvuk ili video, ili kombinacija nekih tipova. Ti dokumenti su smješteni na kompjuterima koji se zovu serveri, a nalaze se na raznim mjestima širom svijeta.

Web je servis na kojem su u najvećem broju, postavljene multimedijalne prezentacije preduzeća, ličnosti, organizacije ili događaja. Danas skoro da nema novina, koje nemaju svoju web verziju, a, takođe, se veliki dio poslovanja obavlja putem interneta (tzv. elektronsko poslovanje).

Što čini web?

Web se sastoji od:

- personalnog računara,
- programa za prikazivanje web strana (browser software),
- veze sa internet provajderom,
- servera na kojima se nalaze podaci.

Danas je u upotrebi nekoliko programa (takozvanih browsera), među kojima se najpopularniji Mozila FireFox, Opera, Internet Explorer.

Kod nas u Crnoj Gori, internet provajder je Internet Crne Gore.

Kako radi web?

Web strane su smještene na web serverima širom svijeta. Unošenjem URL adrese (Uniform Resource Locator - jedinstvene elektronske adrese) web strane u naš browser ili klikom na link, šalje se zahtjev serveru na kojem se nalazi ta strana. Server šalje stranu na naš računar, a naš web browser nam je pokazuje na ekranu.

Šta su web strane?

Web strane su elektronski dokumenti koji su pisani na računskom jeziku, koji se zove HTML (Hypertext Markup Language). HTML je opisni jezik, a ne programski i u svakom kodu ima sadržaj i opis kako taj sadržaj treba da izgleda.

Web strane mogu da sadrže tekst, slike, video klipove, animacije, zvuk, a mogu da budu interaktivne u smislu da na njima možemo da ukucamo i ostavimo neke svoje podatke. Svaka strana ima jednoznačnu adresu koja se zove URL (Uniform Resource Locator) koja određuje njenu adresu na serveru.

Web strana obično sadrži **hiperlinkove** na druge web strane. Hiperlinkovi su tekst ili slike koje vode do URL drugih web strana.

Što su web sajtovi?

Websajt (website) jedna ili više web strana posvećenih istoj tematici (na primjer jednoj osobi, poslu, organizaciji ili temi kao što je sport, muzika...). Prva strana se zove home page i ona predstavlja sadržaj sajta. S prve strane se klikom na **hiperlinkove** pristupa ostalim web stranama sajta.

Korisnik web stranici može pristupiti na nekoliko načina:

- direktnim unošenjem adrese,
- odabiranjem hiperlinka stranice na koju želi otići,
- otvaranjem liste postojećih stranica i biranjem već postojeće stranice ili biranjem adrese iz liste unesenih adresa u bookmark.

Za uspješnu internacionalizaciju PZV-a putem interneta, od presudnog je značaja poznavanje stranih, a posebno engleskog jezika. Engleski jezik postaje sve prihvaćeniji poslovni jezik u međunarodnim razmjerama.

Softver za izradu web strana

Kako smo već ranije spomenuli, Web strane su dokumeti pisani HTML-om. Profesionalni Web dizajneri pišu direktno HTML kod. Takav način kretanja Web stranica omogućava više opcija i precizniju izradu.

Za one koji nisu profesionalni Web dizajneri, postoje programi, koji na osnovu vizuelno uklopljenih elemenata generišu HTML kod. Jedan od takvih programa je FrontPage, koji ćemo koristiti za izradu naših Web sajtova. On može biti dio paketa Microsoft Office ili se distribuira kao zaseban program. Pored ovog programa, specijalizovanog za izradu Web strana i drugi programi su u stanju da generišu HTML kod (na primjer, MS Word). Bez obzira na softwer koji će se koristiti, potrebno je prethodno izvršiti pripremne radnje.

Priprema za izradu web sajta

Pripremne radnje predstavljaju određivanje sadržaja koji će se naći na prezentaciji, broj i raspored strana i vizuelni identitet cijele prezentacije. Ako želimo da prezentacija bude kvalitetno napravljena, mora se poštovati nekoliko pravila.

Prilikom predstavljanja PZV-a potrebno je da se u prezentaciji jasno navede čime se ono bavi. Takođe je veoma bitno navesti način na koji je moguće stupiti u kontakt sa istim, naru-

čiti robu ili uslugu. Potrebno je da se navede i sjedište preduzeća. Poželjno je da se na internet prezentaciji nađe katalog proizvoda ili usluga sa cijenama, kao i uslovi poslovanja.

Web prezentacija mora biti jedinstvena, prepoznatljiva i korisnički usmjerena.

Na internetu važi pravilo da se teško dobija druga šansa za popravljanje prvog utiska.

Neohodno je da se kompanija predstavi najbolje što može, kako se ne bi rizikovalo da posjetioci budu razočarani na samom startu. Razočaran posjetilac, teško se odlučuje da ponovo posjeti sajt kojim nije bio zadovoljan. U preko 90% slučajeva posjetilac nikad više neće posjetiti sajt kojim nije bio zadovoljan.

Od velikog značaja je odabir dobrog imena adrese na internetu. Potrebno je ime koje se lako pamti i dovodi u vezu sa djelatnošću, sadržajem, proizvodom ili uslugom koji se promovišu.

Sljedeći korak je odluka o provajderu, a to znači da li će prezentacija biti postavljena na sopstvenom serveru ili na serveru nekog profesionalnog provajdera. Preporuka je da sajt treba dizajnirati, tako da bude prijateljski za korisnike - u prvi plan se stavlja njegova funkcionalnost i brzina učitavanja.

Promovisanje web prezentacije može se obaviti prijavljivanjem na pretraživače, postavljanjem plaćenih banera, razmjenom linkova i banera sa drugim sajtovima, putem e-maila, ili putem tradicionalnih medija (štampa, televizija, i sl.).

Jako je važno ažurirati sajt redovno, kako bi korisnici bili privučeni da ga ponovo posjete.

Uređivač sajta ne smije dozvoliti da informacije na njemu nisu aktuelne.

Ako učenici ili profesor nemaju dovoljno vremena i internet znanja, tada je mnogo bolje da iskoriste poznanstva i veze, da bi angažovali onog ko će im pomoći.

3.2 Sajam

Učešće na sajmu preduzeća za vježbu

Sajam preduzeća za vježbu je svakako jedan od najvažnijih događaja u radu i postojanju PZV-a. Priprema i učestvovanje na sajmu kod učenika podstiču visok stepen odgovornosti i motivisanosti za predstavljanje svoje firme, škole i stečenih sposobnosti i znanja. Sve aktivnosti priprema, putovanja i učešća na sajmu, učenici prihvataju sa oduševljenjem kao bogato iskustvo koje će im pomoći u ličnoj i profesionalnoj afirmaciji.

Faze učestvovanja na sajmu:

- odluka o učestvovanju,
- faza planiranja,
- priprema,
- sajam - učešće,
- poslije sajma.

Odluka za učestvovanje na sajmu se odnosi na nekoliko ključnih koraka:

- uključivanje učenika,
- odobrenje od strane uprave škole,
- dogovor s partnerskim preduzećem,
- pokrivanje troškova,
- prijava kod organizatora sajma.

Faza planiranja

Planiranje je od velike važnosti za uspješno učestvovanje na sajmu, jer kada ste već na sajmu teško da ćete imati vremena i sredstava za nabavljanje dokumenta i materijala koje ste zaboravili.

Kod utvrđivanja ciljeva treba voditi računa o tome da će zavisno o kojem se proizvodu radi (roba široke potrošnje, investicijska dobra, uslužna djelatnost), ciljevi sajma i tome odgovarajuće mjere biti vrlo različite. Dakle i za posjetioce i izlagače postoje različite vrste jednog sajma.

Ciljevi sajma i istraživanje tržišta:

- povećanje prometa,
- provjera konkurentnosti,
- prepoznavanje trendova razvitka,
- kooperacija,
- provjera situacije u branši i trendova budućnosti,
- upoznavanje novih tržišta i dr.

Ciljevi proizvoda i asortimana:

- provjeravanje prihvaćenosti aktuelnog asortimana na tržištu,
- prezentacija prototipova,
- prezentacija inovacija u proizvodnom programu,
- otkrivanje novih zahtjeva u asortimanu,
- demonstracija proizvoda i dr.

Ciljevi distribucije:

- procjena važnosti pojedinih stepena trgovanja/trgovine,
- kooperacija i dr.

Cjenovni ciljevi:

- sajamski popusti i dr.

U fazi pripreme morate voditi računa i o sljedećim stavkama:

Planiranje vremena

Svaki proces planiranja aktivnosti neminovno prati i proces planiranja i utvrđivanja orijentacionog vremenskog rasporeda za realizaciju definisanih ciljeva. To bi trebalo uraditi zajedno sa podjelom zadataka po sektorima.

Kalkulacija troškova sajma: zakup štanda, unos u katalog sajma, promotivni materijal, odjeća za prodavce, troškovi osoblja (prevoza, smještaja i ishrane), troškovi transporta eksponata za štand, uzorci proizvoda, potrebe za uređenje štanda (makaze, kanap, spajalice, ljepilo, selotejp, ljepljiva traka sa dvije strane, posluženje (bomboni, kolači, piće), posuđe, mirisi, muzika...

Priprema

Izbor učenika za sajam i precizna podjela odgovornosti po sektorima: Ko će šta da radi (ko je zadužen za razgovore sa posjetiocima štanda, novinarima, ocjenjivačima, obuka kadrova, ko za dizajn, ko za fakture, obilazak drugih štandova, propag. materijal...)?

U podjeli poslova treba dodijeliti jasne, nedvosmislene nadležnosti i imenovati zamjenike. Kod pripreme za učestvovanje na sajmu, treba uključiti sve učenike i podijeliti im zadatke po službama, kao i zadatke na samom sajmu i poslije sajma.

Marketing (planiranje i oblikovanje štanda, dekoracija, planiranje propagandnih mjera, izrada letaka, kataloga, brošura, pozivnica, vizit - karata, demontaža štanda i uredno pakovanje), **sekretarijat** (izrada prodajne dokumentacije, planiranje mjera za zaposlene, usklađivanje rada, pomaganje pri namještanju štanda...), **računovodstvo** (obračuni, kontrola troškova, obrada dokumentacije, praćenje plaćanja, plaćanje, fakturisanje...), nabavna i prodajna služba (nabavka reklamnih poklona, uzoraka proizvoda, obilasci drugih štandova na sajmu, prodaja proizvoda i dočekivanje posjetilaca štanda, kupovina od drugih PZV-a...).

Sve ove zadatke dijeli menadžer preduzeća. Uspjeh na sajmu zavisi od stručne pripreme učenika.

Oblikovanje izložbenog prostora (štanda)

Oblikovanje štanda u prvom redu zavisi od djelatnosti i proizvoda koje neko preduzeće nudi. Oblikovanje štanda za proizvodna (investicijska) dobra, znatno se razlikuje od oblikovanja štanda za robu široke potrošnje ili uslužne djelatnosti.

Štand je „veliki trodimenzionalni promotivni plakat“ preduzeća koji mora motivisati da se pogleda i posjeti, jer ima nešto karakterističnо, što pobuđuje pažnju posmatrača i zaokupljuje njegov interes.

Morate voditi računa o veličini štanda (vidjeti plan hale):

Uzeti tačne mjere štanda kao pretpostavku planiranja i vidjeti o kojoj vrsti štanda se radi.

Vrste štanda

Postoji više vrsta štandova:

- štand u nizu (jedna otvorena strana),
- ugaoni štand (dvije otvorene strane),
- čeoni štand (tri otvorene strane),
- blok-štand ili štand - ostrvo (otvoreni, pristup sa svih strana moguć).

Osmisliti dizajn štanda.

Voditi računa o interesantnosti za posjetioce, originalnosti, bojama i njihovom skladu, proizvodima i kako ćete sve to uklopiti i postaviti, tako da na najbolji način predstavite vaše proizvode (usluge) i preduzeće.

Osnovna pravila:

- izazivanje pažnje,
- prepoznatljivost među strankama,
- stranke će ga se sjećati,
- omogućava razgovore sa strankama,
- radno mjesto za osoblje štanda,
- fleksibilnost u toku sajma.

Karakteristike:

- štand koji privlači posjetioce (svjetlo, boja, pokreti),
- štand kao oaza (prijatan za oko i udoban za poslovanje).

Koncepcija:

- predstavljanje preduzeća,
- prezentacija proizvoda i uslužnih djelatnosti,

- komunikacija sa strankama.

Planiranje štanda:

- djelovanje na daljinu,
- efekt radoznalosti,
- privlačan za kupca,
- prijatan za posjetioce.

Uređenje štanda:

- prilagođavanje štanda slici o preduzeću (poslovni identitet, očuvanje uobičajene slike o preduzeću među stalnim kupcima)
- ako je moguće: trodimenzionalno predstavljanje promotivne kampanje,
- utvrđivanje stila, boja, svjetla i uređenja u skladu sa slikom koju javnost treba da ima o firmi,
- oblikovanje štanda mora biti orijentisano na kupca, a ne na proizvod,
- koristiti kreativne tehnike.

Oprema štanda

Oblikovanje štanda - check-lista

Kao što je rečeno, morate sve pripremiti kako ne biste bili nespremni na sajmu, zato je najbolja chek lista:

Check-lista - oblikovanje štanda	količina	✓
1. Oprema štanda:		
Eksponati, dekoracija (plakati, „pravi proizvodi“ logo, organigram, cvijeće, baloni, lampice, ...)		
Ugošćavanje (čajevi, sokovi, bomboni, kolači posuđe, potrepštine za serviranje)		
Projekcijski uređaji (grafoskop, projektor, video, TV...)		
Tabla s natpisom (svijetleći/neonski natpis) i **rasvjeta**		
Uređenje: bar, mjesto za sjedenje, stolovi, stoljnjak, vitrine, garderoba za učesnike		
Muzika: muzička linija cd-i, zvučnici		
Kompjuter: laptop, štampač		
Velika kutija za ostavljanje svega što ne treba da se vidi		
Mirisi: aroma lampica, eterična ulja		
Platno za dekoraciju i pokrivanje		
Alat i produžni kabal, šivaći pribor, kanapi		
2. Kancelarijski materijal i uređaji:		
Pisaći pribor: olovka, hemijska olovka, flomasteri, gumica za brisanje, papir, indigo-papir, papir za pisma i koverte		

Check-lista - oblikovanje štanda	količina	✓
Digitron		
Poslovna dokumentacija: porudžbine, računi, račun gotovinske prodaje, narudžbenice, čekove, pečat, jastučić za pečat…		
Katalozi (u boji i crno-bijeli kopije)		
Promotivna sredstva (leci, naljepnice, reklamni film, promotivni pokloni, materijal za nagradne igre...)		
Različiti kancelarijski materijali: makaze, spajalice, selotejp, ljepilo u stiku, ljepilo, pečat		
Registratori, kese		
Materijali za nagradnu igru i cijene, zagonetka		
3. Ostalo		
Materijali za unapređenje promotivne aktivnosti i degustacije		

Ova check-lista ne obvezuje na potpuno ispunjavanje, i zato se treba i može prilagoditi potrebama sopstvenog preduzeća za vježbu.

Promotivne mjere (politika komunikacije)

Na sajmu bi trebalo, ukoliko je moguće, koristiti sva moguća promotivna sredstva i svaki medij. Mislite još i na mogućnosti prezentiranja vaše promotivne poruke i u trodimenzionalnom obliku.

Osnovna pravila za oblikovanje promotivnih sredstava

- sva promotivna sredstva treba međusobno uskladiti,
- LOGO mora uvijek biti prisutan,
- promotivna sredstva dio su poslovnog identiteta,
- jedinstvena linija promotivnih sredstava,
- korist za kupca mora uvijek biti vidljiva,
- početna strana kataloga sa logom u centru.

Promotivni materijal

- reklamni tekst,
- prikazati pozitivne strane,
- potrošač u fokusu,
- nabrajanje posebno važnih argumenata, ali treba izbjegavati superlative,
- bez skraćenica i stranih riječi.

Slike

- mozak ih „automatski“ obrađuje,
- imaju jak emocionalni učinak,
- bolje se uočavaju.

Boje

Vrlo dobro prenose reklamne poruke. Imaju jak emocionalni efekat, pobuđuju pažnju i izazivaju asocijacije.

podsticajna	prirodna
prijatna	snažna

Oblikovanje promotivnog materijala i prodajne dokumentacije

Oblikovanje promotivnih sredstava

- plakati i posteri,
- katalog,
- leci,
- oglas u katalogu sajma,
- pokloni za kupce,
- vizit–karte.

Katalog

- karakteristično oblikovana naslovna stranica sa logom i imenom firme, koja se ne može zamijeniti nekom drugom,
- jasna, pregledna struktura,
- koristite slike - velike ilustracije djeluju bolje,
- tekst navesti uvijek odmah kod proizvoda,
- mora sadržati postupak narudžbe, uslove, prava kupaca,
- format: max. A4,
- navesti ime PZV-a, adresu, telefon, faks, e-mail.

Brošura/flajer

- presavijen (1/3 A4),
- mora imati djelovanje i u boji i kao crno-bijeli - mogućnost kopiranja!
- boje uskladiti s logom.

Letak

- jednostavno, pregledno, plakatno oblikovanje,
- izražajan glavni naslov,
- jasna, pregledna struktura teksta,
- ime preduzeća i logo smjestiti na upadljivo mjesto,
- koristiti vizuelne elemente,
- koristiti riječi kao novo, gratis...,
- kreativnost!

Plakati i posteri

- brzo posredovanje poruke „na prvi pogled“,
- mogu prenositi samo JEDNU poruku- poruku reklame sročiti kratko,

- važno je imati nešto što privlači pogled (npr. fotografija),
- samo kratak tekst,
- ne zaboraviti logo.

Prodajna dokumentacija

- cjenovnici,
- formulari za kontakt sa strankama,
- narudžbenica,
- formulari za račun i otpremnicu,
- otpremnica i račun.

Provjerite mogu li se oni pomoću **laptopa** odštampati na štandu.

Ako DA: formulare pripremiti na PC-u.

Ako NE: formulare pripremiti za ispisivanje rukom i kopirati - ne zaboravite digitron.

Ukoliko se radi o međunarodnom sajmu, prodajnu dokumentaciju uraditi i na engleskom jeziku.

Neposredno učešće na sajmu

Ako je sve dobro pripremljeno, samo učešće će biti uspješno. Kako je sve usmjereno ka potrošaču, prilikom oblikovanja štanda na sajmu se mora voditi računa o zonama komunikacije.

Zone komunkacije na štandu:

- **Zona gledanja**: probuditi interes, predstaviti uspjehe, prezentovati korist za kupca;
- **Zona za (prod.) razgovor**: priprema i sprovođenje razgovora;
- **Zona snadbijevanja**: skladištenje materijala, ugošćavanje posjetioca.

Prodajni razgovor

Dobra priprema osoblja štanda je od velike važnosti. Uloge treba podijeliti prema njihovim afinitetima. Ukoliko se radi o međunarodnom sajmu, potrebno je da osoblje zna engleski jezik.

Priprema kadrova (učenika) za učešće na sajmu

Područja školovanja na koje treba obratiti pažnju: prodajni razgovor, ponašanje, zadaci, nastup, znanje stranih jezika, znanje o proizvodu, tehnika prodaje .

Organizovati i sprovesti mjere obučavanja u okviru redovne nastave PZV-a.

Faze prodajnog razgovora

Pozdrav

Uspostavljanje kontakta:

- odmah pozdraviti,
- ljubazan ton,
- kontakt očima,
- držanje tijela, kontakt pogledom,
- pozdrav usmjeriti kupcu,
- pozdraviti i kad već poslužujemo druge kupce,
- djelovati opušteno.

Otkrivanje potrebe

Na početku razgovora osoblje štanda treba, primjenom odgovarajućih tehnika pitanja da otkrije koji su zahtjevi, očekivanja, problemi i ciljevi kupca.

Pitanja mogu biti:

- otvorena pitanja (Što? Zašto? Kako? Kada? Koji? Čemu? S kojom svrhom?),
- zatvorena (sa odgovorima DA ili NE),
- pitanja alternative (izbor između dvije ili više alternativa),
- pitanja sugestije...

Aktivno slušanje

- posmatranje kupca (govor tijela),
- primati informacije i pravilno reagovati.

Prodajni razgovor u užem smislu obuhvata:

demonstraciju robe

- razumljivost,
- aktivirati kupca (podijeliti kupce na nezainteresovane, kriticne, korektne, lojalne...),
- pozitivan stav,
- pohvaliti kupca,
- prigovore kupca pozitivno tretirati;

opis robe (popisati sve što se zna o robi i to treba da nauči osoblje koje stoji na štandu)

- proizvođač - marka,
- sastav,
- osnovna i dodatna korist,
- cijena, uslovi plaćanja i dostave,
- garancija, servis, dodatne usluge,
- mogućnosti upotrebe.

Argumentacija cijene

Važno je cijenu spomenuti u pravo vrijeme, najbolje „upakovanu“ kod objašnjavanja korisnosti proizvoda, kako kupac ne bi pretrpio „šok“.

Pravila za argumentaciju cijene:

- cijenu navesti uvjerljivim i sigurnim tonom (prodavac mora i sam biti uvjeren u vrijednost i korisnost proizvoda, kao i u prikladnost cijene),
- cijenu navesti u kombinaciji s korisnošću robe („vrijednost-cijena-vrijednost“ metoda),
- kupac će za robu koja mu se sviđa izdvojiti i više novaca,
- cijene treba objasniti, a ne braniti,
- ne koristite pojmove „skup/o“ i „jeftin/o“.

Opšta pravila ponašanja

- iskoristiti vrijeme,
- tačnost,
- vjerovati u proizvod/ uslužnu djelatnost,
- pokazati interes za problem kupca,
- dobro slušati kupca,

- kupcu davati ciljane informacije,
- bez nezgoda pri demonstraciji,
- ostati pribran u svakoj situaciji.

Jezik prodavca:

pozitivno

- bogat rječnik,
- jednostavno, kratko, jezgrovito i strukturirano izražavanje,
- kretati se na nivou kupca.

negativno

- „šuplje" parole,
- nerazumljiv stručan jezik,
- pretjerivanja,
- superlativi,
- ponavljanja istih riječi,
- poštapalice (aaa, ovaj, onaj...),
- sleng, ekstreman dijalekt.

Oproštaj

- pojačavanje odluke,
- „Dobro ste izabrali!"
- „Dugo ćete uživati u ovom proizvodu!".

Prodajni je razgovor je zaključen kada kupac ode sa štanda, a ne kad se račun potpiše. Dobar prodavac će dati kupcu osjećaj da se u slučaju problema u svako doba može obratiti njemu i još jednom će ga pozdraviti.

Rad na štandu je veoma odgovoran posao. Zbog toga treba dobro povesti računa koje učenike odbrati za taj posao. Oni moraju biti savjesni, kreativni, ljubazni i stručni. Treba odrediti vođstvo štanda koje rješava eventualne probleme na štandu i pred novinarima i ostalima predstavlja svoje PZV.

Poslije sajma

Sajam se ne završava nakon zatvaranja. Obrada nakon sajma traje duže nego sama priprema, zato je važno unaprijed odrediti kako će aktivnosti poslije sajma biti podijeljene i ko će preuzeti koje zadatke.

- Marketing vrši obradu želja kupaca i šalje zahvalnice sponzorima. Analizira promotivni materijal drugih PZV koji je donesen sa sajma i potvrdu o učešću smješta u dokumentaciju.
- Prodaja obrađuje narudžbe, a nabavka vrši dopunu asortimana ako je potrebno.
- Računovodstvo kontroliše plaćanja i provjerava uplate (podsjeća one koji nisu izmirili obaveze).
- Zajedno se analiziraju sajamske bilješke, rezultati istraživanja tržišta, liste novih kontakata sa sajma...
- Svaki učenik (učesnik sajma) mora sastaviti svoj izvještaj sa sajma. **Izvještaj** bi trebalo da sadrži podatke o mjestu, vremenu održavanja sajma, konkurenciji, prodajnim razgovorima koje je obavio, pregledu kupovina, saradnji i raspoloženju tima, rješavanju konfliktnih situacija, ličnim utiscima.

- Kontrola uspjeha (Jesu li ostvareni ciljevi sajma?) Zato je najbolje ispuniti **Anketu**, koja će dati odgovore jakih i slabih strana sajma i donijeti zaključak da li su ispunjeni postavljeni ciljevi sajma.

3.3 Međunarodna saradnja

3.3.1 EUROPEN (cms.europen.info)

3.3.1.1 Osnovne informacije o EUROPEN-u

a) Šta je EUROPEN

EUROPEN-PEN International je svjetska mreža preduzeća za vježbu. Mreža se sastoji od 7500 preduzeća za vježbu u 42 zemlje. EUROPEN je neprofitna organizacija koja je osnovana 1997. godine. Osnivački članovi EUROPEN-a su obrazovne institucije iz sljedećih zemalja: Austrija, Kanada, Danska, Finska, Francuska, Njemačka, Velika Britanija, Holandija, Švedska, Španija i Švajcarska. Budući članovi biće zemlje sa Balkana, poput Srbije ili Crne Gore.

Ova asocijacija organizuje sastanke svojih članova dva puta godišnje u različitim zemljama članicama. Ona ima upravni komitet koji čine tri menadžera centralnih kancelarija koji se sistemom rotacije mijenjaju svake godine. Koordinacioni centar ima sjedište u Njemačkoj i između ostalog, odgovoran je za PR i koordinaciju različitih centralnih kancelarija. Porijeklo preduzeća za vježbu može se naći u literature i u 17. vijeku.

b) Šta radi EUROPEN?

Misija EUROPEN-PEN International je da podrži, koordinira i razvija servise koji će dodati vrijednost aktivnostima koje se sprovode u nacionalnim mrežama njihovih članova; da promoviše i unaprijedi koncept učenja u i iz simuliranog poslovnog okruženja i da promoviše koncept preduzeća za vježbu u drugim zemljama.

Aktivnosti koje EUROPEN sprovodi su:

- Organizovanje međunarodnih sajmova preduzeća za vježbu;
- Promovisanje međunarodne razmjene učenika i trenera;
- Organizovanje međunarodnih seminara i radionica za trenere;
- Organizovanje transnacionalnih projekata;
- Razvijanje kriterijuma za kurikulume za učenike poslovnih škola, koledža i univerziteta;
- Razvijanje softvera za dobrobit centralnih kancelarija i preduzeća za vježbu;
- Iniciranje istraživačkih projekata za razvoj softvera za dobrobit preduzeća, privatnih korisnika, obrazovnih institucija i praktikanata u preduzećima za vježbu.

3.3.1.2 Važni projekti

a) EUROPEN kvalifikacioni sertifikat- Projekat Leonardo

Leonardo je projekat koji ima sljedeće ciljeve, da:

- Poboljša kvalitet obuke putem preduzeća za vježbu;
- Unaprijedi vještine i kompetencije polaznika - razvijanje zajedničkog kvalitetnog standarda obuke za preduzeća za vježbu;
- Poboljša veze sa poslovnim svijetom;
- Postigne zajednički sertifikat za obuku za preduzeća za vježbu, koji bi bio transnacionalno priznat;

- Obezbijedi veću mobilnost radne snage kroz priznavanje transnacionalnog standarda kvaliteta obuke;
- Obezbijedi sertifikate priznate od strane obrazovnih institucija i preduzeća u svim partnerskim zemljama.

b) Međunarodna platforma za ocjenjivanje PEP (http://pep.zuef.de)

PEP (Power Enterprise Project) projekat je osmišljen da podigne **nivo kvaliteta** interakcije među članovima. Učesnici imaju priliku da **procijene** performanse poslovanja drugih preduzeća za vježbu, na osnovu određenih kriterijuma. **Sistem procjenjivanja** koji se koristi za ovaj zadatak, omogućava svakom članu da efikasno prati sopstveni standard kvaliteta.

Ako želite da zatražite PEP nalog, vaše preduzeće za vježbu mora biti registrovano u bazi podataka Centra za kliring sa validnom šifrom preduzeća. Pored toga, preduzeću za vježbu je dozvoljeno da bude dio PEP mreže, samo ako je relevantna Centralna kancelarija već registrovana u PEP mreži.

3.3.1.3 Korisna pomoć

a) Publikacije (flajeri, bilteni)

EUROPEN objavljuje biltene, koje možete da pogledate na sajtu ili ih možete naručiti putem e-maila. Tu su i interesantni flajeri o EUROPEN-u. Neke primjere možete pronaći na sljedećim sajtovima:

- http://cms.europen.info/fileadmin/Bulletin/Bulletin34.pdf
- http://cms.europen.info/fileadmin/EUROPEN_Flyer/0709-14_Flyer_Europen.pdf

b) Podaci za međunarodne sajmove

Web stranicu EUROPEN-a uvijek vrijedi posjetiti, jer ćete tamo naći neke korisne informacije, kao na primjer **datume sajmova** ili neke linkove u vezi sa **pozivima za dostavljanje predloga i projekata**.

3.3.2 ACT (www.act.at)

3.3.2.1 Osnovne informacije o ACT-u

a) Šta je ACT

ACT je projekat Odsjeka za stručno obrazovanje federalnog Ministarstva za prosvjetu, umjetnost i kulturu, koji predstavlja servis centar za sva austrijska preduzeća za vježbu. ACT je pokretački motor austrijskog tržišta preduzeća za vježbu, njegov pedagoško-organizacioni centar i veza za austrijska preduzeća za vježbu sa međunarodnom mrežom preduzeća za vježbu.

b) Šta radi ACT?

Usluge koje ACT pruža preduzećima za vježbu su: spoljna trgovina, bankarstvo, elektronsko poslovanje, knjigovodstvo, strani jezici, socijalno osiguranje, upotreba kreditnih kartica, „RailCargo“, „RoadTrans“, kao i usluge koje pružaju pošta, sud, poreska uprava, uprava carina, privredna komora i nadležni organ za trgovinu.

Ostale usluge su: međunarodni kontakti, informacije i publikacije, savjetovanje i podrška, upravljanje kvalitetom, podrška inovacijama, idejama i konceptima, osnivanje preduzeća i preduzetništvo, prenošenje know-how-a, obezbjeđivanje nacionalnih i međunarodnih kontakata, partnerstava, kao i projekata, organizacija nacionalnih i međunarodnih događaja.

c) Preduzeća i mentorstvo

U odnosu na njenu veličinu, Austrija je velika sila u svijetu preduzeća za vježbu. To je prva država u Evropi koja je uvela preduzeća za vježbu u trgovinskim školama kao obavezan predmet (1993.). U drugim tipovima škola, preduzeće za vježbu je izborni predmet ili fakultativni predmet. U Austriji trenutno postoji gotovo 850 preduzeća za vježbu.

ACT kroz mentorstvo Europen-a, preuzima uključenje nacionalnih centrala i preduzeća za vježbu u međunarodno tržište preduzeća za vježbu. Takođe, ACT je trenutno mentor preduzeća za vježbu i servis centara za sljedeće zemlje: Albaniju, Bosnu i Hercegovinu, Makedoniju, Srbiju, Moldaviju, Crnu Goru, Kosovo (zajedno sa Švajcarskom).

3.3.2.2 Projekti od ACT

a) Lifelong Learning Programm (LLP) - Program cjeloživotnog učenja

U okviru LLP-a Evropske unije razrađuju se strategije i preporuke za obaveznu upotrebu preduzeća za vježbu u stručnim institucijama, naročito za implementaciju preduzeća za vježbu u nastavni plan. Projektni partneri su Litvanija i Bugarska.

b) Privredna komora i pretraga preduzeća za vježbu (sa stranim jezicima)

Privredna komora ACT-a je ustanova u okviru ACT servis centra austrijskih preduzeća za vježbu koja podržava kontakt između preduzeća za vježbu i njihovih (međunarodnih) poslovnih partnera. Ponuda obuhvata:

- Potragu za preduzećima za vježbu u Austriji i u inostranstvu; za proizvodima i poslovanjem preduzeća za vježbu; po NACE Codes;
- Informacije o međunarodnim poslovima banaka, o spoljnoj trgovini i terminima sajmova u zemlji i inostranstvu.

c) Znak kvaliteta PZV

U Austriji postoji od školske godine 2002/2003. veliki pokret poboljšanja kvaliteta preduzeća za vježbu - takmičenje „oznaka kvaliteta preduzeća za vježbu“. Od školske godine 2011/2012. se rad preduzeća za vježbu orjentiše po konceptu PZV 2020. koji je razvijen od strane radne grupe PZV Austrija i Instituta za poslovno obrazovanje i razvoj Univerziteta Graca. Time je oznaka kvaliteta između ostalog, proširena na model Plan - Do - Check - Act. Centralni element rada preduzeća za vježbu je kompletan, održivi i samoodgovoran rad (act) od strane učenika, kao i predavača. Ciljevi oznake kvaliteta su:

- Povećati i osigurati kvalitet rada preduzeća za vježbu, što znači kontinuirani razvoj učenja i rada u preduzeću za vježbu;
- Umrežavanje preduzeća za vježbu sa svim predmetima u skladu sa namjerama nastavnog plana;
- Usvojiti i implementirati model Plan - Do - Check - Act;
- Prepoznavanje mogućnosti tog modela kod preduzetničkog i pedagoškog korišćenja;
- Predstaviti rad preduzeća za vježbu javnosti;
- Dodjela sertifikata „oznaka kvaliteta preduzeća za vježbu“.

d) ACT Publikacije

U rubrici „ACT publikacije“ može se naći mnogo korisnih dokumenata za svakodnevni rad preduzeća za vježbu. Na primjer, dokumenta za osnivanje preduzeća, za pripremu sajmova, organizacioni koncepti i puno dokumenata na stranim jezicima, kao što su primjeri za poslovna pisma na engleskom i konverzacija putem telefona.

3.3.3 Primjer iz Austrije i Crne Gore

3.3.3.1 Jedno crnogorsko preduzeće se predstavlja

PZV „HONEY BEE“ d.o.o.

„Živite slatkim životom“

Adresa: Ul. Kralja Nikole 95, Podgorica, Crna Gora
Kontakt telefon: 020/622-202
E-mail: pzvhoneybee@yahoo.com
Web sait: pzvhoneybee.webs.com
PIB: 0202011-12

OPIS

Preduzeće za vježbu „Honey Bee“ iz Podgorice osnovano je u oktobru 2011. godine. Zadatak preduzeća je prodaja meda i mednih proizvoda, koji potiču iz ekološki najčistijih područja Crne Gore. Med je organski proizvod, veoma tražen u svijetu, a odlikuje ga bogat asortiman proizvoda. Asortiman preduzeća obuhvata razne vrste meda. Pored meda, proizvodi propolis, saće i medovaču, kao i ljekovite preparate. Snadbijevanje navedenim proizvodima i adekvatno opremanje štanda na sajmovima u Budvi i Plovdivu, omogućio je **„PČELARSKI SAVEZ CG“,** koje je zapravo realno preduzeće. Cilj preduzeća „Honey bee“ je da se steknu određena iskustva:

- kako da se na najbolji mogući način predstavi preduzeće,
- kako poslovati sa kupcima,
- kako poslovati sa dobavljačima,
- uspješno reklamiranje proizvoda,
- ljubaznost osoblja.
- komunikacija sa drugim preduzećima, kako na domaćem, tako i na inostranom tržištu.

Preduzeće „Honey Bee“ je registrovano u Privrednom sudu - Podgorica (SCPZV), u Poreskoj upravi-Podgorica (SCPZV) i u Zavodu za statistiku (SCPZV). Takodje, preduzeće ima otvoren račun u banci, radi transakcije novca prilikom kupovine i prodaje robe, plaćanja zarada i doprinosa zaposlenih, kao i obaveza po osnovu poreza.

ASORTIMAN

Preduzeće „Honey Bee“ se svakodnevno trudi da poboljša i poveća svoj asortiman na zadovoljstvo potrošača, vodeći računa o kvalitetu i cijenama proizvoda. Proizvodi preduzeća su: lipov med, planinski med, šumski med, bagremov med, livadski med, propolis, saće i medovača.

Proizvodi preduzeća „Honey Bee“ daruju snagu i zdravlje, jer potiču iz netaknute prirode.

RAD PREDUZEĆA

Preduzeće „Honey Bee“ je podijeljeno u 4 sektora i ima 17 zaposlenih, od kojih je jedan zaposleni izvršni direktor, koji prati rad preduzeća u svim sektorima. Koordinator preduzeća je profesor. Polazeći od obima, vrste i prirode posla, sa ciljem da se efikasno, racionalno, blagovremeno, stručno i kvalitetno obavi, preduzeće mora biti organizovano po funkcionalnom principu i svaki sektor mora preuzeti svoju obavezu. Rad u ovim sektorima kod učenika razvija odgovornost.

Ključ uspjeha preduzeća „Honey bee“ je umješnost, tačnost, brzina, urednost i efikasnost. Preduzeće„Honey Bee“ je, aprila 2012.godine, učestvovalo na **Međunarodnom sajmu preduzeća za vježbu u Plovdivu**, gdje im je uručena diploma za **najoriginalniji štand**. Veliki uspjeh je ostvaren i na **Internacionalnom sajmu Budva 12./13.03.2012.** gdje je osvojilo **prvo mjesto**. ***Odlike preduzeća „Honey Bee“*** na sajmovima su: **dobro opremljen štand, širok asortiman proizvoda** (razne vrste meda, propolis, saće, medovača...), **razni reklamni materijali** (katalozi, flajeri, cjenovnici, vizit-kartice, leci, ID kartice, fakture, otpremnice, porudžbenice, naljepnice, ambalaže, časopisi...), **ljubaznost zaposlenih** (obučenih u kostime pčelica i pčelara, koji su privlačili pažnju prisutnih) i **dobro organizovan tim**.

Iskustvo u radu u okviru preduzeća „Honey bee“, omogućava da u budućnosti budu još uspješniji.

I zato poslujte sa „Honey Bee“ !!!

66

3.3.3.2 Jedno austrijsko preduzeće se predstavlja

CHAMELEON GmbH

BHAK/BHAS Zwettl

Hammerweg 1, 3910 ZWETTL
AUSTRIA
+43/2822/52380
email: chameleon@1224.uebungsfirmen.at

Preduzeće „Chameleon", osnovano je 2001. godine. Mi smo mlad i motivisan tim, koji je specijaliziran za planiranje događaja - od organizovanja koncerata David Guetta-e do ekstermnih sportskih događaja. Možemo isplanirati svaki događaj koji zamislite, bez obzira na to koliko su vaše ideje neobične. Trudimo se da se prilagodimo željama i potrebama naših kupaca, kakve god one bile.

Pored toga, nudimo širok asortiman proizvoda - od robe, do sportske opreme visokog kvaliteta.

Iskusite Chameleon i dozvolite nam da vas zadivimo našim fantastičnim događajima koji ćete pamtiti cio život .

Nadamo se da ćemo biti u stanju da prevaziđemo vaša očekivanja!

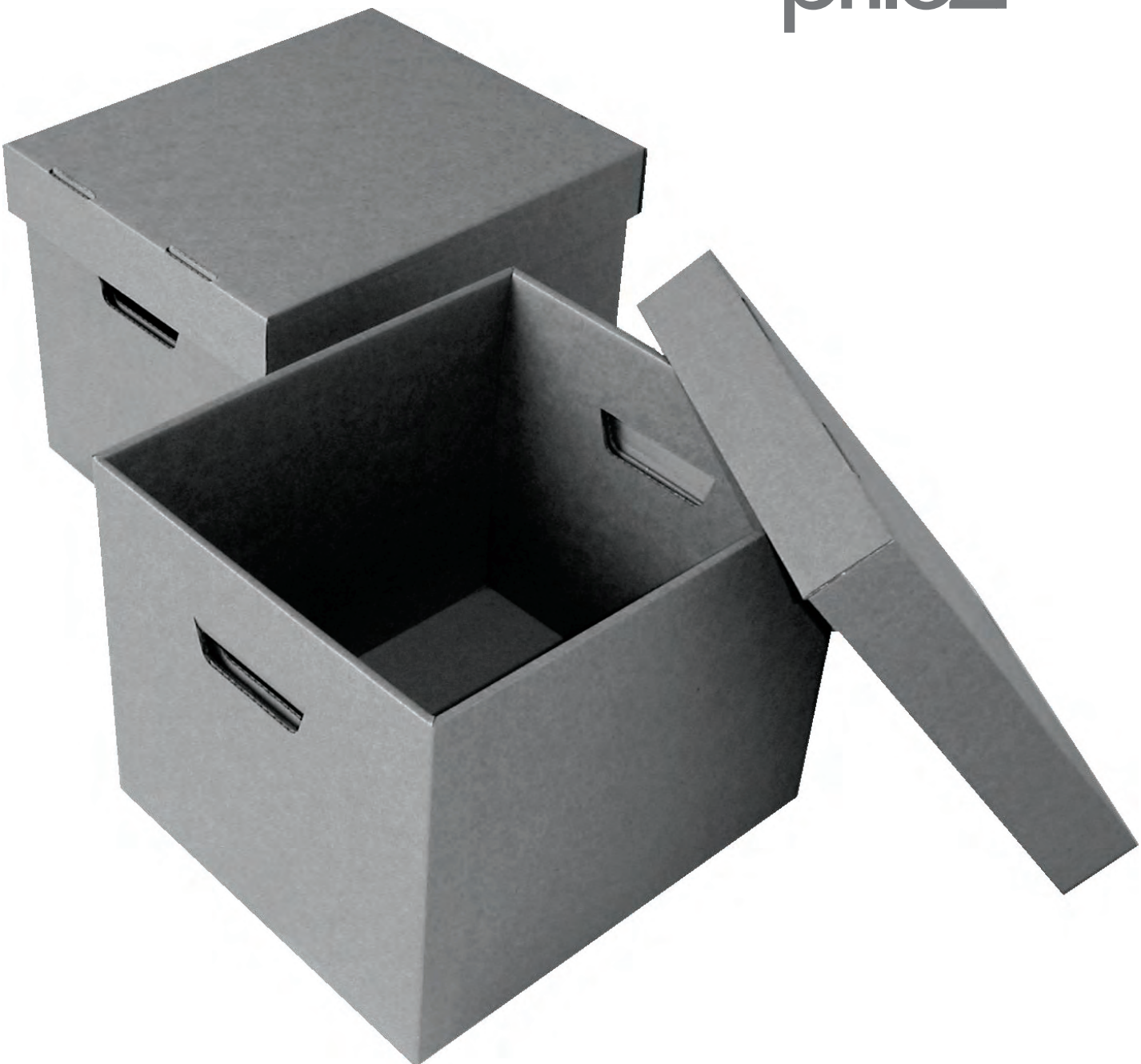
Više informacija o našem preduzeću možete naći na našoj web stranici:

http://www.bhak-bhas-zwettl.ac.at/uefa-chameleon/index.php?lang=en

Literatura, Izvori

1. Ekonomija i preduzetništvo - Priručnik za preduzeće za vježbu, KulturKontakt Austrija, Podgorica, 2009.
2. Grupa autora: Priručnik za rad u virtuelnom preduzeću, Ministarstvo prosvete Republike Srbije Beograd, KulturKontakt Austrija, GTZ - Nemačko društvo za tehničku saradnju, Privredno društvo „Prosvetni pregled“ d.o.o., Beograd.
3. Miroslava Grujić, Milena Stegenšek i Elizabeta Šarković: Savremena poslovna korespondencija, Zavod za udžbenike, Beograd, 1996.
4. Vesna Bulatović: Poslovna komunikacija i birotehnika, CSO, Podgorica, 2011.
5. Grupa autora: Od ideje do biznisa, Priručnik za nastavnike preduzeća za vježbu, Trgovinsko knjižarsko društvo Šahinpašić, Sarajevo.
6. Uputstvo za obračun bruto zarada, Službeni list CG broj 5/11, Podgorica, 2011.
7. Zakon o porezu na dodatu vrijednost, Službeni list RCG broj 65/2001, Podgorica, 2001.
8. Zakon o porezu na dodatu vrijednost, Službeni list RCG broj 12/2002, Podgorica, 2002.
9. http://www.act.at/
10. http://cms.europen.info/

prilozi



Prilozi:

Prilog br. 1: Odluka o potrebi zasnivanja radnog odnosa 73
Prilog br. 2: Konkurs o popuni slobodnih radnih mijesta 74
Prilog br. 3: Tekst oglasa u sredstvima javnog informisanja 75
Prilog br. 4: Prijava radi zasnivanja radnog odnosa 76
Prilog br. 5: Primjer CV-a 77
Prilog br. 6: Zapisnik komisije o provjeri prispjelih prijava 78
Prilog br. 7: Odluka direktora o izboru kandidata. 79
Prilog br.8: Obavještenje o izboru kandidata. 80
Prilog br. 9: Ugovor o radu. 81
Prilog br.10: Upit kupca 83
Prilog br.11: Opšta ponuda 84
Prilog br.12: Porudžbenica. 85
Prilog br.13: Prijemnica - kalkulacija 86
Prilog br.14: Izvještaj o obračunatim i isplaćenim ličnim primanjima za zaposlene 87
Prilog br.15: Mjesečna prijava za obračun poreza na dodatu vrijednost 88
Prilog br.16: Nalozi za knjiženje 89

Prilog br. 1: Odluka o potrebi zasnivanja radnog odnosa

NAZIV PZV
NAZIV ŠKOLE
Broj: _____
Grad, _____.g.

Na osnovu čl. 36. Zakona o radu (Sl. list RCG 43/03) i člana 28. Statuta _____
Direktor _____, dana _____.godine, donosi sljedeću

O D L U K U
O
potrebi zasnivanja radnog odnosa

1. Objaviti konkurs za popunu slobodnog radnog mjesta:

1) Radno mjesto _____
na _____ vrijeme (određeno ili neodređeno)
sa _____ radnim vremenom (puno ili skraćeno vrijeme)
sa _____ izvršiocem (broj izvršilaca)
2) Radno mjesto _____
na _____ vrijeme (određeno ili neodređeno)
sa _____ radnim vremenom (puno ili skraćeno vrijeme)
sa _____ izvršiocem (broj izvršilaca)

2. Javni oglas raspisati u skladu sa uslovima radnog mjesta utvrđenim u Praviliniku o organizaciji i sistematizaciji poslova i radnih zadataka _____ (naziv PZV).

3. Za realizaciju ove Odluke zadužuje se pravna služba.

4. Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Sagledavajući organizaciju rada i poslovanja _____ (naziv PZV) ocijenjeno je da postoji potreba da se određena radna mjesta otvore, a radi neometanog i kontinuiranog odvijanja procesa rada u pojedinim organizacionim djelovima ovog Preduzeća.

Sa navedenih razloga donijeta je Odluka kao u dispozitivu.

Dostavljeno: M. P. DIREKTOR,
- Pravnoj sl.
- a/a

_____

73

Prilog br. 2: Konkurs o popuni slobodnih radnih mijesta

Naziv PZV_____
Grad_____

K O N K U R S

o

popuni slobodnih radnih mjesta

1) SEKTOR MARKETING:

- Srednja stručna sprema,
- Aktivno znanje engleskog jezika,
- Aktivno poznavanje rada na računaru i programa (EXCEL i WORD),
- Minimum 2 godine radnog iskustva,
- Vozačka dozvola B kategorije,
- Na _____ vrijeme,
- Sa _____ radnim vremenom.

2) SEKTOR OPŠTE SLUŽBE:

- Srednja stručna sprema,
- Perfektno znanje engleskog jeezika,
- Aktivno poznavanje rada na računaru i programa (EXCEL i WORD),
- Ambiciozna, energična, odgovorna,
- Na_____ vrijeme,
- Sa _____ radnim vremenom.

Poželjno:

- Radno iskustvo na sličnim poslovima,
- Poznavanje još jednog stranog jezika,
- Vozačka dozvola B kategorije,
- Certifikati za poslovnu korespondenciju.

Vaš CV sa prijavom, možete poslati u roku od 8 dana od dana objavljivanja konkursa na oglasnoj tabli u školi:

Naziv PZV _____

adresa _____

e- mail _____

74

Prilog br. 3: Tekst oglasa u sredstvima javnog informisanja

Sto se tiče oglasa u sredstvima javnog informisanja, on je istog sadržaja kao i oglas o popuni slobodnih radnih mjesta koji se šalje Zavodu za zapošljavanje (prilog br. 2)

„PATELA“ d.o.o. Kotor

...poziva mlade, obrazovane, ambiciozne i stručne, da se prijave na:

K O N K U R S

za radna mjesta na neodređeno i puno radno vrijeme:

1) SEKTOR MARKETING:

- Visoka stručna sprema,
- Aktivno znanje engleskog jezika,
- Aktivno poznavanje rada na računaru i programa (EXCEL i WORD),
- Minimum 2 godine radnog iskustva,
- Vozačka dozvola B kategorije,
- Na_____ vrijeme,
- Sa_____ radnim vremenom.

2) SEKTOR OPŠTE SLUŽBE:

- Viša stručna sprema,
- Perfektno znanje engleskog jezika,
- Aktivno poznavanje rada na računaru i programa (EXCEL i WORD),
- Ambiciozna, energična, odgovorna,
- Na_____ vrijeme,
- Sa_____ radnim vremenom.

Poželjno:

- Radno iskustvo na sličnim poslovima,
- Poznavanje još jednog stranog jezika,
- Vozačka dozvola B kategorije,
- Certifikati za poslovnu korespondenciju.

Vaš CV sa prijavom, možete poslati u roku od 8 dana od dana objavljivanja na oglasnoj tabli u školi:

Naziv PZV_____
adresa _____
e- mail_____

„PATELA“ d.o.o. Dobrota b.b. 85300 Kotor ili na mail: patela777@gmail.com

75

Prilog br. 4: Prijava radi zasnivanja radnog odnosa

P R I J A V A Z A P O S A O

_____ (ime i prezime kandidata)
_____ (mjesto i adresa stanovanja)
_____ (kontakt telefon)
_____ (e-mail)

NAZIV PZV

_____

_____
(Grad, Adresa)

Predmet: **Prijava na konkurs**

U vezi sa konkursom koji je objavljen na oglasnoj tabli škole „_____“ dana _____ 201 __ g. prijavljujem se na radno mjesto, u **sektoru marketing** na **određeno vrijeme**, sa **punim radnim vremenom**.

U prilogu prijave dostavljam:

1. CV,
2. Ljekarsko uvjerenje,
3. Fotokopiju svjedočanstva o završenom drugom razredu srednje škole,
4. Druge dokaze o isunjavanju posebnih uslova (uvjerenje o znanju stranih jezika i poznavanje rada na računaru).

U _____

Dana _____

Podnosilac prijave, _____

76

Prilog br. 5: Primjer CV-a

Lične informacije

Ime	**Marko Marković**
Adresa	Kotor, Stari Grad 777
Telefon	**+382 67 444 777**
E-mail	**markomarkovic@t-com.me**
Datum rođenja	07. 09. 1987

Profil

• Društvene vještine	Radan; odgovoran i ambiciozan; samostalan; snažna volja i predanost poslu; sposoban za individualni i timski rad; istaknute komunikacione sposobnosti

Obrazovanje

• Datumi (od - do)	Septembar 2005 - Januar 2009.
• Ime institucije	Univerzitet Crne Gore, Ekonomski fakultet
• Glavne teme	Principi Ekonomije, Menadžment Ljudskih Resursa, Strategijski Menadžment
• Stečena kvalifikacija	Bečelor u menadžmentu

Radno iskustvo

• Datumi (od - do)	Maj 2011 - Oktobar 2011.
• Ime i adresa poslodavca	JKP (Javno Komunalno Preduzeće) Kotor
• Vrsta posla	Javni Servis
• Pozicija	Menadžer Projekta
• Zaduženja i odgovornosti	Planiranje, organizacija, kontrola, nadgledanje i koordinacija projekta, kao i saradnja sa glavnim donatorom Italianskim Ministarstvom Ambijenta i Opštinom Kotor

Lične sposobnosti

Poznavanje jezika

• Engleski	Čitanje - odlično; pisanje - odlično; konverzacija - odlična
• Italijanski	Čitanje - odlično; pisanje - odlično; konverzacija - odlična

• Tehničke sposobnosti	MS Office (Excel, Outlook express, Word), Corel Draw, Internet
• Vozačka dozvola	„B“ kategorija

77

Prilog br. 6: Zapisnik komisije o provjeri prispjelih prijava

Z A P I S N I K

Sa _____ sastanka Komisije za radne odnose _____
Održane _____ . godine, sa početkom u _____ časova.

Sastanku su prisustvovali: _____
_____

Odsutni su: _____

Predsjednik Komisije _____ predložio je sljedeći
(ime i prezime)

D n e v n i r e d

1. Izbor kandidata po oglasu objavljenom _____ za prijem radnika na poslove _____ .

Predloženi dnevni red je jednoglasno usvojen.

Tačka 1.

Predsjednik Komisije za radne odnose je konstatovao da je prispjelo _____ prijava, podsjetio na uslove raspisanog konkursa i predložio da se sve prijave pregledaju. Pregledom prijava i dokumenata Komisija je utvrdila:

- da su prijave _____ , _____ ,
  i _____ , _____ neblagovremene.
- da prijava _____ , ne ispunjava uslove oglasa, i
- da je prijava _____ , nepotpuna.

Komisija je takođe utvrdila da ostali prijavljeni kandidati ispunjavaju uslove konkursa i to:

- _____,
- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

Komisija je donijela

ODLUKU

1. Sve kandidate, koji ispunjavaju uslove konkursa, pozvati na provjeru radne i stručne sposobnosti dana _____ godine.

Zapisničar,

_____

Predsjednik Komisije,

_____

78

Prilog br. 7: Odluka direktora o izboru kandidata

NAZIV PZV
GRAD
Broj: _____
Grad, _____.god.

Na osnovu člana 39. Zakona o radu („Sl. list CG" br. 49/08) i člana 28. Statuta _____ preduzeća _____ (ime grada), dana _____.godine, donosi

O D L U K U
o
izboru kandidata

Kandidat,_____ iz _____, PRIMA SE u radni odnos na neodređeno vrijeme /određeno vrijeme od __ mjeseci/ za obavljanje poslova radnog mjesta _____.
Sa izabranim kandidatom zaključiće se Ugovor o radu u skladu sa Zakonom i Kolektivnim ugovorom.

Izabrani kandidat će ostvarivati prava, obaveze i odgovornosti iz radnog odnosa danom početka rada u _____(naziv preduzeća).

Obrazloženje

Dana, _____.god, na osnovu Odluke br. _____ raspisan je javni konkurs za zasnivanje radnog odnosa na neodređeno vrijeme /određeno vrijeme od___ mjeseci/, za obavljanje poslova radnog mjesta _____, a u skladu sa uslovima utvrđenim Pravilnikom o organizaciji i sistematizaciji poslova i radnih zadataka _____ (naziv firme).

U postupku odlučivanja o izboru kandidata po raspisanom konkursu utvrđeno je da _____ _____ ispunjava tražene uslove, pa je odlučio kao u dispozitivu ove Odluke.

PRAVNA POUKA: Protiv ove Odluke može se pokrenuti postupak kod Nadležnog suda u roku od 15 dana od dana prijema.

DOSTAVLJENO:
- Izabranom kandidatu
- Pravnoj službi
- A/a

DIREKTOR,
_____

79

Prilog br.8: Obavještenje o izboru kandidata

_____

(naziv firme poslodavca)

_____

(sjedište poslodavca)

_____

(djelovodni broj i datum)

U vezi sa konkursom za radno mjesto _____ _____ na _____ (određeno - neodređeno vrijeme), sa _____ radnim vremenom (punim - skraćenim), koji je objavljen na oglasnoj tabli škole _____ dana _____ 20 _____ . godine

O b a v j e š t a v a m o V a s

Da je direktor _____

Dana _____ 20 _____ . godine izabrao kandidata _____ _____ iz _____ , sa završenim _____ (drugim razredom srednje škole), koji u potpunosti ispunjava uslove konkursa.

D i r e k t o r,

M. P.

_____

80

Prilog br. 9: Ugovor o radu

NAZIV PZV
Ime grada,_____.god.

Na osnovu Konkursa od _____ na oglasnoj tabli škole, člana 24 tačka 1, člana 25 tačka 1 Zakona o radu (Sl. list RCG br. 49/08) kao i na osnovu člana 23 Statuta _____, kojeg zastupa direktor _____ _____iz _____ i _____, sa završenim drugim razredom srednje škole u _____ zaključili su:

U G O V O R O R A D U

Član 1.

Ovim Ugovorom, u skladu sa zakonom, kolektivnim ugovorom i opštim aktima poslodavaca, regulišu se međusobna prava, obaveze i odgovornosti zaposlenog i poslodavaca.

Član 2.

Zaposleni zasniva radni odnos na određeno vrijeme kao _____ _____, prema tome sa punim radnim vremenom od _____ 201 __. godine zaključeno sa _____ 201 ___.godine.

Član 3.

Zaposleni se raspoređuje na poslove radnog mjesta _____ _____ koje je opštim aktom o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mijesta utvrđen _____stepen stručne spreme, zanimanje _____.

Član 4.

Poslodavac ovim Ugovorom povjerava zaposlenom, a zaposleni prihvata, obavljanje poslova i zadataka iz člana 3 ovog ugovora, a koji su utvrđeni u opštem aktu o sistematizaciji radnih mijesta poslodavaca.

Član 5.

Kada to zahtjeva proces i organizacija rada, zaposleni moze biti raspoređen na drugo radno mjesto kod poslodavca koje odgovara stepenu i vrsti njegove stručne spreme, znanju i sposobnostima.
U slučajevima utvrđenim zakonom zaposleni može, bez njegove saglasnosti, biti privremeno raspoređen na rad čije obavljanje zahtijeva niži stepen stručne spreme.

81

Član 6.

Zaposleni ima pravo na zaradu, naknade i druga primanja koje ce poslodavac obračunavati i isplaćivati u skladu sa zakonom i kolektivnim ugovorom.

Član 7.

Poslodavac je dužan da zaposlenom obezbijedi potrebne uslove rada i propisana sredstva zaštite na radu, određeno radno vrijeme i druga prava iz radnog odnosa u skladu sa Zakonom i kolektivnim ugovorom.

Član 8.

Zaposleni prihvata sljedece obaveze:

- da povjerene poslove radnog mjesta obavlja savjesno, kvalitetno i u roku,
- da se pri obavljanu poslova radnog mjesta u svemu pridržava utvrđene organizacije i normativa rada,
- da se pridržava propisanog radnog vremena i radne discipline,
- da čuva sredstva rada i pridržava se mjera i propisa zaštite na radu i da se pridržava drugih obaveza koje su utvrđene zakonom, kolektivnim ugovorom i opštim aktima poslodavca

Član 9.

Za ostvarivanje prava po ovom Ugovoru odgovoran je poslodavac.
Zaštitu prava zaposleni ostvaruje pred nadležnim organima poslodavca, inspekcijom i nadležnim sudom.

Član 10.

Ovaj Ugovor se smatra zaključenim kada ga u ime poslodavca potpiše ovlašćeno lice i lice koje zasniva radni odnos.

Član 11.

U slucaju spora povodom odredba ovog Ugovora nadležan je Sud opste nadležnosti u _____ .
Ovaj Ugovor je sačinjen u četiri istovjetna primjerka, jedan za zaposlenog, dva za poslodavca i jedan za inspekciju rada.

Zaposleni, M. P. Poslodavac,

82

Prilog br.10: Upit kupca

PZV Patela d.o.o.

Dobrota bb, 85330 Kotor, Crna Gora; Tel/fax +382 32 322 654; e-mail: patela777@gmail.com
PIB **0172009**; ž.r.: **467935765998635558**

Kotor, _____

PLANINSKI SIRKO MILK
- Služba prodaje -

Vuka Karadžića br. 15
84210 PLJEVLJA

Predmet: **Upit**

Poštovani,

Ove godine naše preduzeće je otpočelo sa radom. Zainteresovani smo za saradnju sa Vama, pa Vas molimo da nam dostavite katalog sa cjenovnikom Vaših proizvoda. Posebno smo zainteresovani za Vaše, nadaleko čuvene, mliječne proizvode.

Nadamo se da ćemo imati uspješnu saradnju na obostrano zadovoljstvo.

S poštovanjem,

Šef nabavke, Direktor,

_____ _____

/Kovačević Milijana/ /Trivić Aleksandra/

83

Prilog br.11: Opšta ponuda

PZV PLANINSKI SIRKO-MILK d.o.o. Pljevlja
Vuka Karadžića br. 15, 84210 Pljevlja
e-mail: planinskisirkomilk@gmail.com
žiro-račun br. **622389623156124955**

PZV Patela doo
- služba nabavke -

Dobrota bb
85330 KOTOR

Pljevlja, _____

Predmet: **Ponuda**

Poštovani,

Na osnovu Vašeg zahtjeva za cjenovnik naših proizvoda od _____.g. dostavljamo vam isti:

R. br.	Naziv proizvoda	Jedinica mjere	Cijena bez PDV-a	Cijena sa PDV-om
1.	Pljevaljski kajmak	kg	10,26	12,00
2.	Kajmak iz mješine	kg	17,10	20,00
3.	Sir - punomasni	kg	4,28	5,00
4.	Sir trapist	kg	6,84	8,00
5.	Kozji sir	kg	8,55	10,00
6.	Nemasni tvrdi sir	kg	3,38	4,00

Cijene su važeće do _____.g. Rok plaćanja je 10 dana po prijemu robe.
Mjesto isporuke je franko Vaš magacin, tri dana nakon ispostavljanja porudžbenice.

S poštovanjem.

Šef prodaje,

M. P. _____
/Šljukić Milko/

Prilog br.12: Porudžbenica

PZV Patela d.o.o.

Dobrota bb, 85330 Kotor, Crna Gora; Tel/fax +382 32 322 654; e-mail: patela777@gmail.com
PIB **0172009**; ž.r.: **467935765998635558**

Kotor, _____

PLANINSKI SIRKO MILK
- Služba prodaje -

Vuka Karadžića br. 15
84210 PLJEVLJA

Predmet: **Porudžbenica br.** _____

Poštovani,

U vezi sa Vašom ponudom od _____ god. Molimo Vas da nam po prijemu ove porudžbenice isporučite sljedeću robu:

R. br.	Naziv proizvoda	Jed. mj.	Kol.	Cijena €
1.	Nemasni tvrdi sir	kg	1	4,00
2.	Pljevaljski kajmak	kg	1	12.00

Plaćanje će se izvršiti odmah po prijemu Vašeg računa.

S poštovanjem,

Šef nabavke, Direktor,

_____ _____

/Kovačević Milijana/ /Trivić Aleksandra/

85

Prilog br.13: Prijemnica - kalkulacija

Naziv firme: **G FORCE**

Adresa: Vološina bb

Bijelo Polje

PIB 0042006

Dobavljač: **Md COM**

Broj računa otpremnice: **18/2011**

PRIJEMNICA KALKULACIJA br. 1

Redni broj	Jed. mjere	Naziv artikla	Kol.	Nab. cijena bez PDV	Ulazni PDV po jed.	Ulazni PDV svega	Nabavna cijena sa PDV	Nabavna vrijed. sa PDV	RUC po jed.	RUC svega	Prod. cij. bez PDV	Izl. PDV po jed.	Izl. PDV svega	Prodajna cijena sa PDV	Prodajna vrijednost PDV
	1	2	3	4	5	6 (3*5)	7 (4+5)	8 (3*7)	9 (4*rc%)	10 (3*9)	11 (4+9)	12 (11*pdv)	13 (3*12)	14 (11+12)	15 (3*14)
1.	kom.	USB Flash drive 1Gb	5	5,13	0,87	4,35	6,00	30,00	3,42	17,10	8,55	1,45	7,27	10,00	50,00
2.	kom.	Canon MP 140	3	47,01	7,99	23,97	55,00	165,00	21,37	64,11	68,38	11,62	34,86	80,00	240,00
3.	kom.	Office A1200	7	188,03	31,97	223,78	220,00	1540,00	76,93	538,51	264,96	45,04	315,31	310,00	2170,00
						252,10		1735,00		619,66			357,44		2460,00

Robu primio, _____

Datum prijema, _____ Kalkulisao, _____

86

Prilog br.14: Izvještaj o obračunatim i isplaćenim ličnim primanjima za zaposlene

Izvještaj o obračunatim i isplaćenim ličnim primanjima za zaposlene

za Mjesec I**0**I**1**I Godina I**2**I**0**I**1**I**2**I

0.1	ORIGINALAN	x
0.2	IZMIJENJEN	

1. PODACI O POSLODAVCU ODNOSNO ISPLATIOCU

1.1. PIB I__I__I__I__I__I__I__I__I__I__I__I__I 1.2. Naziv **G FORCE COMPANY**

1.3. Račun..... 1.4.Adresa: Volodjina bb 1.5. Tel/Fax050-487-780

2. VRSTA LIČNOG PRIMANJA

2.1.Obračunski period za koji se vrši isplata zarada od I0I1I/I0I1I/I2I0I1I2I do I3I1I/I0I1I/I2I0I1I2I

OPIS (1)	IZNOS (2)
2.2. Zarade	**234.00**
2.3. Naknade zarada	
2.4. Druga primanja	
2.5. Ukupna bruto lična primanja (2.2.+ 2.3.+2.4.)	**234.00**

3. POREZ IZ LIČNIH PRIMANJA

OPIS (1)	IZNOS (2)
3.1. Prosječan broj zaposlenih u obračunskom periodu	**1**
3.2. Najveći broj zaposlenih (u jednom mjesecu obračunskog perioda)	**1**
3.3. Ukupna bruto lična primanja	**234.00**
3.4. Porez	**21.06**

4. DOPRINOSI IZ I NA LIČNA PRIMANJA

OPIS (1)	Penzijsko i invalidsko osiguranje (2)	Zdravstveno osiguranje (3)	Osiguranje od nezaposlenosti (4)	Za Fond rada (5)	Ukupni doprinosi (6)=2+3+4+5
4.1. ZAPOSLENI	**35.10**	**19.89**	**1.17**		**56.16**
4.2. POSLODAVAC	**12.87**	**8.89**	**1.17**	**0.47**	**23.40**

5. PRIREZ POREZU NA DOHODAK FIZIČKIH LICA	**2.74**

Izjavljujem, pod krivičnom i materijalnom odgovornošću, da su navedeni podaci tačni.

Potpis ovlašćenog lica_____ **PIB:** I_I_I_I_I_I_I_I_I_I_I_I_I_I **Datum:** I_I_I / I_I_I/I_I_I_I

M. P.

POPUNJAVA PORESKA UPRAVA
Broj dokumenta: .../..... Datum prijema: I__I__I / I__I__I / I__I__I__I__I
Prezime i ime ovlašcenog službenika: ....Potpis:.....

87

Prilog br.15: Mjesečna prijava za obračun poreza na dodatu vrijednost

PZV PORESKA UPRAVA

SERVIS CENTAR CRNOGORSKIH PREDUZEĆA ZA VJEŽBU
81000 Podgorica, Rimski trg 45 V sprat
Tel/fax 081.234.659; E-mail serviscentarpzv@gmail.com URL www.serviscentarpzv.edu.cg.yu
999928856 Business Bank

MJESEČNA PRIJAVA ZA OBRAČUN POREZA NA DODATU VRIJEDNOST *PR PDV 2*

1.	Poreski period: Mjesec 10 Godina 2010 Izmijenjena mjesečna prijava ☐	2.	Poreski Identifikacioni broj PIB 02042006
3.	Naziv (Pravno lice), prezime i ime (fizičko lice) G FORCE COMPANY	4.	Šifra djelatnosti 51640
5.	Adresa Ulica VOLOĐINA Broj BB Grad BIJELO POLJE Telefon		
6.	Ovlašćeno lice PIB 0503992715032 Prezime i ime DROBNJAK ANĐELA Telefon +38220487180 Adresa NIKOLJAC BB,BIJELO POLJE		
7.	Datum likvidacije ili prestanka ☐☐ / ☐☐ / ☐☐☐☐	8.	☐☐ / ☐☐ - ☐☐☐☐☐ - ☐ PDV registracioni broj

9.	*BEZ TRANSAKCIJA TOKOM PORESKOG PERIODA*	☐	
10.	*OPOREZIVI PROMET (ISPORUKE) PO STOPI OD 17%*	273.50	
11.	*OPOREZIVI PROMET (ISPORUKE) PO STOPI OD 7%*		
12.	*OPOREZIVI PROMET (ISPORUKE) PO STOPI OD 0%*		
13.	*OSLOBOĐENI PROMET – ISPORUKE*		
	IZLAZNI PDV NA ISPORUKE PROIZVODA I USLUGA	**IZLAZNI PDV**	**ULAZNI PDV**
14.	PDV NA DOMAĆI PROMET PROIZVODA I USLUGA PO STOPI OD 17%	46.50	
15.	PDV NA DOMAĆI PROMET PROIZVODA I USLUGA PO STOPI OD 7%	-	
	ULAZNI PDV (PRETPOREZ) PRI NABAVCI PROIZVODA I USLUGA		
16.	ULAZNI PDV NA DOMAĆI PROMET PROIZVODA I USLUGA		276.37
17.	PDV PLAĆEN NA UVOZ		
18.	PDV NA USLUGE INOSTRANIH LICA		
19.	PAUŠALNA NADOKNADA PO STOPI OD 5%		
	OBRAČUN OBAVEZE / KREDIT		
20.	***UKUPAN IZLAZNI PDV NA ISPORUKE (IZNOS IZ KOLONA 14+15+18)***	46.50	
21.	***UKUPAN ULAZNI PDV – PRETPOREZ (16+17+18+19)***		276.37
22.	***ULAZNI PDV BEZ PRAVA NA ODBITAK***		
23.	***ULAZNI PDV SA PRAVOM NA ODBITAK (21-22)***		276.37
24.	***DOSPJELI PDV ZA UPLATU (20-23)***	-	
25.	***PDV KREDIT (23-20)***		229.87
26.	***ZAHTIJEVAM POVRAĆAJ PDV KREDITA SA REDNOG BROJA 25 (ZAOKRUŽITI „DA“ ILI „NE“)***	**DA**	**NE**

Izjavljujem pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću da su navedeni podaci tačni

DROBNJAK ANĐELA

Datum podnošenja prijave 05.11.2010.GOD. *M.P* *Potpis ovlašćenog lica*

Popunjava PZV Poreska uprava
Broj dokumenta _ _/_ _-_ _ _____ *Datum prijema__/__/___* *Datum obrade __/__/____*

Prezime i ime ovlašćenog službenika……

88

Prilog br.16: Nalozi za knjiženje

R. br.	Datum	Konto		OPIS	Duguje	Potražuje
		D	P			
1.	10.10.11.	134		Roba	2460,00	
		270		Ulazni PDV 17%	252,10	
			433-1	Dobavljač Md com		1735,00
			1344	Ukalk. PDV 17%		357,44
			1349	Ukalk. raz.u cijeni		619,66
				(kalkulacija br. 1 - Md com račun 18/2011)		

Nalog br. 1 - Knjiženje zaduženja robe

R. br.	Datum	Konto		OPIS	Duguje	Potražuje
		D	P			
1.	29.10.11.	551		Troškovi poslovanja	142,73	
		270		Ulazni PDV 17%	24,27	
			433-2	Dobavljač - Vesele pečurke		167,00
				(kupovina robe - račun 5/2011)		

Nalog br. 2 - Knjiženje nabavljene robe od drugih PZV

R. br.	Datum	Konto		OPIS	Duguje	Potražuje
		D	P			
1.	30.10.11.	202-1		Kupac-Montobene	293,80	
			602	Prihod od prod. 17%		251,11
			470	Obrač. PDV 17% (izlazni PDV)		42,69
				(izlazna faktura br. 1)		

Nalog br. 3 - Knjiženje izlazne (prodajne) fakture

CIP – **Каталогизација у публикацији**
Централна народна библиотека Црне Горе, Цетиње

ISBN 978-86-7796-050-6 (Centar za stručno obrazovanje)
ISBN 978-9940-9221-1-5 (KulturKontakt Austria)

COBISS.CG-ID 20623888