

Такмичење за најбољу технолошку иновацију, 2021.

Категорија: Реализоване иновације

Kорак 1.

Пословни модел –   
ПРЕТПОСТАВКЕ вашег пословања   
заснованог на иновативном производу/софтверу/процесу/услузи

Назив ТИМА: ??? (попуниити, а ??? и заграду обрисати)

Назив ИДЕЈЕ: ??? (попуниити, а ??? и заграду обрисати)

МИНИСТАРСТВО ПРОСВЕТЕ, НАУКЕ И ТЕХНОЛОШКОГ РАЗВОЈА   
РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

ФАКУЛТЕТ ТЕХНИЧКИХ НАУКА, НОВИ САД  
ТЕХНОЛОШКО-МЕТАЛУРШКИ ФАКУЛТЕТ, БЕОГРАД  
ПРИВРЕДНА КОМОРА СРБИЈЕ

**УГОВОР О ТАЈНОСТИ**

Овај Уговор склапају:

Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије, Немањина 22, Београд, Србија (у даљем тексту Организатор), у својству oрганизатора Такмичења за најбољу технолошку иновацију 2021.

и

г-дин/ђа/ђица \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (у даљем тексту Рецензент) са адресом \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .

Уговор ступа на снагу даном када га последња Страна потпише. Чином потписивања сматраће се тренутак преузимања пријаве такмичара са *wеб* портала Такмичења за најбољу технолошку иновацију (у дањем тексту Такмичење) [www.inovacija.org](http://www.inovacija.org), у складу са упутством за преузимање које ће организатор доставити Рецензенту.

Организатор и Рецензент желе да сарађују у процени пристиглих пријава такмичара. У циљу заштите права интереса откривених поверљивих информација и материјала, примењиваће се следећи услови који се односе на одавање предметних информација и материјала:

1. Пријемом пријаве такмичара, Рецензент се обавезује да ће поверљиве информације из такмичарске пријаве користити искључиво у сврхе оцене идеје као технолошке иновације и неће их користити ни у какве друге сврхе. Рецензент ће применити исти степен опреза који користи при заштити сопствених поверљивих информација које добије од Организатора када их открива трећим лицима. У сваком случају Рецензент ће предузимати све разумне мере опреза у циљу спречавања откривања поверљивих информација.
2. Рецензент неће ни на који начин покушавати да дозна идентитет Подносиоца пријаве мимо Организатора, нити ће на други начин добијена случајна сазнања о његовом идентитету на било који начин користити, укључно са ступањем у контакт са Подносиоцем пријаве, његовим послодавцем или било ким другим на било који начин повезаним са Подносиоцем пријаве или његовом постојећом или потенцијалном конкуренцијом, укључно са другим такмичарима на овом Такмичењу.
3. Све информације које сачини било која Страна као резултат извођења процењивања по основу овог Уговора биће размењене међу Странама овог Уговора у року од 14 дана од пријема пријаве. Такве информације биће чуване као поверљиве, неће се одавати трећим лицима и неће бити коришћене у друге сврхе осим оних које су овде наведене, осим уколико се о томе Стране овог Уговора не сагласе писменим путем.
4. Уколико Рецензент буде приликом процењивања пријаве открио постојање интелектуалне својине која се може комерцијализовати, патентирати или на други начин заштитити, а што је у било којој мери засновано на поверљивој информацији коју му на увид ставља Организатор, он то сазнање неће искористити у циљу комерцијализације, патентирања или другог начина заштите интелектуалне својине без претходно прибављене писмене сагласности Подносиоца пријаве на Такмичење, кога заступа Организатор. Организатор ће о евентуалној могућности заједничке комерцијализације и/или заштите интелектуалне својине Подносиоца пријаве и Рецензента обавестити Подносиоца пријаве, и уколико се он писмено сагласи да приступи заједничкој комерцијализацији и/или заштити интелектуалне својине, тада ће Организатор открити индентитет обеју страна једна другој, након чега ће оне саме или уз помоћ Организатора међусобно регулисати права и обавезе. Ово ће бити учињено на такав начин да ни на који начин не ремети права и статус других такмичара.
5. Поверљиве информације примљене по основу овог Уговора, у било ком облику, биће у сваком тренутку у власништву Стране која их поверава. Обе Стране ће вратити или уништити поверљиве информације друге стране које не буду искоришћене у току процењивања у року од шездесет (60) дана од дана подношења захтева од Стране Уговора да се исти врате или униште. Уколико се затражи враћање поверљивих информација, сви материјални докази који садрже поверљиве информације примљене по основу овог Уговора, укључујући и све преводе, копије или њихове делове, биће враћени, као што ће и сви електронски записи или други облици поверљивих информација друге Стране који се могу репродуковати бити избрисани у том року од шездесет (60) дана, изузев једног примерка који може задржати правни саветник једне од Страна у сврху праћења извршења Уговора.
6. Рецензент неће бити у обавези да чува у тајности, нити да ограничено користи, у складу са овим Уговором, било какву поверљиву информацију коју прими, а која је: (а) била у поседу Рецензента пре него што ју је доставила друга Страна; или (б) уколико је или постане опште позната, без кривице Рецензента; или (ц) уколико буде с правом примљена од стране трећег лица (лица које га не обезбеди у име Стране која поверава информацију) без икаквог ограничења. Све остале поверљиве информације, Рецензент ће бити у обавези да чува 5 година у тајности, од дана потписивања овог Уговора.
7. Ништа садржано у овом Уговору неће бити тумачено као пренос било ког права на поверљиве информације поверене по основу овог Уговора или на основу права на интелектуалну својину, нити ће створити било какве друге обавезе, укључујући обавезе према заступнику или партнеру, између Страна, осим онако како је то овде изричито назначено. Овај Уговор не значи ни понуду ни обавезу да се ступи у пословни однос.

Овај Уговор биће тумачен у складу са законодавством Републике Србије.

Овај Уговор представља целокупан споразум међу Странама и биће измењен једино на основу писаног документа који потпишу обе стране и у односу на датум ступања на снагу овог Уговора.

САГЛАСНИ И УГОВОР ПРИХВАТАЈУ:

|  |  |
| --- | --- |
| РЕЦЕНЗЕНТ (не ТАКМИЧАР)  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (потпис)  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (место и датум) | ОРГАНИЗАТОР  Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (име, презиме и фукција овлашћеног лица)  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (потпис овлашћеног лица) |

Садржај

[1. Инвенција – технички опис 1](#_Toc75186813)

[1.1. Новина 1](#_Toc75186814)

[1.2. Анализа постојећег стања технике 1](#_Toc75186815)

[1.3. Производ/услуга/процес/софтвер 1](#_Toc75186816)

[2. Тржишни потенцијал иновације 2](#_Toc75186817)

[2.1. Величина тржишта и тржишни потенцијал 2](#_Toc75186818)

[2.2. Анализа конкуренције 2](#_Toc75186819)

[3. Пословни модел 3](#_Toc75186820)

[3.1. Циљни клијенти у 2021. години 3](#_Toc75186821)

[3.2. Вредност (понуда) за циљне клијенте 3](#_Toc75186822)

[3.3. Канали продаје за циљне клијенте 3](#_Toc75186823)

[3.4. Односи са циљним клијентима 4](#_Toc75186824)

[3.5. Приходи 4](#_Toc75186825)

[3.6. Кључни ресурси 5](#_Toc75186826)

[3.7. Кључне активности 5](#_Toc75186827)

[3.8. Кључни партнери 6](#_Toc75186828)

[3.9. Структура трошкова 6](#_Toc75186829)

Списак табела

[Табела 1 – Пројекција прихода у XII месеци 4](#_Toc75186830)

[Табела 2 – Опис кључних ресурса 5](#_Toc75186831)

[Табела 3 – Продајна цена и варијабилни трошкови по јединици производа/услуге/процеса/софтвера 6](#_Toc75186832)

[Табела 4 – Фиксни месечни трошкови пословања 6](#_Toc75186833)

[Табела 5 – Праг рентабилности 7](#_Toc75186834)

[Табела 6 – Време изласка на тржиште и време остварења профита 7](#_Toc75186835)

# Инвенција – технички опис

|  |
| --- |
| Новина |
| Упутство за Такмичаре:  Шта је то НОВО у вашој инвенцији (да ли је у питању унапређење или значајна новина (теже се копира) или је нешто потпуно ново у односу на постојеће стање технике?)? Колико дуго процењујете да ће инвенција бити у примени након вашег изласка на тржиште? Колико дуго сте развијали инвенцију? Да ли сте је заштитили?   * Напомена: овде НЕ ОПИСУЈЕТЕ како функционише иновативни производ, нити које су предности, већ шта је новина. * Напомена (ВАЖИ ЗА ЦЕО ДОКУМЕНТ): Уколико ваш документ садржи слике, табеле, скице и слично, испод објекта треба навести наслов, нпр: „Слика 1 – Решење инвенције АБЦ“ и обавезно ПРЕ ПОЈАВЕ слике у тексту објаснити шта слика приказује, нпр „Слика 1 приказује решење наше инвенције...“. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |
| --- |
| Анализа постојећег стања технике |
| Упутство за Такмичаре:  Наведите постојећа решења која постоје код нас и у иностранству. Укажите на ТЕХНИЧКЕ ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАТКЕ у односу на Ваше решење.   * Напомена: овде НЕ ПИШЕТЕ о конкуренцији, већ о решењима. Обавезно ставите фотографије туђих решења, референце на патенте које сте пронашли и друго. На крају дајте и табеларни приказ постојећих и вашег решења поређених према истим критеријумима. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |
| --- |
| Производ/услуга/процес/софтвер |
| Упутство за Такмичаре:  Шта је јединица производа? Из чега се састоји, тј. које делове има (без откривања интелекуталне својине). Назначите функционалности.   * Напомена: дајте довољно детаља како би стручњаци могли да разумеју о чему је реч. Унесите и фотографије (максимално 2, а остале, ако желите, ставите у додатак). |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

# Тржишни потенцијал иновације

|  |
| --- |
| Величина тржишта и тржишни потенцијал |
| Упутство за Такмичаре:  Овде показујете своје ПОЗНАВАЊЕ ИНДУСТРИЈЕ. Колика је величина тржишта (искажите бројчано колико је сличних производа продато претходне, односно претходних година)? Да ли тржиште расте или је засићено? Да ли је тржиште профитабилно (односно колики је тржишни потенцијал – ово исказујете бројчано)? Ко су потенцијални купци?   * Напомена (ВАЖИ ЗА ЦЕО ДОКУМЕНТ): Уколико ваш документ садржи слике, табеле, скице и слично, испод објекта треба навести наслов, нпр: „Слика 1 – Решење инвенције АБЦ“ и обавезно ПРЕ ПОЈАВЕ слике у тексту објаснити шта слика приказује, нпр „Слика 1 приказује решење наше инвенције...“. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |
| --- |
| Анализа конкуренције |
| Упутство за Такмичаре:  Колико на тржишту већ има оних који нуде слично или исто решење? На који начин можете да окарактеришете своју конкуренцију? Које су ваше предности у односу на конкуренцију?   * Напомена: За разлику од тачке 1.2 Анализа постојећег стања технике, овде пишете о конкурентима који су присутни на тржишту на које излазите и ви, која решења они нуде, колико су успешни у томе, колико постоје на тржишту, које сегементе тржишта покривају и сл. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

# Пословни модел

|  |
| --- |
| Циљни клијенти у 2021. години |
| Упутство за Такмичаре:  Овде НЕ пишете о томе ко све може да буде ваш клијент (потенцијални клијенти). То сте написали у тачки 2.1 Величина тржишта и тржишни потенцијал.  Овде треба да напишете кога видите као своје циљне клијенте за 2021. годину? Потребно је да опишете ко су, шта желе, где су и слично.  Овде пишете сет претпоставки (за кога мислите да може да вам буде клијент у 2021. години), које ћете у следећем кораку (документу) потврдити или не у разговору са тим купцима.   * Напомена (ВАЖИ ЗА ЦЕО ДОКУМЕНТ): Уколико ваш документ садржи слике, табеле, скице и слично, испод објекта треба навести наслов, нпр: „Слика 1 – Решење инвенције АБЦ“ и обавезно ПРЕ ПОЈАВЕ слике у тексту објаснити шта слика приказује, нпр „Слика 1 приказује решење наше инвенције...“. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |
| --- |
| Вредност (понуда) за циљне клијенте |
| Упутство за Такмичаре:  Овде НЕ описујете свој иновативни производ (то сте назначили у тачки 1.3 Производ/услуга/процес/софтвер).  Овде наводите искључиво које вредност мислите да ће интересовати ваше циљне клијенте. Структура писања овог дела (за сваку групу циљних клијената појединачно) јесте: вредност коју пружате циљном клијенту и кориснику, ваша понуда (одговор на то шта они желе), и цена која је њима прихватљива кад се одлучују о куповини овог производа.  Овде пишете своје претпоставке шта мислите да би била вредност за клијента и корисника. После разговора са њима, видећете да ли сте били у праву или не. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |
| --- |
| Канали продаје за циљне клијенте |
| Упутство за Такмичаре:  Кроз које канале ваши сегменти (циљни клијенти) очекују да буду услужени, тј. како ћете им продавати?  Овде пишете сет претпоставки у вези са тим како ћете продавати циљним клијентима (посебно за сваку групу циљних клијената). Након истраживања на тржишту, видећете да ли сте били у праву или не. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |
| --- |
| Односи са циљним клијентима |
| Упутство за Такмичаре:  Сваки од дефинисаних сегмената циљних клијената очекује одређену врсту односа с вама. Шта тачно сваки од ових сегмената очекује? Које односе сте већ успоставили? Колико вас ти односи коштају?  Односи са клијентима дефинишу врсту релације коју градите са њима, и разликују се од сегмента до сегмента. Потребно је да дефинишете какву врсту односа желите да изградите са својим циљним клијентима. Односи могу да се крећу од личних до аутоматизованих.  Овде пишете сет претпоставки у вези са тим како ћете комуницирати/промовисати свој производ циљним клијентима. Након истраживања на тржишту, видећете да ли сте били у праву или не. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |
| --- |
| Приходи |
| Упутство за Такмичаре:  Продајом којих производа или услуга ћете остваритати приходе? Који су ваши капацитети, а које су потребе циљних клијената? Која цена је циљним клијентима стварно прихватљива?  Приход се односи на новац који компанија генерише од сваког сегмента клијената (на дуг рок, трошкови морају да буду мањи од прихода како бисте могли да генеришете зараду). Ако су клијенти срце пословног модела, онда су приходи његове артерије. Неопходно је да себи поставите питање: „За коју вредност је сваки сегмент клијената спреман да плати?“ Успешан одговор на ово питање ће омогућити компанији да генерише један или више извора прихода за сваки сегмент клијената. Сваки извор прихода може да има различите ценовне механизме. Свака врста прихода је производ продате количине и цене по којој је продаја извршена. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Производ/услуга** | **Месечна продаја** | **Продајна цена по комаду** | **Укупан  приход** |
| ком | (валута) | (валута) |
| A |  |  |  |
| Б |  |  |  |
| В |  |  |  |
| .... |  |  |  |
| **Укупно** | | |  |

Табела 1 – Пројекција прихода у XII месеци

|  |
| --- |
| Кључни ресурси |
| Упутство за Такмичаре:  Које кључне ресурсе морате да поседујете како бисте испоручили вредност коју сте планирали? Колико новца и у шта морате да уложите да би ваш пословни модел функционисао? Ко је тим људи који ради на реализацији иновативног производа за тржиште?  Кључни ресурси се односе на најважнију имовину која вам је неопходна како би ваш пословни модел могао да функционише. Сваки пословни модел захтева ресурсе. Кључни ресурси могу да буду ЉУДСКИ, ИНТЕЛЕКТУАЛНИ, ТЕХНИЧКИ, ТРЖИШНИ и ФИНАНСИЈСКИ. Кључни ресурси могу да буду у вашем власништву или подуговорени/изнајмљени од стране партнера. Како је решен проблем интелектуалне имовине? Колико је још потребно да уложите или сте већ уложили у остварење ваше пословне идеје?  Свој текст уносите у Табела 2, а опис појединих термина у табели јесу следећи:   * Опис тима – без навођења имена опишите шта су стручности, способности и године искуства сваког члана тима, као и које послове они раде унутар тима. Обратите пажњу на то да поред техничких треба да покријете и тржишне и финансијске аспекте пословања. * Интелекутална својина – колико вас је власник патента (без навођења имена и броја патента), да ли је патент предат или одобрен, да ли постоји други видиви заштите и слично. * Технички ресурси – да ли имате машине, простор за производњу, репроматеријал, уговорене добављаче, капацитет производње, и слично. * Тржишни ресурси – да ли имате већ остварену продају (и колико), да ли сте већ успоставили преговоре са новим купцима и слично. Посебно наглашавамо да уколико имате предузеће то обавезно наведете овде (без навођења имена компаније): колико година постоји, чиме се бави, на којим тржиштима сте присутни и слично. * Финансијски ресурси – колико сте уложили до сада, да ли имате обезбеђена следећа улагања, како мислите да дођете до следећих финансијских средстава и за шта и слично. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Опис тима** |  |
| **Интелектуална својина** |  |
| **Технички ресурси** |  |
| **Тржишни ресурси** |  |
| **Финансијски ресурси** |  |

Табела 2 – Опис кључних ресурса

|  |
| --- |
| Кључне активности |
| Упутство за Такмичаре:  Које кључне активности су неопходне да бисте испоручили вредност циљним клијентима, а да их обавља ваш тим, односно предузеће? Појаснити и садржај и време (по месецима) обављања ових активности: производња, пласман, задовољење потреба клијената и корисника, како ће клијенти да чују за производ, како ћете доспети до њихове свести и заинтересовати их за њега? |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |
| --- |
| Кључни партнери |
| Упутство за Такмичаре:  Ко су ваши кључни партнери? Ко су вам кључни добављачи? Које кључне ресурсе добијате од партнера? Које кључне активости спроводе парнери?   * Напомена: наводите конкретна имене добављача, партнера и слично. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |
| --- |
| Структура трошкова |
| Упутство за Такмичаре:  Који су најважнији трошкови које генерише ваше пословање? Који кључни ресурси су вам најскупљи? Које кључне активности су вам најскупље? Који трошкови зависе од нивоа активности, а који трошкови постоје и када нема активности.  Структура трошкова описује све трошкове који су неопходни да би пословни модел био оперативан. Овде се наводе најважнији трошкови за функционисање пословног модела. Трошкови се могу релативно лако израчунати након што се дефинишу кључни ресурси, кључне активности и кључни партнери. Трошкови чија је висина условљена обимом активности, тј. који се могу довести у везу са јединицом производа/услуге, називају се ВАРИЈАБИЛНИ ТРОШКОВИ. Трошкови који морају да настану без обзира на обим активности називају се ФИКСНИ ТРОШКОВИ. Израчунајте тачку профитабилности. |

(уместо ове заграде Такмичар уноси задати текст, слике, табеле итд; НЕ МЕЊАТИ дефинисани фонт и стил „aParaTekst”; дакле заграду и текст у њој ИЗБРИСАТИ)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Производ/услуга/процес/софтвер** | | **А** | **Б** | **В** |
| (валута) | (валута) | (валута) |
| **1.** | **Продајна цена производа/услуге** |  |  |  |
| Варијабилни трошкови (по јединици производа/услуге/процеса/софтвера) | | | | |
| 2.1. | Трошкови сировина/материјала |  |  |  |
| 2.2. | Трошкови услуга на изради производа |  |  |  |
| 2.3. | Трошкови амбалаже |  |  |  |
| 2.4. | Варијабилни трошкови енергије |  |  |  |
| 2.5. | Варијабилни трошкови рада |  |  |  |
| 2.6. | Трошкови дистрибуције и продаје |  |  |  |
| 2.6. | Остали варијабилни трошкови |  |  |  |
| **2.** | **Укупни варијабилни трошкови** |  |  |  |
| **3.** | **Допринос (јединице производа)  покрићу фиксних трошкова (1. минус 2.)** |  |  |  |

Табела 3 – Продајна цена и варијабилни трошкови по јединици производа/услуге/процеса/софтвера

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Фиксни месечни трошкови пословања** | | **Износ** (у валути?) | **Коментари** |
| Фиксне плате запослених | |  |  |
| Фиксни трошкови енергије | |  |  |
| Фиксни трошкови маркетинга и продаје | |  |  |
| Закупнина | |  |  |
| Амортизација | |  |  |
| Остали  фиксни  трошкови | Услуге књиговодства |  |  |
| Телефон/интернет |  |  |
| Одржавање/чишћење |  |  |
| Друго |  |  |
| **Укупни месечни фиксни трошкови** | |  |  |

Табела 4 – Фиксни месечни трошкови пословања

|  |  |
| --- | --- |
| **Праг рентабилности = (Фиксни трошкови / Допринос покрићу)** | **0,00 (валута)** |

Табела 5 – Праг рентабилности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Иновација** | **Време развијања иновације (од идеје до прве продаје)** | **Време за достизање прага рентабилности** |
| (број месеци) | (број месеци) |
| А |  |  |
| Б |  |  |
| В |  |  |
| .... |  |  |
| Напомена: Испод табеле дајте појашњење за бројке које ставите; обавезно назначите да ли су једна или обе колоне за вас само план или сте то већ остварили и слично. | | |

Табела 6 – Време изласка на тржиште и време остварења профита