

Kako iskoristiti znanje i postati poduzetnik na polju humanističkih nauka ili kako osmisliti i prodati „humanističku priču“,

IZV. PROF. DR. SC. ALEKSANDAR ERCEG

Što je poduzetništvo?

- Poduzetništvo – proces kreiranja nečeg novog, sa dodavanjem vrijednosti, uz ulaganje potrebnog vremena i napora, prihvaćajući financijske, emocionalne i društvene rizike, i ostvarujući nagradu kao monetarno ili osobno zadovoljstvo i neovisnost.
- Proces iskorištavanja prilika bez obzira na resurse kojima trenutno raspolažemo.
- Poduzetništvo - vizija budućnosti s puno mogućnosti.
- Stvaranje nečega iz gotovo ničega!

Što JE poduzetništvo?

- Način razmišljanja i djelovanja, tražen i potreban u svim situacijama
 - Promjena je izazov, a ne prijetnja
 - Proaktivnost, inovativnost i preuzimanje rizika (odgovornost)
- Traženje i uočavanje prilika u okolini i pretvaranje prilika u poduhvat.
- Jedna od 8 temeljnih, cjeloživotnih kompetencija (EU, 2006).

Što NIJE poduzetništvo?

- (SAMO) malo poduzeće
- (SAMO) pokretanje i vođenje poslovnog pothvata
- Management – jedna poslovna funkcija
- Poduzetništvo JE znanje kako se proaktivno, kreativno i inovativno ponašati.

Zašto trebamo poduzetništvo i poduzetničko ponašanje?

- Brzina promjena
- Povećana kompleksnost u društvenom, političkom i ekonomskom okruženju mijenja pravila ponašanja
- Globalizacija povezuje svijet na nove i nepredviđene načine
- Postojeći sistemi i strukture postaju zastarjeli stvarajući krize
- Kontinuirana prilagodba umjesto savršene forme ili funkcije

Tko je poduzetan student



- Jezici
- Razmjena
- Volontiranje
- Prakse
-

Zašto diplomanti humanističkih znanosti mogu biti veliki poduzetnici

- Mnogi ljudi pretpostavljaju da za uspjeh kao poduzetnik morate imati MBA ili diplomu iz informatike. Iako je istina da su poslovne vještine ili vještine programiranja vrlo korisne, to su također vještine koje se mogu naučiti ili eksternalizirati tamo gdje je to potrebno.
- Da biste bili uspješan poduzetnik, morate biti u stanju ne samo kontrolirati i predvidjeti ishode, već i pitati "što ako je?,"
- Ljudi educirani za humanističke znanosti uče mnoge potrebne vještine kao dio svojih kolegija.

A to su 😊

1. **Promatranje.** Poduzetnici moraju biti vrlo pažljivi i moći pronaći načine za prilagodbu tamo gdje je to potrebno. Sposobnost promatranja i tumačenja umjetnosti i književnosti temeljna je vještina humanističkih znanosti.
2. **Kreativnost.** Poduzetnici moraju biti u stanju razmišljati izvan okvira i pronaći kreativne načine za rješavanje problema. Kreativnost je još jedna temeljna vještina humanističkih znanosti.
3. **Prezentacija i izvedba.** Biti poduzetnik zahtijeva mogućnost prodaje sebe i svoje ideje, bilo zaposlenicima, osnivačima, donatorima ili kupcima. Imati čvrstu pozadinu u pisanju, predstavljanju, pa čak i izvedbi povećava samopouzdanje i "prisutnost na pozornici" prilikom bacanja ili prodaje.
4. **Kompetitivna analiza.** Svi poduzetnici moraju znati o svojim konkurentima i što su učinili i rade, kao i cjelokupnu analizu tržišta. S humanističkom pozadinom, te se vještine razvijaju na tom putu.

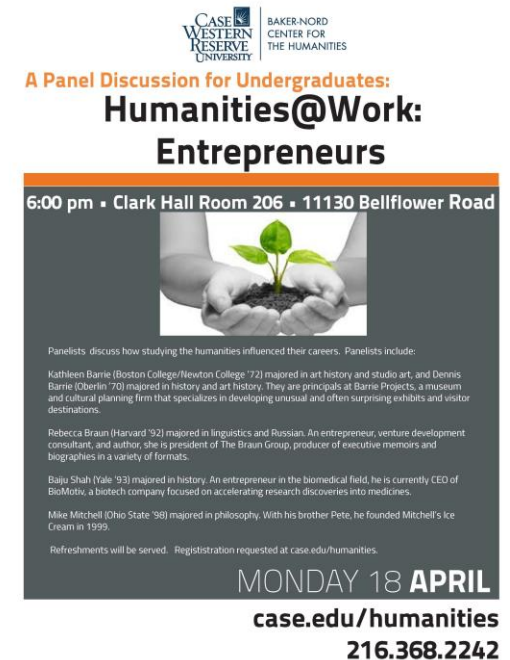
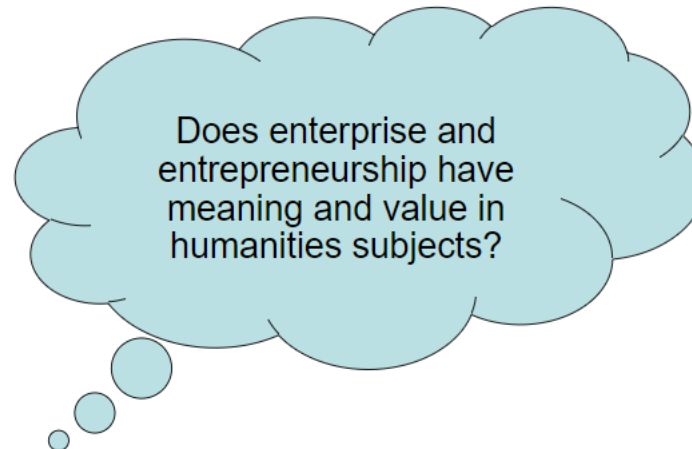
Gdje mogu biti poduzetan, a studiram na Filozofskom

ENTREPRENEURSHIP IN HUMANITIES

The Summer School that stimulates humanities scholars in identifying new entrepreneurial opportunities and the development of new business ideas.

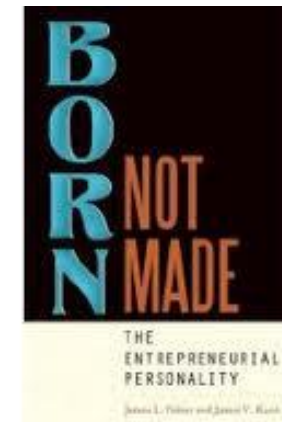
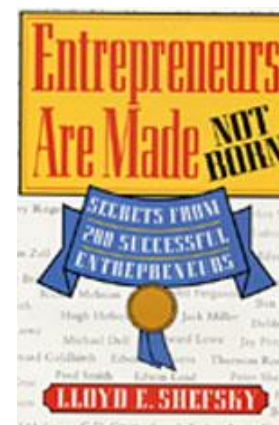


Exploring the boundaries



???

- Rađaju li se poduzetnici ili se stvaraju?
- Jesu li poduzetnici kockari?
- Poduzetnici sve vole raditi sami.
- Poduzetnici ne ovise ni o kome.



Izvor: <https://www.napstart.co.za/myths-of-entrepreneurs-2/>

Zašto ljudi postaju poduzetnici?

➤ Da bi bili vlastiti šefovi

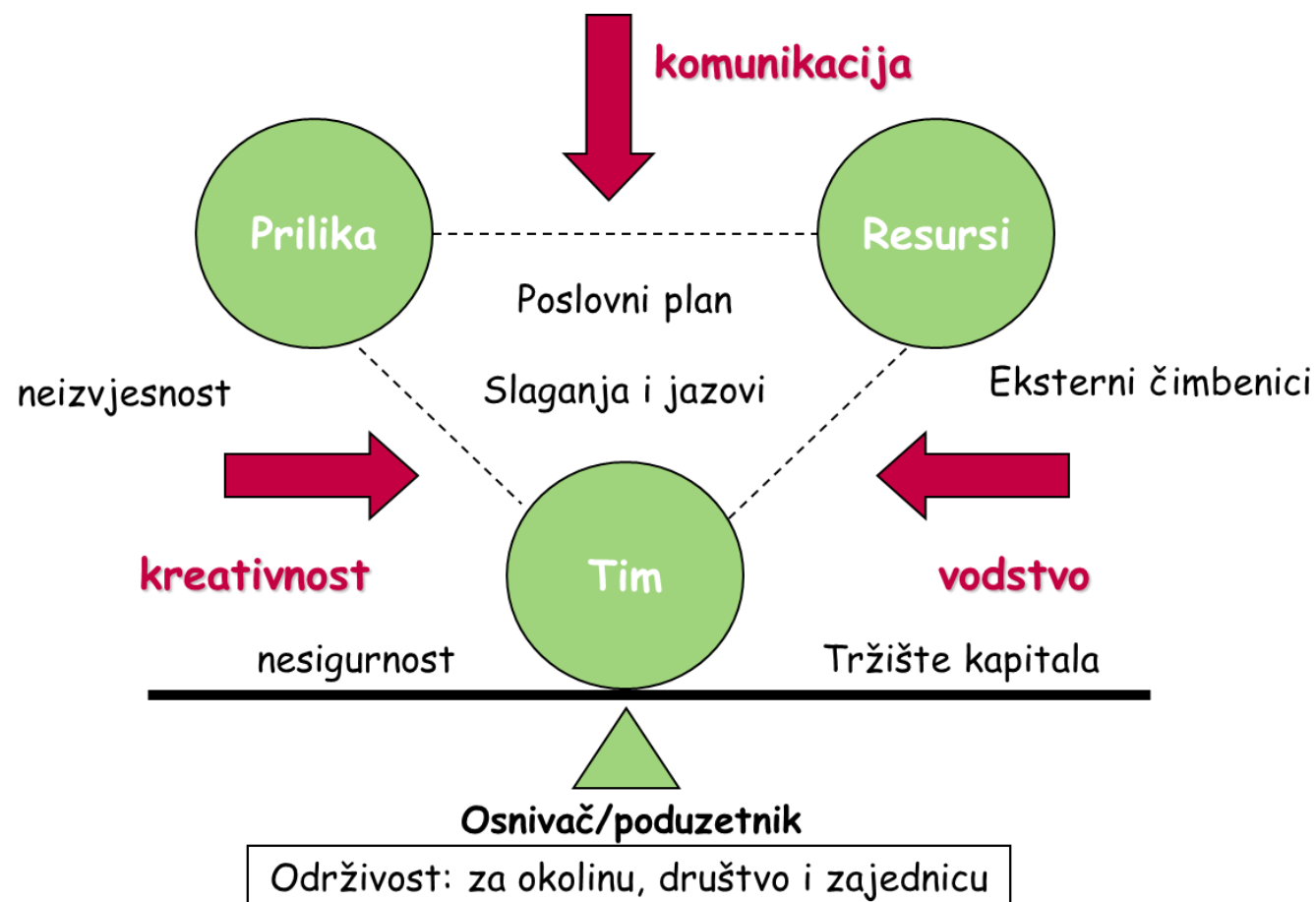
- “Uvijek sam željela biti sama svoj šef. Osjećala sam se ograničenom zbog korporativne kulture. Za mene je to bilo frustrirajuće i smatrala sam to gubitkom vremena – štetom što moram prodavati svoje ideje mnogim ljudima i prisustvovati svim vrstama internih sastanaka prije nego što bih mogla nastaviti sa konceptom”
- “Ideja se rodila iz opće frustracije zbog nemogućnosti da prakticiramo širinu usluga koju smo htjeli. I umjesto da smo nastavili odlaziti na posao i biti zbog toga frustrirani narednih 30 godina, odlučili smo poduzeti nešto u vezi s tim. ... Možemo se svemu dublje posvetiti i biti od veće koristi za cijelu obitelj.”

Zašto ljudi postaju poduzetnici?

- Radi ostvarenja svojih ideja – “Ako bih mogao uraditi nešto sa svojim životom, što bi to bilo?” (www.darynkagan.com)
- Daryn Kagan, bivša reporterka CNN-a:
 - “Nakon 12 godina na CNN-u, postalo je jasno da neću dobiti tu vrstu prilike koju sam željela. Vidjela sam to kao znak da trebam krenuti dalje. ...”

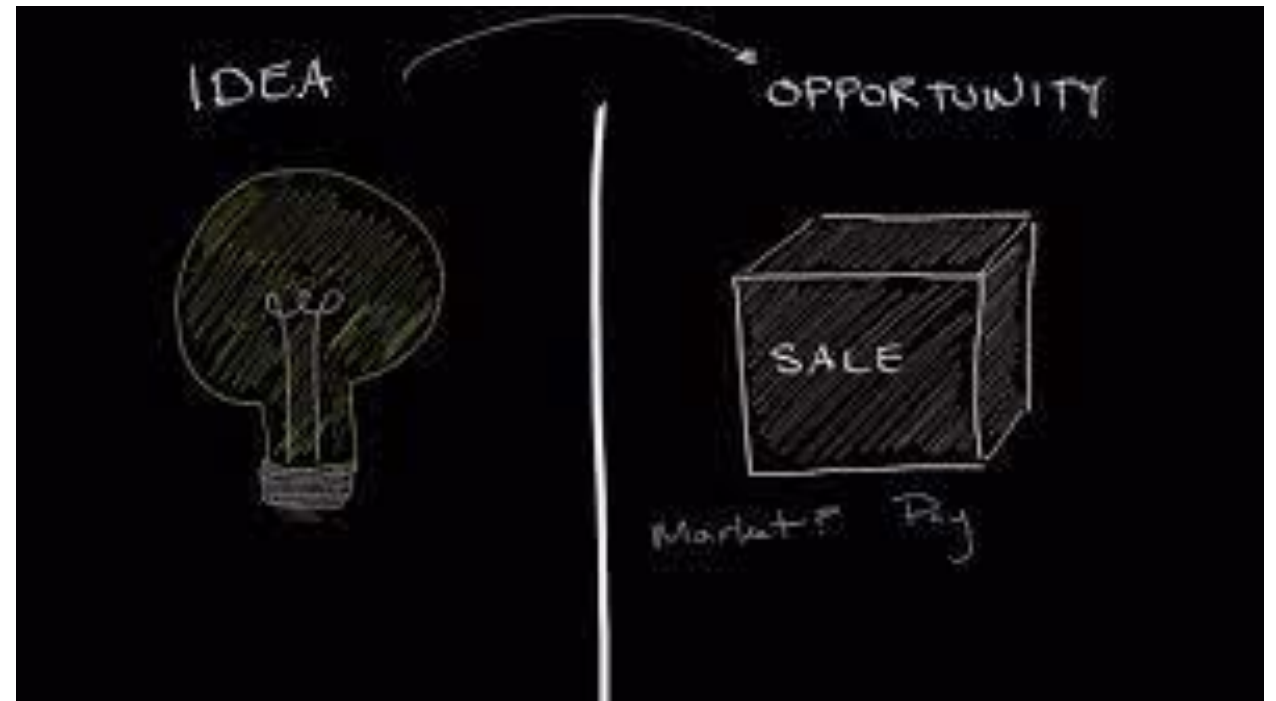


Što je sve potrebno za uspješan poduzetnički projekt?



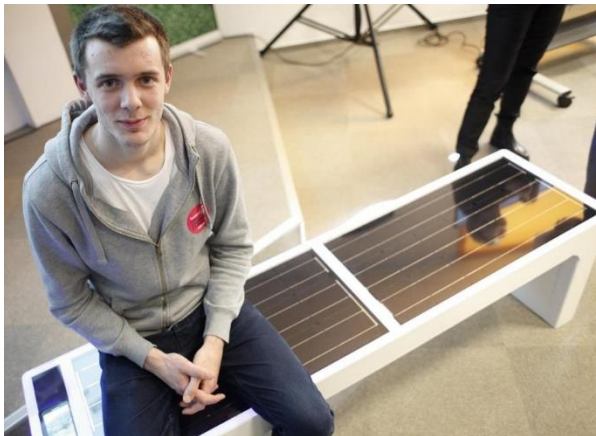
Ideja vs. prilika

- Što je poslovna prilika?
- Kakva je razlika između ideje i prilike?



Prilika

- Pokretačka sila koja dovodi do poduzetničkog djelovanja
- Poslovno provjerena poslovna ideja koju je moguće realizirati
- <https://www.telegram.hr/price/culi-ste-za-onog-decka-s-pametnim-klupama-sad-detaljno-prica-o-debaklima-s-pocetaka-obratima-i-novoj-senzaciji-s-prikupljanjem-investicija/>



Ideja vs. prilika

- Ideja – misao, impresija, mišljenje, stajalište o nečemu
- 4 osnovne karakteristike prilike:
 - Atraktivnost
 - Trajnost
 - Pravodobnost
 - Dodaje vrijednost kupcu/krajnjem korisniku
- **Dobro se uklapa u želje osnivača i sposobnosti tima**
- **Priča iz Hrvatske:**
 - <https://www.prostoria.eu/hr/>



Stipino – rješavanje problema

➤ Priča iz Hrvatske

➤ <https://stipino.com/>



➤ Jabuke iz Slavonije

➤ Odličan urod 2021, male jabuke koje nisu za prodaju na tržnici nego samo za industrijsku preradu

➤ Akcija dođi i uberi svoje jabuke

➤ U roku 5 dana sve obrano

➤ Ponovio akciju i ove godine



Pronalazak praznina na tržištu

- Proizvod ili usluga koju potrošači žele, a nije dostupna na određenom tržištu
 - Gitare za žene, fitnes centri isključivo za žene, trgovine odjećom za ljude “izvan prosjeka”
- **Uzimanje postojećeg proizvoda** i na osnovu njega **kreirati novu kategoriju** usmjerenu na potpuno drugačije ciljno tržište
- **Priča iz Hrvatske:**
 - <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/dala-otkaz-i-od-pricanja-tajnih-prica-o-zagrebu-napravila-turisticku-atrakciju>
 - <https://palacinke.hr/>

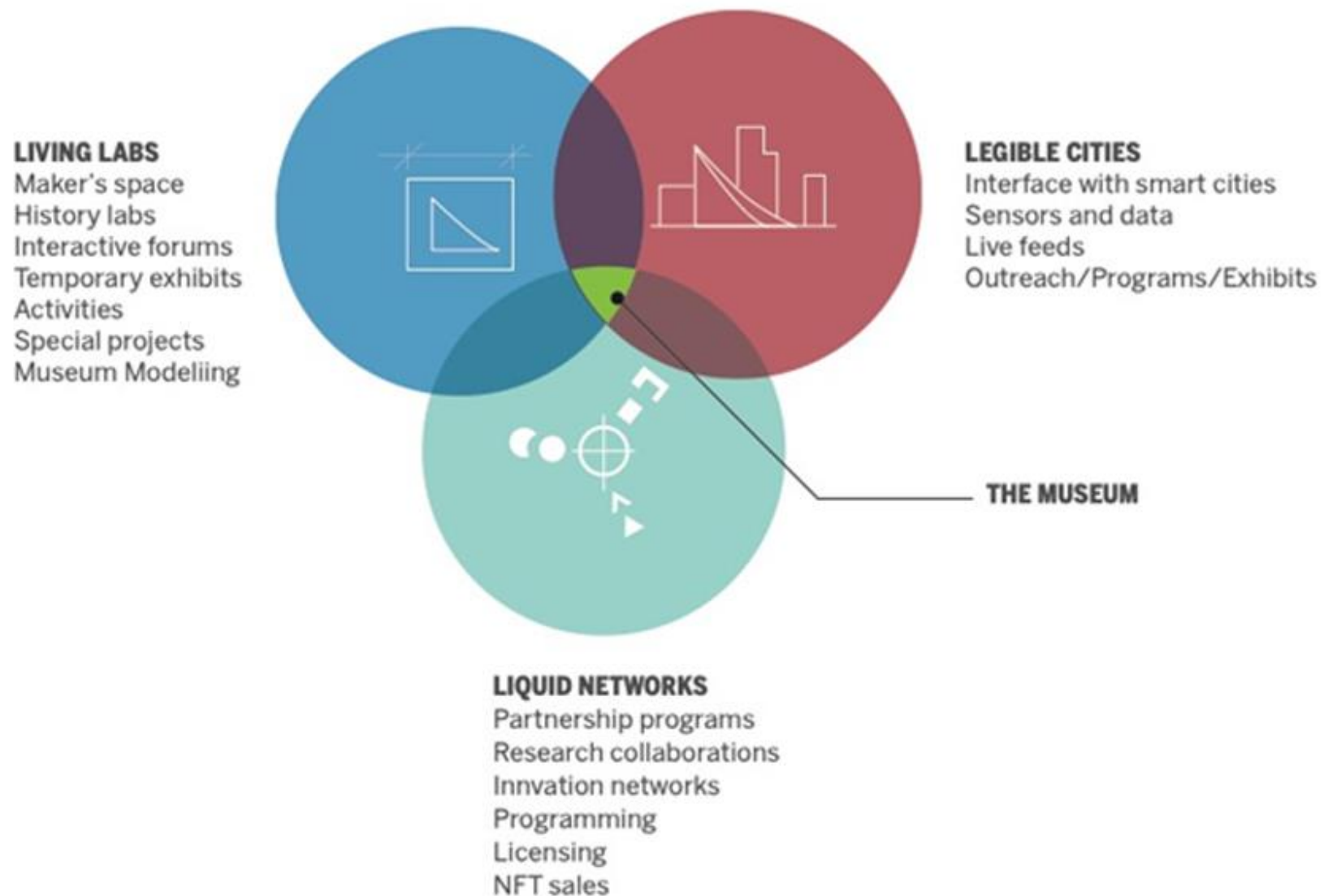


Dodatne ideje?

- Učenje jezika
- Davanje instrukcija
-

- Što nedostaje?
- Koji je probleme potrebno riješiti?

A FRAMEWORK FOR CULTURE IN THE 21ST CENTURY



Kako uočiti priliku?

- Praćenje trendova – znati razliku između trenda i hira
- Rješavanje problema – uočavanje problema i pronalaženje načina za njegovo rješavanje
- Pronalazak praznina na tržištu
- Osobne karakteristike poduzetnika: prethodno iskustvo, društvene mreže, kreativnost, “poduzetnička pripravnost”

Trendovi

➤ Ekonomski trendovi

- Povećanje životnog standarda
- Povećanje broja zaposlenih žena

➤ Tehnološki trendovi

- Razvoj tehnologije

➤ Društveni/kulturni trendovi

- Ubrzan način života
- Briga za okoliš
- Pandemija
- Demografija

➤ Političko-pravni trendovi

- Ulazak u EU
- Ulazak u monetarnu uniju
- Promjene zakona

Neke od početničkih grešaka

- Slijepa povezanost sa idejom
 - zaljubljenost u ideju vrlo često dovodi do toga da poduzetnici ne testiraju svoju ideju na tržištu.
- Grandioznost ideja
 - Zadovoljiti veliko tržište zapravo znači imati kapacitet i proizvesti taj proizvod što često na samom početku nije točno.
- Nedostatak fokusa
 - Bitno je na početku fokusirati se na jedan tržišni segmentu, dobro ga upoznati i zadovoljiti potrebe kupaca koji se nalaze na tom tržištu.
- Preusko definiranje ideje
 - Onemogućuje rast poduzeća
- Nerealno sagledavanje troškova
 - Važno je potrošiti vrijeme na pažljivo sagledavanje svih troškova budućeg poduhvata (koliko košta osnivanje poduzeća, najam poslovnog prostora, usluge javnog bilježnika, računovođe, telefon, struja, grijanje) – podcjenjivanje troškova i precjenjivanje prihoda može biti izrazito loše za pothvat.

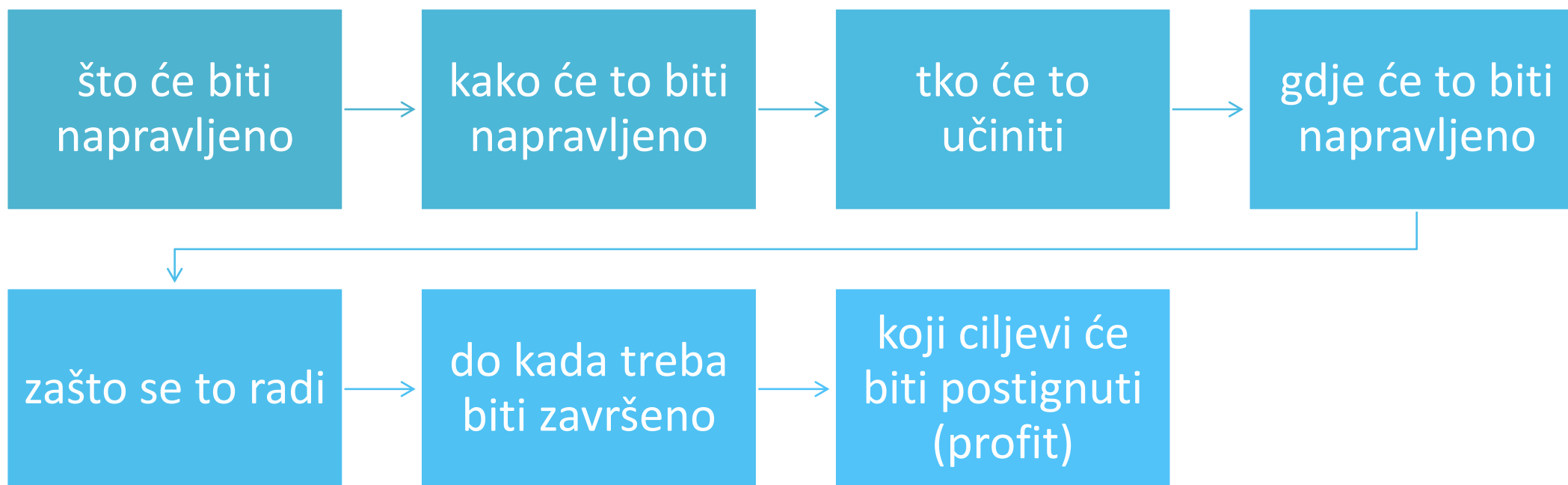


Poslovni plan

- Pisani dokument koji jasno definira ciljeve poslovanja i u glavnim crtama prikazuje metode za postizanje ciljeva
- Tko ga treba napraviti
 - Konzultant
 - Vlasnik



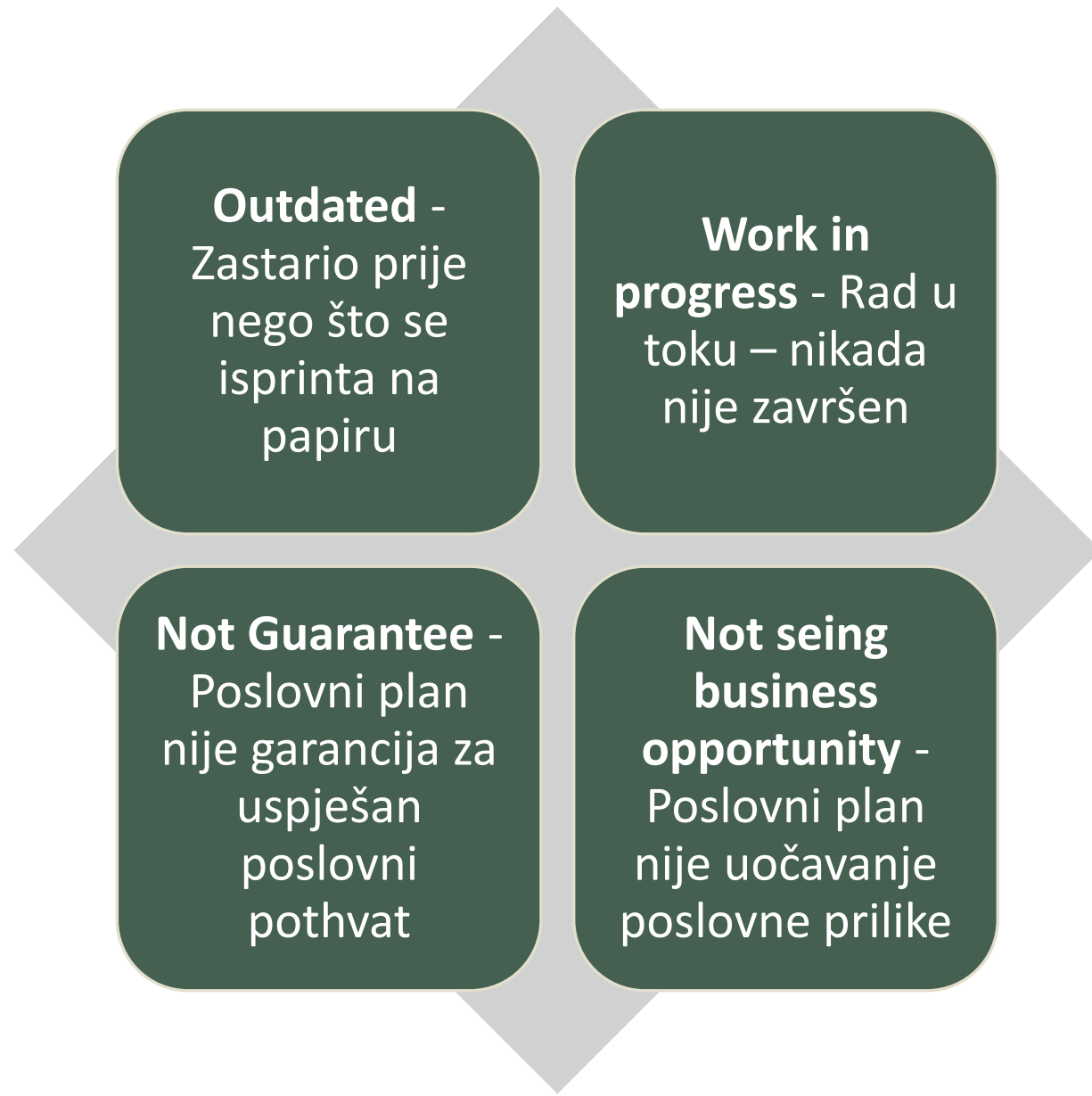
Poslovni plan opisuje:



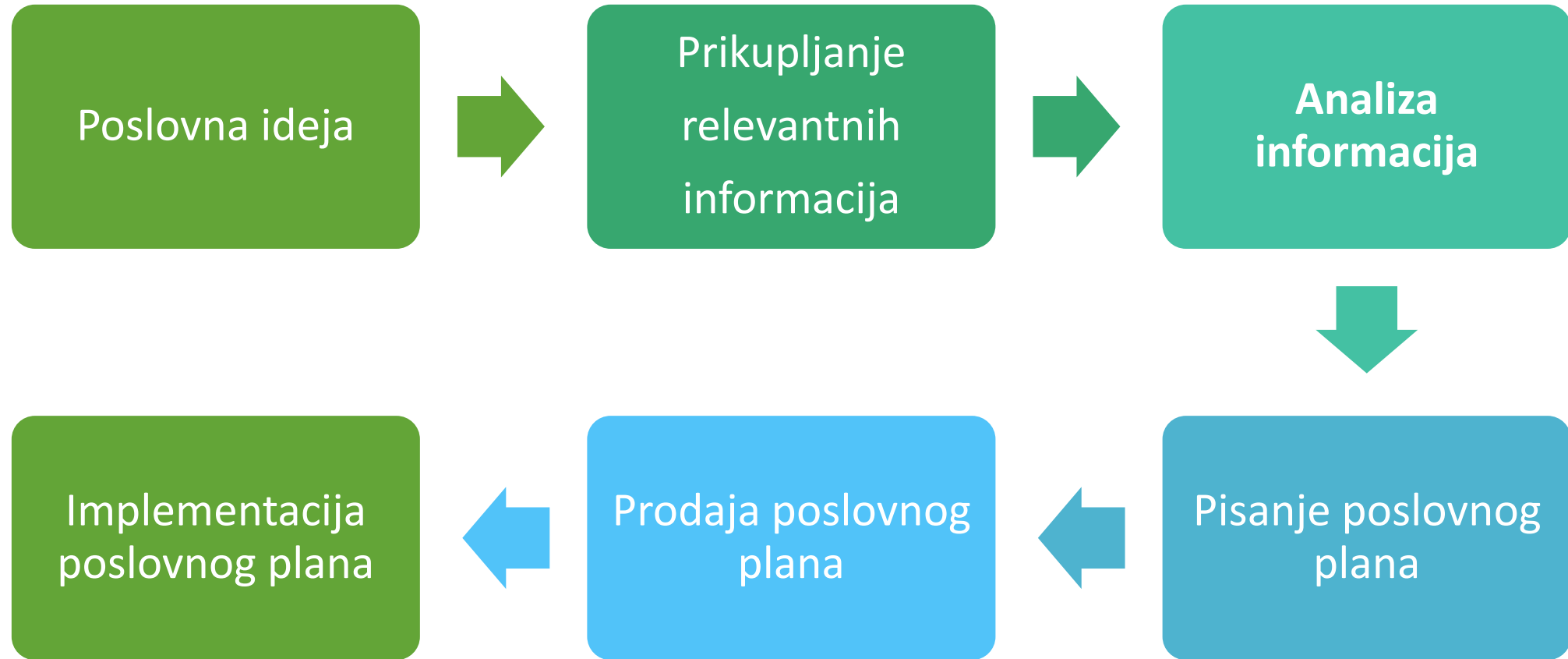
Zašto je planiranje neophodno

- Daje nam put koji treba slijediti
- Pomaže u osmišljavanju budućnosti kakvu želimo
- Vodi u izgradnju uspješnog posla
- Služi kao sredstvo za povećanje profita
- Pomaže pri razumijevanju i definiranju djelovanja i ciljeva posla

Neke karakteristike poslovnog plana



PROCES POSLOVNOG PLANIRANJA



Prikupljanje i analiza informacija

IZVORI INFORMACIJA:

- Primarni – samostalno prikupljanje informacija
- Sekundarni – iz već postojećih izvora (Centri za poduzetništvo, Gospodarska komora, banke, časopisi, statistički godišnjaci, internet...)

INFORMACIJA:

- Točna
- Kompletna
- Objektivna
- Sa značenjem
- Razumljiva
- Aktualna



Osnovni elementi poslovnog plana



- Ljudi – poduzetnički tim koji pokreće i vodi posao, kao i glavni partneri koji osiguravaju osnovne usluge, resurse i sl.
- Prilika – sama poslovna ideja – što je čini poslovnom prilikom, što je tržište, može li ono rasti, kako brzo, što čini elemente potrebne za uspjeh
- Kontekst – “velika slika” – regulative, kamatne stope, demografija, inflacija, promjene na koje poduzetnik ne može utjecati
- Rizik, uspjeh – procjena svega što može krenuti loše (i dobro) i kako će poduzetnik odgovoriti na te izazove, kako se nosi s rizikom.

Sadržaj poslovnog plana

➤ Sažetak poslovnog plana

➤ A. PODUZEĆE

- Opis poduzeća
- Proizvod/usluga koju poduzeće nudi
- Tržište
- Plan marketinga
- Lokacija poduzeća
- Organizacija poduzeća, zaposlenici

➤ B. FINANCIJSKI PODACI

- Izvori kapitala
- Popis opreme
- Bilanca
- Točka pokrića
- Račun prihoda i rashoda
- Cash flow

➤ C. DODATNI ELEMENTI



**Failing to
PLAN is
*Planning to
FAIL***





IMA LI PITANJA?
(DA NE ISPADNE
DA NE PITAM)