



Poduzetničke sposobnosti i provjera poslovne ideje

ERSTE 
Bank

korakpokorak 

#vjerujusebe

|Sadržaj

Poduzetničke osobine i vještine	2
Kompetencije poduzetnika	3
Kako dobru poslovnu ideju pretvoriti u uspješnu poduzetničku priču?	5
Što je agilnost i za što je važna	6
Umrežavanje i nužnost izgradnje zajednice	7
Prihvatanje tehnologije kao koncept poslovanja	8
Talent Management kao zamjena za ljudske potencijale	9
Cjeloživotno učenje je apsolutni imperativ	10
Razlozi poduzetničkog pothvata	11
Nastanak poduzetničke ideje	13
Provjera/procjena poslovne prilike	15
Najčešće pogreške poduzetnika početnika	17
Uspjeh malih tvrtki	20

Poduzetničke osobine i vještine

Uspjeh svakog poduzetničkog pothvata u najvećoj mjeri ovisi o osobinama, vještinama i financijskoj situaciji poduzetnika.

Upravo zato prije odluke o pokretanju posla trebate utvrditi koje su vještine i osobine dobrodošle.

Za svaki uspješan poslovni pothvat potrebne su osobine (predanost poslu, motivacija, preuzimanje rizika, odlučivanje) i vještine (tehničke i upravljačke), a veliku ulogu svakako ima i okruženje u kojem se osoba nalazi (situacija te podrška okoline, ponajprije obitelji).

Mnogi uspješni poduzetnici u početku poslovanja nisu posjedovali neophodne vještine i osobine, a ipak su ostvarili zapažen rezultat. Svi imamo slabije točke, ali na njima radimo i razvijamo ih, a vaše jače strane postaju vaša snaga.

Važno je znati da se vještine mogu naučiti, a osobine razviti i unaprijediti.

Istraživanja su pokazala kako su kod poduzetnika u većoj mjeri izražene određene osobine i vještine:*

Poduzetničke vještine	Poduzetničke osobine
uvjeravanje	kreativnost
pregovaranje	ambicioznost
prezentiranje	samouvjerenost
rješavanje konflikata	upornost
strateško razmišljanje	inicijativa
donošenje odluka	znatiželja
umrežavanje	predanost poslu

*LITERATURA:
„Želim biti poduzetnik!“, skupina autora, CEPOR, Zagreb 2007. / „Kako napraviti poslovni plan“, David H. Bangs, Jr., 1998., Jakubin i sin, Zagreb, Centar za poduzetništvo, Osijek / „Započnite vlastiti biznis s manje od 1000 USD“, Will Davis, 1998., Jakubin i sin, Zagreb, Centar za poduzetništvo, Osijek / „Želim postati poduzetnik“, skupina autora, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2014., Osijek / Republika Hrvatska, Ministarstvo gospodarstva, Vodič za poduzetnike, Zagreb / Barringer, Ireland, Poduzetništvo – uspješno pokretanje poslovnih pothvata, 3rd ed., Tuzla, 2010 / Ministarstvo gospodarstva i Croateh, Poslovni plan poduzetnika, Masmedia, Zagreb, 2000. / <http://www.get2test.net/enterprise/index.htm> | <http://www.udu-obz.hr/index.php/380/381> | https://www.porezna-uprava.hr/hr_propisi/_layouts/in2.vuk.sp.propisi.intranet/propisi.aspx

Kompetencije poduzetnika

Osim poduzetničkih osobina i vještina, za uspjeh budućeg poduzetničkog pothvata bit će važne i druge kompetencije:

- *prethodno radno iskustvo, znanja i vještine stečeni na prethodnim radnim mjestima*
- *praktično poznavanje poslovnih odnosa*
- *hobiji*
- *osobna poznanstva te*
- *obiteljske vrijednosti i sl.*

Istraživanja su pokazala da se najveći broj poslovnih ideja temelji upravo na znanjima i vještinama usvojenim na prethodnim radnim mjestima i hobijima.*

Trebate poraditi na razvijanju teoretskog znanja ili praktičnog iskustva koje vam je potrebno u poslovanju i/ili okupite tim zaposlenika čija su znanja komplementarna vašima te će na taj način doprinijeti prevladavanju vaših „slabih točaka“.

*LITERATURA:

„Želim biti poduzetnik!“, skupina autora, CEPOR, Zagreb 2007. i „Kako napraviti poslovni plan“, David H. Bangs, Jr., 1998., Jakubin i sin, Zagreb, Centar za poduzetništvo, Osijek / „Započnite vlastiti biznis s manje od 1000 USD“, Will Davis, 1998., Jakubin i sin, Zagreb, Centar za poduzetništvo, Osijek / „Želim postati poduzetnik“, skupina autora, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2014., Osijek / Republika Hrvatska, Ministarstvo gospodarstva, Vodič za poduzetnike, Zagreb / Barringer, Ireland, Poduzetništvo – uspješno pokretanje poslovnih pothvata, 3rd ed., Tuzla, 2010 / Ministarstvo gospodarstva i Croateh, Poslovni plan poduzetnika, Masmedia, Zagreb, 2000. / <http://www.get2test.net/enterprise/index.htm> i <http://www.udu-obz.hr/index.php/380/381> i https://www.porezna-uprava.hr/hr_propisi/_layouts/in2.vuk.sp.propisi.intranet/propisi.aspx

Kako prebroditi nedostatke osobina/vještina

Ako ste svjesni da vam nedostaju neke osobine ili vještine, osim što možete sami poraditi na njima, možete pokušati to nadoknaditi povezujući se s drugima koji ih posjeduju – poslovnim partnerima, zaposlenicima na upravljačkim pozicijama, zaposlenicima na prvim linijama (u kontaktu s kupcima).

Prilikom zapošljavanja potrebno je razmisliti o profilu novih zaposlenika, odnosno vještinama i osobinama koje trebaju imati kako bi sinergija vaših i njihovih znanja, vještina i osobina dala najbolje rezultate.

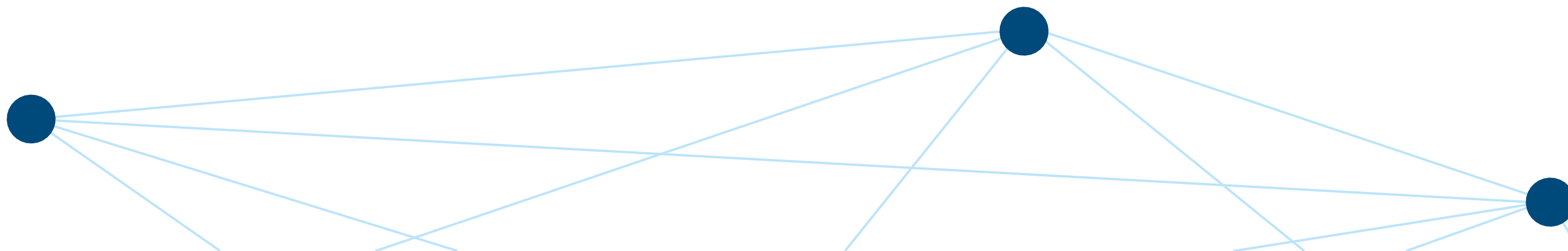


Kako dobru poslovnu ideju pretvoriti u uspješnu poduzetničku priču?

Iako je dobra poslovna ideja važna za pokretanje svakog poslovanja, ipak samo predstavlja odskočnu dasku ka uspješnom poslovanju. Kako bi se mogla pretvoriti u uspješnu priču, potrebno je voditi računa o pet stupova poslovnog uspjeha:

- *agilnosti,*
- *mreži kontakata*
- *novim tehnologijama*
- *talentiranim ljudima i*
- *edukaciji.*

Poslovno okruženje nikad nije bilo dinamičnije no danas, a zahvaljujući razvoju i primjeni novih tehnologija sve djelatnosti i industrijske grane prolaze kroz različite procese transformacija. Bilo da se prilagođavaju novim zahtjevima tržišta, bilo da zapošljavaju ili educiraju svoje zaposlenike za novonastala zanimanja, odnosno da tehnologije koriste za sasvim nove, do jučer nepoznate oblike poslovanja. Treba reći kako na tržištu ne postoji poslovni subjekt koji je imun na ove procese – razlikuju se samo uspješni od neuspješnih. I dok su jedni predvodnici promjena, ili u njima aktivno participiraju, drugi neaktivni, neovisno o veličini i grani industrije, mogu propasti.



Što je agilnost i za što je važna

Općenito gledano, agilnost označava visoku razinu prilagodljivosti promjenjivoj okolini te sposobnost brze i učinkovite reakcije na promjene, odnosno na podražaje iz okoline. Treba reći kako agilnost predstavlja relativno novi koncept poslovanja i preduvjet je rješavanju problema i uklanjanju zapreka u procesima.

Poslovanje valja promatrati kao skup procesa koji, neovisno o vrsti poduzetničkog projekta, često podrazumijevamo i ne propitujemo. Mnogih procesa i njihovog utjecaja na poslovanje nismo ni svjesni. Postavlja se pitanje kako procese učiniti generatorima nove i dodane vrijednosti te kako smanjiti njihove negativne nuspojave. Drugim riječima, kako ovladati procesima da bi poslovanje postalo učinkovitije?

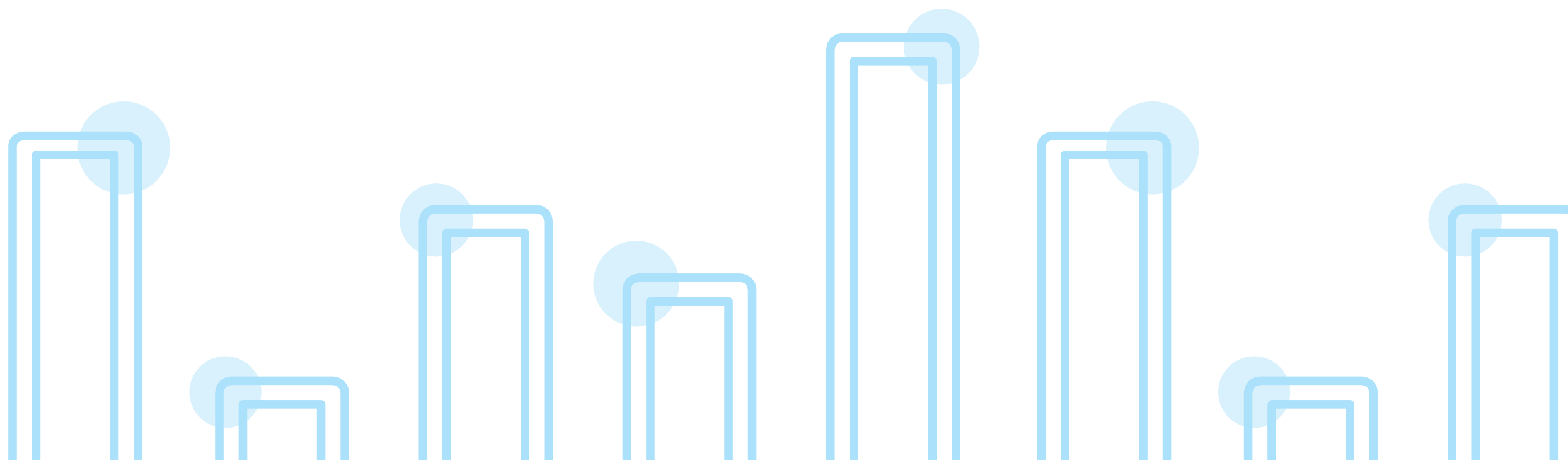


Umrežavanje i nužnost izgradnje zajednice

Umrežavanje ili *networking* prije svega označava izgradnju i razvoj održive mreže kontakata relevantnih za poslovanje, pri čemu nije riječ samo o „nama“, nego o cijeloj zajednici.

Naime, aktivnosti umrežavanja tvore ključan alat u stvaranju zajednice kao temelja iz kojeg će kasnije rasti održive i smislenije marketinške, promotivne i prodajne aktivnosti od kojih će koristi imati svi uključeni dionici.

Kako bi umrežavanje dugoročno funkcioniralo i pogodovalo poslovanju tvrtke, važno je aktivno doprinositi izgradnji cijele zajednice. Valja zapamtiti kako nije cilj ugrabiti što veći dio (malog) kolača, već doprinijeti u pripremi što većeg kolača, od kojeg će više strana imati veće koristi. Svakoj tvrtki, bez obzira na veličinu, savjetuje se da što aktivnije doprinese izgradnji scene ili zajednice, i to bez očekivanja brzog financijskog povrata. Prednosti razvijene scene ili ekosustava osjetit će pojedinačno svi njegovi dionici - i to u mnogo većoj mjeri nego što bi to bio slučaj da su djelovali isključivo sami.



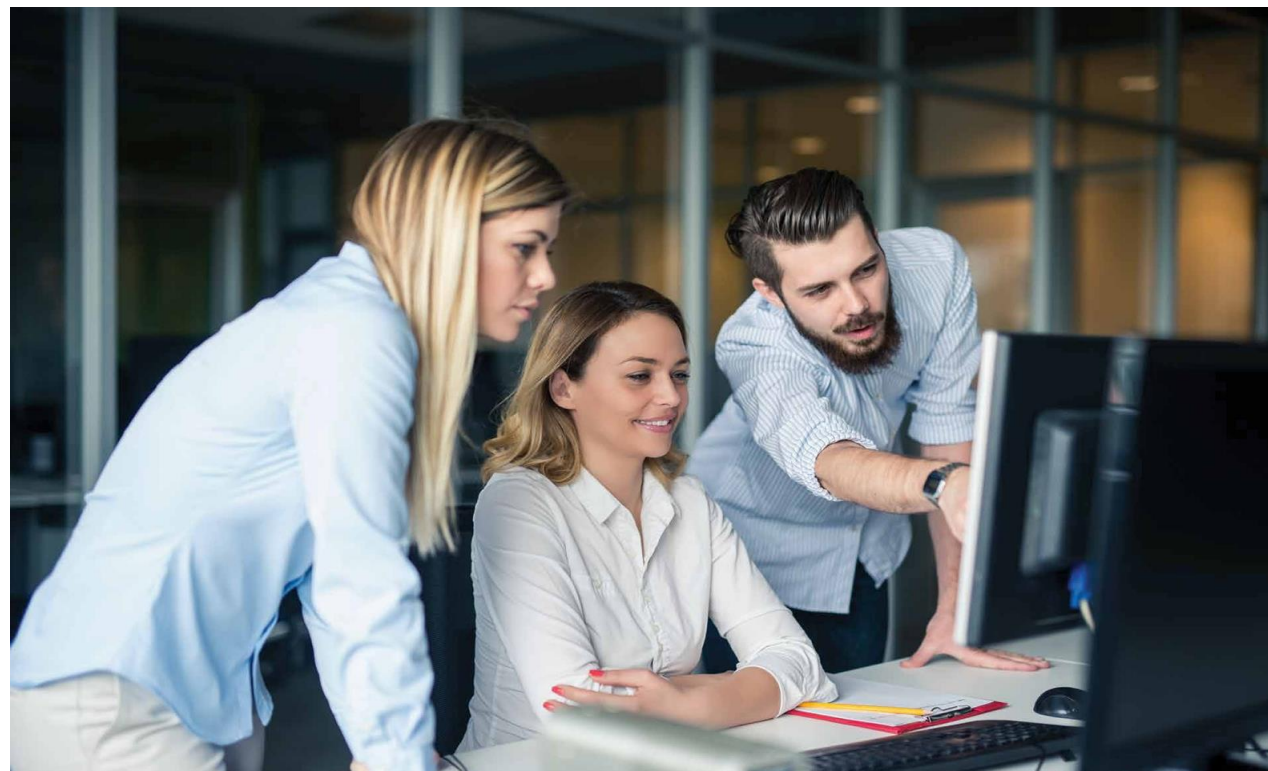
Prihvaćanje tehnologije kao koncept poslovanja

Prihvatimo li tehnologiju kao koncept, počnemo li pratiti trendove na tržištu (koji uvelike utječu na tijek razvoja tehnologije) i donesemo li stratešku odluku o njezinom korištenju, naše poslovanje može postati značajno konkurentnije. Moć tehnologije leži u sposobnosti da automatizira repetitivne i rutinske poslovne procese te tako poboljša agilnost tvrtke.

Razmatramo li povećano korištenje tehnologije u redovnim aktivnostima, odnosno ako u skladu s najnovijim trendovima želimo digitalno transformirati poslovanje, to možemo korištenjem postojećih rješenja, kreiranjem novih tehnoloških i *outsourcing* rješenja, kao i tehničkim partnerstvom.



Talent Management kao zamjena za ljudske potencijale



Termin "talent", točnije *Talent Management* polako, ali sigurno zamjenjuje dosad uvriježen pojam ljudskih potencijala (engl. *Human Resources*). Budući da je svaki poslovni projekt (i dalje) u ljudskoj domeni, velika većina poslovnih ishoda ovisi o ljudskom faktoru. Štoviše, osim profitabilnosti i postizanja konkurentnosti, glavna zadaća svake tvrtke trebala bi biti izgradnja i osnaživanje vlastitih ljudi - grupno i pojedinačno.

S druge strane, zbog ranije opisanog napretka tehnologije i nikad kompleksnijeg tržišta, možemo bez pretjerivanja kazati kako se rastući broj tvrtki nalazi u borbi za talente. Budući da tvrtku i svaku drugu organizaciju čine ljudi, opstojnost samog poduzetničkog projekta ovisi o pobjedama u borbi za talente, odnosno sposobnosti subjekta da privuče kvalitetne nove kadrove te da razvije i osnaži postojeće.

Mnoge poznate primjere pozitivnih praksi, koje se uglavnom vezuju uz brzorastuće tehnološke tvrtke, mogu imitirati i manja poduzeća, barem simbolično. Koliko god nam okolnosti to možda ne dopuštaju, ako se maksimalno potrudimo da svoje zaposlenike educiramo, učinimo da se osjećaju vrijedno i potrebno te im barem malo pomognemo u realizaciji njihovih izvanposlovnih ciljeva i sve to vješto komuniciramo tržištu, stvorit ćemo jak *employer brand* – što će se pozitivno odraziti i na poslovanje.

Cjeloživotno učenje je apsolutni imperativ

Cjeloživotno učenje nije floskula, već realnost i apsolutni imperativ za svakog pojedinca i tvrtku koji žele doseći i zadržati konkurentnost na vrlo izazovnom tržištu.

Prije svega, potrebno je napraviti detaljnu reviziju ljudskih potencijala pojedinaca i timova u tvrtki, s fokusom na vještine, kvalifikacije i stečeno (formalno) obrazovanje. Iste elemente potrebno je usporediti s učinkovitošću na konkretnim pozicijama, kako bi se dobio uvid u educiranost suradnika i moguće nedostatke.

Same edukacije moguće je provoditi internim međusobnim obučavanjem kolega, online tečajevima ili edukacijskim platformama ili, s druge strane, dovođenjem vanjskih predavača.

Osim usvajanja novih znanja, radi jačanja (*employer*) branda korisno je biti uključen u izgradnju i obrazovni razvoj zajednice kroz samostalnu produkciju i distribuciju relevantnih sadržaja – preko blogova, videa, sudjelovanjem na platformama za digitalnu edukaciju i slično. Ovime je i sama tvrtka neprekidno u procesu učenja i usvajanja naučenog.



Razlozi poduzetničkog pothvata



Biti vlastiti šef

Ovaj razlog javlja se kod većine ljudi koji pokreću vlastiti posao – nezadovoljni su položajem podređenog zaposlenika ili su oduvijek željeli raditi za sebe. Je li to i vaš motiv? Ovo istodobno ne znači da ne volite ili ne možete surađivati s drugim ljudima, jednostavno volite raditi na svoj način i za to odgovarati ponajprije sebi.



Ostvariti svoje ideje

Ideje su pokretači svega. Smatrate li da svoje ideje ne možete ostvariti drukčije nego pokretanjem vlastitog pothvata? Rad za nekoga drugog često vam to onemogućuje jer se kao preduvjet realiziranja nekih ideja zahtijeva poštivanje određenih procedura. Često se u takvoj realizaciji ideja zahtijeva dosta kompromisa i modifikacija prvobitne ideje radi zadovoljavanja interesa svih uključenih. Pokretanje vlastitog pothvata daje određeni osjećaj slobode u realizaciji vlastite ideje.



Ostvariti financijsku dobit

Svaki poslovni pothvat mora biti profitabilan kako bi bio održiv. Nakon određenog vremena vama kao osnivaču i poduzetniku i vašem timu treba pružiti izvor prihoda i normalan životni standard. Iako bez profita poslovni pothvat ne bi mogao opstati, profit kao razlog poslovnog pothvata ne biste trebali stavljati na prvo mjesto. Velika većina poduzetnika u svojim tvrtkama ne zarađuje više nego što bi zarađivali radeći za nekog drugog.

Poduzetnička karijera jednako je neizvjesna i rizična kao i korporacijska. Pokretanje poslovanja ovisi o nizu eksternih i internih čimbenika. Preporučujemo da preispitate svoje vrijednosti, uvjerenja i ciljeve prije pokretanja vlastite tvrtke.

Ne propustite promisliti o:

- *razlozima pokretanja posla – ako je jedini razlog brza zarada, treba znati da su istraživanja pokazala kako se zarada ne ostvaruje brzo*
- *sigurnosti – gubi se ulaskom u poduzetništvu. Sigurnost je manja i s redovitim mjesečnim prihodima generiranim kod drugih poslodavaca*
- *životnom stilu i potrebama – pokretanjem vlastite tvrtke poduzetnik neće raditi manje. Istraživanja su pokazala da u prvim godinama poslovanja to nije moguće*



LITERATURA:
 „Želim biti poduzetnik!“, skupina autora, CEPOR, Zagreb 2007. / „Kako napraviti poslovni plan“, David H. Bangs, Jr., 1998., Jakubin i sin, Zagreb, Centar za poduzetništvo, Osijek / „Započnite vlastiti biznis s manje od 1.000 USD“, Will Davis, 1998., Jakubin i sin, Zagreb, Centar za poduzetništvo, Osijek / „Želim postati poduzetnik“, skupina autora, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2014., Osijek / Republika Hrvatska, Ministarstvo gospodarstva, Vodič za poduzetnike, Zagreb / Barringer, Ireland, Poduzetništvo – uspješno pokretanje poslovnih pothvata, 3rd ed., Tuzla, 2010 / Ministarstvo gospodarstva i Croateh, Poslovni plan poduzetnika, Masmedia, Zagreb, 2000. / <http://www.get2test.net/enterprise/index.htm> | <http://www.udu-obz.hr/index.php/380/381> | https://www.porezna-uprava.hr/hr_propisi/_layouts/in2.vuk.sp.propisi.intranet/propisi.aspx

Nastanak poduzetničke ideje

Poduzetnički proces put je od ideje do pokretanja i razvoja poduzetništva.

Faze poduzetničkog procesa su:

1. faza – odluka da postanete poduzetnik
2. faza – razvoj uspješnih poslovnih ideja
3. faza - od ideje do poslovanja
4. faza – upravljanje i rast poslovanja

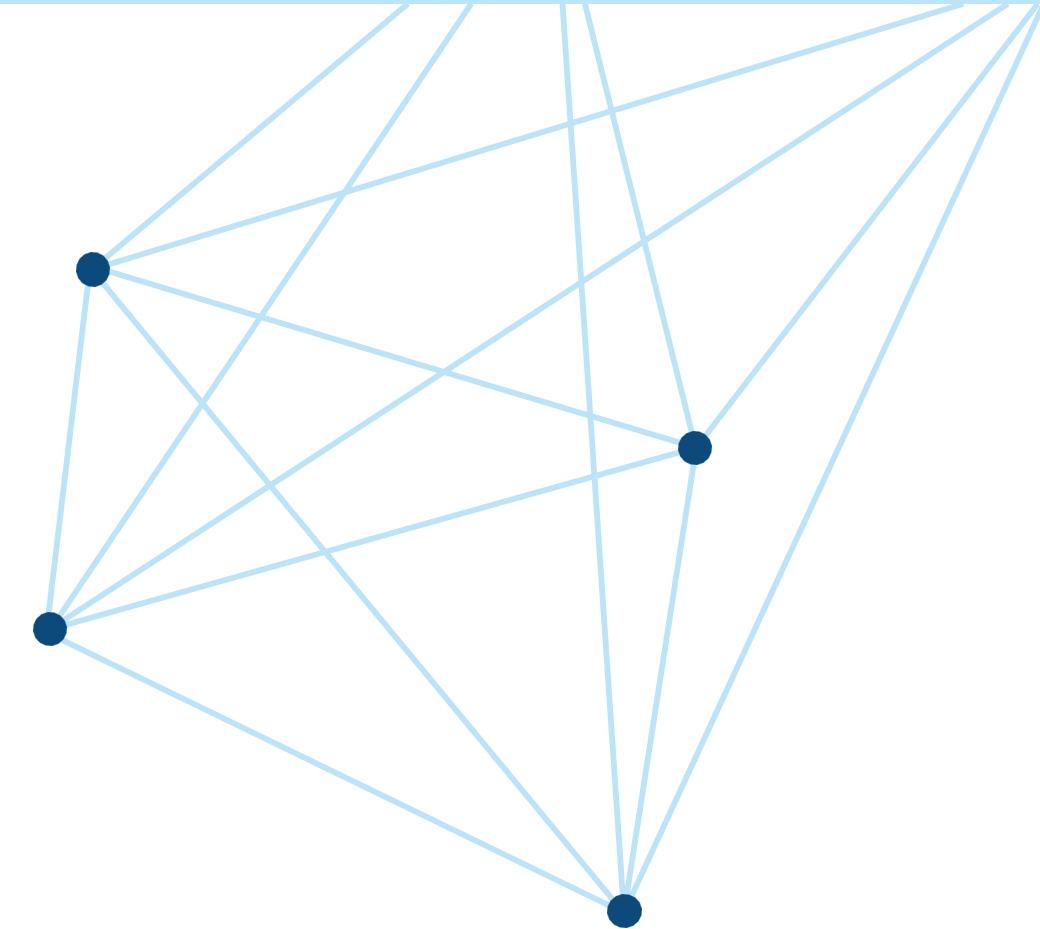
Svaka od navedenih faza ima svoje specifičnosti, koje je važno upoznati kako bi ovaj proces bio što uspješniji.

Kako bi ideja izrasla u poslovnu priliku, mora biti i:

- provediva u praksi
- tržišno prihvatljiva - za nju postoji kupac
- moguće je utvrditi cijenu koju je kupac spreman platiti
- mora ostvariti zadovoljavajuću dobit

Poduzetničku ideju potrebno je opisati tako da ponudite jasne i precizne odgovore na sljedeća pitanja:

1. KOJE proizvode/usluge prodavati?
2. TKO će kupovati vaše proizvode/usluge?
3. ZAŠTO će kupci kupovati proizvode/usluge?
4. KAKO prodavati vlastite proizvode/usluge?





Predmet poslovanja

Najvažnija odluka koju trebate donijeti je odluka čime će se tvrtka baviti i kako će izgledati za pet godina. Važno je odrediti glavnu djelatnost (ili glavne djelatnosti). Na toj se odluci temelji buduće planiranje.

Predmet poslovanja može biti obavljanje svake dopuštene djelatnosti. Utvrđuje se izjavom o osnivanju društva ili društvenim ugovorom, odnosno statutom društva i upisuje se u trgovački registar s naznakom djelatnosti prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti.

Nacionalna klasifikacija djelatnosti (NKD) klasifikacija je svih ekonomskih djelatnosti RH i koristi se za prikupljanje, upisivanje, obradu, objavu i diseminaciju statističkih podataka. Također se koristi i za razvrstavanje poslovnih subjekata (pravnih i fizičkih osoba), kao i za vođenje poslovnih registara.

Državnom zavodu za statistiku podnosi se zahtjev da se obavi razvrstavanje po djelatnostima prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti, odnosno da se gospodarskom subjektu dodijeli matični broj i šifra djelatnosti.

Provjera/procjena poslovne prilike

Da biste provjerili i procijenili svoju poslovnu ideju, preporučamo da odgovorite na sljedeća pitanja.

- 1 Jeste li provjerili sve dostupne informacije o svojoj poslovnoj ideji, kao i prilikama na segmentu tržišta na kojem planirate raditi?
- 2 Jeste li proveli ispitivanje tržišta? Što budući kupci kažu o vašem proizvodu/usluzi?
- 3 Postoje li neke prepreke za ulazak na tržište na kojem želite pokrenuti svoj posao?
- 4 Možete li započeti s prodajom malih količina proizvoda/usluga ili morate odmah prodavati velike količine? Je li to izvedivo?
- 5 Postoji li neki razlog zbog kojeg su kupci privrženi nekom drugom konkurentnom proizvodu/usluzi, a ne vašem? Ako je tako, kako to mislite promijeniti?
- 6 Jesu li potrebna značajna financijska ulaganja za pokretanje poslovanja? Jeste li izračunali kad će se ta investicija isplatiti?
- 7 Mogu li kupci jednostavno prijeći na korištenje vašeg proizvoda/usluge? Hoće li oni zbog toga imati dodatne troškove?
- 8 Jeste li istražili kojim ćete distribucijskim kanalima plasirati svoj proizvod/uslugu? Koji su uvjeti i troškovi?
- 9 Postoji li zakonska regulativa koja ograničava na neki način poslovanje?

Postoji li prijetnja od zamjenskih proizvoda?

Ako preraste u poslovni pothvat, poslovna ideja konkurirat će ne samo sličnim proizvodima i uslugama, već i onima koji predstavljaju supstitute, odnosno zadovoljavaju istu potrebu kod kupaca.

Kakva je pregovaračka snaga dobavljača?

Prilikom ulaska novog poduzeća u djelatnost potrebno je provjeriti pregovaračku snagu dobavljača:

- imaju li potencijalni dobavljači sirovina i drugih elemenata neophodnih za proizvodnju proizvoda/usluge veliku pregovaračku moć
- jesu li ekskluzivni, imaju li puno kupaca, a malo konkurencije pa mogu postavljati uvjete poslovanja i
- mogu li se i sami odlučiti za ulazak na poduzetnikovo tržište te postati njegova konkurencija.

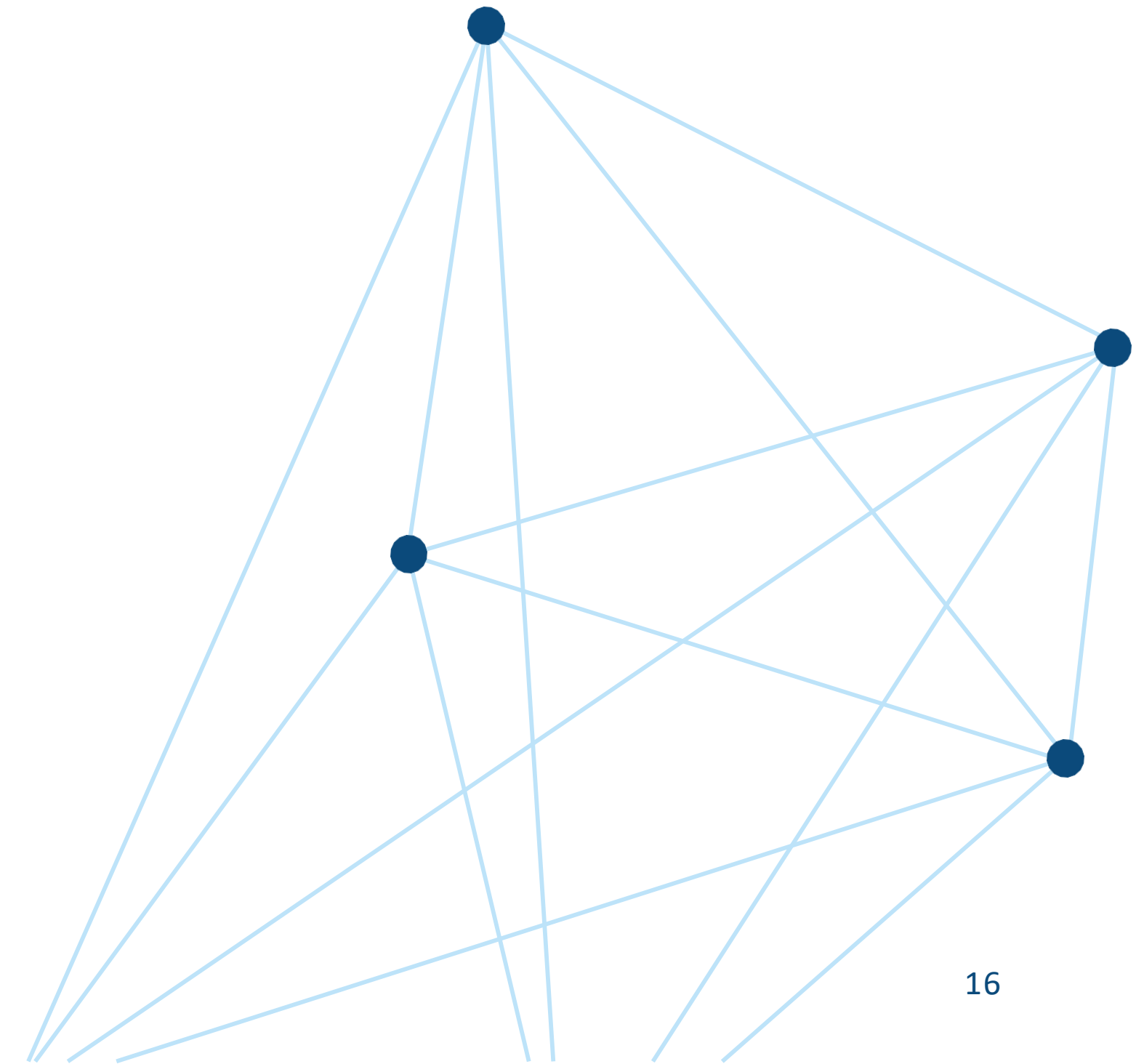
Kakva je pregovaračka snaga kupaca?

Situacija u kojoj na tržištu ima znatno više ponuđača nego kupaca nekog proizvoda/usluga daje kupcima snažnu pregovaračku moć te mogućnost diktiranja uvjeta pod kojima će poslovati.

Postoji li rivalstvo među poduzećima koja se nalaze u istoj djelatnosti?

Ulaskom u određenu djelatnost trebata provjeriti i sljedeće:

- ulazite li u djelatnost u kojoj je već prisutna dosta izražena konkurencija te
- postoji li realna mogućnost da se konkurentska borba u djelatnosti u koju planirate ući zaoštri



Najčešće pogreške poduzetnika početnika

Pri pokretanju poslovanja pogreške su česte i nemoguće ih je sve izbjeći. Razlog učestalih pogrešaka svakako je u tome što je svaki poslovni pothvat nova situacija, za koju ne postoji dovoljno znanja.

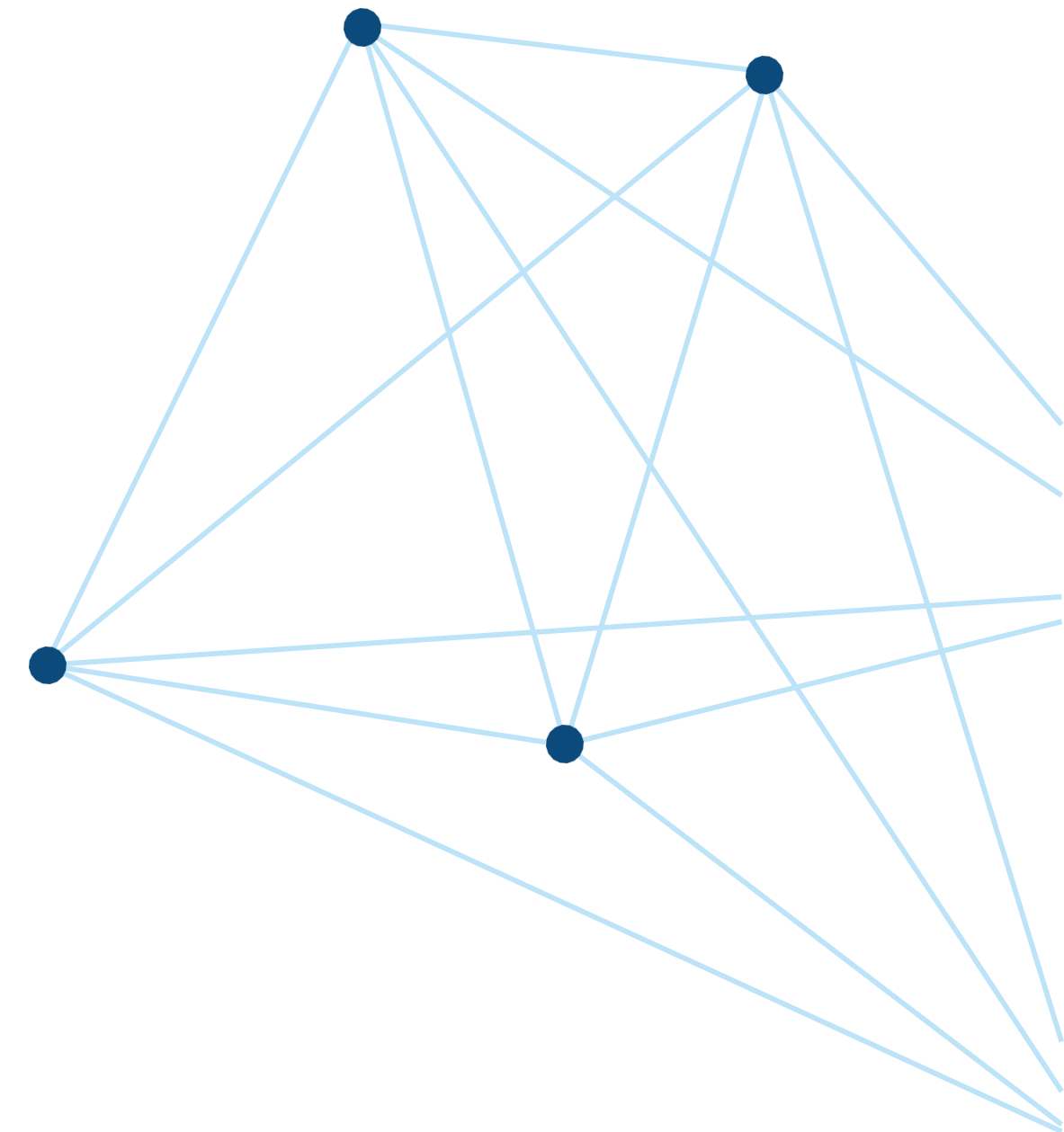
Neke početničke pogreške možete pokušati izbjeći.

Nepostojanje jasne vizije i cilja (nedostatak fokusa)

Jedna od najčešćih pogrešaka poduzetnika početnika je nepostojanje jasnog cilja u razvoju njihovog poduzetništva. Mnogi poduzetnici početnici donose odluku o pokretanju poslovanja bez razmišljanja o posljedicama. Uspjeh pothvata ovisi ponajprije o postavljenim ciljevima.

Vjerovanje u vlastiti instinkt (slijepa povezanost s idejom)

Poduzetnik može smatrati svoju ideju vrlo zanimljivom i profitabilnom. No, prije nego što uloži vrijeme i novac u njezinu provedbu, potrebno je provesti testiranje i provjeriti je li riječ zaista o dobroj poslovnoj ideji. U tom procesu treba razgovarati sa stručnjacima, poduzetnicima, potencijalnim kupcima, partnerima i svima koji poduzetniku mogu dati korisnu povratnu informaciju o ideji.



Sve mogu napraviti sam/a (odabir pogrešnog tima)

Vođenje poslovanja velik je izazov čak i u situacijama kad poduzetnik ima sve što mu je potrebno. Jedna osoba teško može imati odgovore na sva pitanja i znati sve što je potrebno prilikom razvoja poslovnog pothvata. Potrebno je pitati za savjet i pomoć one koji znaju više i imaju više iskustva.

Ne čine izvrsne ideje poduzetnika uspješnim, nego ljudi koji su u stanju realizirati ih i pretvoriti u uspješno poslovanje.

Zbog toga je odabir tima jedna od najvažnijih odluka svakog poduzetnika. U tim treba birati ljude koji imaju vještine koje poduzetnik nema, a koje su potrebne za uspjeh poslovnog pothvata. Također, treba voditi računa da svi članovi tima dijele iste vrijednosti i da mogu izgraditi međusobno povjerenje. Proces pokretanja poslovnog pothvata pun je nepredviđenih i teških situacija u kojima nema mjesta za sumnju među suradnicima u timu.

Nestrpljivost

Veliki broj poduzetnika očekuje uspjeh poslovnog pothvata odmah nakon njegova pokretanja. Međutim, za razvoj svakog poslovanja potrebno je vrijeme u kojem će navedeni pothvat postati profitabilan. Ovisno o vrsti djelatnosti, riječ može biti o tjednima, mjesecima, pa čak i godinama. Važno je da poduzetnik učini sve kako bi posao bio dobro napravljen i pripremi se za čekanje dok se ne pokažu prvi rezultati rada.

Nerealno sagledavanje troškova

Bez razumijevanja troškova poslovnog pothvata nije moguće dobro upravljati poslovanjem. Troškovi definiraju cijenu proizvoda/usluge i o njima ovisi i planirani prihod koji je potrebno ostvariti. Pogrešne procjene vode neuspjehu poslovnog pothvata.



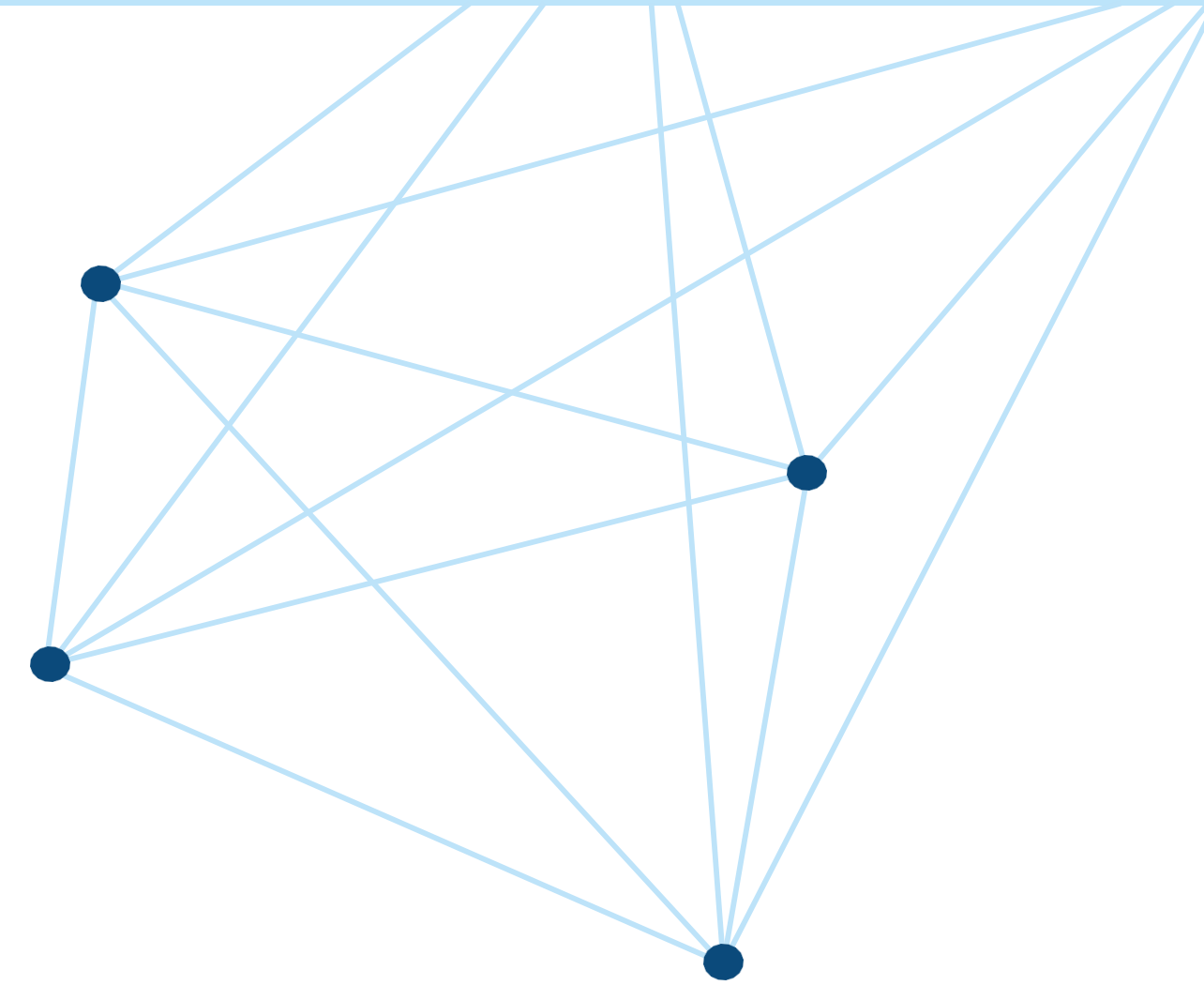
Kad ste pročitali materijale, preporučamo da se još jednom vratite na početak i osvijestite svoju vlastitu motivaciju za ulazak u svijet poduzetništva.

Ispitajte vlastite osobine i vještine, testirajte poduzetničku ideju tako da date konkretne odgovore na prethodno navedena pitanja.

Kad ste provjerili ideju, još jednom procijenite tržište i trenutak u kojem ulazite na njega.

Želimo vam da prepoznate svoje snage i potencijal te da uspješno pokrenete vlastito poslovanje!

Nemojte se obeshrabriti, jer se mnogi nedostaci i rizici mogu umanjiti pravodobnim djelovanjem.



| Uspjeh malih tvrtki

Pronađite tržišnu nišu

Za malu tvrtku najbolja je strategija pronaći dio tržišta – tržišnu nišu – za koju će kreirati proizvod ili uslugu.

Mala tvrtka s ograničenim resursima može učinkovito i uspješno djelovati na malom tržištu jer joj ono omogućuje razvoj onoga u čemu je najbolja i specijalizaciju na određenom području na kojem joj se teško može konkurirati.

Male tvrtke imaju i određene prednosti u odnosu na velike, a to su ponajprije njihova fleksibilnost, sposobnost brze reakcije i mogućnost jednostavnijeg prilagođavanja proizvoda ili usluga specifičnim zahtjevima kupaca.

Iskoristite ove prednosti i na njima gradite konkurentsku prednost male tvrtke.

Univerzalni recept za uspjeh ne postoji. Zato postoje smjernice o kojima treba kontinuirano promišljati i na čvrstim temeljima graditi svoje poslovanje.





Diferencirajte proizvod

Težite tome da se razlikujete od konkurencije, da budete specifični i drukčiji u onome što radite.

To možete postići na više načina:

- različitom ambalažom
- drukčijom uslugom
- postprodajnom uslugom (održavanjem veze s kupcem i nakon prodaje, službom za korisnike, servisom)
- dostavom
- ljubaznošću osoblja
- personalizacijom proizvoda ili usluge i sl.

Da biste se mogli razlikovati od konkurencije ponajprije je trebate poznavati; trebate postati njihov kupac ili doznati informacije iz pozicije potencijalnog kupca. To može obaviti netko drugi umjesto vas (*mystery shopping*).



Vodite računa o prvom dojmu

Ako na početku ne ostanete u sjećanju partnerima i kupcima, poslije će biti znatno teže pridobiti povjerenje i graditi dobar ugled.

Mala tvrtka mora voditi računa o kvaliteti i točnosti u svakom trenutku.

Ako se kupac jednom razočara, rijetko ćete dobiti priliku ispraviti pogrešku i od njega stvoriti lojalnog kupca.

Kupac odlazi, a što je još gore, svoje negativno iskustvo prenosi velikom broju ljudi. Profesionalnost i stručnost osnova su za uspjeh svakog posla.



Gradite dobru reputaciju

Gradite dobru reputaciju na kvaliteti proizvoda i usluga.

Kvaliteta vodi ka:

- povjerenju kupaca
- vraćanju kupaca
- stvaranju lojalnosti
- povećanju broja kupaca i
- uspjehu poslovanja.

Ugled je važan ne samo u odnosu s kupcima, već i u odnosu sa svim partnerima kojima ste okruženi – dobavljačima, bankama, javnim institucijama, udrugama, medijima i ostalima koji na bilo koji način imaju dodirnih točaka s poslovanjem.



Uvijek budite bolji,
inovirajte svoje poslovanje
i pratite okruženje

Budite upoznati s promjenama u okruženju te pratite inovacije proizvoda i usluga. Važno je promjene pokušati predvidjeti ili ih barem uočiti prije konkurencije i reagirati prije njih jer jednom zauzeta pozicija na tržištu ničime nije zajamčena. Vrlo često opstanak tvrtke na tržištu ovisi o brzini reakcije na promjene u okruženju.



Osluškujte što kupci
žele

Uvijek budite svjesni da vaša tvrtka postoji radi kupaca. Zato vodite računa o svojim kupcima, slušajte ih, doznajte njihove želje i potrebe i na njih reagirajte. Kupci se vole osjećati važnima (jer oni to i jesu) i to im treba i omogućiti. Mali znakovi pažnje mogu „osvojiti“ kupce i oni mogu postati vjerni vašim proizvodima (poput čestitke i popusta za rođendan, nagradnog programa, besplatnih usluga, personaliziranog pristupa i sl.). Čak i na temelju negativne kritike možete unaprijediti svoje poslovanje. To je poticaj za usavršavanje.



Planirajte uspjeh, ali i neuspjeh

Dobar poslovni plan povećava šanse za uspjeh, pomaže u procjeni troškova, predviđanju promjena i kontroliranju rizika.

Predviđajte različite scenarije poslovnih zbivanja i pripremajte pravodobne reakcije na njih, oslušajte svoju okolinu i pratite trendove te pokušajte vi biti ti koji pokreću promjene.



Imajte samopouzdanja

Svaki poduzetnik pokazao je samopouzdanje samim time što je pokrenuo vlastiti posao.

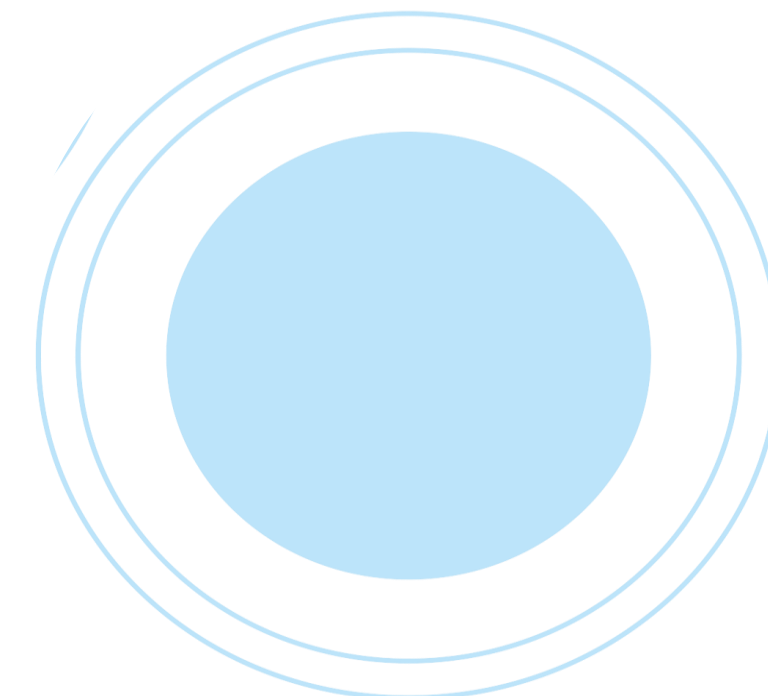
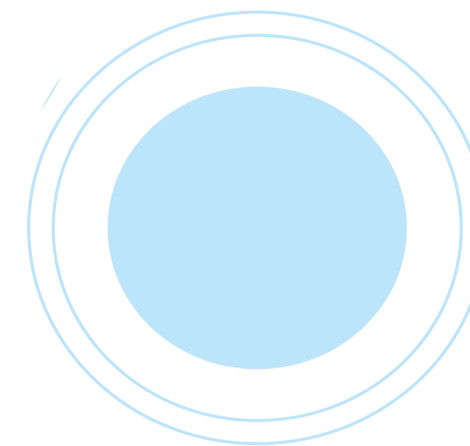
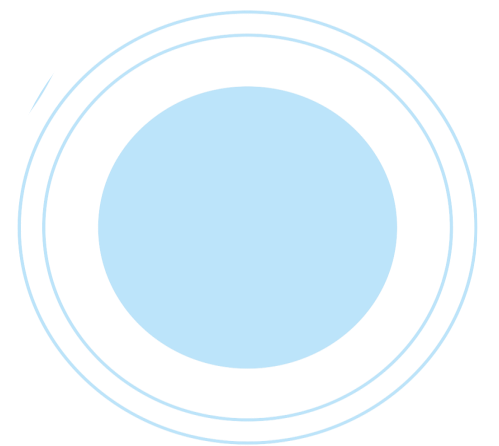
Ključno je da nastavite vjerovati u sebe i kontinuirano radite na razvoju svojih ideja. Istraživanja su pokazala da uspješni poduzetnici imaju i sposobnost dugoročnog gledanja i planiranja: dobro su organizirani, znaju dobro upravljati vremenom i nije im problem promijeniti smjer kretanja ako vide da se njihovi planovi ne ostvaruju.

Također je vrlo važno da su svi uspješni poduzetnici svjesni svojih jakih i slabih strana, svojih vrlina i mana. Svoje nedostatke kompenziraju kroz umrežavanje s ljudima koji dobro razumiju područja za koja oni nisu specijalizirani i koji im mogu pomoći u rješavanju problema za čija rješenja nemaju vlastite resurse.



Nadamo se da smo edukativnim materijalima koje smo za vas pripremili doprinijeli razvoju vaših poduzetničkih vještina, ohrabрили vas za realizaciju poslovnih ideja i osnažili vas za izgradnju stabilnog, dugoročno održivog poslovanja čiji ćete potencijal do kraja iskoristiti.

Želimo vam da znate prepoznati prilike za rast, razvoj i uspješno poslovanje!





www.erstebank.hr
Info telefon: 0800 7890

