

BY LEAP

BALKANS YOUTH: LINKING EDUCATION,
ABILITIES AND PARTNERSHIP POTENTIAL
IN REGIONAL EMPLOYMENT PRACTICE

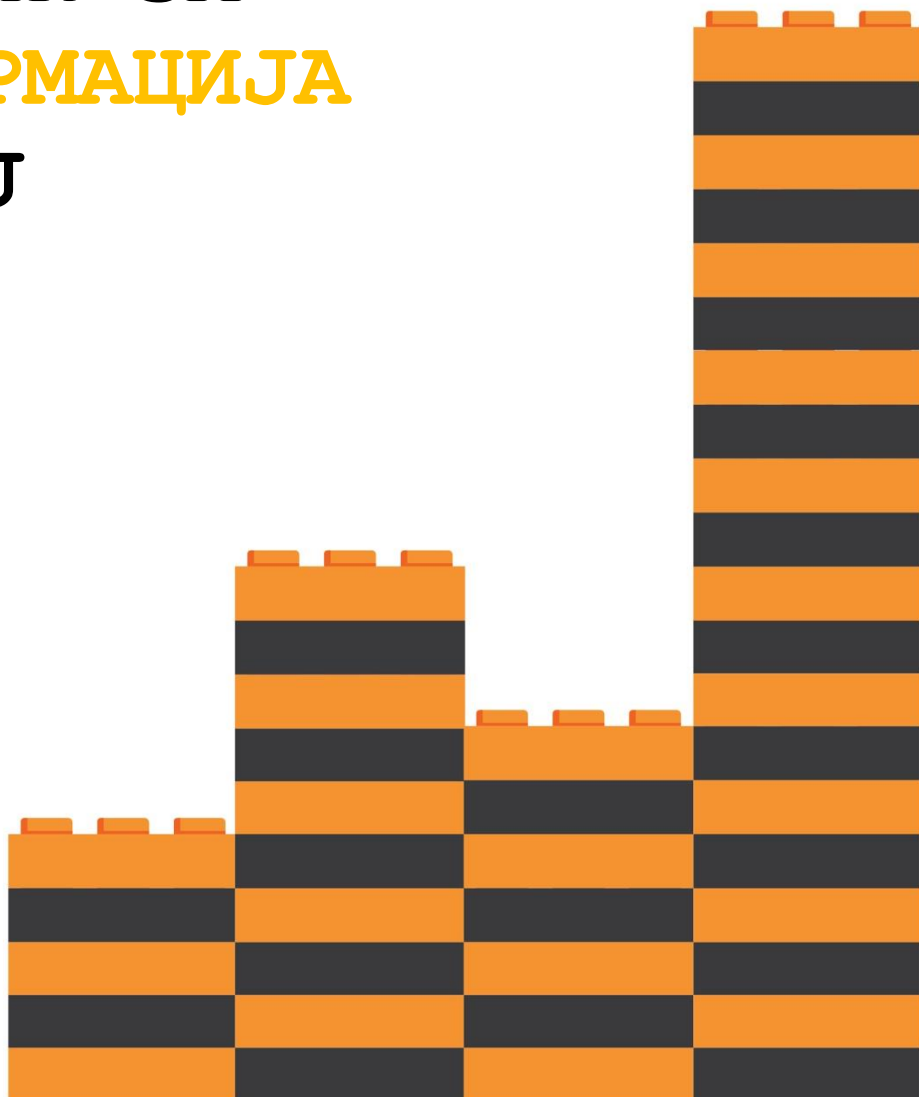
Funded by
the European Union



ОД СТУДЕНТСКА ДО МЛАДИНСКА КОМПАНИЈА ПРИРАЧНИК ЗА ТРАНСФОРМАЦИЈА И РАЗВОЈ



National Youth Council
of Macedonia



ОД СТУДЕНТСКА ДО МЛАДИНСКА КОМПАНИЈА ПРИРАЧНИК ЗА ТРАНСФОРМАЦИЈА И РАЗВОЈ

Импресум

Автор и уредник: Александра Видановиќ

Национални соработници: Весна Иваноска, Ангела Митриновска, Миливоје Јовановиќ, Ален Никезиќ, Челик Кубилај Орен, Фаола Ходај, Мајда Мујановиќ Бабовиќ

Документот може да се преземе од официјалната веб-страница на проектот на: www.by-leap.com

Овој проект е финансиран од Програмата за граѓанско општество и медиуми на Европската унија според Договорот за грант бр. 2020/413-829.

Содржината на оваа публикација е единствена одговорност на авторите и на ниту еден начин не го претставува ставот на Европската комисија или нејзините служби.

Содржина

| | |
|---|----|
| Вовед | 3 |
| Процесот на трансформација чекор по чекор | 4 |
| Избор | 5 |
| Бизнис идеи и планови | 6 |
| Процес на прединкубација | 8 |
| Менторство | 11 |
| Раст | 12 |
| Финансирање и прибирање средства | 14 |
| Научени лекции | 16 |
| Заклучоци | 18 |
| За проектот BY LEAP | 19 |

Вовед

BY LEAP¹ проектот има за цел да придонесе на можностите за младинско претприемништво и да ги зајакне перспективите за вработување на младите во Западен Балкан. Конкретните цели се:

- Зајакнување на регионалната образовна мрежа за претприемништво и нејзиниот капацитет за учество во реформскиот процес;
- Поддршка на растот на иновативните иницијативи за младинско претприемништво, вклучително и од руралните и оддалечените области, и нивната трансформација во одржливи младински мали и средни претпријатија;
- Поттикнување на можностите за вработување и претприемништво на младите преку застапување на законско опкружување кое овозможува одржлив развој на студентските и младинските компании.

Овој прирачник за трансформација и развој на компании од студентски до младински се заснова на искуствата од процесот на трансформација во склоп на земјите-учеснички за млади претприемачи во регионот и вклучува и препознава одредени разлики меѓу земјите кои се забележуваат во рамките на самиот процес. Прирачникот се заснова и на методолошки инпути од Џуниор Ачивмент и се потпира на некои од најдобрите практики од цела Европа.

Околу 60% од тинејдерите се повеќе заинтересирани еден ден да започнат сопствен бизнис наместо да работат традиционална работа, според истражувањето на Џуниор Ачивмент УСА од 1 март 2022 година. Истражувањето на 1.000 тинејдери на возраст од 13 до 17 години беше спроведено на интернет од страна на Вејкфилд Рисрч. Скоро 2 од 5

¹Млади на Балканот: Поврзување на образованието, способностите и партнерскиот потенцијал во регионалната практика за вработување (во понатамошниот текст BY LEAP) проект имплементиран во земјите од Западен Балкан (Албанија, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Северна Македонија, Србија и Турција) и поддржан од ЦА Европа во полето на вработување на младите. Проектот е финансиран од Програмата за граѓанско општество и медиуми 2018-2019 на Европската унија (во натамошниот текст ЕУ) наменета за поддршка на регионалните тематски мрежи на граѓански организации во креирањето на иновативни решенија за промовирање на вработувањето на младите.

анкетирани тинејџери изјавиле дека нивната инспирација за претприемништво најмногу доаѓа од инфлуенсерите на социјалните мрежи и познатите личности. Истражувањето исто така покажа дека 45% од тинејџерите сакаат да ги научат тактиките од сегашните сопственици на бизниси, а 37% би биле заинтересирани за програми за претприемништво во или вон училиштето на кои би научиле за претприемништвото.

Бизнис трансформацијата на BY LEAP опфати млади луѓе на возраст од 15-30 години од шест проектни земји и сакаше да покаже како функционира целиот процес на градење и растење на стартапи и како младите навистина можат да станат претприемачи.

Овој прирачник има за цел да биде корисна и практична алатка што може да се реплицира и користи од идните млади претприемачи како насоки кои чекор по чекор го објаснуваат процесот, предизвиците, достигнувањата и научените лекции од процесот на трансформација. Сè започнува со една идеја, и *“Не треба да имате компанија од 100 луѓе за да се развие таа идеја.”* – Лери Пејџ, ко-основач на Гугл [Google].

Процесот на трансформација чекор по чекор

Претприемништвото е динамичен процес. Да станете, да растете и да напредувате како претприемач значи да се движите низ континуитет на настани и фази кои се под влијание на многу фактори. Оваа трансформација започнува со **фазата на гестација**, кога се стекнуваат претприемачката вокација, мотивацијата и клучните способности и кога се дефинира бизнис идејата. Следната фаза е **стартап фазата** која ја вклучува финална евалуација на проектот и напорите за пристап и организирање на ресурсите потребни за започнување на бизнисот. Следува раната **фаза на развој**, која се карактеризира со влез на пазарот и напори за решавање на оперативните проблеми со кои се соочуваат новите фирми. Претприемачите кои опстојуваат влегуваат во следните **фази на раст/зрелост**.²

²Насиф, Ванија, Александар Гобрин и Њутн Силва, Разбирање на претприемачкиот процес: динамичен пристап, Преглед на бразилската администрација, кн. 7 (2), стр. 213-226, 2010; Форд, Калајан, и др.,

Успешната транзиција од една во друга фаза бара разновидна комбинација на вештини и услови кои ќе го овозможат растот во секоја фаза.

Овој прирачник ќе ги разгледа сите овие фази со тоа што ќе ги подели на „подфази“ со цел на полесен начин да се разбере целиот процес на трансформација. Ќе ги следи фазите поставени од проектот BY LEAP и ќе користи некои примери и лекции научени од проектот.

Избор

Претприемач е некој кој има визија за нешто и порив да создаде. – Дејвид Карп, основач и извршен директор на Тумблр [Tumblr]

Натпреварите за најдобар бизнис план ветуваат дека ќе го поттикнат растот на младите претприемачи. Тие имаат за цел да изберат претприемачи со потенцијал на раст и да им понудат на победниците комбинација од обука, менторство и финансирање. Изборот на бизнисите од студентски до младински чија трансформација беше следена беше направена преку натпревари во секоја од земјите во регионот.

Учеството во натпреварите за најдобар бизнис план ве принудуваат да размислувате критички за буквално секој аспект од вашата компанија. Вредноста на вашата технологија, вашиот целен пазар и неговата големина, вашите конкуренти, вашите клучни пресвртници, силата на вашиот тим и вашите финансиски проекции. Овој надворешен притисок дава можност да направите чекор наназад и да ја оцените вашата компанија со ниво на детали што може да го занемарувате на секојдневна основа. И, со тоа, станувате отворени за развој на вредни нови мисловни процеси. Дали пазарот е доволно голем за континуиран раст? Кои се главните недостатоци на вашата компанија? Дали вашата идеја

Поттикнување на претпримачката клима во Мароко, Светска банка, 2017 година [Nassif, Vania, Alexandre Ghobril, and Newton Silva, Understanding the Entrepreneurial Process: A Dynamic Approach, Brazilian Administration Review, Vol. 7(2), pp. 213-226, 2010; Ford, Kalyah, et al., Igniting Climate Entrepreneurship in Morocco, World Bank, 2017]

е реална? Дали навистина сте размислиле за вашите ризици? Повеќето натпревари за најдобар бизнис план бараат од вас да се соочите и да одговорите на овие видови на тешки прашања на кои мора да се одговори час поскоро.

Некои од елементите кои беа измерени во изборот беа:

- Идентификација и истражување на проблемот,
- Краток опис на бизнис моделот,
- Вредносен предлог,
- Искуство на основачот/тимот,
- Финансии и инвестиции.

Беа организирани натпревари за млади на возраст од 15-30 години и идејата беше да се избераат до 10 младински бизнис идеи кои ќе одат понатаму во процесот на трансформација. Во случајот на Албанија, над 45% од апликациите беа студенти кои претходно учествувале во програмата 'Студентска компанија' при што само 1 од нив сака да продолжи со истиот производ. 80% од апликациите во фазата на идеја работела на некои почетни чекори за тестирање на идејата преку Минимум Вајабл Продукт. Во Црна Гора, Србија и Босна и Херцеговина по изборот на првичните десет, четири бизниси беа зрели за целиот процес на трансформација, врз основа на однапред одредени критериуми и потенцијал за раст.

Бизнис идеи и планови

Бизнис идејата треба да има корисници, клиенти или публика како нејзин фокус. Постојат три клучни факти според кои бизнис идејата се разликува од креативната идеја:

- Мора да има јасна потреба за вашиот производ или услуга (или мора да креирате таква потреба), и треба да обезбедите ново или подобро решение за таа потреба.
- Таа потреба мора да има доволен потенцијал да создаде побарувачка.

- Треба да има доволно придобивки во вашата идеја за да можете да ги поддржите вашите непосредни деловни потреби, како и вашите идни деловни барања.

Бизнис планот е стратешки опис на тоа како бизнисот ќе ја унапреди својата технологија/производ/услуга и ќе постигне профитабилност и успех. Тоа е жив документ и ќе треба да се ревидира за да ги одрази променливите услови на бизнисот и пазарот на кој функционира.

Вистинската вредност во изработката на почетен бизнис план не е самиот готов производ, туку истражувањето и мислата кои стојат зад планот. Креирањето бизнис план помага систематски да се земат предвид сите аспекти на бизнисот. Дополнително, бизнис планот е критичен за стартапите кои се обидуваат да обезбедат надворешно финансирање. Бизнис планот им покажува на надворешните инвеститори дека темелно сте го истражиле и пазарот и начинот на кој вашиот производ или услуга се вклопуваат на тој пазар. Нивото на детали во планот ќе зависи од типот на инвеститори или финансирање што некој го бара.

Во секоја од земјите-партнери, за време на натпреварите беа претставени многу бизнис идеи кои доаѓаа или од претходните студенти на ЦА или од млади луѓе кои не се поврзани, а кои сакаат поддршка во развојот и трансформирањето на нивните бизниси.

На пример, во Албанија, од 30 пристигнати апликации, 27 беа во фаза на идеја и само 3 беа во фаза на стартап. Иновацијата беше строго поврзана со обезбедување онлајн решенија преку веб-апликации или апликации за различни проблеми како што се практиканти, безбедност на патиштата, корисничко искуство/кориснички интерфејс, итн. Друг тип на иновации меѓу апликациите беше поврзан со зелените идеи, со фокус на рециклирањето, пренамената, зелената архитектура, туризмот, итн. Во целина иновациите, особено на ниво на идеја беа смели и инспиративни со голем потенцијал да се имплементираат, тестираат и да донесат вредност на локалниот пазар. Постојењето на иновативен производ или услуга може да отвори пазари онаму каде што претходно не постоеле пред да се предизвика постojниот конкурентен пејзаж. Тоа ви овозможува да изградите нов монопол (макар и само за кратко време), што ќе ви овозможи да растете без

конкуренција. Но, треба да бидете внимателни. Иноваторите кои се први на пазарот честопати имаат негативни искуства и губат пари, додека следбениците ги собираат придобивките: имаат корист од подигнатата свесност за производот или услугата и воведуваат ревидирани верзии кои ги пеглаат детските болести и избегнуваат проблеми со интелектуалната сопственост. Па, покрај прашањата 'Што е тоа што го правам?' и 'Зошто моите клиенти треба да се грижат?', треба да се запрашате:

- Дали има потреба од она што јас го нудам?
- Дали ќе има доволно побарувачка?
- Дали тоа ќе генерира доволно придобивки за да го придвижам мојот бизнис напред?

За да се биде успешен, треба да се балансира желбата да се развие идејата во бизнис со други императиви. Ако претпријатието е примарно водено од идеи, но нема комерцијален аспект, тоа нема да биде одржливо. Слично на тоа, ако бизнисот е мотивиран од комерцијални императиви без соодветно внимание во однос на неговата иновација и креативност, тогаш тој може да не биде ефективен на долг рок. Важно е да се постигне рамнотежа помеѓу пасијата, талентите и економскиот импулс.

И во Србија и во Црна Гора, требаше да се спроведат почетни обуки за градење капацитетите на младите апликанти кои дојдоа на натпреварите само во фазата на идеја за нивните бизниси.

Процес на прединкубација

Фазата на прединкубацијата е многу важна фаза во која се дефинираат и утврдуваат силните и слабите страни и кои капацитети треба да се изградат. Прединкубацијата е процес кој вклучува бизнис идеја или проект, каде што стартапите кои почнале да работат сами или со тим не биле инкорпорирани за да ја остварат оваа идеја. На претприемачите во процесот на прединкубација им е потребна специфична обука, менторство и

консултантски услуги за да сфатат дали нивните идеи се остварливи, комерцијализирани, мерливи итн. Исто така е важно да ги дефинирате улогите, потребите на бизнисот и да:

- Идентификувате каде вашите лични вештини и интереси се вклопуваат во вашиот бизнис
- Разберете што треба да додадете на вашите сопствени вештини за да создадете комплетен сет на деловни вештини
- Ги идентификувате односите што треба да ги изградите со другите луѓе и бизнисите за да успеете во вашиот бизнис.

Од клучно значење е да не заборавите дека трите клучни аспекти за создавање одржлив бизнис се:

- Да имате јасна идеја за тоа што сакате да прави вашиот бизнис.
- Да знаете дека ќе има публика или пазар за она што ќе го понудите.
- Да развивате деловен процес кој ви овозможува да им го понудите тоа на клиентите и да го продадете за повеќе отколку што чини да се произведе.

Процесот на прединкубација во Албанија, на пример, вклучуваше 4 столба:

- Дефиниција на деловната цел,
- Развој на хипотеза,
- Спроведување на успешни експерименти,
- Користење на податоци и информации за донесување одлуки.

4-те столба беа искористени за градење на капацитетите и поддршка на избраните идеи, за потврдување на нивните идеи/водење на стартапите. Со дефинирање на најважните цели, стартапите го започнаа својот пат кон разбирање како тие го перцепираат нивниот бизнис. И затоа се развиваа хипотези со секој стартап во однос на нивните деловни цели. Секоја хипотеза беше планирано да биде придружена со серија експерименти со намера да се постигне приближување кон потенцијалните целни клиенти. Секој експеримент мораше да собере што е можно повеќе податоци, како методологија, за да се обработи и на крајот да се разбере дали првичните претпоставки/хипотеза се точни или не се точни. Преку овие податоци, идеите/стартапите направија прилагодувања на постојните идеи или се свртеа кон друга насока истражена преку експериментите.



Trening za 10 poslovnih ideja

1

- Izrada biznis planova,
- Poslovni biznis modeli
- Marketing i prodaja proizvoda/ usluga
- Osnova finansija i finansijsko planiranje
- Izvori finansiranja za start-up biznise

2

Inkubacija/
BIZNIS
MENTORING
ZA 4
POSLOVNE
IDEJE

3

- Razrada i oblikovanje poslovne ideje;
- Razvoj proizvoda/usluge/ Asortiman;
- Organizacija i Planiranje;
- Analiza Tržišta-Segmentacija, Targetiranje i Pozicioniranje na tržištu, 4P i /7P Marketing miks, marketing strategija;
- Osnovi Prodaje, Prodajni kanali, Strategija i Plan prodaje, Pregovaranje sa kupcima-, Izrada biznis modela poslovanja;
- Finansijski plan, formiranje cene proizvoda/usluge, Fiksni i Varijabilni Troškovi poslovanje, prelomna tačka rentabilnosti, projekcije poslovanja, racio analiza;
- Izvori finansiranja za Start-Up biznise; Pitch

PRETVORI IDEJU U SVOJ PRVI BIZNIS!

MODULI TRENINGA

Во Србија,
работат на



на избраните идеи, партнерите смислија цел план врз основа на кој се спроведуваше обуката. Целиот проект беше поделен на неколку модули и секој од нив имаше задача да ги воведо младите во главните области на бизнисот. Основа за модулите од кои се спроведуваше едукацијата на младите се подготовка на бизнис план, бизнис модели, маркетинг и продажба, финансиски основи и финансиско планирање и извори на финансирање за започнување бизнис. Покрај тоа што образованието беше првенствено теоретско, сè беше поткрепено со практични примери и нивни деловни предлози. Процесот на едукација беше дизајниран на начин на кој беа избрани 10-те бизнис идеи за

пред да започнат да
понатамошен развој

обука по што 4 идеи беа избрани во најтесниот круг за менторирање и дополнителна деловна трансформација.

Менторство

„Најбрзиот начин да се промените себеси е да се дружите со луѓе кои веќе се такви какви што сакате да бидете.“ – Рид Хофман, ко-основач на ЛинкедИн [LinkedIn]

Истражувањето беше направено во 2015 година од ЈБИ – Јут Бизнис Интернешнл [YBI - Youth Business International]³ со цел да се разбере што функционира во менторството, не само од аспект на развој на бизнисот, туку и од аспект на личен развој. Двегодишниот истражувачки проект, кој вклучуваше над 1.600 длабински интервјуа со менторирани и ментори, го следеше влијанието на менторството во две фази. На крајот откривме дека речиси три четвртини (74%) од младите претприемачи беа посигурни во водењето на нивниот бизнис и 72% сметаа дека имаат посилни вештини за донесување одлуки преку поддршката на нивните ментори. Личните нивоа на доверба, исто така, се зголемија за време на програмата, до крајот 71% од претприемачите сметаа дека научиле значително повеќе за нивните лични предности и области на развој.

Ова покажува колку менторството е клучен аспект на инкубацијата и растот и целосната трансформација на младинските бизниси. Менторскиот процес ги дефинира различните фази во развојот на менторската врска. Менторскиот процес обично е систематски, диференциран и сложен. Неговата систематска природа се припишува на развојните потреби околу еволуцијата на менторскиот однос. Развојните потреби вклучуваат социо-емоционален, когнитивен и идентитетски развој, и тие бараат различни нивоа на структура, насока и поддршка. Како такви, разликите во способноста на менторите да управуваат со инхерентните предизвици поврзани со развојните потреби на менторираниите се од клучно значење. Се верува дека менторскиот процес е комплексен бидејќи каналот на водечките менторирани преку различните нивоа од зависност до

³<https://www.youthbusiness.org/resource/the-impact-of-mentoring-on-young-entrepreneurs>

автономија и самодоверба е нелинеарен. Идејата на процесот на трансформација е младите луѓе кои започнуваат сопствен бизнис да станат посилни, позрели и посигурни со помош на ментор.

Некои од клучните прашања кои требаше да се решат во оваа фаза со помош на ментори беа следните:

- Како да креирате и структурирате соодветен бизнис план и да создадете реален деловен случај;
- Како да структурирате и поставите план за собирање средства и каде можете да барате финансиска поддршка;
- Како да структурирате и поставите вредна и оптимална маркетинг стратегија;
- Како да подготвите документација за регистрација на МСП.

Главните области кои беа обработени преку деловното менторство во партнерските земји се: Разработка и обликување на бизнис идеја; Развој на производи/услуги/Асортиман; Организација и планирање; Анализа на пазарот-Сегментација, таргетирање и позиционирање на пазарот, 4П и /7П на маркетиншкиот микс, маркетинг стратегија; Основи на продажба, Продажни канали, Стратегија и план за продажба, Преговарање со клиенти, Креирање бизнис модел; Финансиски план, формирање цена на производи/услуги, Фиксни и варијабилни трошоци на бизнисот, преломна точка на профитабилноста, деловни проекции, анализа на коефициент; Извори на финансирање за стартап бизнисите; Убедување.

Раст

Ова е клучната и најсложената и всушност најдолгата фаза, која на некој начин ги опфаќа сите претходни чекори и е на некој начин бескрајна, бидејќи растот и трансформацијата не мора да завршат откако ќе се формира бизнисот. Некои од елементите на фазата на раст/зреење се одговори на потенцијалните прашања, како што се:

- Дефиниција на проблемот и другите потенцијални решенија на пазарот,

- Подесување на вредносната понуда,
- Финансиско моделирање (трошоци, приходи, готовински токови),
- Маркетинг и видливост,
- Прибирање средства и подготвеност за инвестирање.

Бизнис теоријата вели дека фазата на раст е местото каде што вашиот бизнис ја зацврстува својата позиција на пазарот. Свртете го вашиот фокус кон внатре додека градите тимови и ангажирате луѓе кои ќе ги водат вашите операции. Поминете го времето на активности кои и помагаат на компанијата да расте и идентификувајте кои бариери би можеле да го спречат вашиот раст. Одвојте време за зајакнување на односите со клиентите. Инвестирајте во вашите вработени и поттикнете ги да преземат поголема сопственост и на внатрешните процеси и на односите со клиентите.

Фазата на раст бара инвестиции. Треба да се врати профитабилноста за да се финансира растот или да се бара надворешен инвестициски капитал преку инвеститори или преку долг. Со инвеститорите, се откажувате од капиталот и добивате советници. Со долгот, го задржувате целиот свој капитал, но најверојатно ќе мора да потпишете лични гаранции со банките за да обезбедите финансирање.

Не постои едно решение кое одговара на сите при планирањето на вашите следни чекори, но еве неколку едноставни прашања кои можат да ви помогнат на вашиот пат:

- Во што е вашиот мал бизнис најдобар во моментов?
- Што носи профит?
- Како изгледа сегашниот пејзаж на конкуренти?
- Кои се моменталните услови на пазарот?

Сè уште е рана фаза за трансформацијата на компаниите од студентски во младински за да се зборува за вистински раст и зрелост, но важно е да се имаат на ум сите овие прашања доколку сакаме да видиме и да имаме одржливи младински бизниси. Како растечки бизниси, нивната цел е да ги идентификуваат пазарните разлики и она што го поттикнува профитот, а потоа да изготват стратегии за ефикасно проширување и на едното и на

другото. Во секоја од земјите на проектот, четири младински бизниси покажаа потенцијал за вистинска трансформација и потенцијален раст и тоа се прашањата што не треба да се заборават.

Финансирање и прибирање средства

„Речиси секогаш е потешко да се собере капитал отколку што мислевте дека ќе биде, и секогаш е потребно повеќе време. Значи, планирајте го и тоа.“-Ричард Харох, претприемачки инвеститор

Финансирањето може да се подели во три категории, од кои секоја има различни импликации за инвеститорот, претприемачот и бизнисот:

- Грантови: Нема обврска за отплата доколку се исполнети условите на грантот.
- Долг: Позајмени средства, кои се враќаат на фиксен распоред со камата.
- Капитал: Сопственост преку акции или членство. Финансирањето со капитал може да има длабоки ефекти врз подзаконските акти, правата на глас, оперативната контрола и идните права.

Во секоја од земјите на проектот може да се најдат различни видови на фондови и можности за финансирање, а младите претприемачи се соочуваат со различни видови предизвици и потешкотии. Не постои само еден тип на финансирање кој функционира за секоја компанија. На некои бизниси им треба огромна сума на капитал од надворешни инвеститори за да ги оживеат идеите. На другите им треба мал заем за да ги поттикнат кон повисоки приходи и финансиска слобода.

Подигнувањето средства за стартапите е едно од највозбудливите периоди за една компанија полн со предизвици. Барањето инвеститори, заеми, грантови и други форми на финансирање чија цел е да им помогнат на нивниот бизнис да се развива е огромна задача

и одговорност. Доколку успеете, стартапот ќе има капитал да продолжи да ги гради своите производи или да им обезбедува нови функции за клиентите. Ако не, компанијата можеби ќе мора засекогаш да ги затвори вратите.

Инвеститорите сакаат да ги поддржат стартапите во кои веруваат, но сакаат и да направат поврат на нивните инвестиции. Затоа речиси сите зделки со инвеститори ангели, претприемачки инвеститори или фирми со приватен капитал вклучуваат капитал во компанијата. Идејата е дека кога компанијата ќе почне да заработува и да прави профит, на инвеститорите ќе им се вратат првичните пари, плус дополнителниот дел од капиталот за искористување на шансата.

На пример, албанскиот екосистем за стартапи и иновации е многу млад и финансира иницијативи кон стартапите. Сепак, различни меѓународни организации дејствуваа како инвеститори ангели преку грантови дадени на стартапите. До овие грантови се пристапува кога овие организации ги отвораат своите повици за стартапи или идеи за стартапи. Сличен случај е и во другите земји во регионот. Во Црна Гора, на секоја од младинските компании од страна на нивните деловни ментори им беше доставена детална и приспособена листа на потенцијални инвеститори и финансиери на кои може да им пристапат, како и описи на банките и регулативите за заеми и можностите што можат да ги користат.

На младите во Србија им се достапни различни видови финансирање, од кои најважни се следниве:

- СтарТек [StarTech]: Програмата е целосно финансирана од средствата на приватната компанија Филип Морис Интернешнл во Србија. Го спроведува NALED со поддршка на ENECA, а е наменет за стартап тимови, претприемачи, микро, мали и средни претпријатија.
- Фонд за иновациона дејност: Наменет е за приватни микро и мали претпријатија во раните фази на развој, кои поседуваат технолошки иновации и имаат потенцијал да создадат нова интелектуална сопственост, како и јасна потреба на пазарот.
- Развоен фонд - инвестиции за кредитна поддршка

- Кредити (за набавка на опрема, машини, постројки, изградба или купување на производствен или деловен простор)
- Кредити за основни и тековни средства (за набавка на сировини и материјали, набавки, како и други производствени трошоци, побарувања од клиенти, обврски кон добавувачите)
- Кредити за стартапи: кредити за жени претприемачи и млади луѓе, програма за поттикнување на претприемништвото преку развојни проекти, заеми за деловни субјекти кои работат во неразвиени и експресно неразвиени подрачја.
- Стандардни банкарски кредити: Кредити за купување на основни средства; Кредити за купување обртни средства; Кредити за ликвидност; Ревољвинг кредитна линија; Пречекорување на тековната сметка.

Научени лекции

Некои од главните лекции научени во рамките на проектот BY LEAP и процесите на трансформација во регионот се главно во врска со времето и распоредот на проектот и процесите и кога и како тоа може да се движи на најдобар можен начин. Во поголемиот дел од земјите овој временски период беше прекраток за да се добие целосна слика и да се извлечат заклучоци за процесот, или беше темпиран во периодот кога младите не можат премногу да се ангажираат.

Поради неодамнешните независни студии кои покажуваат висока работна неактивност, особено кај младите, и фактот дека неформалното вработување и долгорочната невработеност се значаен предизвик со критично високо ниво на невработеност кај младите (50% во просек), во Србија беше забележан, како еден пример, проблемот со недостигот на образование и искуство во деловна смисла и недостигот на подготвеност за започнување на нивните бизниси кај помладата популација. Да се биде млад и невработен

води до зголемување на ризикот од сиромаштија и социјална исклученост, како и до губење на мотивацијата и апатија.

Во Турција, најтешките аспекти за бизнисите од студентските до младинските беа создавањето капитал. Капиталот остварен од продажбата на акции не им беше доволен и тие започнуваа преговори со инвеститорите. Преговорите со инвеститорите не секогаш завршуваа позитивно за младинските компании.

Главните предизвици во Албанија се поврзани со високата „инфлација“ на активностите што се случуваат во екосистемот за стартапи и иновации. Над 90% од овие активности претставуваат работилници, кампови и хакатони со обуки за меки вештини и менторство, но без некое значително или без никакво финансирање/инвестиција. Овој фокус на раната фаза и фазата на идеја претставува проблем за стартапите кои сакаат да изградат повеќе во следните фази, се до подготвеноста за инвестирање. Вториот предизвик што влијае на сите иницијативи е фактот што многу од овие активности се наоѓаат во Тирана, главниот град. Затоа, за да пристапите до ова знаење или треба да сте со седиште во Тирана или треба да патувате во Тирана и сами да ги покриете трошоците, што може да биде скапо и комплицирано за младите луѓе. Овој проблем не постои само во Албанија. Во многу земји од регионот постои истиот проблем со централизацијата на знаењето, ресурсите и пристапноста за различните групи на млади луѓе, особено во руралните средини.

Во контекст на препознатливите предизвици за трансформација на бизнис идеите во стартап компании и (потоа) во мали и средни претпријатија, главните предизвици што се гледаат во Црна Гора се следните:

- Студентите сè уште не се финансиски стабилни;
- Менаџирање на обврските;
- Постигнување на рамнотежа меѓу работата, училиштето и семејството;
- Страв од справување со пазарната конкуренција;
- Мисловниот процесот во насока на создавање кај студентите постои, но треба дополнително да се збогати и рационализира на начин на кој ќе им се овозможи да ги планираат и менаџираат своите бизнис идеи.

Заклучоци

Финансирањето е едно од најсилните прашања кога станува збор за младинските компании. Оние кои не бараат финансирање на стартапот обично избираат сами да ги финансираат своите бизниси. Тие користат лични заштеди или пари од семејството и пријателите за да ги подигнат нивните компании и да ги направат функционални. Ова е тема за која жестоко се дебатира, но им помага на претприемачите да ја задржат контролата врз нивните бизниси, наместо да даваат капитал на инвеститорите и да избегнуваат плаќања на камати од земање заеми и кредити. Лошата страна е што ако стартапот пропадне, претприемачот ги губи своите заштеди или заштедите на семејството и пријателите.

Групното финансирање (crowdfunding) може да биде добар начин да се соберат пари онлајн во замена за придобивки, капитал, долг или ништо. Малите младински бизниси можат да користат сајтови за групно финансирање за брз пристап до готовина, но по цена на градење силна промотивна стратегија, откажување од капитал во бизнисот и транспарентност во однос на положбата на компанијата.

Според анкетите направени во Турција, проектните партнери велат дека студентите кои биле дел од програмата изјавиле дека програмата на компанијата и камповите за иновации го зголемиле нивниот интерес за претприемништво за 76%. 82% од студентите изјавиле дека обуката ги исполнила нивните очекувања и потреби, а ги подобриле и нивните вештини за финансиска писменост. По развојот на нивните бизнис планови, некои тимови беа во можност да започнат да ги произведуваат своите производи и да ги продаваат локално. Некои беа во можност да го започнат процесот на прототип на нивните услуги и производи. Започнаа со тестирање на производи со мали тест групи.

Сеопфатно анализирајќи го деловниот екосистем во Србија, беше идентификуван најголемиот потенцијал за младите во секторите кои ја подобруваат продуктивноста и конкурентноста на српската економија: ИКТ (иновации и IoT – интернет на нештата),

обновливите извори на енергија и енергетската ефикасност. Еден од заклучоците од Србија е и дека младите треба да бидат подготвени да работат со одредена загуба во првите шест месеци од водењето на нивниот бизнис, пред да успеат да генерираат доволно приходи и да станат поодржливи и да започнат со вистински развој.

Како заклучок - младите бизниси во регионот се соочуваат со три главни прашања/проблеми. Односно недостатокот на почетен капитал поради неподржаните владини стимулации и пристрасноста на банкарските заеми кон развиените мали и средни претпријатија и недоволно застапените инвеститори. Дополнително, недостасува перспектива и неопходно претприемачко знаење. За споредба, младите во ЕУ се во нешто подобра финансиска состојба. Оданочувањето е соодветно регулирано и дефинирано. Претприемачкото однесување повеќе се поттикнува во земјите на ЕУ.

За проектот BY LEAP

Проектот Балкански млади: Поврзување на образованието, способностите и партнерскиот потенцијал во регионалната практика за вработување (BY LEAP) има за цел да го зајакне учеството на локалните граѓански организации и младинските иницијативи во регионалната мрежа и да обезбеди одржливост на компаниите на младите претприемачи (студенти/млади) преку демонстрација и активности за обука/менторство. Напорите ќе бидат насочени кон подобрување на опкружувањето за дефинирање на политиките и поддршка на иницијативите за развој на човечките и институционалните капацитети/работна сила кои одговараат на потребите на ГО и на локалните корисници.

Општата цел е да се придонесе за можностите за младинско претприемништво и да се зајакнат перспективите за вработување на младите во Западен Балкан.

Датум на започнување: 1 март 2020 година

Датум на завршување: 28 февруари 2023 година

Координатор на проектот: Џуниор Ачивмент Србија

Партнери во проектот:

Институт за Западен Балкан (Србија)

Џуниор Ачивмент Албанија

Национален младински совет на Македонија

Студентски бизнис центар

ЦА Турција

Инкубатор за социјални иновации МУЊА

ЦА Европа