

Prof. dr. sc. Želimir Dulčić

STRATEGIJA NOVIH POSLOVA

A central collage of images. The top-left panel shows a chess king piece. The top-right panel shows a close-up of a handshake. The bottom-left panel shows a handshake. The bottom-right panel shows a grid of small images, including a chess piece and a handshake. The background of the collage is a blue sky with clouds.

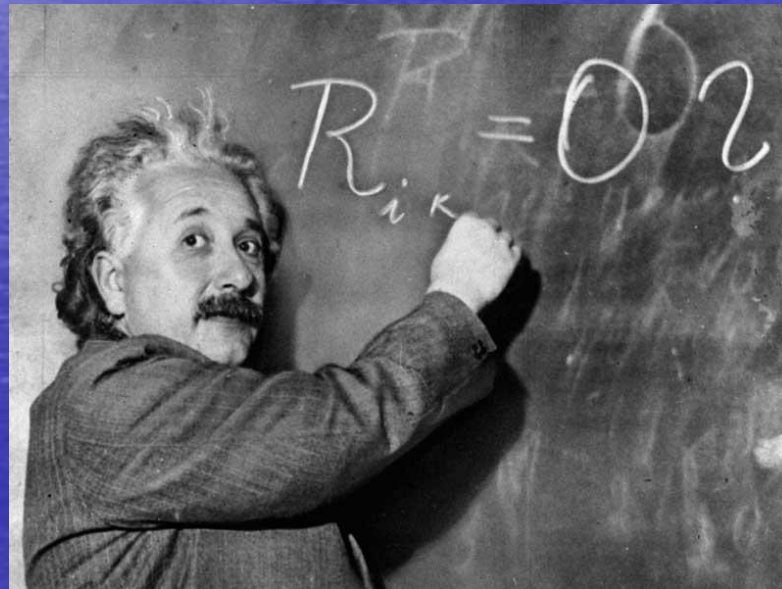
Predavanja
ožujak 2006.



VAŽNOST INOVACIJA

Nove ideje osiguravaju budućnost kompanije

Uspješne tvrtke izgrađuju prednosti nad konkurentima **kontinuiranim inoviranjem** i davanjem veće vrijednosti svojim proizvodima





Inovacije su u suvremenoj ekonomiji osnova uspjeha u svakom području. Veća kvaliteta, praktični dizajn, učinkovitiji proces proizvodnje, nova usluga ili proizvod...

Inovativnost i osjećaj za stalne promjene ugrađeni su u kulturu kompanije.

“Najveći problem nije u tome
što ljudi ne prihvaćaju nove ideje,
već u tome što se ne mogu osloboditi
svojih starih ideja”

John Maynard Keynes

TAJNE USPJEHA ?

“Što točno znače inovacije i promjene vrlo je teško odrediti, a pogotovo izmjeriti. Uobičajeno razmišljanje je kako je to zapravo kreacija boljeg proizvoda ili procesa. Najinovativnije tvrtke ujedanjuju težnju za inovacijom izvan konvencionalnih okvira. Inovacije guraju menadžere izvan okvira klasičnog razmišljanja.

Uloga inovacije je ponajprije stvaranje dodatne vrijednosti kompaniji. Sve što omogućuje da se to postigne na neki noviji i bolji način, slobodno se može nazvati inovativnošću.



Manje uspješni više gledaju konkurenciju i izlaze na tržište kako bi pobijedili konkurenciju, a uspješne tvrtke izgrađuju prednosti nad konkurentima kontinuiranim inoviranjem i davanjem veće vrijednosti svojim proizvodima koji će privući kupce.

ULOGA ZAPOSLENIKA

Ključna stvar pri stvaranju inovacije jest angažman zaposlenika.

Stoga poduzeća nemaju drugog izlaza nego uključiti ne samo tijelo, već razum i dušu svakog zaposlenog.

Bez obzira na to koliko su nam simpatični “klinci iz garaže” koji su na svojoj ideji zaradili milijarde, to je ipak velika rijetkost. Činjenica je da su mnoge uspješne inovacije rođene, razvijene i puštene na tržište iz etabliranih organizacija, najčešće velikih kompanija.

Kako bi se ideja uspješno komercijalizirala...





Pet glavnih koraka u procesu stvaranja inovacija:

1. Zamišljanje (posjedovanje inicijalnog osjećaja o prilici na tržištu)
2. Inkubacija (unaprjeđivanje inovacije de one mjere koja je dovoljna kako bi se mogla komercijalizirati)
3. Demonstracija (izrada prototipa i dobivanje potvrdnih informacija od potencijalnih investitora i kupaca)
4. Promocija (uvjeriti tržište da prihvati inovaciju)
5. Podupiranje (osigurati proizvodu ili procesu najdulji mogući životni vijek na tržištu)





IZVORI PODUZETNIČKIH IDEJA

Od studenata upisanih na studij poduzetništva u američkom Babson Collegeu u sklopu vježbi praktičnoga poduzetništva zatraženo je da načine poduzetnički projekt (biznis-plan) vlastite poduzetničke ideje, odnosno biznis-plan za svoju tvrtku koju svatko od njih samo hipotetički osniva. Budući je riječ o jako opsežnoj zadaći, neokolicina njih je posumnjala u vrijednost tolikoga truda, pa su upitali poznatoga američkog biznismena Nolana Bushnella, (osnivača tvrtki Atari, Pizza, Time theaters i Catalyst) ima li smisla pisati biznis-planove, osobito ako je riječ samo o hipotetičkim projektima, odnosno o zamišljenim poslovima. Gospodin Bushnell im je odgovorio:

“Nesumnjivo ima! Sa svakim napisanim biznis-planom postajete sve bolji poduzetnici. To je velik posao ali trud vam se višestruko isplati. Pišite ga!”

S obzirom na izvor informacije, taj savjet nijedan potencijalni poduzetnik ne bi trebao olako shvatiti ili zanemariti.

“... što god je u stanju zamisliti,
čovjekov je um u stanju
to i postići”

Napoleon Bonaparte



Svaka poduzetnička ideja, odnosno poslovna prigoda, ima svoje vrijeme, svoje mjesto i dakako svoju cijenu. S time u vezi Marijan Cingula *konstatira da je najzanimljivije pitanje kako doći do poduzetničke ideje, jer ideju čovjek nosi u sebi i nije uvijek svjestan da ona postoji, a ponekad se danima muči oblikovanjem ideje, a ponekad ideja jednostavno padne na pamet, ali stvaralačko mišljenje koje rađa ideju dugotrajan je i složen proces koji se zbiva u čovjekovoj svijesti i podsvijesti te ga zaokuplja potpuno.*

Tranzicijske zemlje koje prepoznaju sve dobrobiti maloga poduzetništva za prosperitet svojih gospodarstava i blagostanje svojih građana, moraju biti pripravne na različite načine ulagati u stvaranje poticajne poduzetničke klime, odnosno materijalnih pretpostavki za svekoliko bujanje poduzetništva u najrazličitijim područjima ljudskog življenja. Mora nam biti jasno da se još nigdje i nikada nije dogodilo da se nešto žnjelo ako se prvotno nije uzoralo i posijalo, tako je i sa poduzetništvom, a posebice onim malim.



Inače, iskustvo razvijenih zemalja pokazuje da su se velike poduzetničke ideje rijetko javljale na temelju rezultata sustavna istraživačkog procesa, jer su one ljudima najčešće “slučajno padale na pamet”, ali samo ljudima koji su se predano okupirali poduzetništvom i promišljanjima o različitim mogućnostima realizacije vlastita biznisa. No, uobičajeno je da prije pokretanja vlastitog posla budući poduzetnik mora imati ideju o tome što bi radio, savjetuju J. A. Wolsh i J. F. White te kao izvore takvih ideja preporučuju:





KREATIVNOST I IDEJE

Kvaliteta ljudskog faktora, tzv. ljudski kapital, ili resurs, odlučujući je činitelj gospodarske učinkovitosti modernih društava. Nekoć se naime smatrala bogatom ona zemlja koja je imala prirodna bogatstva, odnosno financijski kapital, danas je to ona koja raspolaže kvalitetnim ljudskim potencijalom.

POJAM KREATIVNOSTI – Uz pojam kreativnosti vezani su pojmovi nadarenost i talent. ne ulazeći detaljnije u različite koncepcije kreativnosti u modernoj psihologiji, valja reći da među njima nema potpune suglasnosti.

Pod kreativnošću razumijevamo splet onih osobina koje pojedincu omogućuju da u određenim okolnostima stvara nove proizvode, šire društvene važnosti.



ativity

cre-a-tive

adj. Characterized by originality and expressiveness; imaginative

n. One who displays productive originality: *the creatives in the advertising department.*

An elusive state of mind. It often strikes us when we are someplace other than the studio.



inspiration

Carry a notebook with you at all times.
Bring a compact camera.

immersion

To surround yourself with as much information and material as you can that is related to the particular idea you are trying to develop

Have a large bulletin board. Where you can post sketches, ideas, research, and other items related to your particular idea.

isolation

Leave your cubicle.

Isolation works by cleansing your mind of everything and allowing ideas to enter.

Meditation is a great way to let ideas enter your mind. I find exercise a great method.

iteration





OKOLINA I KREATIVNOST – Jedan je od glavnih pokazatelja organizacijske djelotvornosti sposobnost poduzeća da se mijenja i prilagođava promjenjivim zahtjevima okoline.

Statična su, nepromjenljiva ona poduzeća koja se sporo mijenjaju, u uvjetima konkurencije na tržištu stagniraju, pa prije ili kasnije propadaju.

Za uspostavu stvaralačkog duha u poduzeću nužni su vanjski i unutrašnji uvjeti.

Unutrašnje uvjete kreativnog ponašanja poduzeća tvore čimbenici o kojima ovisi profesionalna samosvojnost pojedinca i skupine.

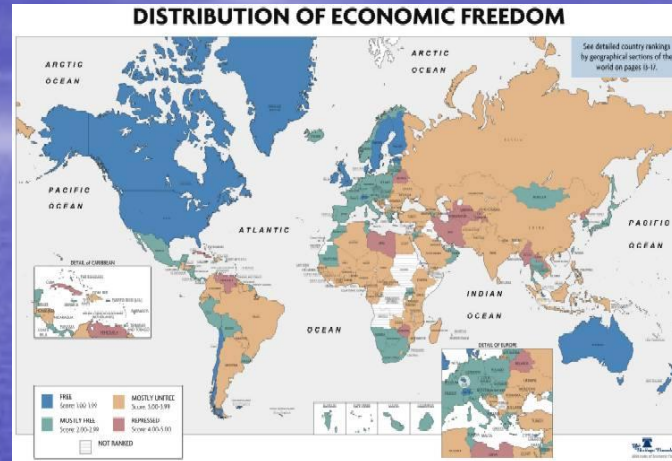
KREATIVNO MIŠLJENJE – Kreativnost nije samo posljedica urođene nadarenosti nego se može i uvježbati.

Tehnike kreativnog mišljenja mogu se naučiti.

Američke tvrtke primjerice u početku su se koristile metodama uvježbavanja kreativnosti putem rješavanja tehničkih zadataka, a zatim i ekonomske propagande, marketinga i upravljanja organizacijom

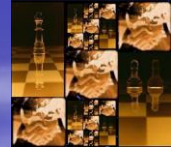
Ako je poduzetnik rukovođenje prepustio profesionalcima, mora se pobrinuti da ni osiguraju uvjete u kojima će zaposleni pružiti ono najbolje, ne zbog straha da će inače biti otpušteni nego zbog očekivane nagrade za svoje doprinose.

INFORMACIJE



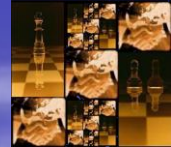
Ne postoji općeprihvaćena definicija informacije, jer je izvori različito definiraju, primjerice kao opći komunikacijski fenomen, kao značenje, kao događaj, kao znanstvenu činjenicu, itd. Može se reći da je informacija i znanje, što je nastalo na jednom mjestu, a za nepoznatoga, dislociranog korisnika. Informacije se mogu dijeliti prema sadržaju, obliku, području primjene, mjestu primjene, obuhvatu, itd.

Postoji bitna razlika između raspoloživih i relevantnih informacija, relevantne su one koje su u danom trenutku pojedincu potrebne.



PODACI O PATENTIMA – Patent je pravni spis, što ga izdaje ovlaštena ustanova a kojom se vlasniku daje ekskluzivno pravo primjene izuma u određenoj državi.

Patent, isprava kojom se zaštićuje isključivo pravo iskorišćivanja nekog izuma. Prvi je takav dokument izdala Venecija 1474. Engleski je parlament 1623. izdao zakon o monopolima (Statute of monopolies), koji određuje uvjete pod kojima se mogu izdavati patenti za nove izume. Bio je to prvi patentni zakon u povijesti i otada termin p. sve više dobiva današnji sadržaj. Zakonodavstva pojedinih zemalja redovito određuju vrijeme isključivog korištenja patenta. Da bi se koristili patentiranim izumom, drugi proizvođači moraju dobiti dozvolu nosioca patenta i prema sporazumu dati mu odgovarajuću naknadu. Širenjem i intenziviranjem znanstveno-tehnološke revolucije raste broj patenata. U tome prednjače najrazvijeniji, osobito Japan, SAD i zemlje Europske unije.



Poduzetnički pothvat

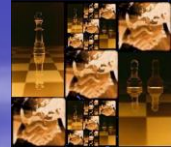
USPJEŠAN POTHVAT – Koji elementi čine uspješan poduzetnički pothvat? U osnovi poduzetnički proces sastoji se od tri pokretačke sile: utemeljitelji, poslovna prigoda, nužna sredstva.

Popularna je ideja da je za **uspješno poduzeće** potrebno samo otkriti novu tehnologiju i staviti je na tržište. Na iznenađenje mnogih, najnovija istraživanja pokazuju da su utemeljitelji mnogo važniji od tehnologije ili proizvoda.

Možete pobijediti s drugorazrednom tehnologijom i dobrom **skupinom suradnika**, ali ne možete pobijediti s drugorazrednom skupinom suradnika.

Jedan od najsloženijih aspekata poduzetništva **poslovna je prigoda**. Neprestano se događaju promjene na tržištu, kaotični događaji, poslovne praznine i druge pojave. To zahtijeva bistra poduzetnika koji ih može zgrabiti.

Misli se da je novac najvažniji element za započinjanje posla. **Financiranje**, zapravo, slijedi tek pošto se pronađu sposobni ljudi i pošto se uoči prava prigoda. Tek kada možete uvjeriti financijere da je sve ostalo sređeno, tada će vam oni predujmiti novac. Ponekad začudo, raspolaganje s puno novaca baš i nije najbolja ideja. Ulaženje u proizvodnju prije nego što je proizvod provjeren može izazvati pravu katastrofu.



POSLOVNI NEUSPJEH – Poduzetnički sustav vrlo je nepouzdan. U Americi uočavamo više od milijun započetih poslova u godini, ali također vidimo tisuće neuspjelih poslova i bankrota, a slično vrijedi i za druge države sa slobodnom tržišnom privredom.

To je cijena koja se mora platiti za dinamičan i nestabilan privatni sektor gospodarstva.

Neke analize pokazuju da se tek tri zamisli od njih sto, izložene tržištu kao poduzetnički projekti, uspijevaju čvršće ukorijeniti i trajati, donoseći poduzetnicima profit.

Donošenje odluke o pokretanju novog posla nije stoga ni jednostavno ni lako, ali je trajan izazov za hrabre i inovativne pojedince.

NOVO PODUZEĆE

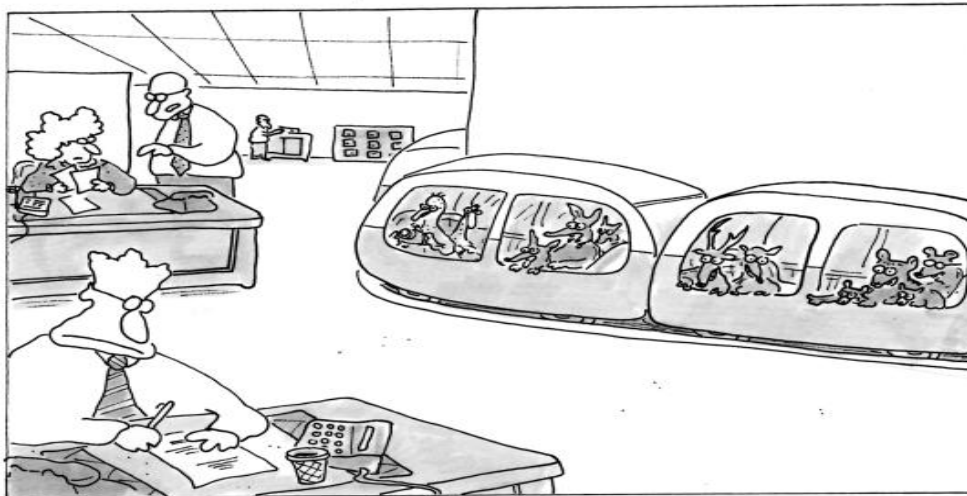
TEMELJNE ODLUKE – Ako još niste postali poduzetnikom, držimo da je korisno razmotriti temeljne odluke što ih morate donijeti kako biste se uopće upustili u poduzetništvo. Potrebno je, naime da donesete odluku o:

- a) O napuštanju sadašnjeg posla i sadašnje karijere,
- b) O poželjnosti nekog posla,
- c) O usklađenosti unutarnjih i vanjskih činitelja koji ostvarenje nekog posla čine mogućim.

Nije lako napustiti način života i životni stil, te prekinuti dosadašnji tijek karijere. Za takvu promjenu nužno je uložiti veliku energiju, ali i hrabrost.

DOCTOR FUN presents 1988

df1988-1455



The Bronx Zoo's fabulous new Business World ride

Copyright © 2003 David Farley, d-farley@biblio.org <http://biblio.org/Dave/dfun.html>



NOVI POSAO – Postoje različite klasifikacije novih poslova. Neki od njih su zapravo **kontinuitet dosadašnjeg načina života**.

Poduzeća “**kameni temeljci**” potpuno su drukčiji tip nekog poduzeća, izgrađena na temeljnoj inovaciji, zapravo su početak nove industrijske djelatnosti.

Najveću pozornost izazivaju **poduzeća visokih poslovnih mogućnosti**. Nerijetko se uspjeh poduzeća kamena temeljaca pojavljuje kao podloga za njihovu kupnju od strane poslovno jačih i financijski stabilnih poduzeća

U čitavom spletu politike upravljanja i razvoja ljudskih potencijala (planiranje, “regrutiranje”, selekcija, razmještaj, profesionalni razvoj, motiviranje, plaće, uključivanje u posao, prilagodba, međuljudski odnosi... u ovom je trenutku najvažnije zadaća čini se : kako ćemo u velikim promjenama i znatnim otporima na promjene organizirati **menadžment promjena**.



KAKO POSTIĆI USPJEH – ZAPOČNITE ODMAH!

KREATIVNOST: generator ideja.

Ideje su ključ budućnosti.

Odredite svoju kreativnost.

Formulirajte ciljeve.

Identificirajte hitne probleme.

Postavite prava svrhovita pitanja.



- A) Definirajte ciljeve:** Vaše ciljeve trebali biste jasno formulirati i uvijek iznova zapisivati. Nikada ne tražite pogreške nego rješenja.
- B) Identificirajte probleme!** Problemi su nužan, normalan i neizbježan dio života. Uspješni, sretni ljudi na probleme reagiraju pozitivno i konstruktivno. Rješenje nekog parcijalnog problema može dovesti do rješenja čitave problematične situacije. Neuspjeh je samo prigoda da se stvar još jednom prihvati inteligentnije.
- C) Postavite svrhovita pitanja!** Postavljanje točnih – ciljanih pitanja. Postavite sebi neugodna pitanja, prepreke uvijek potražite najprije kod samoga sebe.



PROBLEMI I RJEŠENJA – Oko 90 posto svoje energije ljudi troše razbijajući glavu svojim problemima. Za razliku od njih, pobjednički tipovi troše za to samo deset posto svoje energije, a 90 posto svojih snaga koncentriraju na rješenje!

Mnogi ljudi suočavaju se s problemima odveć defenzivno. Otkuda potječe ta bojazan? Od bolne iskustvene spoznaje da stare strategije rješavanja problema više ne djeluju!

Uspješni ljudi, također, padaju na svome životnom putu, kao i neuspješni. Ali za razliku od njih, oni ne ostaju ležati, nego ustaju i idu dalje.

Uspjeh ovisi o količini riješenih problema!

Svatko može učiti iz strategija za uspjeh pobjednika!

Brainstorming. Zapisujte sve probleme.

Benchmarking. Izmjerite konkurenciju.

Filtrirajte probleme. Filtrirajte probleme i identificirajte glavni.

Najgora opcija. Upitajte se: Što bi se najgore moglo dogoditi?

Druge strategije. Promijenite strategiju. To rado nazivamo zakonom konja, jer kada je konj mrtav, siđite – sjašite...!



Sve počinje idejom, ali ako se ona ne ostvari, ona umire. Stoga, razvijte naviku provođenja ideja u djelo.

Prvi uspjesi vode u nove uspjehe. Uspjeh privlači uspjeh.

Tko ništa ne čini, ne može ni očekivati uspjeh.

Šansa se mora iskoristiti onda kada se ukaže.

IZDRŽLJIVOST – Bez izdržljivosti ne koriste vam ni najbolji ciljevi ni najbolje pretpostavke.

SVAŠTARENJE – Odavno je poznato da se ne može biti dobar u svemu.

POUZDANOST – Pouzdanost je jedna od značajnih ključeva i činitelja uspjeha.

POSTANITE SPECIJALIST – Kako stvari stoje s vama? Jeste li najbolji na svome području, ili ste barem među najboljima?

STALNO UČITE – Valja učiti cijeloga života. Moramo se stalno obrazovati, aktualizirati svoja znanja, proširivati svoje vidike i razvijati nove ideje.

DAVANJE KORISTI – Riječ je , zapravo, o potrebi davanja ljudima više od onoga što su platili. Što više dajete, više ćete i dobiti.

SAMOPROMIDŽBA – Samopromociji valja pridati posebnu pozornost prigodom primjene načela uspjeha. Nije dostatno ljudima dati više, nego im se mora na to i ukazati.



ZDRAVLJE I DOBRO OSJEĆANJE – da biste mogli postići vrhunske rezultate da biste se mogli sunčati u svome uspjehu, nužno vam je psihičko i fizičko zdravlje.

Šport je temeljni životni eliksir

Mišići izgaraju mast samo kod viška kisika, dakle kada se trči polako.

ČOVJEK JE ONO ŠTO JEDE – Stoga je zdrava prehrana unaprjeđivanje našega duha!

Uz šport prehrana je najvažniji činitelj zdravlja.

NAŠE TIJELO JE VODA – Voda nadzire sve procese u tijelu i omogućuje ih, pa je dostatna opskrba vodom nešto bez čega se ne može.

Važno je da svaki dan popijete oko dvije litre vode, jer tijelo se ne sastoji od 70 postotaka kole, piva, vina ili drugih tekućina, već baš od vode.

UVIJEK IDITE DALJE - Ništa se neće promijeniti ako ne promijenimo sebe!

Da biste mogli postizati nove, bolje rezultate, morate nešto promijeniti.

DAVANJE I UZIMANJE – Ne razmišljajte o tome što vaša zemlja može učiniti za vas nego o tome što vi možete učiniti za svoju zemlju! Rekao je J. F. Kennedy

