



Trainifique SRL

# Poduzetništvo od A do Ž

HERA (Hubs for entrepreneurs from rural areas - Centri za poduzetnike iz ruralnih područja )



Erasmus+

## Sadržaj

1. Uvod	2
1.1 Projekt HERA	3
1.2 Važnost žena u poduzetništvu	7
1.3 Važnost razvoja poduzetništva u ruralnim područjima	13
2. Osnovni poduzetnički koncepti	34
2.1 Poduzetničke vještine	34
2.2 Marketing i prodaja	50
2.3 Analiza tržišta	79
2.4 Upravljanje ljudskim resursima	89
2.5 Poslovno upravljanje	100
2.6 Financijski plan	120
2.7 Održivost	135
2.8 Smanjenje onečišćenja	148
2.9 Elementi informacijske i komunikacijske tehnologije	157
2.10 Bacanje	165
3. Otvaranje firme od A do Ž	175
3.1 Osnovni koraci	175
3.2 Zakonodavstvo	186
4. Model poslovnog plana	193
5. Primjeri mogućnosti financiranja	225
6. Savjeti i trikovi	243
7. Kontakt i partneri	297

## 1. Uvod

Poduzetništvo od A do Ž predstavlja intelektualni output Metodologija osposobljavanja i Vodič za samoprocjenu HERA-e ( Hubovi za poduzetnike iz ruralnih područja) Projekt ID 2021-1-RO01-KA220-ADU-000035325 financiran od strane ERASMUS+. Ova je metodologija osmišljena kako bi zadovoljila specifične potrebe ciljne skupine kroz asinkrono učenje, nudeći mogućnost učenja vlastitim tempom. Uključuje upute za samostalno učenje, uključujući sav sadržaj obuke u preporučene staze učenja. Modularni format tečaja omogućuje jednostavnu prilagodbu specifičnim potrebama polaznika, omogućavajući prilagodbu na temelju rezultata alata za samoprocjenu.

Provedenom analizom potreba i stručnim inputom u okviru inovacijskog treninga definirana su područja intervencija prema identificiranim potrebama. Kako bi se osiguralo da je rješenje za e-učenje interaktivno, praktično i privlačno za određenu ciljnu skupinu, interaktivne metodologije igraju ključnu ulogu u osiguravanju visoke učinkovitosti i utjecaja ponuđenih rješenja. Novi alati će poboljšati interaktivnost u obuci, osiguravajući da ishode učenja postižu sudionici na jednostavan, učinkovit i intuitivan način.

Materijali razvijeni tijekom ovog projekta imaju za cilj pružiti lako razumljivu i jednostavnu obuku koja učinkovito omogućuje korisnicima da razviju vještine internacionalizacije. Nastoje povećati učinkovitost učenja i praktičnu primjenu stečenog znanja. Zahvaljujući metodologiji koja je snažno usmjerena na ciljnu skupinu, uključivanju različitih organizacija i vizija te međunarodnom pristupu

testiranom u četiri različite zemlje, rezultati će postići visoku razinu prenosivosti, ispunjavajući specifične zahtjeve.

Dodana vrijednost leži u prezentaciji metodologije, zajedno s konkretnim preporukama, olakšavajući njezin prijenos u različite kontekste. Nakon prilagodbe, može odgovarati potrebama različitih ciljnih skupina, uključujući *žene različite dobi i različitih razina profesionalnih područja i stručnosti*. S obzirom na specifičnu ciljnu skupinu, očekuje se da će rezultati biti lako prenosivi na potrebe opće populacije, poboljšavajući njihovo razumijevanje inovacija i povezanih procesa, u konačnici povećavajući njihov globalni utjecaj.

## 1.1 Projekt HERA

Motivacija iza projekta dolazi iz činjenice da je stopa nezaposlenosti žena u EU porasla sa 7,1% u 2019. na 7,5% u srpnju 2020., pokazuje EUROSTAT. Ovo dolazi u vrijeme kada su poslovi u kojima dominiraju žene općenito slabije plaćeni i imaju manju socijalnu zaštitu. Prema studiji koju je objavio Europski institut za ravnopravnost spolova (EIGE), 76% zdravstvenih radnika u EU su žene, a 82% poslova blagajnica u supermarketima također rade žene. "Žene rade na istim pozicijama kao i muškarci i zarađuju u prosjeku 16% manje. Postoje zemlje u kojima je jaz još veći", rekla je EVELYN REGNER predsjednica odbora Europskog parlamenta za ženska prava i ravnopravnost spolova 2019., kada je kriza bila još daleko. Osim prijetnje od nezaposlenosti, žene su također vrlo izložene Covidu-19, jer mnoge od bitnih poslova u pandemiji obavljaju žene. "U bolnicama, na blagajnama supermarketima, žene se bore s pandemijom na prvoj liniji", dodaje Regner

. Na temelju ove sveobuhvatne analize potreba provedene na europskoj, nacionalnoj i lokalnoj razini, cilj projekta je razviti alate i metodologije koje mogu podržati trenere i polaznike obrazovanja odraslih u osmišljavanju kvalitetnih i poduzetničkih strategija za osnaživanje poduzetnica i davanje im besplatnog pristup obrazovanju i osposobljavanju kroz razradu analize potreba, metodologije osposobljavanja i vodiča za samoprocjenu koji će pridonijeti razvoju sadržaja za platformu za e-učenje koja će pružiti relevantne smjernice za poučavanje i osposobljavanje na temu inovacijskog obrazovanja na temelju našeg pilot testiranja rezultate i dokazane najbolje globalne prakse.

Glavni ciljevi projekta su: *povećanje kompetencija trenera i polaznika obrazovanja odraslih davanjem novih metoda obuke u poduzetničkom sektoru; povećanje ponude visokokvalitetnih programa za razvoj vještina u kontekstu digitalnog učenja koji će odgovarati potrebama ženskog poduzetništva i povećati sposobnost organizacija iz sektora učenja i obrazovanja odraslih da ostvare svoju misiju pružanjem pristupa resursima povećavaju vjerojatnost uspješne inovacije i, također, povećati stopu poduzetničkih kompetencija žena i poduzeća iz ruralnih područja* . Kako bi se ostvarili ciljevi, projekt će omogućiti otvoreni put razvoja vještina usmjeren na korisnika u području inovacija koji će omogućiti da se trenerima u obrazovanju odraslih i učenicima na vrijeme i na učinkovit način pruže inovativne vještine.

Konkretno je namijenjen trenerima za obrazovanje odraslih u području poduzetništva, posebno koji rade sa ženama iz ruralnih područja. Razvojem, testiranjem i isporukom ciljane metodologije i integriranih internetskih digitalnih alata, cilja se posebno na povećanje ponude visokokvalitetnih programa za razvoj vještina u području inovacija koji će odgovarati potrebama trenera za obrazovanje

odraslih diljem Europe, olakšati im pristup stazama viših vještina u području poduzetništva i povećati anketu osposobljavanja s inovacijskim kapacitetima. Uzimajući u obzir inovacije koje se brzo mijenjaju u obrazovnom okruženju, osiguranje integracije najsuvremenijeg znanja, raznolikog praktičnog iskustva i njihov prijenos preko granica ključno je za pružanje rješenja s očekivanim učinkom, osiguravanjem snažne sinergije i uključivanja relevantnog znanja, za pružanje sveobuhvatne baze znanja, iskustvo i različite vizije, ali kako bi se osiguralo uključivanje manje razvijenih ruralnih regija EU-a u prijenos najsuvremenijih inovacijskih praksi i povećanje inovativnih metoda koje se primjenjuju u procesu učenja.

Obrazovno tržište koje se brzo mijenja čini konkurentnost obrazovnih centara, gospodarstava i pojedinaca ovisnom o znanju i inovacijama. U ovoj skupini inovacija se stvara na temelju vještina temeljenih na iskustvu i neformalnih procesa. Proizlazi iz iskustva vezanog uz kriznu situaciju koja će uslijediti nakon epizode pandemije Covid-19. To zahtijeva dostupnost kvalificiranih metoda podučavanja i obuke, organizacijski problemi i nedostatak stručnosti u inovacijama glavne su prepreke inovacijama.

Postizanje inovacija u ovom sektoru zahtijeva obuku i nadogradnju osoblja, potporu inovacijama u procesu učenja i prijenos znanja. Inovacijske vještine omogućuju generiranje inovacijskih kapaciteta trenera i učenika u obrazovanju odraslih i kontinuirano prepoznavanje prilika za inovacije dopuštajući im da doprinesu inovacijama, smanjuju rizik od otpuštanja i povećavaju stopu žena poduzetnica, uglavnom iz ruralnih područja. Zašto iz ruralnih područja? Zato što imaju pristup obiteljskim tvrtkama ili mogu podignuti postojeće obiteljske tvrtke. Dok je osiguranje angažmana trenera na svim funkcijama ključno za inovacije u obrazovanju i osposobljavanju, treneri koji se aktiviraju u poduzetničkom sektoru

posvećenom radu sa ženama pokazuju značajan nedostatak razumijevanja inovacija i vještina.

U pripreмноj fazi studija projekta, centri za edukaciju i obuku pokazuju da najmanje 75% njihovih trenera ne prepoznaje važnost inovacija u okviru svoje djelatnosti striktno posvećene sektoru ženskog poduzetništva, a tu možemo govoriti i o ženama poduzetnici, sa srednjom stručnom spremom, iz ruralnih područja. Kako bi se popunile postojeće praznine u vještinama i znanju, obavezna je suradnja partnera iz raznolikih gospodarskih i inovacijskih okruženja, izgrađujući njihovo bolje razumijevanje lokalnih potreba, ograničenja, zahtjeva građana, između ostalog, partnerstvo ima za cilj pružiti snažno usmjereno rješenje u obrazovanju područje. Njegova će inovacija također dolaziti iz pružanja interaktivnih digitalnih alata za olakšavanje obrazovanja specifične ciljne skupine i optimizaciju omjera vremena i učinka. Nadalje, nastojat će uključiti relevantne dionike kako bi se osiguralo da potreba za povećanjem kompetencija trenera i polaznika obrazovanja odraslih u području žena poduzetnica, sa srednjom stručnom spremom, iz ruralnih područja bude prepoznata i razvoj inovacijskih kapaciteta i vještina. će se poticati, olakšavati i učinkovito iskoristiti.



## 1.2 Značaj žena u poduzetništvu

Poduzetništvom, koje se često slavi kao pokretačka snaga gospodarskog rasta i inovacija, tradicionalno dominiraju muške figure. Međutim, u posljednjim je desetljećima uloga žena u poduzetništvu postala široko priznata, signalizirajući pomak prema inkluzivnijim i raznolikijim poslovnim okruženjima. Ovaj uvod zadire u evoluciju koncepta **žena u poduzetništvu**, istražujući njegov povijesni kontekst, suvremenu relevantnost i uvjerljive statistike koje naglašavaju njegov značaj.

Povijest žena u poduzetništvu zamršeno je utkana u širu strukturu rodnih uloga i društvenih normi. Žene su tradicionalno nailazile na značajne prepreke pri ulasku u poslovni svijet, uključujući ograničeni pristup obrazovanju, kapitalu i društvenom prihvaćanju. Na poduzetničku sferu uglavnom se gledalo kao na područje kojim dominiraju muškarci, potiskujući žene na konvencionalnije uloge.

Kasno 19. i rano 20. stoljeće označilo je početne poticaje promjena. Žene pionirke poput Madam CJ Walker, priznate kao prva milijunašica koja je sama stekla život u Sjedinjenim Državama, srušile su barijere u industriji ljepote i kozmetike. Unatoč suočavanju s rasnom i rodnom diskriminacijom, Walkerin uspjeh pokazao je potencijal žena da se istaknu kao poduzetnice.

Sredinom 20. stoljeća pojavile su se ikonične poduzetnice poput Estée Lauder, osnivačice njezine istoimene kozmetičke tvrtke. Lauderina priča je priča o ustrajnosti i inovativnosti, dok je gradila carstvo ljepote koje i danas napreduje.



Istodobno, pionirke poput Coco Chanel revolucionirale su modnu industriju, izazivajući tradicionalne norme i ostavljajući trajno nasljeđe.

Iako su te žene bile iznimne pionirke, prilike za žene u poduzetništvu ostale su ograničene. Feministički pokreti iz 1960-ih i 1970-ih, koji su prvenstveno nastali u Sjedinjenim Državama, ali su odjeknuli diljem Europe, potaknuli su okruženje koje je ohrabrivalo žene da se oslobode društvenih ograničenja, često ograničenih na specifične industrije poput ljepote i mode. Zakonodavne inicijative, poput direktiva Europske unije o ravnopravnosti spolova, pridonijele su uklanjanju diskriminatorne prakse i poticanju inkluzivnijeg poduzetničkog okruženja.

Osnivanje organizacija poput Nacionalne udruge vlasnica poduzetnica (NAWBO) 1975. označilo je prekretnicu, zalažući se za prava i priznanje žena poduzetnica.

U 21. stoljeću došlo je do značajnog ubrzanja prepoznavanja žena u poduzetništvu. Inicijative koje promiču rodnu raznolikost, programi mentorstva i mogućnosti umrežavanja postale su raširenije, stvarajući okruženje u kojem žene mogu napredovati kao poslovne vođe. Porast tehnoloških startupa, društvenih poduzeća i malih poduzeća pod vodstvom žena simbolizira razvoj poduzetničkog krajolika.

*Važnost žena u današnjem poduzetništvu nadilazi uključivost ; to je strateški imperativ za gospodarski rast i inovacije. Istraživanja dosljedno pokazuju da su različiti timovi, uključujući rodnu raznolikost, bolji od homogenih. Jedinstvene perspektive, pristupi rješavanju problema i stilovi vođenja koje žene donose doprinose poboljšanoj kreativnosti i otpornosti unutar poduzeća.*

Statistički dokazi naglašavaju sve veći utjecaj žena u poduzetništvu. Prema izvješću McKinsey & Company, tvrtke s rodno raznolikijim izvršnim timovima imaju 21% veću vjerojatnost da će nadmašiti svoje kolege u smislu profitabilnosti. Međutim,

izazovi i dalje postoje, a poduzeća koja vode žene suočavaju se s preprekama u pristupu rizičnom kapitalu.

Izvješće Global Entrepreneurship Monitor (GEM) za 2022./2023. istaknulo je da žene u prosjeku čine oko 30% poduzetnika u svijetu, s višim brojkama u nekim regijama poput Latinske Amerike, gdje žene čine 40% poduzetnika. Unatoč napretku, postoji primjetan nesrazmjer u uspostavljenom vlasništvu poduzeća, pri čemu je gotovo jedna od tri poduzetnice koje nadziru dobro uspostavljene tvrtke žena. U startup pothvatima, omjer je 0,80 žena na svakog 1 muškarca. Globalno, žene pokazuju veću sklonost samostalnom poduzetništvu od muškaraca, s omjerom od 1,47 samostalnih poduzetnica na svakog 1 muškarca.

Izvješće baca svjetlo na namjere globalnih žena da pokrenu poslovne pothvate u bliskoj budućnosti, pri čemu svaka šesta žena izražava tu težnju. Najveće stope poduzetničkih namjera zabilježene su u zemljama s niskim dohotkom, gdje približno 28% žena izražava namjeru da krene na poslovno putovanje.

Ova analiza obuhvaća 49 zemalja, 5 globalnih regija i 3 razine nacionalnog dohotka, temeljena na intervjuiima s približno 175.000 pojedinaca. Dodatni trendovi uključuju zapažanje da su, u prosjeku, poduzetnice mlađe i obrazovanije od svojih muških kolega, iako često prijavljuju segmente s nižim prihodima kućanstva.

Istraživanje GEM-a također je otkrilo da oko četiri od pet poduzetnika na globalnoj razini uzimaju u obzir društvenu i ekološku održivost u poslovnim odlukama, pri čemu su žene nešto češće od muškaraca. Žene poduzetnice također su sklonije davanju prioriteta održivosti nad ekonomskim poslovnim ciljevima u usporedbi s muškarcima. Unatoč ograničenoj svijesti o ciljevima održivog razvoja UN-a, otprilike polovica žena poduzetnica izvijestila je o poduzimanju koraka za

maksimiziranje društvenog utjecaja svog poslovanja, a otprilike četiri petine poduzelo je mjere za smanjenje utjecaja na okoliš u prošloj godini.



Brojne su utjecajne žene koje su dale značajan doprinos poduzetništvu u raznim industrijama. Evo nekoliko važnih žena u poduzetništvu:

1. **Oprah Winfrey:** Poznata po svom medijskom carstvu, Oprah Winfrey nije samo voditeljica talk showa nego i uspješna poduzetnica. Osnovala je Harpo Productions, koja proizvodi njezinu televizijsku emisiju, a kasnije se proširila na izdavaštvo, filmsku produkciju i TV mrežu OWN.
2. **Sara Blakely:** Kao osnivačica Spanxa, Sara Blakely je revolucionirala industriju donjeg rublja svojim inovativnim dizajnom odjeće za oblikovanje. Počevši od svog stana u Atlanti, Blakely je izgradila Spanx u tvrtku vrijednu milijardu dolara.
3. **Estée Lauder:** Estée Lauder osnovala je jednu od vodećih svjetskih kozmetičkih kompanija koja nosi njezino ime. Počela je s prodajom proizvoda za njegu kože koje je formulirao njezin ujak, a kasnije se proširila na kozmetiku, mirise i njegu kose.
4. **Indra Nooyi :** Indra Nooyi je bila izvršna direktorica tvrtke PepsiCo, što ju je učinilo jednom od najistaknutijih žena u korporativnom svijetu. Pod njezinim vodstvom PepsiCo je diverzificirao svoj portfelj proizvoda i usredotočio se na zdraviju hranu i piće.

5. **Angela Merkel:** Iako prvenstveno poznata kao politička figura, Angela Merkel ima znanstveno iskustvo i bila je prva žena kancelarka Njemačke. Bila je snažna zagovornica poduzetništva i inovacija, podupirući politike za poticanje gospodarskog rasta.
6. **Ruth Handler:** Ruth Handler suosnivala je Mattel i stvorila jednu od najlegendarnijih igračaka svih vremena, lutku Barbie. Njezina poduzetnička vizija i marketinška pamet potaknuli su Barbie da postane kulturni fenomen i simbol ženskog osnaživanja.
7. **Whitney Wolfe Herd:** Kao osnivačica i izvršna direktorica tvrtke Bumble, Whitney Wolfe Herd poremetila je industriju online upoznavanja dajući ženama veću kontrolu nad započinjanjem razgovora. Bumble se od tada proširio na druga područja, uključujući umrežavanje i profesionalne veze.
8. **Rosalind Brewer:** Rosalind Brewer je izvršna direktorica Walgreens Boots Alliancea, što ju čini jednom od rijetkih Afroamerikanki koje vode kompaniju s popisa Fortune 500. Ima iskustvo u maloprodaji i bila je na vodećim pozicijama u tvrtkama poput Starbucksa i Walmarta.
9. **Mary Kay Ash:** Mary Kay Ash osnovala je Mary Kay Cosmetics, tvrtku za izravnu prodaju poznatu po proizvodima za njegu kože i šminku. Osnažila je žene da postanu poduzetnice kroz poslovni model tvrtke, koji je prioritet davao mentorstvu i priznanju.
10. **Sheryl Sandberg:** Sheryl Sandberg je COO Facebooka i autorica knjige "Lean In ", koja potiče žene da zauzmu vodeće uloge na radnom mjestu. Bila je glasna zagovornica rodne ravnopravnosti i raznolikosti u tehnologiji i poslovanju.

Ove žene ne samo da su postigle izvanredan uspjeh u svojim područjima, već su i utrle put budućim generacijama poduzetnica. Njihove priče nadahnjuju druge da slijede svoje poduzetničke ambicije i ruše prepreke u industrijama u kojima tradicionalno dominiraju muškarci.

Zaključno, važnost žena u poduzetništvu evoluirala je od povijesne borbe protiv društvenih ograničenja do suvremenog imperativa za ekonomski napredak i inovacije. Putovanje žena u poduzetništvu odražava šire društvene pomake prema inkluzivnosti i priznavanju jedinstvenog doprinosa koji žene donose poslovnom svijetu. Iako je postignut značajan napredak, postoji stalna potreba za ciljanim naporima kako bi se odgovorilo na preostale izazove i osiguralo da žene imaju jednake mogućnosti da napreduju kao poduzetnice.

### 1.3 Važnost razvoja poduzetništva u ruralnim područjima

Razvoj poduzetništva u ruralnim područjima ima veliku važnost iz nekoliko razloga, pridonoseći gospodarskom, društvenom i ukupnom rastu zajednice. Evo nekih ključnih aspekata koji naglašavaju važnost razvoja poduzetništva u ruralnim područjima:

- Ekonomski rast:

Otvaranje radnih mjesta: Poduzetništvo potiče stvaranje novih poduzeća, što dovodi do povećanja mogućnosti zapošljavanja u ruralnim područjima. To je ključno za smanjenje stope nezaposlenosti i povećanje ekonomske dobrobiti zajednice.

Stvaranje bogatstva: Uspješni ruralni poduzetnici doprinose stvaranju bogatstva unutar zajednice. Kako poduzeća rastu, stvaraju profit, poreze i druge ekonomske koristi koje kruže unutar lokalnog gospodarstva.

- Ublažavanje siromaštva:

Diverzifikacija prihoda: Poduzetničke aktivnosti omogućuju pojedincima u ruralnim područjima diverzifikaciju izvora prihoda. To pomaže u smanjenju ovisnosti o jednom izvoru, čineći kućanstva otpornijima na ekonomske izazove.

- Društvena pokretljivost:

Poduzetništvo pruža put ruralnim stanovnicima da poboljšaju svoj socioekonomski status. Omogućuje pojedincima da izađu iz siromaštva stvaranjem prilika za akumulaciju bogatstva i uzlaznu društvenu mobilnost.

- Razvoj zajednice:

Poboljšanje infrastrukture: Uspješno poduzetništvo često privlači ulaganja i dovodi do razvoja infrastrukture u ruralnim područjima. Kako poduzeća cvjetaju, postoji povećana potražnja za boljim cestama, komunalnim uslugama i javnim uslugama.

- Kvaliteta života:

Gospodarski razvoj kroz poduzetništvo pridonosi poboljšanju kvalitete života u ruralnim zajednicama. Stanovnici imaju koristi od boljih obrazovnih mogućnosti, zdravstvenih ustanova i opće dobrobiti zajednice.

- Korištenje lokalnih resursa:

Održive prakse: Poduzetnički razvoj potiče korištenje lokalnih resursa na održiv način. To može uključivati poljoprivredne prakse, prirodne resurse i tradicionalne vještine, promicanje ekološki prihvatljivih i kulturno osjetljivih poduzeća.

Očuvanje lokalne kulture: Poduzetništvo ukorijenjeno u ruralnim područjima često uključuje poduzeća koja slave i čuvaju lokalne tradicije i kulturne prakse, pridonoseći identitetu i jedinstvenosti regije.

- Inovacija i prijenos tehnologije:

Usvajanje tehnologije: Poduzetničke aktivnosti mogu potaknuti usvajanje modernih tehnologija u poljoprivredi, proizvodnji i uslugama. To povećava produktivnost i učinkovitost, pozicionirajući ruralna područja za konkurentnost u globaliziranom gospodarstvu.

Prijenos znanja: Uspješni poduzetnici često dijele svoje znanje i stručnost, što dovodi do prijenosa vještina unutar zajednice. Ovakva razmjena znanja doprinosi ukupnom razvoju i osnaživanju lokalne radne snage.

- Ravnoteža ruralno-urbano:

Smanjena migracija: Poduzetničke mogućnosti u ruralnim područjima mogu pomoći u smanjenju trenda migracije iz ruralnih u urbane. Kako se pojavljuju održive poslovne prilike, pojedinci mogu odlučiti ostati ili se vratiti u ruralna područja, stvarajući uravnoteženiju demografsku raspodjelu.

- Izgradnja društvenog kapitala:

Kohezija zajednice: Poduzetništvo može potaknuti osjećaj ponosa zajednice i kohezije. Zajednički napori među lokalnim poduzetnicima i mrežama podrške pridonose društvenom kapitalu, stvarajući poticajno okruženje za rast poslovanja.

- Otpornost na ekonomske šokove:

Diverzificirano gospodarstvo: Raznovrsno poduzetničko okruženje u ruralnim područjima pomaže u izgradnji otpornosti na ekonomske šokove. Zajednice s mješavinom poduzeća bolje su opremljene da izdrže padove u određenim sektorima.

Zaključno, razvoj poduzetništva u ruralnim područjima višestruk je pristup koji nadilazi ekonomska razmatranja. Igra vitalnu ulogu u oblikovanju socio-ekonomskog krajolika, poticanju otpornosti zajednice i osnaživanju pojedinaca da doprinesu održivom rastu svojih regija.

### **Primjeri tečajeva/centara za žene:**

Rumunjska:

U Rumunjskoj postoje različiti programi, tečajevi i centri koji nude podršku i obuku posebno prilagođenu ženama zainteresiranima za poduzetništvo. Mnoge od ovih



inicijativa imaju za cilj osnažiti žene, pružiti im vrijedne vještine i pomoći im da pokrenu i razviju vlastiti posao. Evo nekih resursa koje možete istražiti:

#### **1. Femei antreprenor (poduzetnice):**

- Ovo je program koji je pokrenulo Ministarstvo europskih fondova u Rumunjskoj. Nudi obuku, mentorstvo i financijsku potporu za žene poduzetnice. Provjerite njihovu web stranicu za ažuriranja dostupnih tečajeva i programa.

#### **2. Centrul de Excelenta in Antreprenoriati Feminini (Centar izvrsnosti za žensko poduzetništvo):**

- Ovaj centar je posvećen podršci ženama u poduzetništvu. Organiziraju radionice, treninge i događaje za umrežavanje kako bi osnažili žene poduzetnice. Preporučljivo je provjeriti njihove trenutne programe i događanja.

#### **3. Asociatia Femeilor de Afaceri si Profesionale (Udruga poslovnih i profesionalnih žena):**

- Ova udruga usmjerena je na podršku ženama u poslovanju i profesijama. Mogu ponuditi radionice, seminare i prilike za umrežavanje za žene poduzetnice.

#### **4. EU projekti i programi:**

- Istražite projekte i programe koje financira Europska unija u Rumunjskoj, a čiji je cilj podržati žene poduzetnice. Ove inicijative često uključuju komponente obuke. Provjerite web stranice organizacija poput Europskog socijalnog fonda (ESF) i drugih programa EU za relevantne mogućnosti.

## 5. Lokalni poslovni inkubatori i središta:

- Mnogi poslovni inkubatori i inovacijska središta u Rumunjskoj pružaju resurse i obuku za poduzetnike. Neki mogu imati posebne programe ili inicijative prilagođene ženama. Primjeri uključuju Cluj Startups, TechHub Bukurešt ili Impact Hub Bukurešt.

## 6. Online platforme i tečajevi:

- Istražite internetske platforme koje nude besplatne tečajeve o poduzetništvu. Web stranice kao što su Coursera, Udemy i Khan Academy nude širok raspon tečajeva kojima se može pristupiti s bilo kojeg mjesta.

## 7. Platforme ženskog poduzetništva:

- Potražite platforme ili organizacije posebno usmjerene na žensko poduzetništvo, kao što su Women 20 (W20) ili Global Invest Her. Ove platforme mogu pružiti resurse, mogućnosti umrežavanja i obrazovne materijale.

## 8. Lokalna sveučilišta i obrazovne ustanove:

- Provjerite s lokalnim sveučilištima i obrazovnim institucijama programe i tečajeve za poduzetništvo. Neka sveučilišta nude informativne programe i radionice koje mogu biti otvorene za javnost.

Hrvatska:

- Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, u suradnji s Veleposlanstvom SAD-a u Zagrebu, pokreće cjeloživotni projekt pod nazivom Akademija za poduzetnice (AWE).

To je prvi put uspostavljeno u Uredu za obrazovna i kulturna pitanja (ECA) američkog State Departmenta koji je pokrenut 2019., a danas se provodi u gotovo 100 zemalja svijeta. Od ove godine prvi put u Hrvatskoj. Cilj programa je osnažiti žene te im pružiti znanja i informacije o tome kako pokrenuti ili razvijati svoj posao. Dodatno, cilj je umrežiti poduzetnice s onim pojedincima koji im svojim dugogodišnjim iskustvom i stručnošću mogu pomoći u lokalnoj zajednici.

Program je za sudionike potpuno besplatan. Počinje u siječnju 2024. Program se sastoji od dvije grupe aktivnosti. Jedna grupa aktivnosti je u potpunosti online i sastoji se od predavanja na Dreambuilder online platformi. Predavanja su usmjerena u 13 cjelina, a svaka je posvećena jednom segmentu rada poduzetnica. Druga skupina aktivnosti odgovara specifičnostima hrvatskog okruženja žena poduzetnica. U prijavi svaka polaznica navodi cilj i opis problema s kojim se susreće u poslovanju. Na temelju prijave polaznik se povezuje s mentorom koji ima poduzetničko iskustvo u tom području rada. Tijekom šestomjesečnog trajanja programa, na mjesečnoj bazi, mentor prati polaznicu u svladavanju njenih prepreka i pruža podršku u kritičnim trenucima. Osim toga, održavaju se online tematski sastanci s istaknutim poduzetnicima o temama koje predstavljaju izazov za sudionike.

Profil polaznika su poduzetnici koji su formalno ili neformalno pokrenuli svoje poslovanje te su na svom poduzetničkom putu naišli i stali. Prepreke mogu biti poslovne ili privatne prirode ili one nastale kao posljedica pandemije izazvane COVID-om. Prvenstvo ide u ruke poduzetnika koji posluju u ruralnim ili manje

razvijenim dijelovima Hrvatske i otoka. Izborna prvenstvo također će imati sudionike koji djeluju u području digitalnih ili zelenih transformacija ili ako njihovo poslovanje ima komponentu digitalnog ili zelenog poslovanja. Program posebno poziva poduzetnice iz Ukrajine koje su se u Republici Hrvatskoj nastanile kao izbjeglice te Romkinje koje su započele svoje poduzetničke aktivnosti.

- Međunarodna konferencija o ženama u poduzetništvu „Žene ja točka ” tradicionalno se održava u Otočcu , početkom prosinca, u organizaciji HGK Županijske komore Otočac . Hrvatska gospodarska komora (HGK) najveća je poslovna mreža u Hrvatskoj.

Uspješne poduzetnice iz Hrvatske i susjednih zemalja – Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Slovenije i Srbije okupljaju se kako bi razmijenile iskustva i znanja te stvorile partnerstva.

Konferencija promiče uspješnost žena u poduzetništvu, uz primjere dobre prakse iz Hrvatske i zemalja regije, te razmjenu iskustava i znanja o aktualnim temama, uz panel raspravu i izvrsne govornice. Međunarodni karakter konferencije doprinosi ciljevima povezivanja poduzetnica na međunarodnoj razini, čime se potiče gospodarska suradnja sa susjednim zemljama.

Cilj ovog događaja je ukazati na položaj žena u poduzetništvu, pokazati njihov doprinos i ideje, te ojačati umrežavanje i osnažiti žene za samozapošljavanje. Važno je istaknuti uspjehe i koristiti ih kao motivaciju tvrtkama za realizaciju razvoja međunarodnih ideja i poduzetničkih projekata. Ova konferencija gradi nacionalnu i međunarodnu poslovnu mrežu te promiče žensko poduzetništvo u javnom i privatnom sektoru.

Njemačka:

U Njemačkoj postoje različiti programi, tečajevi i centri koji nude podršku i obuku posebno skrojenu za žene zainteresirane za poduzetništvo. Ove inicijative imaju za cilj osnažiti žene, pružiti im vrijedne vještine i pomoći im da pokrenu i razviju vlastiti posao. Evo nekih resursa koje možete istražiti:

**1. EXIST potpora za pokretanje poslovanja (EXIST- Gründerstipendium ):**

- Program EXIST u Njemačkoj podržava studente, diplomante i znanstvenike u pretvaranju poslovnih ideja u uspješne startupe. Iako nije isključivo za žene, pruža vrijedne resurse za ambiciozne poduzetnice.

**2. Žene poduzetnice u znanosti (EXIST- Gründerstipendium ):**

- Ovo je specifična grana programa EXIST koja podržava žene poduzetnice u područjima znanosti i tehnologije. Fokusiran je na poticanje inovacija i razvoj startupa.

**3. Poslovne i profesionalne žene Njemačka (BPW Njemačka - Bundesverband der Business and Professional Women):**

- BPW Njemačka je organizacija koja podržava žene u poslovanju i profesijama. Iako možda ne pružaju izravne tečajeve, često organiziraju događaje, konferencije i prilike za umrežavanje koje mogu biti korisne za ambiciozne poduzetnice.

**4. Mreža poduzetnica ( Unternehmerinnen-Netzwerk ):**

- Ovo je mreža koja povezuje poduzetnice u Njemačkoj. Iako možda ne nude tečajeve izravno, sudjelovanje u njihovim događajima i mogućnosti umrežavanja mogu pružiti vrijedne uvide i podršku.

#### **5. Njemačke trgovačke i industrijske komore (IHK):**

- Lokalne gospodarske i industrijske komore u Njemačkoj često organiziraju tečajeve i radionice o poduzetništvu. Dostupne programe provjerite s lokalnim IHK-om.

#### **6. Lokalni poslovni inkubatori i središta:**

- Mnogi poslovni inkubatori i inovacijska središta u Njemačkoj pružaju resurse i obuku za poduzetnike. Neki mogu imati posebne programe ili inicijative prilagođene ženama. Primjeri uključuju Impact Hub Berlin i Factory Berlin.

#### **7. Online platforme i tečajevi:**

- Istražite internetske platforme koje nude besplatne tečajeve o poduzetništvu. Web stranice kao što su Coursera, edX i LinkedIn Learning nude širok raspon tečajeva kojima se može pristupiti s bilo kojeg mjesta.

#### **8. Deutsche Gesellschaft krzno Internationale Zusammenarbeit (GIZ):**

- GIZ je njemačka razvojna agencija koja podupire različite inicijative, uključujući i žensko poduzetništvo. Mogu ponuditi programe i resurse za žene koje žele pokrenuti vlastiti posao.

#### **9. Sveučilišta i obrazovne ustanove:**

- Provjerite s lokalnim sveučilištima i obrazovnim institucijama programe i tečajeve za poduzetništvo. Neka sveučilišta nude informativne programe i radionice koje mogu biti otvorene za javnost.

## Italija:

U Italiji postoje različiti programi, tečajevi i centri koji nude podršku i obuku posebno osmišljenu za žene zainteresirane za poduzetništvo. Ove inicijative imaju za cilj osnažiti žene, pružiti im vrijedne vještine i pomoći im da pokrenu i razviju vlastiti posao. Evo nekih resursa koje možete istražiti:

### **1. Pari Opportunità - Nacionalno vijeće za jednake mogućnosti muškaraca i žena:**

- Nacionalno vijeće za jednake mogućnosti nudi razne inicijative i resurse za potporu ženama, uključujući programe vezane uz poduzetništvo. Provjerite njihovu web stranicu za informacije o dostupnim tečajevima i uslugama podrške.

### **2. Associazione Donne&Scienza (Udruga Women&Science):**

- Ova udruga usmjerena je na promicanje sudjelovanja žena u znanosti i poduzetništvu. Iako možda ne nudi izravne tečajeve, organizira događaje, radionice i inicijative za podršku ženama u tim područjima.

### **3. Europski socijalni fond ( Fond Sociale Europeo - FSE):**

- Europski socijalni fond podupire razne projekte usmjerene na poticanje zapošljavanja, uključujući programe za žene poduzetnice. Provjerite kod lokalnih ureda ili regionalnih vlasti za posebne mogućnosti.

#### **4. Gospodarske komore ( Camere di Commercio ):**

- Lokalne gospodarske komore u Italiji često organiziraju poduzetničke tečajeve, radionice i događaje. Oni mogu ponuditi resurse i podršku ženama koje žele pokrenuti vlastiti posao.

#### **5. Italija Startup Hub:**

- Italy Startup Hub je platforma koja povezuje startupe, poduzetnike i investitore. Iako nije isključivo za žene, pruža vrijedne resurse i informacije onima koje zanima ekosustav startupa.

#### **6. Inovacijski centri i coworking prostori:**

- Mnoga inovacijska središta i coworking prostori u Italiji pružaju resurse i podršku poduzetnicima. Neki mogu imati posebne programe ili inicijative prilagođene ženama. Primjeri uključuju Talent Garden i Impact Hub Milano.

#### **7. Online platforme i tečajevi:**

- Istražite internetske platforme koje nude besplatne tečajeve o poduzetništvu. Web stranice kao što su Coursera, edX i LinkedIn Learning nude širok raspon tečajeva kojima se može pristupiti s bilo kojeg mjesta.

#### **8. Sveučilišta i obrazovne ustanove:**

- Provjerite s lokalnim sveučilištima i obrazovnim institucijama programe i tečajeve za poduzetništvo. Neka sveučilišta nude informativne programe i radionice koje mogu biti otvorene za javnost.

#### **9. Start-up natjecanja i inkubatori:**



- Sudjelovanje u start-up natjecanjima i programima inkubatora može pružiti vrijednu podršku. Potražite događaje koje organiziraju lokalna sveučilišta, industrijska udruženja ili državna tijela.

## **Uspješne poslovne žene u ruralnim područjima**

Rumunjska:

Žene poduzetnice u ruralnim područjima često se bave različitim područjima kao što su poljoprivreda, agrobiznis, obrtništvo, turizam i lokalne usluge. Evo nekoliko općih primjera uspješnih poslovnih žena u ruralnoj Rumunjskoj:

### **1. Elena Mateescu - Agrobiznis:**

- Elena Mateescu primjer je uspješne poslovne žene u agrobiznisu. Ona može biti uključena u razne poljoprivredne aktivnosti, od uzgoja usjeva do uzgoja životinja.

### **2. Anca Vlad - Turizam:**

- Anca Vlad poznata je po svojim uspješnim pothvatima u sektoru turizma. Pridonijela je razvoju ruralnog turizma, uključujući smještaj i doživljaje u ruralnim područjima.

### **3. Ana Dincă - Tradicionalni zanati:**

- Ana Dincă može biti primjer poslovne žene koja se bavi tradicionalnim zanatima. Bilo da se radi o tkanju, lončarstvu ili drugim zanatskim aktivnostima, ove žene doprinose očuvanju i promicanju lokalnog obrtništva.

#### **4. Maria Popescu - Lokalne usluge:**

- Maria Popescu mogla bi predstavljati poslovnu ženu koja pruža lokalne usluge u ruralnoj zajednici. To može uključivati usluge kao što su lokalna trgovina mješovitom robom, pekara ili druge bitne usluge za zajednicu.

#### **5. Irina Costea - Održiva poljoprivreda:**

- Irina Costea mogla bi biti primjer poslovne žene u održivoj poljoprivredi. To može uključivati organski uzgoj, ekološke postupke ili proizvodnju lokalnih i održivih prehrambenih proizvoda.

#### **6. Mihaela Stoian - Ruralno poduzetništvo:**

- Mihaela Stoian bi mogao biti poduzetnik koji se bavi raznim ruralnim aktivnostima, kombinirajući tradicionalne prakse s modernim poslovnim pristupima za stvaranje uspješnih pothvata.

#### **7. Monica Gheorghita - Ruralna tehnologija:**

- Monica Gheorghita mogla bi biti poslovna žena u ruralnoj tehnologiji, koja koristi inovacije i tehnologiju za poboljšanje poljoprivrednih praksi ili pružanje usluga lokalnoj zajednici.

Hrvatska:

Broj žena poduzetnica u Hrvatskoj je u porastu. Oko 25 posto malih i srednjih poduzeća (MSP) u Hrvatskoj vode žene, no potencijal je mnogo veći, a očekuje se daljnji rast zbog sve veće potpore financijskih institucija. Posljednji podaci pokazuju

da žene najčešće pokreću vlastiti posao u dobi od 35 do 44 godine, a od 100 nezaposlenih 15 žena i pet muškaraca pokreće posao.

EBRD već godinama ima aktivan program za žene poduzetnice u Hrvatskoj, uključujući financiranje i savjetovanje, često ključno za pokretanje projekata.

Njihov 400 milijuna eura vrijedan program za žene poduzetnice, koji nudi namjenske kreditne linije, obuku i prilagođene savjete, prisutan je u 17 zemalja i koristi ga oko 35.000 malih i srednjih poduzeća. Više od 80 posto tvrtki koje vode žene u programu EBRD-a povećalo je svoje prihode, a oko 60 posto povećalo je zaposlenost, produktivnost i izvoz.

Više od 250 žena poduzetnica do sada se pridružilo programu EBRD-a, a gotovo polovica njih bile su vlasnice poduzeća. Žensko poduzetništvo nije bilo samo pitanje pravičnosti i jednakosti, već i ekonomsko pitanje, budući da poticanje žena da uđu u posao i jačanje ženskog poduzetništva pridonosi jačem gospodarstvu,

Predstojeće izvješće Svjetske banke, Ulaganje u mogućnosti za sve: Hrvatska rodna procjena zemlje, govori o tome kako bi seoske žene mogle bolje podržati i osnažiti da poboljšaju prilike za prihod. Kroz prilagođene pristupe odozdo prema gore, kao što su cjeloživotno učenje, financijska i digitalna pismenost te obuka i certificiranje, ruralnim ženama mogli bi se pružiti alati koji vode do samozapošljavanja od kuće. *S većim mogućnostima više ruralnih žena u Hrvatskoj moći će biti uspješnije.*

### ***1. SILVAN – brend prirodne kozmetike iz ruralnog područja Dalmacije***

Brend prirodne kozmetike iz Dalmatinske zagore u Hrvatskoj predstavio je britanski Vogue magazin 2019. godine.

Silvan Cosmetics, koju je mlada poduzetnica Jelena Bikić osnovala 2016. godine u selu Kljaci, ruralno dalmatinsko područje, pojavila se u britanskom Vogueu u sklopu njihove kampanje Vogue's Beauty Secrets.

Silvan Cosmetics proizvodi prirodne, ručno rađene kozmetičke proizvode pakirane u posebna pakiranja sa sjemenkama poljskog cvijeća. Dizajn pakiranja inspiriran je motivima iz bogate hrvatske kulturno-povijesne baštine.

Korištenjem prirodnih sastojaka u našem sapunu i pronalaženjem inspiracije u ilirskoj kulturi za naš dizajn, nastojimo približiti čovjeka prirodi i ponovno uspostaviti vezu koja nikada nije trebala biti izgubljena, kaže Jelena.

Ime Silvan potječe od boga Silvana, koji je bio vrlo važan u vjeri starih Ilira – posebice onih koji su živjeli na području srednje Dalmacije.

“Ova su plemena bila poznata kao Delmati. Silvan je bio njihovo božanstvo divlje prirode, šuma i pašnjaka. Slavljen je i kao zaštitnik stada, pa je često prikazivan s rogovima – što smo odlučili promovirati kao prepoznatljivo obilježje u našem logotipu. Željeli smo uspostaviti vezu s ostavštinom prastanovnika naše zemlje. Od geometrijskih motiva prapovijesne umjetnosti do Boga divlje prirode – priča koja savršeno pristaje uz Silvan – prirodna ručno rađena kozmetika predstavlja: jednostavnost i prirodu,” objašnjava ona.

Silvan Cosmetics uspostavio je niz partnerstava u Hrvatskoj i opskrbljuje trgovine i hotele diljem Hrvatske i Slovenije, uključujući Croatia in a box u Rijeci, Take me home u Zagrebu, Desogner trgovinu Krug u Splitu, Origin – Hrvatska kozmetika u Omišu, Solanu Nin, Rožca Golež u Sloveniji, Sole Luna Design Store u Poreču, Hotel Krilo u Krilu Jesenice, Holiday home Enchanting Hill u Varaždinu i TZ Dugopolje.

Silvan Cosmetics također poslovno surađuje s Waste Free Planetom – Instagram platformom za održiv život bez otpada koja ima više od 200 tisuća pratitelja.

## *2. Iz dana u dan – život ruralne poduzetnice u Hrvatskoj*



Mirela Kovačević ima pedeset dvije godine i danas živi u svom rodnom selu Koška u Slavoniji, ruralnom području Hrvatske. Diplomirala je poljoprivredu na Sveučilištu u Osijeku, a potom je veći dio života provela živeći u obližnjem gradu Valpovu, radeći za privatne tvrtke.

No, prije desetak godina razbolio joj se suprug pa su oboje odlučili dati otkaz na poslu i vratiti se u rodno selo. Odlučili su pokrenuti organsko voćarstvo na parceli od 6 hektara koju je Mirela naslijedila od majke.

Mirela i njezin suprug podigli su kredit kod poslovne banke kako bi zasadili svoj voćnjak sa stablima jabuke, breskve i marelice. Stabla su posadili u ožujku 2008., no samo tri mjeseca kasnije njihov je voćnjak teško stradao od siline velike poplave. Razmjeri poplava diljem Hrvatske bili su toliko veliki da su vlasti proglasile izvanredno stanje.

Banka im, međutim, nije pristala staviti moratorij na kredit, pa su se vrlo brzo našli u dugovima i imali poteškoća s servisiranjem kredita. A ako to nije bilo dovoljno, kasni mraz sljedeće godine desetkovao je njihov urod.

Kako bi financijski preživjela, Mirela se počela baviti proizvodnjom ekološkog povrća. Ona i suprug ovih dana tri puta tjedno putuju u Grad Osijek kako bi svoje povrće prodavali na tržnici u centru grada. Prodaju i druge proizvode kao što su ukiseljeno povrće, džemovi, sokovi, umak od rajčice.

Ali i dalje se suočavaju s financijskim preprekama. “Da bismo svoje proizvode prodali na tržištu, moramo platiti mikrobiološke i druge kemijske analize, a cijena je ista bilo da proizvedete 200 ili 50.000 staklenki”, kaže Mirela.

Tijekom proteklih nekoliko godina poboljšana je egzistencija ljudi od ekološke proizvodnje i distribucije voća, nakon osnivanja takozvanih grupa proizvođača od strane Ministarstva poljoprivrede Hrvatske. Mali poljoprivrednici sada mogu dobiti savjete profesionalnih agronoma, dodatnu obuku i pomoć pri distribuciji svojih proizvoda.

### ***3. Ana Grgurić- mlada poduzetnica iz Gospića, Hrvatska***

Ana Grgurić mlada je poduzetnica koja se nakon diplome na Tekstilno-tehnološkom fakultetu u Zagrebu odlučila vratiti u rodni Gospić i tamo pokrenuti vlastiti posao. Mlade žene iz Like, ruralne i nerazvijene regije Hrvatske, odmalena su otkrile svoj interes za modu i kreativni rad.

Nakon što je svoj hobi odlučila pretvoriti u posao, shvatila je da je Instagram najbolje mjesto za promociju svog rada. Na društvenim mrežama zapazilo ju je nekoliko

poznatih lica hrvatske mode što je Ani otvorilo velika vrata u svijetu mode te joj donijelo brojne ponude i poslovne suradnje.

Ana je tada bila uvjerenjena da će ostati živjeti i raditi u Zagrebu. Došla je zadnja godina fakulteta i shvatila je da je tempo života u Zagrebu guši. Voljela je Zagreb koji joj je puno dao, ali ipak nije mogla tamo živjeti. S diplomom modnog dizajnera odlučila se vratiti u Gospić i prijavila se na Hrvatski zavod za zapošljavanje, a prvi posao koji joj je ponuđen preko Zavoda bio je posao u mesnici. Ana, koja je vegetarijanka, to nije prihvatila. Odlučila je ne odustati od svojih snova i boriti se da radi ono što radi najbolje.

Ana se pridružila timu Raise Youth na putu pokretanja novog posla. Projekt RAISE Youth, koji se provodi u ruralnim područjima Hrvatske, Bugarske, Rumunjske i Španjolske, nezaposlenim mladim ljudima poput Ane pruža priliku da svladaju potrebne vještine i znanja kako bi osigurali održivo i kvalitetno (samo)zapošljavanje. Fokus projekta je na Ličko-senjskoj županiji s obzirom na najveću stopu nezaposlenosti, au Gospiću je otvoren RAISE centar.

Napokon je Ana napravila veliki korak i otvorila tvrtku [AnChic](#). Ona svoj posao može raditi gdje god hoće, a želi ga raditi u Gospiću. Nije planirala ići u inozemstvo, ali je zainteresirana za inozemnu suradnju. Poruka koju Ana šalje svima je da nikad ne treba odustajati od svojih snova, pogotovo dok si mlad. Ako postoji strast, bit će i resursa i uvijek trebamo držati svoju obitelj i ljude oko sebe koji vjeruju u nas.

Njemačka:

1. Stvorene od strane žena, za žene. FEMNA je start-up pod vodstvom žena koji preispituje zdravlje žena u Njemačkoj. Nude virtualni pristup dubinskoj

dijagnostici, edukaciji i savjetovanju, kao i integrativnim terapijskim rješenjima i kontinuiranoj podršci. Njihova vizija je omogućiti bolju kvalitetu života ženama s ponavljajućim zdravstvenim problemima.

2. Svaki dan se samo u zemljama njemačkog govornog područja konzumira 17 milijuna starosnih proizvoda. Šokantan broj njih završi u oceanu. Kako bi bilo sjajno da možemo spasiti oceane stvarno zdravim tamponima? Vlyd želi ovu viziju pretvoriti u stvarnost - oni razvijaju prvi tampon na svijetu napravljen od morskih algi - radikalno održiv, prihvatljiv za oceane i zdrav. Njihov cilj je stvoriti regenerativni "Algaeverse" - svemir održivih i zdravih proizvoda od algi čija proizvodnja čini dobro zemlji i oceanu umjesto da ih iskorištava.
3. Gunia Project je modni i dizajnerski brend izuzetnih stvari proizvedenih na temelju tradicionalne ukrajinske kulture. Svaka kolekcija ima jedinstvenu kombinaciju dizajnerskog razmišljanja i dubokog etnografskog istraživanja. Rezultat je spoj prekrasnih narodnih rukotvorina koji paze na detalje tradicionalne kulture i dizajnerskih rukotvorina savršeno prilagođenih svakodnevnom životu. Možete pronaći odjeću i predmete za interijer, uključujući staklo, keramiku, svijeće i elegantne svilene marame.

Italija:

Žene u ruralnim područjima Italije značajno doprinose lokalnom gospodarstvu kroz razne poduzetničke pothvate. Evo nekoliko općenitih primjera poduzeća koja žene mogu voditi u ruralnim područjima Italije:

### **1. Poljoprivredna poduzeća:**



- Žene u ruralnoj Italiji mogu posjedovati i upravljati poljoprivrednim poduzećima, uključujući vinograde, maslinike ili raznolika gospodarstva koja proizvode voće, povrće ili posebne usjeve.

## **2. Agroturizam i smještaj:**

- Poduzetnici, posebice žene, mogu osnovati agroturističke tvrtke ili smještaj poput seoskih pansiona s doručkom ili pansiona, pružajući turistima autentično ruralno iskustvo.

## **3. Zanatske i zanatske tvrtke:**

- Žene poduzetnice mogu se baviti tradicijskim obrtima, proizvodnjom ručno rađenog tekstila, keramike ili zanatskih prehrambenih proizvoda, čime doprinose očuvanju lokalne kulturne baštine.

## **4. Lokalne specijalizirane trgovine:**

- Žene u ruralnim područjima mogu voditi specijalizirane trgovine koje izlažu i prodaju lokalne proizvode, uključujući regionalnu hranu, rukotvorine ili jedinstvene predmete specifične za to područje.

## **5. Wellness i zdravstvene usluge:**

- Neke žene u ruralnoj Italiji mogu ponuditi wellness ili zdravstvene usluge, kao što su satovi joge, tretmani u toplicama ili biljni lijekovi, služeći se pojedincima koji traže holističko iskustvo dobrobiti.

## **6. Obrazovne inicijative:**

- Poduzetnici mogu pokrenuti obrazovne inicijative usmjerene na lokalne tradicije, održive poljoprivredne prakse ili zanatske vještine, nudeći radionice, obilaske ili programe obuke.

### **7. Planiranje događaja i catering:**

- Žene poduzetnice mogu voditi poslove planiranja događaja ili cateringa, organiziranja i cateringa za lokalne događaje, vjenčanja ili proslave.

### **8. Usluge u zajednici:**

- Pružanje osnovnih usluga zajednici, kao što su trgovine mješovitom robom, pekare ili lokalni kafići, može biti uobičajeni poslovni pothvat za žene u ruralnim područjima.

### **9. Ekološki prihvatljive inicijative:**

- Poduzetnici se mogu usredotočiti na ekološke inicijative, uključujući tvrtke koje promiču održivi život, recikliranje ili korištenje obnovljivih izvora energije.

### **10. Tehnologija i online pothvati:**

- Žene u ruralnim područjima mogu se baviti poslovima povezanim s tehnologijom, kao što su online prodaja lokalnih proizvoda, platforme za e-trgovinu ili usluge digitalnog marketinga.

## **2. Osnovni poduzetnički koncepti**

Povijest poduzetništva počinje u 16. stoljeću u Francuskoj, razdoblju u kojem su se "poduzetnici" nazivali pojedinci koji su bili uključeni u vođenje vojnih ekspedicija. Nakon 1700. godine pojam se diverzificira, a poduzetnik postaje netko tko upravlja cestama, šumama ili lukama.

Napredak u području poduzetništva duguje ekonomistu Josephu A. Schumpeteru i austrijskoj školi: "U poduzetništvu postoji razumijevanje koje imamo o određenom tipu ponašanja, koji uključuje inicijativu, organizaciju i reorganizaciju društvenog - ekonomski mehanizmi, prihvaćanje rizika i neuspjeha." Za Schumpetera, poduzetnik je osoba sposobna pretvoriti novu ideju u uspješnu inovaciju, ostvariti "nove kombinacije", kao što je uvođenje novih proizvoda ili procesa, identificiranje novih izvoznih tržišta ili resursa ili stvaranje novih vrsta organizacija. Stvorio je herojsku viziju poduzetnika kao nekoga motiviranog "snom i željom za uspostavljanjem privatnog kraljevstva", "željom za osvajanjem, impulsom za borbom, dokazivanjem nadmoći drugima" i "radošću stvaranja".

## 2.1 Poduzetničke vještine

Poduzetnik je pojedinac koji preuzima inicijativu za pokretanje i vođenje novog posla ili pothvata. Poduzetnike često karakterizira njihova spremnost na preuzimanje rizika, kreativnost i sposobnost prepoznavanja i kapitaliziranja prilika na tržištu. Imaju središnju ulogu u gospodarstvu pridonoseći inovacijama, otvaranju radnih mjesta i gospodarskom rastu. Poduzetnički uspjeh često se pripisuje kombinaciji vještina, načina razmišljanja i ponašanja.



Evo nekih bitnih **poduzetničkih vještina** :

- Kreativnost: Sposobnost razmišljanja izvan okvira, stvaranja inovativnih ideja i pronalaženja novih rješenja za probleme.
- Prilagodljivost: Poduzetnici se moraju prilagoditi promjenjivim tržišnim uvjetima, tehnološkom napretku i nepredviđenim izazovima.
- Spremnost na rizik: Spremnost na preuzimanje proračunatih rizika i sposobnost upravljanja i učenja iz neuspjeha presudni su za poduzetnički uspjeh.
- Donošenje odluka: Učinkovite vještine donošenja odluka bitne su jer se poduzetnici neprestano suočavaju s izborima koji mogu utjecati na njihovo poslovanje.
- Vodstvo: Poduzetnici moraju inspirirati i voditi svoj tim, dajući smjer, motivaciju i zajedničku viziju poslovanja.
- Vizionarsko razmišljanje: Sposobnost sagledavanja velike slike, postavljanja dugoročnih ciljeva i formuliranja strateške vizije poslovanja.

- Umrežavanje: Izgradnja i održavanje mreže kontakata, uključujući mentore, investitore i druge poduzetnike, može pružiti vrijednu podršku i prilike.
- Komunikacija: Snažne komunikacijske vještine ključne su za prenošenje ideja, pregovaranje i izgradnju odnosa s kupcima, zaposlenicima i dionicima.
- Financijska pismenost: Razumijevanje osnovnih financijskih koncepata, upravljanje proračunima i donošenje informiranih financijskih odluka ključni su za održivost poslovanja.
- Upravljanje vremenom: Poduzetnici često imaju više zadataka, stoga je učinkovito upravljanje vremenom ključno za određivanje prioriteta zadataka i maksimiziranje produktivnosti.
- Prodaja i marketing: Sposobnost promicanja i prodaje proizvoda ili usluga, razumijevanje tržišnih trendova i stvaranje učinkovitih marketinških strategija ključne su poduzetničke vještine.
- Usredotočenost na kupca: Određivanje prioriteta potrebama kupaca, razumijevanje njihovih preferencija i isporuka vrijednosti kupcima ključni su za dugoročni poslovni uspjeh.
- Otpornost: Sposobnost oporavka od neuspjeha, prilagođavanja izazovima i ustrajnosti u teškim vremenima ključna je za poduzetnički uspjeh.
- Vještine pregovaranja: Pregovaranje o poslovima, ugovorima i partnerstvima zahtijeva učinkovitu komunikaciju, rješavanje problema i postizanje kompromisa.
- Kontinuirano učenje: Spremnost na stjecanje novih znanja, praćenje trendova u industriji i prilagođavanje promjenama ključno je za dugoročni uspjeh u poduzetništvu.



Najvažnije *prednosti* pokretanja vlastitog posla su:

- Financijska neovisnost
- Sigurnost radnog mjesta
- Fleksibilnost
- Slika
- Nedostatak prethodnih grešaka
- Otvaranje radnih mjesta
- Samoispunjenje
- Socijalna odgovornost
- Kontrola sudbine
- Moć i utjecaj
- Izlazak iz rutine

Nedostaci pokretanja posla:

- Neizvjesnost prihoda
- Nepredvidivost gospodarskog okruženja
- Dugo vrijeme pokretanja

- Visok rizik od neuspjeha
- Nastali troškovi
- Produženo vrijeme za žetvu plodova - profit
- Birokratija
- Dugotrajni naponi
- Teret potpune odgovornosti
- Ugrožavanje vlastite karijere
- Utjecaj na zdravlje
- Pogoršanje obiteljskog života

Prije nego što odlučite uložiti svoje trenutne resurse u određeno područje, preporučujem da razmislite o nekoliko stvari. S određene točke gledišta, postoje samo dva smjera u životu: raditi za druge ili raditi za sebe, odnosno biti zaposlenik ili stvarati i kontinuirano razvijati vlastiti posao.

Obje opcije su jednako valjane, a samo o vama ovisi u kojem smjeru se osjećate povučeni, koliko ste voljni raditi, koliko su značajne odgovornosti koje želite preuzeti, koje interne resurse ste odlučili rasporediti te što i kako koliko želiš od ovog života.

Odlučite li se za vlastiti posao, pripremite se na naporan rad jer ćete raditi neumorno. Većina ljudi živi u iluziji da biti poslovna osoba znači samo ono što se vidi na televiziji: skupe kuće, luksuzne jahte, putovanja poslovnom klasom, odmori u egzotičnim zemljama, gadgeti, milijarde, kolekcionarski automobili itd.

Postoji i golema nevidljiva strana ledenog brijega, a ona ima ime: **RAD!**

Poduzetništvo je primarni posrednik promjene i smatra se organizacijskom orijentacijom koja ističe tri dimenzije:

- *Inovativnost* : Ovo se odnosi na stvaranje kreativnih rješenja za izazove s kojima se poduzeće suočava i rješavanje novih latentnih potreba kupaca.
- *Proračunato preuzimanje rizika* : uključuje spremnost da se značajni resursi dodijele projektima s vjerojatnošću neuspjeha koja se smatra razumnom, ali u isto vrijeme osigurava diverzifikaciju rizika.
- Glavni čimbenici koji utječu na poduzetničku aktivnost su:

*Unutarnji čimbenici* : Ovisе o veličini poduzeća, vrsti i prirodi aktivnosti, osobnosti i obuci poduzetnika, te razini obuke uključenih pojedinaca, kao i kulturi poduzeća. Ti čimbenici imaju mnogo veći utjecaj na uspješnost poduzeća.

*Vanjski čimbenici* : Ovisе o karakteristikama i funkcionalnosti ekonomskog sustava, ekonomskoj situaciji nacije i tržištu na kojem tvrtka posluje. Zbog svog olakšavajućeg ili otežavajućeg sadržaja ovi čimbenici mogu imati značajan utjecaj na poduzetničke inicijative. Jedan važan čimbenik koji uključuje i unutarnje i vanjske čimbenike je dionik.

Dionici uključuju unutarnje elemente (vlasnike, menadžere, zaposlenike, sindikate) i vanjske elemente (banke, dobavljače, kupce, javnu upravu). Dionici imaju značajan utjecaj na poduzetničke aktivnosti, no može se reći da je čimbenik s najvećim utjecajem poduzetnik sa svojim poduzetničkim duhom. Poduzetnik je katalizator koji pokreće poduzetničku aktivnost; bez njih su svi ostali čimbenici inertni iz poduzetničke perspektive.



## **Poduzetnički proces se odvija u 5 faza:**

### **1. Identifikacija prilike:**

Identificiranje prilika uključuje različite izvore, kao što je opisao Peter Drucker u svojoj temeljnoj knjizi "Inovacije i poduzetništvo". Ovi izvori uključuju događaje potaknute neočekivanim uspjehom/neuspjehom aktivnosti ili ideje; razlike između trenutne situacije i željenih rezultata; mogućnost dobivanja robe ili usluge brže, učinkovitije ili kvalitetnije; promjene u strukturi sektora ili tržišta u cjelini pod utjecajem različitih čimbenika; trendovi demografskih promjena; promjene u kupovnim i potrošačkim ponašanjima, životnom stilu i percepcijama na razini ciljne skupine; pojava novih znanja i tehnologija.

### **2. Motivacija poslovnog koncepta:**

Poslovni koncept mora se odnositi na postojeću potrebu i zadovoljiti sljedeće kriterije: jedinstvenost (razlika od sličnih), pokrivenost marketinškog miksa (adresiranje proizvoda/usluge i varijabli kao što su cijena, promocija, distribucija), izvedivost (razvoj u potrebnom roku), održivost (dovoljno dugo trajanje na tržištu nakon implementacije za generiranje ciljane dobiti).

### **3. Identifikacija potrebnih resursa:**

Glavne kategorije resursa uključuju poduzetnika (zdravlje, vrijeme, motivacija), radnu snagu, logistiku kanala distribucije, sirovine, financijska sredstva, lokacije, licence i patente, strojeve i opremu, društveni kapital (odnosi).

### **4. Pribavljanje i usklađivanje potrebnih sredstava:**

Temeljno pravilo uspješnog poslovanja je ne ulagati u dugotrajnu imovinu na početku kako biste ostali što je moguće fleksibilniji u odgovoru na maksimalnu razinu rizika na početku. Poduzetnici bi se trebali fokusirati na osiguravanje

sredstava za tekuće i dugoročne aktivnosti. Općenito, poduzetnici se za svoje nove poslovne ideje obraćaju četirima kategorijama financijera: obitelji, prijateljima, bankama i bespovratnim sredstvima, najaktuelnijim i najprofitabilnijim izvorom.

#### 5. Implementacija i upravljanje poslovanjem:

Što učinkovitije poduzetnik koristi raspoložive resurse za diferenciranje svoje tvrtke, to će biti zaštićeniji od napada konkurencije. Učinkovito upravljanje poslovanjem podrazumijeva korištenje dobivenih rezultata za razvoj poslovanja, diverzifikaciju, ulazak na nova tržišta, prodaju po povoljnoj cijeni ili pokretanje novog poduzetničkog ciklusa.

#### **Poduzetnik vs menadžer vs lider**

Pojam " *poduzetnik* " dolazi od francuskog " *entreprendre* ": poduzeti, uključiti se u stvaranje nečega, posvetiti se nečemu što ne postoji u tom obliku. Većinu vremena poduzetnik je sinonim za poslovnog dioničara (vlasnika).

Menadžer je dio top menadžmenta, ponekad *je* sinonim za dioničara, ali to nije pravilo. Poslovođa može biti zaposlenik kod poduzetnika. Menadžer je osoba koja ima znanje i talent potreban za profitabilno iskorištavanje ljudskih, financijskih i materijalnih resursa organizacije itd. Menadžer obavlja specifične aktivnosti u području koje odgovara profilu organizacije i hijerarhijskom položaju koji zauzima, imajući psihološke karakteristike nametnute njihovom osobnošću. Tako menadžer može biti uzor nekim zaposlenicima, usvaja vlastiti stil vođenja, razvija određenu menadžersku kulturu itd.

Vođa je karizmatična osoba koja ima sposobnost motiviranja osoblja i inspiriranja organizacije. U principu, oni su i dobar menadžer, ali ne nužno i dioničar posla.

John Miner identificira *četiri tipa poduzetnika* na temelju njihovih psiholoških karakteristika i znanja:

1. Osobni poduzetnik izvođač:

- Značajnu količinu vremena posvećuje poslu.
- Ima povjerenja u sebe.
- Uči što više o vlastitom poslu.
- Koristi tehnike planiranja.
- Brzo reagira na promjene u okolini.
- Ima jaku sposobnost rješavanja problema.
- Vrlo dobro podnosi krize.

2. Poduzetnik orijentiran na prodaju:

- Uvijek fokusiran na prodaju.
- Koncentrira se na ono što prodati i kako to prodati.
- Nikad ne odustaje od prodaje.
- Delegira tekuće poslovne operacije drugima.
- Značajan naglasak stavlja na ljudske odnose i timski rad.

3. Poduzetnik-menadžer:

- Posjeduje značajne menadžerske kvalitete i obuku.
- Vodi vlastite zaposlenike i nastoji razviti tvrtku značajne veličine.
- Dodjeljuje vrijeme i resurse kako bi uvjerio potencijalne klijente da kupe proizvode.

- Potiče zaposlenike na izgradnju i nastavak karijere unutar tvrtke.
- Naglašava uklanjanje kulturnih razlika među pojedincima i izgradnju specifične organizacijske kulture za tvrtku.

#### 4. Stručni poduzetnik, generator ideja:

- Posjeduje veliko znanje u određenom području da bi se mogao smatrati stručnjakom.
- Ima slobodu inoviranja i implementacije vlastitih ideja.
- obraća pozornost na privlačenje pojedinaca s komplementarnim kvalitetama kako bi finalizirali novu ideju.
- Energiju posvećuje dobivanju potpore za provedbu nove ideje.

### **Osnovni koraci u stvaranju i razvoju poduzeća**

#### *1. Identifikacija izvora poslovnih ideja :*

U početnoj fazi postoji ideja. Za dobru ideju bitni su originalnost i kreativnost.

Ako ideja uspješno prođe kroz sve faze poduzetničkog procesa, velike su šanse za uspjeh u njejoj realizaciji.

Dobra ideja nije dovoljna! Iako su sve ideje dobre, više od polovice novoosnovanih poduzeća propadne u prve 2 godine.

Najvažniji faktor je poslovna prilika, a zatim ideja.

#### *2. Identifikacija mogućnosti :*

Poduzetnička prilika je ideja koja se može pretvoriti u posao.

Trebao bi biti atraktivan, održiv, aktualan i uključivati proizvod ili uslugu koja stvara ili dodaje vrijednost kupcu ili krajnjem korisniku.

Proces izrade poslovnog plana i analize njegove izvedivosti usmjeren je na pretvaranje poslovne ideje u priliku.

Za razliku od ideje, prilika predstavlja priliku za rješavanje problema ili zadovoljenje potrebe tržišta u poduzetništvu. Ukratko, poslovna prilika = nezadovoljena tržišna potražnja.

### 3. *Razvoj ideje :*

Poslovni koncept predstavlja proizvod, uslugu ili čak sam proces, shvaćen u smislu poželjnog rješenja za zadovoljenje identificiranih tržišnih potreba - materijalizacija prilike. Ovaj koncept treba biti dobro osmišljen do detalja.

Poslovni koncept mora zadovoljiti nekoliko kriterija, uključujući jedinstvenost, strateške varijable (cijena, promocija, distribucija, lokacija), internu dosljednost, izvedivost i održivost.

### 4. *Ulazak u posao :*

Poduzetnici imaju dva glavna načina ulaska u posao: pokretanje vlastitog posla, kupnja (stjecanje) postojećeg posla ili franšiza.

Razmatranja prije ulaska u posao uključuju znanje/iskustvo u novoj poslovnoj aktivnosti, identificiranje ciljnih korisnika i kupaca, određivanje prikladne lokacije, razumijevanje tržišnih trendova, identificiranje dobavljača, strategije određivanja cijena, dopiranje do kupaca, procjenu potražnje proizvoda/usluge, analizu konkurenata, opravdanje odabir kupaca, procjena potreba za kapitalom, odabir odgovarajućeg pravnog oblika, prepoznavanje rizika itd.

Da bismo odgovorili na sva ova pitanja, potrebno je detaljno analizirati unutarnje i vanjsko okruženje.

Interno *okruženje* ili konkurentsko okruženje odnosi se na čimbenike koji izravno utječu na aktivnosti poduzeća i uključuje:

- Trenutačni i potencijalni konkurenti (novi sudionici) unutar strateškog industrijskog sektora s kojima poduzeće može imati suparničke ili suradničke odnose.

Svako poslovanje moguće je pravovremeno preoblikovati obraćanjem pažnje na konkurenciju, osiguravajući optimalan ishod u stvarnim tržišnim uvjetima. Na svakom tržištu djeluju tri kategorije konkurenata:

- Primarni konkurenti - djeluju u istoj industriji i zemljopisnom području kao ciljana tvrtka i izravno utječu na tvrtku.
- Sekundarni konkurenti - samo neizravno utječu na poduzeće, ali ih treba uzeti u obzir.
- Potencijalni konkurenti - podložni ulasku na lokalno ili regionalno tržište.
- Kupci s kojima poduzeće ima komercijalne odnose.

Poduzeće treba definirati tržišne niše – tržišne segmente kojima se obraća.

- Dobavljači s kojima tvrtka ima odnose snage, integracije ili partnerstva.

Dobavljače predstavljaju različiti gospodarski subjekti koji osiguravaju potrebne resurse materijala, opreme, usluga, informacija i radne snage za drugog gospodarskog subjekta.

- Zamjenski proizvodi, koji mogu imati različite oblike (zamjenski proizvodi/usluge koji u potpunosti ili djelomično zamjenjuju proizvod/uslugu koju nudi vaša tvrtka).

*Komponente vanjskog okruženja:*

- Političko-pravni čimbenici: Ovi čimbenici čine vanjsko političko-pravno-administrativno okruženje organizacije. Oni proizlaze iz cjelokupnog sustava odnosa koji se uspostavlja između političke moći, lokalne/regionalne/nacionalne uprave i poslovnog svijeta, posebice u području zakonodavstva i pravne regulative.
- Ekonomski čimbenici: Ovi čimbenici tvore ekonomsko okruženje u kojem organizacija djeluje. Među ostalim uključuju stopu gospodarskog rasta, saldo tekućeg računa, vanjski dug, ovisnost o izvozu, inflaciju, kamatne stope, odnose između štednje i investicija, vanjske odnose i BDP.
- Socio-kulturni čimbenici: Ovi čimbenici čine specifično okruženje (demo-psihološko-jezično, socio-kulturno okruženje) sastavljeno od individualnih i grupnih modela ponašanja koji odražavaju stavove, vrijednosti i navike. Društveno-kulturno okruženje najteže je opisati i kvantificirati jer ono odražava stavove, vrijednosti, uvjerenja, navike, tradiciju i norme razvijene unutar obitelji i tijekom života. Ljudski faktor prisutan je u različitim ulogama: kao zaposlenik, klijent i potrošač, dobavljač itd.
- Tehnološki čimbenici: U širem smislu pojma, tehnološki čimbenici čine kompetenciju makrookruženja koju predstavlja skup procesa kroz koje se bilo koja kombinacija resursa pretvara u svoje proizvode. Tehnološko okruženje sastoji se od svih elemenata koji odražavaju trenutno stanje tehničkih i tehnoloških znanja.

Ispitajmo poduzetničke vještine uspješne poduzetnice, fokusirajući se na primjer Arianne Huffington, suosnivačice i bivše glavne urednice The Huffington Posta. Evo nekih ključnih poduzetničkih vještina koje je pokazala Arianna Huffington:

1. **Vizionarsko vodstvo:** Huffington je pokazao vizionarsko vodstvo suosnivanjem The Huffington Posta, revolucionarne online platforme za vijesti koja je revolucionirala digitalno novinarstvo. Njezina je vizija bila stvoriti platformu koja će pružiti raznolik raspon glasova i perspektiva o važnim globalnim pitanjima.
2. **Inovativno razmišljanje:** Huffingtonovo inovativno razmišljanje odigralo je ključnu ulogu u uspjehu Huffington Posta. Rano je prepoznala potencijal digitalnih medija i iskoristila tehnologiju da poremeti tradicionalnu industriju vijesti. Platformina kombinacija izvornog izvješćivanja, agregiranog sadržaja i komentara koje su izradili korisnici bila je inovativna i ispred svog vremena.
3. **Otpornost i ustrajnost:** Huffington se suočila s brojnim izazovima i neuspjesima tijekom svog poduzetničkog putovanja, uključujući skepticizam tradicionalnih medija i financijske borbe u ranim danima Huffington Posta. Međutim, pokazala je otpornost izdržavši kroz nedaće i ostavši predana svojoj viziji.
4. **Učinkovita komunikacija:** Huffingtonove snažne komunikacijske vještine bile su ključne u izgradnji i promicanju brenda The Huffington Post. Bila je poznata po svojoj sposobnosti artikuliranja misije i vrijednosti platforme, uključivanja publike kroz privlačan sadržaj i njegovanja odnosa sa suradnicima i partnerima.
5. **Prilagodljivost:** Huffington je pokazao prilagodljivost razvijajući Huffington Post kako bi zadovoljio promjenjive zahtjeve tržišta i tehnološki napredak.



Pod njezinim vodstvom, platforma je proširila svoju pokrivenost na različite teme kao što su politika, zabava, stil života i dobrobit, odražavajući promjenjive interese potrošača.

6. **Umrežavanje i izgradnja odnosa:** Huffingtonova široka mreža kontakata i odnosa odigrala je značajnu ulogu u rastu i uspjehu The Huffington Posta. Iskoristila je svoje veze u medijima, politici i poslovanju kako bi privukla suradnike visokog profila, osigurala partnerstva i prikupila kapital za tvrtku.
7. **Empatija i emocionalna inteligencija:** Huffingtonov stil vođenja karakteriziraju empatija i emocionalna inteligencija. Dala je prioritet dobrobiti zaposlenika i ravnoteži između poslovnog i privatnog života, zalažući se za inicijative kao što su fleksibilni radni aranžmani i prakse svjesnosti. Ovaj fokus na holistički wellness pridonio je pozitivnoj kulturi tvrtke u The Huffington Postu.
8. **Donošenje strateških odluka:** Huffington je demonstrirao vještine donošenja strateških odluka vodeći Huffington Post kroz ključne prekretnice kao što su širenje na međunarodna tržišta, diverzifikacija tokova prihoda i naposljetku, njegova akvizicija od strane AOL-a. Njezina sposobnost donošenja dobrih strateških odluka pridonijela je rastu i uspjehu platforme.

Poduzetničke vještine Arianne Huffington, uključujući vizionarsko vodstvo, inovativno razmišljanje, otpornost, učinkovitu komunikaciju, prilagodljivost, umrežavanje, empatiju i strateško donošenje odluka, odigrale su ključnu ulogu u osnivanju i rastu The Huffington Posta, čineći je istaknutim primjerom uspješna žena poduzetnica.



## 2.2 Marketing i prodaja

Marketing i prodaja dvije su međusobno povezane funkcije unutar poduzeća koje rade zajedno kako bi privukle kupce, promovirale proizvode ili usluge i na kraju potaknule prihod. Iako dijele zajedničke ciljeve, svaka funkcija ima različite uloge i strategije.



Evo pregleda marketinga i prodaje:

**Marketing:**

Definicija: Marketing uključuje aktivnosti koje stvaraju, komuniciraju, isporučuju i razmjenjuju ponude koje imaju vrijednost za kupce, klijente, partnere i društvo u cjelini.

Ključni ciljevi:

Svijest o robnoj marki: Izgradnja i promicanje svijesti o robnoj marki kako bi se ciljna publika upoznala s proizvodima ili uslugama.

Stvaranje potencijalnih kupaca: Privlačenje potencijalnih kupaca i stvaranje interesa za ponudu.

Istraživanje tržišta: Razumijevanje potreba kupaca, preferencija i tržišnih trendova.

Stvaranje sadržaja: Razvijanje relevantnog i privlačnog sadržaja za prenošenje ponude vrijednosti.

Strategije i taktike:

Marketing sadržaja: Stvaranje i distribucija vrijednog sadržaja za privlačenje i angažiranje ciljane publike.

Marketing na društvenim mrežama: Iskorištavanje društvenih platformi za povezivanje s publikom i promicanje proizvoda ili usluga.

Marketing putem e-pošte: korištenje kampanja putem e-pošte za privlačenje potencijalnih kupaca i održavanje odnosa s klijentima.

SEO (Search Engine Optimization): Optimiziranje online sadržaja radi poboljšanja vidljivosti u rezultatima tražilice.

Metrika:

Dojmovi: Broj prikaza marketinškog sadržaja.

Angažman: interakcija s marketinškim materijalima, poput lajkova, dijeljenja i komentara.

Stope pretvorbe: Postotak potencijalnih kupaca koji postaju kupci.

**Prodajni:**

Definicija: Prodaja uključuje aktivnosti povezane s prodajom proizvoda ili usluga, uključujući traženje, doseganje i sklapanje poslova s kupcima.

Ključni ciljevi:

Ostvarivanje prihoda: Ispunjavanje prodajnih ciljeva i stvaranje prihoda za poslovanje.

Stjecanje kupaca: Identificiranje i stjecanje novih kupaca.

Izgradnja odnosa: Uspostavljanje i njegovanje odnosa s klijentima.

Zatvaranje poslova: Pretvaranje potencijalnih klijenata u kupce koji plaćaju.

Strategije i taktike:

Prospecting: Identificiranje potencijalnih kupaca koji odgovaraju profilu idealnog kupca.

Prodajne prezentacije: Demonstriranje vrijednosti proizvoda ili usluga potencijalnim kupcima.

Pregovaranje: Razgovaranje o uvjetima, rješavanje prigovora i postizanje obostrano korisnih sporazuma.

Zatvaranje: Završetak prodaje i dovršetak transakcije.

Metrika:

Prihod od prodaje: Ukupni prihod ostvaren od prodaje.

Stopa konverzije: Postotak potencijalnih kupaca koji rezultiraju prodajom.

Prosječna veličina posla: Prosječna vrijednost prodajnog posla.

Duljina prodajnog ciklusa: Vrijeme potrebno da se potencijalni kupac pretvori u kupca.

*Suradnja između marketinga i prodaje:*

### Poravnanje:

- **Komunikacija:** redovita komunikacija i suradnja između marketinških i prodajnih timova radi razmjene uvida i povratnih informacija.
- **Zajednički ciljevi:** Uspostavljanje zajedničkih ciljeva koji su u skladu s općim poslovnim ciljevima.

### Predaja potencijalnog klijenta:

- **Kvalifikacija:** marketinško kvalificiranje potencijalnih kupaca na temelju kriterija prije nego što ih prosljedite prodaji.
- **Petlja povratnih informacija:** prodaja daje povratne informacije o kvaliteti potencijalnih kupaca radi poboljšanja marketinških strategija.

### Putovanje korisnika:

- **Mapiranje:** zajedničko mapiranje korisnikovog putovanja od svijesti do konverzije.
- **Personalizacija:** prilagođavanje marketinških i prodajnih napora različitim fazama kupčevog putovanja.

### Tehnološka integracija:

- **CRM (Customer Relationship Management):** Korištenje CRM alata za besprijekorno praćenje i upravljanje interakcijama s klijentima.
- **Analitika:** Korištenje podataka i analitike za mjerenje učinkovitosti marketinških i prodajnih napora.

Ukratko, marketing se fokusira na stvaranje svijesti i interesa, dok se prodaja fokusira na pretvaranje tog interesa u prihod. Uspješne tvrtke prepoznaju međuovisnost ovih funkcija i potiču suradnju kako bi stvorile kohezivnu i učinkovitu strategiju za stjecanje i zadržavanje kupaca.

Većina tvrtki vodi svoje poslovanje u visokom riziku i s ograničenim mogućnostima predviđanja promjena u okruženju, novi konkurentski okvir karakteriziraju četiri glavne kategorije čimbenika: promjena, složenost, kaos i kontradikcija. Primarno pitanje je: Zašto će kupac kupovati od mene? Kupac će odabrati ponuđeni proizvod samo ako svojim karakteristikama najbolje odgovara njegovim zahtjevima.

Prodaja proizvoda/usluge bitan je aspekt svakog poslovanja. Prodaja znači prikupljanje prihoda, o čemu ovise sve ostale funkcije poduzeća, od proizvodnje do računovodstva. Prodaja se može odvijati različitim metodama: • Izravna prodaja – kroz izravnu interakciju s kupcem; • Prodaja putem drugih trgovačkih mreža; • Virtualna trgovina, itd.

Zapravo, prodaja predstavlja pokretačku snagu poslovanja, sposobnu pokrenuti malu tvrtku u veće razmjere. Bez prodaje svaki posao je u stečaju. Svaki privučeni financijski izvor vrlo je osjetljiv na poslovanje ako postoji zadovoljavajući ritam prodaje.

Prodaja je u osnovi usklađivanje specifičnih zahtjeva i potreba kupca te karakteristika ponuđenog proizvoda/usluge. Odluka kupca o kupnji temelji se na pogodnostima koje pruža kupnja proizvoda/usluge, a ne na karakteristikama proizvoda/usluge.

Obično kupac uspoređuje proizvode/usluge s onima konkurenata, uključujući pogodnosti koje nude. Usporedba se proteže na zamjenske proizvode/usluge. Da bi se ostvarila prodaja, ponuđeni proizvod/usluga mora pružiti više koristi od konkurenata ili zamjena.

Ako mala tvrtka ne može ostvariti dugoročne prednosti kroz niske cijene, mora pronaći konkurentsku prednost koja joj omogućuje prevladavanje početne faze i rast poslovanja. Konkurentsku prednost predstavljaju načini na koje se tržišna ponuda razlikuje od drugih (ističe).

Konkurentska prednost je odgovor na pitanje "Zašto će kupac kupovati od mene?"

Konkurentska prednost je rezultat:

- Analiza sličnih i zamjenskih proizvoda/usluga koji postoje na tržištu, ističući njihove prednosti i slabosti.
- Utvrđivanje zahtjeva ciljanog segmenta kupaca, kojima će pružiti zadovoljstvo;
- Definiranje karakteristika ponuđenog proizvoda/usluge pod inovativnim uvjetima koji najbolje zadovoljavaju zahtjeve ciljnog segmenta;
- Određivanje cijene za novu ponudu i njezina analiza u konkurentskim uvjetima, s obzirom na dugoročnu strategiju.

Marketinška strategija jedan je od najvažnijih aspekata procjene i planiranja poslovanja, čiji je cilj pokazati kako poslovanje zadovoljava potražnju i istaknuti stalnu prilagodljivost poduzeća tržišnim uvjetima.

Za novoosnovano poslovanje, marketinška strategija koja se najviše preporučuje je strategija prodora na tržište. Svaka strategija ima svoje ciljeve koji se odnose na imidž, komunikaciju ili opseg prodaje.

Strategija prodora na tržište uključuje donošenje razvojnih odluka unutar postojećih tržišta s trenutnim proizvodima. To se može postići razmatranjem faze razvoja tržišta i razine konkurentnosti. Ova strategija će dovesti do formiranja tržišnog udjela.

U osnovi, strategija prodora se ostvaruje kroz sljedeće metode:



- Privlačenje nepotrošača;
- Privlačenje kupaca iz konkurentskih poduzeća u istom segmentu (vidi primarne konkurente);
- Povećanje lojalnosti kupaca prema ponudi tvrtke kroz niže cijene.

Strategija pokrivanja tržišta uključuje nediferencirani marketinški pristup, barem u početnom razdoblju (prvih 6 mjeseci - 12 mjeseci), nudeći iste ponude svim ciljnim segmentima na koje se poslovanje fokusira, sa željom da se usluge kupuju masovno, kao homogena 'cjelina', bez oštre konkurencije i niskih troškova. Dugoročno (više od godinu dana), od tvrtke se očekuje da prilagodi svoju strategiju na temelju početnih rezultata i zabilježenih zahtjeva, usvajajući koncentrirani marketinški pristup.

Diferencirani marketing uključuje pokretanje više tržišnih ponuda za određene segmente jer ima za cilj obratiti se svima kroz marketinški miks prilagođen za svakoga.

Iz perspektive kupca, *marketinški miks* predstavlja ponudu tvrtke:

1. Proizvod – ponuđena usluga;
2. Cijena – koliko će kupac platiti za ponuđene usluge/proizvode;
3. Promocija – kako će se privući kupci;
4. Plasman – kako će se proizvodi/usluge približiti potencijalnim kupcima.

*Politika proizvoda* : Politika proizvoda uključuje pojedinosti o svim proizvodima i uslugama - područjima djelatnosti tvrtke na temelju sljedećih kriterija:

- Ime
- Tehnologija
- Korisnost
- Ambalaža
- Boja
- Veličina
- Prednosti za kupce
- ... itd.

Opis proizvoda/usluga može se prikazati u tabličnom obliku. Također se može provesti klasifikacija na temelju udjela prometa i profitabilnosti svakog od njih.

*Politika cijena* : Politika cijena može biti diferencirana ili nediferencirana marketinška strategija koja se temelji na različitim aspektima kao što su sezonalnost, geografski položaj, tržišni segmenti, kupovna moć, broj, učestalost itd.

Strategija diferenciranih cijena uključuje lansiranje više tržišnih ponuda jer tržišni segment nije dovoljno homogen. Cilj nije ostvarivanje kratkoročne dobiti već osvajanje većeg udjela na tržištu. U tom je slučaju naznačeno korištenje usporedivih cijena.

Usporedne cijene najbolja su opcija kada tvrtka nije tržišni lider, ali još uvijek ima tržišni udio u svom području djelovanja. Strategija visokih cijena najbolja je opcija kada se tvrtka ističe kvalitetom i jedinstvenošću svojih usluga, povećavajući spremnost kupaca da plate više cijene za usluge/proizvode koji ih posebno zanimaju.

Dvije kategorije čimbenika utječu na određivanje cijene:

- Interni čimbenici: trošak same usluge i profitna marža kojoj teži tvrtka.
- Vanjski čimbenici: relativno velika potražnja za takvim uslugama na tržištu, povezani troškovi, velika konkurencija posljednjih godina, cijene koje su korisnici spremni prihvatiti, cijene koje prakticiraju konkurenti, kao i prognoze za sljedeću godinu u vezi kretanja cijena na tržištu, itd.

Prilagodbe cijena mogu se izvršiti kako bi se potaknula prodaja na temelju postojećeg konteksta u bilo kojem trenutku, kao što je ponuda popusta, korištenje diferenciranih cijena za proizvode i usluge, primjena psihološkog određivanja cijena za poticanje namjere kupnje, promotivne cijene, cijene orijentirane na vrijednost, geografski određivanje cijena (prema udaljenosti od lokacije kupca), uvođenje proširenih sustava plaćanja, plaćanje unaprijed itd.

*Politika promicanja* : Imati konkurentan proizvod ili uslugu i ne promovirati ga jednako je nepostojanju u današnjem konkurentnom gospodarskom okruženju, a ponekad čak i postojanju poduzeća.

Sredstva komunikacije s kupcima uključuju:

- Oglašavanje: web stranica, drugi društveni mediji, svjetleći natpis, prezentacijske mape, opis tvrtke, posjetnice, memorandumi, katalogi itd.
- Izravni marketing: upravljanje bazom podataka trenutnih i potencijalnih kupaca (CRM, ERP, BI), s ciljevima kao što su generiranje narudžbi, prijenos informacija, prikupljanje sredstava, prodaja usluga itd.

- Odnosi s javnošću: prisutnost na seminarima, konferencijama, sajmovima, tribinama, aktivnosti društvene odgovornosti, lobiranje, članci u specijaliziranim medijima.
- Promicanje prodaje: akcije sniženja cijena, kuponi, popusti, bonusi, ponude poklona, nagradne igre, ostale ponude, online i tiskani katalogi, slanje ponuda/kataloga poštom.
- Prodajna snaga: izravan kontakt s kupcima, stvaranje dobrog dojma, kako bi njihove preporuke privukle nove kupce (e-mail, telefon, sastanci licem u lice). Taj kontakt mora biti kontinuiran – odnosi s kupcima.

*Politika plasmana (distribucija):* Plasman postaje mjesto gdje klijenti mogu pronaći tvrtku, i implicitno, mjesto gdje se odvija prodaja usluga, što znači "lokacija kupca", a ne lokacija poslovanja.

Kanali distribucije su putevi kojima tvrtka može informirati potencijalne kupce, a kupci zauzvrat imaju priliku reagirati i kupiti usluge. Odrednica u upravljanju kanalima distribucije je njihova duljina. Što su kanali distribucije duži, to je više posrednika uključeno duž rute. Budući da bi kupac u idealnom slučaju trebao dobiti istu stopu putem bilo kojeg kanala iz kojeg pokušava kupiti, cijene koje postavlja tvrtka moraju biti neizravno proporcionalne duljini distribucijskog kanala.

Za start-up je najprikladnija strategija jedinstvenog izravnog kanala zbog niskih troškova i detaljnog poznavanja poslovanja. Može se ostvariti na sljedeći način:

- Interne službene prezentacije (uključujući periodična ažuriranja web stranice);
- Preporuke postojećih kupaca;

- Kontaktiranje potencijalnih kupaca i predlaganje povoljnih ponuda.

*Ostali elementi marketinške strategije* : Preporučuje se da prodajno osoblje bude kvalificirano ili ima minimalnu razinu prodajnog iskustva. Ako to uključuje previsoke troškove, razmislite o obuci prodajnih agenata.

Svaka marketinška strategija trebala bi imati dodijeljen godišnji proračun i raspored.

Procjena troškova strategije promocije ne smije se temeljiti na principu "koliko si trenutno možemo priuštiti" bez utvrđivanja marketinške strategije ili konkretnih, učinkovitih pristupa i sredstava.

Predložena marketinška strategija trajat će 12 mjeseci. Evaluacija rezultata provodit će se svakih 6 mjeseci. Na kraju će se donijeti zaključak hoće li se strategija zadržati, modificirati ili zamijeniti.

Ispod je primjer nacrt marketinškog plana za izmišljenu tvrtku, "ABC Tech Solutions", koja nudi softverska rješenja za male tvrtke:



## Marketinški plan ABC Tech Solutions

### Izvršni sažetak:

- Kratak pregled ABC Tech Solutions i njegovih ciljeva.
- Sažetak ključnih marketinških strategija i inicijativa navedenih u planu.

### 1. Analiza situacije:

- Pregled tržišta:
  - Veličina i trendovi rasta tržišta softvera za mala poduzeća.
  - Ključni konkurenti i njihov tržišni udio.
- Analiza tvrtke:
  - Snage, slabosti, prilike i prijetnje (SWOT analiza) ABC Tech Solutionsa.
  - Jedinstveni prodajni prijedlog (USP) i konkurentske prednosti.

## 2. Ciljano tržište:

- Definicija ciljnih segmenata kupaca (npr. mala poduzeća u raznim industrijama).
- Demografija kupaca, psihografika i ponašanje.
- Identifikacija primarnih i sekundarnih ciljnih tržišta.

## 3. Marketinški ciljevi:

- Specifični, mjerljivi, ostvarivi, relevantni i vremenski ograničeni (SMART) ciljevi koji se odnose na prodaju, svijest o robnoj marki, stjecanje i zadržavanje kupaca.

## 4. Marketinške strategije:

- Strategija proizvoda:
  - Pregled ponude proizvoda i značajki tvrtke ABC Tech Solutions.
  - Strategija pozicioniranja za razlikovanje od konkurenata.
- Strategija cijena:
  - Modeli određivanja cijena (npr. na temelju pretplate, višestruko određivanje cijena).
  - Strategija određivanja cijena u odnosu na konkurente i percipiranu vrijednost.
- Strategija distribucije:
  - Kanali distribucije (npr. izravna prodaja, online prodaja, partnerstva).
  - Zemljopisna pokrivenost i planovi širenja.

- Promotivna strategija:
  - Integrirani plan marketinških komunikacija:
    - Oglašavanje (online, tisak, društveni mediji).
    - Odnosi s javnošću i odnosi s medijima.
    - Sadržajni marketing (blog, whitepaper, studije slučaja).
    - Marketing na društvenim mrežama (platforme, strategija sadržaja).
    - E-mail marketinške kampanje.
    - Događanja i sponzorstva.
- Strategija digitalnog marketinga:
  - Strategija optimizacije za tražilice (SEO).
  - Plaćanje po kliku (PPC) reklamne kampanje.
  - Oglašavanje na društvenim mrežama (ciljanje, raspodjela proračuna).
  - Optimizacija web stranica i poboljšanja korisničkog iskustva (UX).
- Strategija upravljanja odnosima s kupcima (CRM):
  - Proces uključivanja korisnika.
  - Podrška korisnicima i inicijative za zadržavanje.
  - Programi vjernosti i poticaji za preporuke.

## **5. Plan provedbe:**



- Vremenski okvir i prekretnice za provođenje marketinških strategija i inicijativa.
- Raspodjela resursa (proračun, osoblje, tehnologija).
- Odgovornosti i odgovornosti za svakog člana tima.
- Planovi za nepredviđene situacije za potencijalne izazove ili prepreke.

## **6. Praćenje i mjerenje:**

- Ključni pokazatelji uspješnosti (KPI) za praćenje učinkovitosti marketinških napora:
  - Prodajna metrika (prihod, stope konverzije, trošak akvizicije kupaca).
  - Mjerni podaci o svijesti o robnoj marki (promet na web stranici, angažman na društvenim mrežama, spominjanje marke).
  - Mjerni podaci o zadovoljstvu i zadržavanju korisnika (životna vrijednost korisnika, stopa odljeva).
- Alati i metode za prikupljanje podataka, analizu i izvješćivanje (analitičke platforme, ankete, povratni mehanizmi).
- Redoviti pregled i prilagodba marketinških strategija na temelju metrike učinka i dinamike tržišta.

## **7. Proračun:**

- Detaljna raščlamba raspodjele marketinškog proračuna po različitim kanalima i aktivnostima.
- Obrazloženje odluka o proračunu na temelju očekivanog povrata ulaganja i strateških prioriteta.

## 8. Zaključak:

- Sažetak ključnih zaključaka i preporuka za dalje.
- Posvećenost stalnoj evaluaciji i optimizaciji marketinškog plana.

Ovaj marketinški plan pruža sveobuhvatan okvir za ABC Tech Solutions za učinkovito dosezanje i angažiranje svoje ciljane publike, poticanje prodaje i izgradnju vrijednosti robne marke na konkurentnom tržištu softvera za mala poduzeća. Služi kao putokaz za usklađivanje marketinških napora s poslovnim ciljevima i maksimiziranje povrata ulaganja od marketinških aktivnosti.

Razmotrimo stvarnu tvrtku u poljoprivredi, kao što je "Monsanto" (sada dio Bayer Crop Science), koja se fokusira na pružanje poljoprivrednih proizvoda i rješenja poljoprivrednicima diljem svijeta. Evo primjera nacрта marketinškog plana za Monsanto:

### **Monsantov marketinški plan**

#### **Izvršni sažetak:**

- Monsanto ima za cilj povećati prodor na tržište i svijest o robnoj marki svojih poljoprivrednih proizvoda i rješenja kroz ciljane marketinške strategije i inicijative.

#### **1. Marketinški ciljevi:**

- Povećati tržišni udio u ključnim poljoprivrednim regijama za 20%.

- Povećajte prepoznatljivost robne marke i percepciju među poljoprivrednicima i poljoprivrednim dionicima.
- Obrazovati poljoprivrednike o prednostima i ponudi Monsantoovih proizvoda i tehnologija.

## **2. Ciljano tržište:**

- Segment farmera:
  - Mali, srednji i veliki poljoprivrednici u različitim vrstama usjeva (npr. kukuruz, soja, pamuk).
  - Demografija: vlasnici farmi, operateri i poljoprivredni stručnjaci.
- Geografski fokus:
  - Ključne poljoprivredne regije s visokom proizvodnjom usjeva i potražnjom za poljoprivrednim inputima i tehnologijama.

## **3. Portfelj proizvoda:**

- Portfelj sjemena:
  - Genetski modificirano (GM) sjeme sa svojstvima poboljšanog prinosa, otpornosti na štetočine i otpornosti na sušu.
  - Konvencionalno i hibridno sjeme za razne usjeve, uključujući kukuruz, soju i povrće.
- Zaštita usjeva:
  - Herbicidi, insekticidi i fungicidi za suzbijanje korova, suzbijanje štetnika i prevenciju bolesti.
- Rješenja za digitalnu poljoprivredu:

- Tehnologije precizne poljoprivrede za donošenje odluka na temelju podataka, praćenje polja i optimizaciju prinosa.

#### **4. Marketinške strategije:**

- Pozicioniranje proizvoda:
  - Pozicionirajte Monsanto kao lidera u poljoprivrednim inovacijama i održivosti.
  - Naglasite prednosti Monsantoovih proizvoda u poboljšanju produktivnosti farme, profitabilnosti i zaštite okoliša.
- Svijest o robnoj marki:
  - Višekanalne reklamne kampanje usmjerene na poljoprivrednike, agronome i poljoprivredne utjecajne osobe.
  - Sponzorstvo poljoprivrednih događaja, sajмова i industrijskih konferencija.
- Mislio vodstvo:
  - Inicijative za marketing sadržaja, uključujući blogove, članke i istraživačke radove o poljoprivrednim trendovima i najboljim praksama.
  - Suradnja s poljoprivrednim stručnjacima, sveučilištima i istraživačkim institucijama radi razmjene uvida i stručnosti.
- Angažman korisnika:

- Interaktivne digitalne platforme za poljoprivrednike za pristup informacijama o proizvodima, agronomskim savjetima i resursima podrške.
- Programi vjernosti kupaca i nagrade za ponovljene kupnje i preporuke.
- Partnerstva:
  - Suradnja s poljoprivrednim zadrugama, zastupnicima i distribucijskim kanalima kako bi se doprlo do poljoprivrednika u udaljenim i nedovoljno opskrbljenim područjima.
  - Strateški savezi sa tvrtkama za proizvodnju sjemena, dobavljačima tehnologije i proizvođačima poljoprivredne opreme za ponudu integriranih rješenja.

## **5. Marketinški kanali:**

- Digitalni marketing:
  - Optimizacija web stranica za vidljivost na tražilicama i korisničko iskustvo.
  - Marketinške kampanje na društvenim mrežama na platformama koje posjećuju poljoprivrednici (npr. Facebook, Twitter, LinkedIn).
  - E-mail bilteni, webinar i online vodiči za obrazovanje i angažman poljoprivrednika.
- Tradicionalni marketing:
  - Tiskajte oglase u poljoprivrednim publikacijama i stručnim časopisima.
  - Radijski spotovi i sponzorstva na seoskim radio postajama.

- Kampanje izravne pošte usmjerene na poljoprivrednike i poljoprivredne dionike.
- Terenski marketing:
  - Demonstracije na farmi, dani polja i ispitivanja proizvoda kako bi se predstavili Monsantoovi proizvodi na djelu.
  - Mobilne marketinške jedinice za ruralni doseg i angažman zajednice u poljoprivrednim zajednicama.

## **6. Marketinški proračun:**

- Raspodjela marketinškog proračuna na različite kanale i aktivnosti, na temelju strateških prioriteta i očekivanog povrata ulaganja.
- Redoviti pregled i prilagodba raspodjele proračuna kako bi se optimizirala marketinška izvedba i maksimizirao učinak.

## **7. Mjerenje i evaluacija:**

- Ključni pokazatelji uspješnosti (KPI):
  - Rast tržišnog udjela u ciljanim regijama i segmentima usjeva.
  - Mjerni podaci o svijesti o robnoj marki, uključujući ankete o prisjećanju robne marke i percepciji robne marke.
  - Mjerni podaci o angažmanu korisnika, kao što su promet na web stranici, angažman na društvenim mrežama i stope otvaranja e-pošte.
- Alati:
  - Marketinške analitičke platforme za praćenje izvedbe kampanje, demografskih podataka publike i metrike konverzije.

- Studije istraživanja tržišta, fokusne grupe i ankete o povratnim informacijama kupaca za kontinuirano poboljšanje i optimizaciju.

Ovaj marketinški plan daje Monsanto strateški okvir za dosezanje i angažiranje svoje ciljne publike, povećanje prodaje i povećanje lojalnosti brendu u konkurentnoj poljoprivrednoj industriji. Usklađuje marketinške napore s poslovnim ciljevima i tržišnom dinamikom kako bi se maksimizirao utjecaj tvrtke i ponuda vrijednosti za poljoprivrednike diljem svijeta.

Ispod je primjer nacрта plana prodaje za izmišljenu tvrtku, "XYZ Furniture Store", koja je specijalizirana za prodaju namještaja i dekora za dom:

## **Plan prodaje prodavaonice namještaja XYZ**

### **Izvršni sažetak:**

- Kratak pregled XYZ Furniture Store i njegovih prodajnih ciljeva.
- Sažetak ključnih prodajnih strategija i inicijativa navedenih u planu.

### **1. Prodajni ciljevi:**

- Specifični, mjerljivi, dostižni, relevantni i vremenski ograničeni (SMART) ciljevi koji se odnose na ciljeve prihoda, stjecanje kupaca, tržišni udio i zadovoljstvo korisnika.

### **2. Struktura prodajnog tima:**

- Pregled organizacijske strukture i uloga prodajnog tima.
- Broj prodajnih predstavnika, menadžera i pomoćnog osoblja.
- Područja ili tržišni segmenti dodijeljeni svakom prodavaču.

### **3. Ciljano tržište:**

- Definicija ciljnih segmenata kupaca (npr. vlasnici kuća, dizajneri interijera, investitori).
- Demografija kupaca, psihografika i ponašanje pri kupnji.
- Identifikacija primarnih i sekundarnih ciljnih tržišta.

### **4. Prodajne strategije:**

- Strategija traženja:
  - Metode stvaranja potencijalnih klijenata (npr. ulazni marketing, odlazni pozivi, mrežni događaji).
  - Kvalifikacijski kriteriji za identifikaciju potencijalnih kupaca.
- Prodajna prezentacija:
  - Pregled ponude proizvoda i vrijednosnih ponuda XYZ Furniture Store.
  - Prodajne skripte, prezentacije i demonstracije za izlaganje proizvoda.
- Izgradnja odnosa:
  - Strategija upravljanja odnosima s kupcima (CRM).
  - Praćenje postupaka i njegovanje kampanja za održavanje angažmana s izgledima i kupcima.
- Strategija kanala prodaje:



- Kanali distribucije (npr. prodaja u izložbenom prostoru, online prodaja, partnerstvo s tvrtkama za dizajn interijera).
- Zemljopisna pokrivenost i planovi širenja.
- Dodatna prodaja i veća prodaja:
  - Strategije za povećanje prosječne vrijednosti narudžbe i dugotrajne vrijednosti kupca kroz dodatne ponude proizvoda i komplementarne usluge.
- Zadržavanje kupaca:
  - Inicijative za zadržavanje kupaca (npr. programi vjernosti, personalizirane ponude, praćenje nakon kupnje).
  - Mehanizmi povratnih informacija kupaca i strategije za rješavanje problema ili pritužbi kupaca.

## **5. Prodajni proces:**

- Korak po korak pregled procesa prodaje, od stvaranja potencijalnih kupaca do zatvaranja prodaje:
  - Početni kontakt i kvalifikacija.
  - Procjena potreba i prezentacija rješenja.
  - Pregovaranje i rješavanje prigovora.
  - Zatvaranje prodaje i praćenje nakon prodaje.
- Upravljanje prodajnim kanalom:
  - Faze planiranja i kriteriji za kretanje potencijalnih kupaca kroz prodajni lijevak.

- Alati za predviđanje i praćenje prodaje (npr. CRM softver).

## **6. Trening i razvoj prodaje:**

- Programi obuke za prodajne predstavnike za poboljšanje znanja o proizvodima, prodajnih vještina i upravljanja odnosima s kupcima.
- Kontinuirano podučavanje i mentorstvo za podršku stalnom poboljšanju i razvoju vještina.

## **7. Mjerenje uspješnosti prodaje:**

- Ključni pokazatelji uspješnosti (KPI) za praćenje učinkovitosti prodajnih napora:
  - Prihod od prodaje i metrika profitabilnosti (npr. mjesečni ciljevi prodaje, bruto marža).
  - Mjerni podaci o akviziciji kupaca (npr. stope konverzije, cijena po akviziciji).
  - Mjerila produktivnosti prodaje (npr. prosječna veličina posla, duljina prodajnog ciklusa).
- Alati i metode za prikupljanje podataka, analizu i izvješćivanje (npr. izvješća o prodaji, nadzorne ploče, pregledi učinka).

## **8. Prodajni poticaji i naknade:**

- Programi poticaja za motiviranje i nagrađivanje uspješnosti prodaje (npr. struktura provizija, bonusi, programi priznanja).
- Pošteni i transparentni planovi naknada usklađeni s prodajnim ciljevima i ciljevima tvrtke.

## 9. Prodajna tehnologija i alati:

- Alati za omogućavanje prodaje (npr. CRM softver, alati za automatizaciju prodaje, baze podataka za traženje potencijalnih kupaca).
- Tehnološka infrastruktura za podršku daljinskim prodajnim aktivnostima i virtualnim interakcijama s kupcima.

## 10. Proračun:

- Detaljna raščlamba raspodjele proračuna za prodaju kroz različite aktivnosti i inicijative.
- Obrazloženje odluka o proračunu na temelju očekivanog povrata ulaganja i strateških prioriteta.

## 11. Zaključak:

- Sažetak ključnih zaključaka i preporuka za provedbu plana prodaje.
- Posvećenost stalnoj evaluaciji i optimizaciji prodajnih strategija za postizanje poslovnih ciljeva.

Ovaj prodajni plan pruža sveobuhvatan okvir za XYZ Furniture Store za poticanje rasta prihoda, stjecanje i zadržavanje kupaca i optimiziranje prodajnog učinka. Služi kao putokaz za usklađivanje prodajnih napora s poslovnim ciljevima i maksimiziranje povrata ulaganja iz prodajnih aktivnosti.

Razmotrimo stvarnu tvrtku usmjerenu na poljoprivredu, kao što je "John Deere", vodeći proizvođač poljoprivrednih strojeva i opreme. Evo primjera plana prodaje za John Deere:

## **Plan prodaje John Deerea**

### **Izvršni sažetak:**

- John Deere ima za cilj povećati prodaju poljoprivredne opreme i rješenja za 15% u sljedećoj fiskalnoj godini kroz ciljane prodajne strategije i inicijative.

### **1. Prodajni ciljevi:**

- Povećati prihode od prodaje poljoprivrednih strojeva i opreme za 15% u odnosu na prethodnu fiskalnu godinu.
- Proširite tržišni udio u ključnim geografskim regijama i segmentima, uključujući male, srednje i velike farme.
- Ostvarite ocjenu zadovoljstva kupaca od 90% ili više.

### **2. Struktura prodajnog tima:**

- Sastav prodajnog tima:
  - 100 prodajnih predstavnika specijaliziranih za različite linije proizvoda (traktori, kombajni, kombajni, itd.).
  - Regionalni menadžeri prodaje nadgledaju prodajne timove na svakom teritoriju.
- Raspodjela teritorija:

- Prodajna područja temeljena na geografskim regijama i segmentima kupaca (npr. vrsta usjeva, veličina farme).

### **3. Ciljano tržište:**

- Segment poljoprivrede:
  - Mali, srednji i veliki poljoprivrednici.
  - Demografija: vlasnici farmi, operateri i poljoprivredne zadruge.
- Geografski fokus:
  - Ključne poljoprivredne regije s visokom proizvodnjom usjeva i potražnjom za poljoprivrednim strojevima (npr. regija srednjeg zapada u Sjedinjenim Državama, regija Punjab u Indiji).

### **4. Prodajne strategije:**

- Razlikovanje proizvoda:
  - Istaknite performanse, pouzdanost i tehnološke značajke poljoprivredne opreme John Deere.
  - Naglasite prednosti rješenja za preciznu poljoprivredu za optimizaciju prinosa i učinkovitosti.
- Izgradnja odnosa:
  - Izgradite i održavajte čvrste odnose sa zastupstvima, distributerima i trgovcima poljoprivrednom opremom.
  - Omogućite obuku i podršku zastupnicima u poznavanju proizvoda, tehnikama prodaje i korisničkoj službi.
- Obrazovanje kupaca:

- Provedite edukativne seminare, terenske demonstracije i radionice kako biste predstavili John Deere proizvode i tehnologije.
- Ponudite online resurse, webinare i materijale za obuku poljoprivrednika o najboljim praksama u poljoprivredi i radu opreme.
- **Mogućnosti financiranja:**
  - Ponudite fleksibilna financijska rješenja i programe leasinga kako biste opremu John Deere učinili dostupnijom poljoprivrednicima.
  - Udružite se s financijskim institucijama kako biste osigurali konkurentne kamatne stope i povoljne uvjete za kupnju opreme.
- **Podrška nakon prodaje:**
  - Pružite sveobuhvatnu podršku nakon prodaje, uključujući usluge održavanja, dostupnost rezervnih dijelova i tehničku pomoć.
  - Implementirajte mehanizme povratnih informacija kupaca kako biste kontinuirano poboljšavali kvalitetu proizvoda i pružanje usluga.

## **5. Prodajni proces:**

- **Početni kontakt:**
  - Stvaranje potencijalnih kupaca putem preporuka zastupstva, direktnih marketinških kampanja i industrijskih događaja.
  - Kvalifikacija potencijalnih klijenata na temelju poljoprivrednih operacija, potreba za opremom i razmatranja proračuna.
- **Procjena potreba:**

- Konzultacije na licu mjesta i posjeti farmi radi procjene zahtjeva opreme, uvjeta terena i sustava uzgoja usjeva.
- Suradnja s agronomima i poljoprivrednim inženjerima za pružanje prilagođenih rješenja za svaku operaciju na farmi.
- Prijedlog i pregovori:
  - Predstavljanje prilagođenih paketa opreme, uključujući specifikacije, cijene i mogućnosti financiranja.
  - Pregovori o uvjetima, dogovorima o zamjeni i rasporedima isporuke.
- Zatvaranje prodaje:
  - Završetak kupoprodajnih ugovora i financijskih aranžmana.
  - Koordinacija isporuke opreme, instalacije i obuke za operatere na farmi.

## **6. Mjerenje uspješnosti prodaje:**

- Ključni pokazatelji uspješnosti (KPI):
  - Mjesečni prihod od prodaje i obujam jedinične prodaje za različite linije proizvoda i regije.
  - Ocjene zadovoljstva kupaca temeljene na anketama i povratnim informacijama nakon prodaje.
  - Mjerni podaci o uspješnosti trgovaca, uključujući promet zaliha, tržišni udio i stope zadržavanja kupaca.
- Alati:

- CRM softver za upravljanje odnosima s kupcima, praćenje prodajnih aktivnosti i analizu podataka o prodaji.
- Prodajne nadzorne ploče i alati za izvješćivanje za praćenje učinka i prepoznavanje prilika za rast.



Ovaj prodajni plan osigurava John Deereu strukturirani pristup postizanju njegovih prodajnih ciljeva, širenju svoje prisutnosti na tržištu i pružanju vrijednosti poljoprivrednicima kroz inovativnu poljoprivrednu opremu i rješenja.

## 2.3 Analiza tržišta

Analiza tržišta je sveobuhvatan proces koji uključuje procjenu različitih čimbenika povezanih s određenim tržištem ili industrijom. Svrha analize tržišta je steći dublje razumijevanje tržišne dinamike, trendova, prilika i izazova.





Provođenje učinkovite analize tržišta ključno je za uspjeh vašeg poslovanja. Evo vodiča korak po korak o tome kako izvesti učinkovitu analizu tržišta:

### 1. Definirajte svoje ciljeve:

- Jasno ocrtajte ciljeve svoje analize tržišta. Ulazite li na novo tržište, lansirate novi proizvod ili procjenjujete postojeće tržišne uvjete?

### 2. Odredite svoje ciljno tržište:

- Jasno definirajte demografske, geografske, psihografske i bihevioralne karakteristike svojih ciljanih kupaca. Shvatite tko su vaši idealni kupci.

### 3. Prikupite podatke o tržištu:

- Prikupite i primarne i sekundarne podatke. Primarni podaci uključuju provođenje anketa, intervjua ili fokus grupa. Sekundarni podaci uključuju postojeće istraživanje tržišta, industrijska izvješća i vladine publikacije.

### 4. Analizirajte trendove u industriji:

- Istražite i analizirajte trenutne trendove u svojoj industriji. Ostanite informirani o tehnološkom napretku, preferencijama potrošača i svim drugim relevantnim razvojemima.

#### **5. Analiza konkurencije:**

- Identificirajte svoje izravne i neizravne konkurente. Analizirajte njihove prednosti, slabosti, tržišni udio, strategije cijena i bazu kupaca. Shvatite što izdvaja vaše poslovanje.

#### **6. SWOT analiza:**

- Provedite SWOT analizu (snage, slabosti, mogućnosti, prijetnje) za vaše poslovanje. Procijenite unutarnje čimbenike kao što su vaš tim, resursi i sposobnosti, kao i vanjske čimbenike koji utječu na vaše poslovanje.

#### **7. Ocijenite regulatorno okruženje:**

- Razumijete sve propise, industrijske standarde ili zakonska ograničenja koja mogu utjecati na vaše poslovanje. Ovo je ključno za usklađenost i upravljanje rizikom.

#### **8. Procijenite veličinu i rast tržišta:**

- Odredite trenutnu veličinu tržišta i njegov potencijal za rast. Pogledajte povijesne podatke i projekcije. Ove vam informacije pomažu razumjeti kapacitet tržišta i potencijalne prilike.

#### **9. Analizirajte ponašanje korisnika:**

- Shvatite kupovno ponašanje, preferencije i proces donošenja odluka svojih kupaca. Ove informacije usmjeravaju vaš razvoj proizvoda, marketinšku strategiju i napore za angažiranje kupaca.

#### **10. Identificirajte prepreke ulasku na tržište:**

- Utvrdite potencijalne prepreke ulasku, kao što su visoki početni troškovi, lojalnost brendu ili ekskluzivni ugovori s dobavljačima. Procijenite kako ove prepreke mogu utjecati na vašu strategiju ulaska na tržište.

#### **11. Procijenite kanale distribucije:**

- Analizirajte učinkovitost postojećih distribucijskih kanala. Razmislite postoje li alternativni ili učinkovitiji načini distribucije vaših proizvoda ili usluga.

#### **12. Strategija cijena:**

- Procijenite strategije cijena koje koriste konkurenti. Odredite percipiranu vrijednost svojih proizvoda ili usluga. Uspostavite konkurentnu i profitabilnu strategiju cijena.

#### **13. Procjena rizika:**

- Identificirajte potencijalne rizike koji bi mogli utjecati na vaše poslovanje, kao što su ekonomske krize, promjene preferencija potrošača ili tehnološki poremećaji. Razvijte planove za nepredviđene situacije za ublažavanje ovih rizika.

#### **14. Strategije ulaska na tržište:**

- Odredite najučinkovitiji način ulaska na tržište. To može uključivati partnerstva, zajedničke pothvate, akvizicije ili pristup postupnog ulaska na tržište.

### **15.Sakupite i protumačite nalaze:**

- Organizirajte i protumačite podatke koje ste prikupili. Upotrijebite vizualna pomagala poput dijagrama i grafikona kako biste predstavili ključne nalaze. Jasno artikulirajte implikacije za svoju poslovnu strategiju.

### **16.Razvijte djelotvorne uvide:**

- Na temelju svoje analize izvucite korisne uvide. Ti bi uvidi trebali voditi vaše strateške odluke, marketinške kampanje i cjelokupno poslovanje.

### **17.Redovito pregledavajte i ažurirajte:**

- Tržišta su dinamična, stoga je važno redovito pregledavati i ažurirati svoju analizu tržišta. Budite informirani o promjenama u industriji, akcijama konkurencije i promjenjivim potrošačkim trendovima.

Slijedeći ove korake, moći ćete provesti temeljitu i učinkovitu analizu tržišta koja pruža vrijedne uvide za strateško donošenje odluka i poslovni uspjeh.

Prilikom provođenja analize tržišta ključno je temeljito procijeniti konkurente kako bi se dobio uvid u njihove strategije, snage, slabosti i tržišno pozicioniranje. Evo nekoliko ključnih aspekata koje treba uzeti u obzir u vezi s konkurentima:

1. **Tržišni udio i pozicioniranje:** Procijenite tržišni udio svakog konkurenta unutar industrije. Odredite njihov položaj u odnosu na druge igrače, kao što su tržišni lideri, izazivači ili nišni igrači.
2. **Portfelj proizvoda:** analizirajte proizvode i usluge koje nude konkurenti, uključujući njihove značajke, cijene i strategije razlikovanja. Identificirajte sve nedostatke ili prilike na tržištu koje konkurenti možda iskorištavaju ili zanemaruju.
3. **Snage i slabosti:** Procijenite prednosti i slabosti konkurenata, kao što su njihove tehnološke sposobnosti, reputacija marke, distribucijske mreže i odnosi s kupcima. Shvatite što ih izdvaja od drugih i gdje mogu biti ranjivi.
4. **Strategije marketinga i brendiranja:** Ispitajte napore konkurenata u marketingu i brendiranju, uključujući reklamne kampanje, promotivne aktivnosti i slanje poruka. Procijenite kako pozicioniraju svoj brend i komuniciraju sa svojom ciljnom publikom.
5. **Baza kupaca i odnosi:** razumjeti vrste kupaca koje konkurenti ciljaju i kako s njima stupaju u kontakt. Analizirajte kvalitetu odnosa s kupcima, razine zadovoljstva kupaca i strategije zadržavanja koje koriste konkurenti.
6. **Distribucijski kanali:** Istražite distribucijske kanale koje koriste konkurenti kako bi došli do kupaca, poput izravne prodaje, maloprodajnih partnerstava ili platformi za e-trgovinu. Procijenite učinkovitost njihovih distribucijskih strategija i sve moguće nedostatke u pokrivenosti.
7. **Prijedlog cijene i vrijednosti:** Usporedite strategije cijena i prijedloge vrijednosti konkurenata. Shvatite kako se pozicioniraju u smislu cijene

(premium, srednje klase ili niske cijene) i percipirane vrijednosti ponuđene kupcima.

8. **Inovacije i istraživanje i razvoj:** Ocijenite ulaganja konkurenata u inovacije, istraživanje i razvoj. Identificirajte razvoj novih proizvoda, tehnološki napredak ili patente koji mogu utjecati na tržišnu sliku.
9. **Usklađenost s propisima:** Procijenite pridržavanje konkurenata regulatornim zahtjevima i industrijskim standardima. Razumjeti sve regulatorne izazove ili probleme usklađenosti s kojima se mogu suočiti i kako bi oni mogli utjecati na njihove poslovne operacije.
10. **Tržišni trendovi i reakcije:** Pratite kako konkurenti reagiraju na tržišne trendove, promjene u ponašanju potrošača i razvoj industrije u nastajanju. Identificirajte sve promjene u strategiji ili nove inicijative koje mogu utjecati na konkurentsko okruženje.

Temeljitim analiziranjem konkurenata u ovim ključnim dimenzijama, tvrtke mogu steći dragocjene uvide u tržišnu dinamiku, identificirati konkurentske prijetnje i prilike te razviti učinkovite strategije kako bi se razlikovale i uspjele na tržištu.

Razmotrimo primjer analize tržišta za stvarnu poljoprivrednu tvrtku, s fokusom na "Monsanto" (sada dio Bayer Crop Science), koji je vodeći pružatelj poljoprivrednih proizvoda i rješenja. Evo kratkog nacrtu analize tržišta za Monsanto:

### **Analiza tržišta za Monsanto**

## 1. Pregled industrije:

- Poljoprivredni proizvodi i industrija rješenja:
  - Veličina i trendovi rasta: Globalna industrija poljoprivrednih proizvoda i rješenja doživljava stabilan rast zbog sve veće potražnje za hranom, hranom za životinje, vlaknima i biogorivima.
  - Segmentacija tržišta: industrija se sastoji od tvrtki koje nude sjeme, proizvode za zaštitu usjeva, biotehnoška rješenja i tehnologije digitalne poljoprivrede.

## 2. Natjecateljski krajolik:

- Ključni igrači:
  - Monsanto (sada dio Bayer Crop Science)
  - Syngenta
  - DowDuPont
  - BASF
- Tržišni udio: Monsanto je jedan od vodećih igrača u industriji poljoprivrednih proizvoda i rješenja, sa značajnim tržišnim udjelom u genetici sjemena, biotehnologiji i zaštiti usjeva.

## 3. Segmentacija tržišta:

- Genetika sjemena:
  - Kukuruz
  - Soja

- Pamuk
- Povrće
- Biotehnološka rješenja:
  - Genetski modificirano (GM) sjeme
  - Osobine za otpornost na štetočine, otpornost na herbicide i otpornost na sušu
- Proizvodi za zaštitu usjeva:
  - Herbicidi
  - Insekticidi
  - Fungicidi
- Digitalne poljoprivredne tehnologije:
  - Rješenja za preciznu poljoprivredu
  - Softver za upravljanje farmom

#### **4. Analiza ciljanog tržišta:**

- Poljoprivrednici:
  - Mali, srednji i veliki poljoprivrednici
  - Vrste usjeva: kukuruz, soja, pamuk, pšenica, povrće
- Geografski fokus: ključne poljoprivredne regije (npr. Sjedinjene Američke Države, Brazil, Argentina, Indija, Kina)

#### **5. Tržišni trendovi i pokretači:**



- Usvajanje genetski modificiranog (GM) sjemena sa svojstvima otpornosti na štetočine i otpornosti na herbicide
- Sve veća potražnja za rješenjima za održivu poljoprivredu
- Tehnološki napredak u digitalnoj poljoprivredi i preciznoj poljoprivredi
- Rastuća svijest o klimatskim promjenama i potrebi za otpornim sortama usjeva

## **6. Regulatorno okruženje:**

- Propisi koji reguliraju GM sjemenje i biotehnoška rješenja (npr. zakoni o označavanju GMO-a)
- Propisi o pesticidima i procjene utjecaja na okoliš
- Prava intelektualnog vlasništva i ugovori o licenciranju

## **7. Tržišne mogućnosti i izazovi:**

- Mogućnosti:
  - Širenje ponude proizvoda na nove segmente usjeva i zemljopisna područja
  - Integracija digitalnih poljoprivrednih tehnologija za povećanje produktivnosti i održivosti farmi
- Izazovi:
  - Regulatorne prepreke i troškovi usklađenosti
  - Javna percepcija i protivljenje genetski modificiranim organizmima (GMO)

- Konkurencija tradicionalnih sjemenskih tvrtki i proizvođača agrokemikalija

## 8. Zaključak:

- Monsanto (sada dio Bayer Crop Science) djeluje u dinamičnom i konkurentnom tržišnom okruženju koje karakteriziraju tehnološki napredak, regulatorna složenost i evoluirajuće preferencije potrošača. Iskorištavanjem svoje snage u genetici sjemena, biotehnologiji i digitalnom uzgoju, Monsanto može iskoristiti mogućnosti tržišta u nastajanju i odgovoriti na ključne izazove kako bi zadržao svoju vodeću poziciju u industriji poljoprivrednih proizvoda i rješenja.

Ova analiza tržišta daje Monsanto dragocjene uvide u industrijsku sliku, konkurentsku dinamiku, karakteristike ciljnog tržišta i nove trendove, omogućujući tvrtki da donosi informirane strateške odluke i identificira prilike za rast u sektoru poljoprivrede.

## 2.4 Upravljanje ljudskim resursima

Upravljanje ljudskim potencijalima (HRM) strateški je pristup upravljanju najvrjednijom imovinom organizacije – njezinim ljudima. HRM uključuje učinkovito korištenje ljudskih resursa za postizanje organizacijskih ciljeva. Obuhvaća različite funkcije, procese i prakse usmjerene na zapošljavanje, razvoj i zadržavanje kvalificirane i motivirane radne snage.

Ključne komponente i aktivnosti upravljanja ljudskim potencijalima uključuju:

### **1. Zapošljavanje i selekcija:**

- Identificiranje potreba za osobljem.
- Zapošljavanje odgovarajućih kandidata.
- Vođenje razgovora i procjena.
- Odabir i zapošljavanje najboljih kandidata.

### **2. Obuka i razvoj:**

- Procjena nedostataka u vještinama zaposlenika.
- Pružanje programa obuke za poboljšanje vještina.
- Olakšavanje stalnog profesionalnog razvoja.
- Nudi mogućnosti napredovanja u karijeri.

### **3. Upravljanje učinkom:**

- Postavljanje jasnih očekivanja učinka.
- Redovito ocjenjivanje i vrednovanje rada zaposlenika.
- Pružanje konstruktivnih povratnih informacija.
- Prepoznavanje i nagrađivanje uspješnih.

### **4. Naknade i beneficije:**

- Dizajniranje i upravljanje strukturama plaća.
- Upravljanje povlasticama zaposlenika kao što su zdravstveno osiguranje i mirovinski planovi.

- Osiguravanje poštene i konkurentne prakse naknada.

#### **5. Odnosi među zaposlenicima:**

- Rješavanje pritužbi i sukoba zaposlenika.
- Promicanje pozitivnog radnog okruženja.
- Uspostavljanje učinkovitih komunikacijskih kanala.
- Upravljanje angažmanom i moralom zaposlenika.

#### **6. Zakonska usklađenost:**

- Osiguravanje poštivanja zakona i propisa o radu.
- Upravljanje usklađenošću sa standardima zapošljavanja.
- Obraćanje sigurnosnih i zdravstvenih propisa na radnom mjestu.

#### **7. Politike i procedure ljudskih resursa:**

- Razvoj i provedba politika i procedura ljudskih resursa.
- Komuniciranje i provođenje organizacijskih politika.
- Osiguravanje dosljednosti i pravednosti u primjeni politike.

#### **8. Upravljanje talentima:**

- Identificiranje zaposlenika s visokim potencijalom.
- Planiranje sukcesije za ključne pozicije.
- Razvijanje strategija za zadržavanje vrhunskih talenata.
- Stvaranje niza talenata za buduće organizacijske potrebe.

#### **9. Raznolikost i uključenost:**

- Promicanje različitosti i uključenosti na radnom mjestu.
- Provođenje inicijativa za stvaranje uključive kulture.
- Osiguravanje jednakih mogućnosti za sve zaposlenike.

### **10. Planiranje radne snage:**

- Predviđanje budućih potreba za radnom snagom.
- Planiranje zapošljavanja, obuke i razvoja.
- Prilagodba promjenama u organizacijskim ciljevima i vanjskim čimbenicima.

Učinkovito upravljanje ljudskim resursima pridonosi uspjehu organizacije usklađivanjem strategija ljudskog kapitala s poslovnim ciljevima. Ima ključnu ulogu u stvaranju pozitivnog radnog okruženja, poticanju angažmana zaposlenika i konačnom poboljšanju cjelokupnog učinka i konkurentnosti organizacije.

Upravljanje ljudskim resursima (HRM) ključni je aspekt vaših odgovornosti, a uključuje različite strateške i operativne zadatke za izgradnju i upravljanje timom s visokim učinkom. Evo nekih ključnih razmatranja za upravljanje ljudskim resursima u startupu:

#### **1. Stjecanje talenata:**

- **Strateško zapošljavanje:** identificirajte ključne uloge ključne za uspjeh startupa i strateški zaposlite pojedince s pravim vještinama i kulturološkim uklapanjem.

- **Umrežavanje:** Iskoristite svoju mrežu i veze u industriji kako biste privukli vrhunske talente.
- **Startup način razmišljanja:** Potražite pojedince koji su prilagodljivi, osjećaju se ugodno s neizvjesnošću i napreduju u startup okruženju.

## 2. Uključivanje zaposlenika:

- **Strukturirano uključivanje:** Razvijte sveobuhvatan proces uključivanja kako biste pomogli novim zaposlenicima da se brzo integriraju u startup kulturu i razumiju svoje uloge.
- **Kultura tvrtke:** Naglasite misiju, viziju i vrijednosti startupa tijekom procesa uključivanja.

## 3. Obuka i razvoj:

- **Kontinuirano učenje:** Potaknite kulturu kontinuiranog učenja i profesionalnog razvoja.
- **Međufunkcionalna obuka:** s obzirom na dinamičnu prirodu startupa, razmislite o međufunkcionalnoj obuci kako biste poboljšali svestranost među članovima tima.

## 4. Upravljanje učinkom:

- **Jasna očekivanja:** Postavite jasna očekivanja izvedbe usklađena s ciljevima startupa.
- **Redovite povratne informacije:** Provedite redovite povratne informacije kako biste pružili konstruktivne smjernice i prepoznali postignuća.

- **Agilni pregledi performansi:** Razmotrite agilne procese pregleda performansi koji su usklađeni s brzim startup okruženjem.

#### 5. Naknade i beneficije:

- **Konkurentna naknada:** osigurajte da su vaši paketi naknada konkurentni unutar industrije i odražavaju potencijal rasta startupa.
- **Mogućnosti udjela:** razmislite o ponudi opcija udjela ključnim zaposlenicima kako biste uskladili svoje interese s uspjehom startupa.

#### 6. Angažman zaposlenika:

- **Otvorena komunikacija:** Potaknite otvorene komunikacijske kanale unutar organizacije.
- **Uključivanje zaposlenika:** Potaknite zaposlenike da daju ideje i budu uključeni u procese donošenja odluka.
- **Izgradnja tima:** Organizirajte aktivnosti izgradnje tima za jačanje međuljudskih odnosa.

#### 7. Prilagodljivost i fleksibilnost:

- **Agilne HR politike:** Kreirajte HR politike koje se mogu prilagoditi brzo promjenjivom startup okruženju.
- **Fleksibilni radni aranžmani:** Razmotrite fleksibilne rasporede rada ili mogućnosti rada na daljinu kako biste zadovoljili različite potrebe zaposlenika.

#### 8. Kultura i vrijednosti:

- **Vodite primjerom:** pokažite temeljne vrijednosti startupa svojim djelovanjem kao vođa.
- **Usklađivanje s kulturom:** Pobrinite se da se sve prakse ljudskih resursa usklade sa željenom kulturom tvrtke i ojačaju je.

#### 9. Zakonska usklađenost:

- **Ostanite informirani:** Budite informirani o relevantnim zakonima o radu i zahtjevima usklađenosti.
- **Pravna podrška:** razmislite o traženju pravnog savjeta ili savjetovanju sa stručnjacima kako biste osigurali usklađenost.

#### 10. Planiranje sukcesije:

- **Identificirajte ključne uloge:** Identificirajte kritične pozicije i razvijte plan za nasljeđivanje.
- **Razvoj vodstva:** Uložite u programe razvoja vodstva kako biste pripremili buduće vođe unutar organizacije.

Zapamtite da su u startupu agilnost, prilagodljivost i fokus na izgradnju pozitivne kulture suradnje ključni za uspjeh. Kao CEO, vaše vodstvo daje ton cijeloj organizaciji, a strateški pristup HRM-u može značajno doprinijeti rastu i održivosti startupa.

ćemo tehnološku tvrtku, "Google", poznatu po svojim inovativnim HR praksama. Evo pojednostavljene verzije onoga što plan ljudskih potencijala (HR) može uključivati:



## **Plan upravljanja ljudskim resursima za Google**

### **1. Zapošljavanje i odabir:**

- Upotrijebite inovativne strategije zapošljavanja, uključujući društvene medije, preporuke zaposlenika i ciljane reklamne kampanje, kako biste privukli vrhunske talente.
- Provedite rigorozne procese odabira, uključujući intervjuje o ponašanju, tehničke procjene i evaluacije kulturnog uklapanja, kako biste osigurali usklađenost s Googleovim vrijednostima i kulturom.

### **2. Uključivanje zaposlenika:**

- Razvijte sveobuhvatan program uključivanja kako biste pozdravili nove zaposlenike i integrirali ih u kulturu tvrtke.
- Omogućite obuku o politici, procedurama i alatima tvrtke, kao i upoznavanje s ključnim članovima tima i mentorima.

### **3. Upravljanje učinkom:**

- Implementirajte kontinuiranu kulturu povratnih informacija putem redovitih provjera učinka i postavljanja ciljeva između menadžera i zaposlenika.
- Upotrijebite metriku učinka temeljenu na podacima i mehanizme povratnih informacija od 360 stupnjeva za procjenu učinka zaposlenika i pružite korisne uvide za razvoj.

### **4. Naknade i beneficije:**

- Ponudite konkurentne pakete naknada, uključujući osnovnu plaću, bonuse i dioničke opcije, kako biste privukli i zadržali najbolje talente.

- Pružite sveobuhvatan paket pogodnosti, uključujući zdravstveno osiguranje, mirovinske planove i wellness programe, kako biste podržali dobrobit zaposlenika i ravnotežu između poslovnog i privatnog života.

### **5. Učenje i razvoj:**

- Ponudite širok raspon mogućnosti učenja i razvoja, uključujući online tečajeve, radionice i certifikate, kako biste poboljšali vještine i znanje zaposlenika.
- Potaknite kontinuirano učenje kroz inicijative kao što su projekti "20% vremena" i interni programi mobilnosti koji zaposlenicima omogućuju istraživanje novih uloga i područja interesa.

### **6. Raznolikost i uključenost:**

- Njegovajte raznolikost i inkluzivnu kulturu radnog mjesta gdje se svi zaposlenici osjećaju cijenjenima, poštovanima i ovlaštenima za doprinos.
- Implementirajte inicijative za raznolikost i uključivanje, kao što je obuka o nesvjesnoj pristranosti, grupe resursa zaposlenika i programi zapošljavanja zbog raznolikosti, kako biste promovirali zastupljenost i jednakost na svim razinama organizacije.

### **7. Angažman i zadržavanje zaposlenika:**

- Provodite redovite ankete o angažmanu zaposlenika kako biste prikupili povratne informacije i izmjerili razinu zadovoljstva.
- Provedite inicijative za povećanje angažmana zaposlenika, kao što su aktivnosti izgradnje tima, programi priznanja i mogućnosti razvoja karijere.

- Pratite stope fluktuacije i implementirajte strategije zadržavanja, uključujući konkurentske prednosti, mogućnosti napredovanja u karijeri i programe mentorstva, kako biste zadržali najbolje talente.

## **8. Odnosi sa zaposlenicima i usklađenost:**

- Pružite smjernice i podršku menadžerima i zaposlenicima o politici ljudskih resursa, procedurama i zakonskim zahtjevima.
- Osigurajte poštivanje zakona i propisa o zapošljavanju, uključujući zakone o jednakim mogućnostima zapošljavanja (EEO), standarde rada i propise o privatnosti podataka.

## **9. Zdravlje i sigurnost:**

- Dajte prioritet zdravlju i sigurnosti zaposlenika primjenom programa sigurnosti na radnom mjestu, ergonomskih procjena i usluga podrške mentalnom zdravlju.
- Osigurajte sredstva i obuku za promicanje dobrobiti zaposlenika i sprječavanje ozljeda i nesreća na radnom mjestu.

## **10. Planiranje sukcesije:**

- Razvijte i održavajte niz talenata identificiranjem zaposlenika s visokim potencijalom i pružanjem im prilika za rast i napredovanje.
- Provedite procese planiranja nasljeđivanja kako biste osigurali kontinuitet ključnih uloga i vodećih pozicija.

Ovaj plan upravljanja ljudskim resursima ocrtava ključne strategije i inicijative za učinkovito upravljanje ljudskim kapitalom u Googleu, usklađujući prakse ljudskih resursa s vrijednostima, kulturom i poslovnim ciljevima tvrtke.

Jedan od najboljih primjera upravljanja ljudskim resursima (HR) često se navodi kao praksa koju provodi globalna ugostiteljska kompanija Marriott International. Marriott je poznat po svojim uzornim strategijama ljudskih resursa, kojima je prioritet zadovoljstvo, razvoj i zadržavanje zaposlenika. Evo nekih ključnih aspekata koji Marriottovo upravljanje ljudskim resursima čine uzornim:

1. **Kultura usmjerena na zaposlenike:** Marriott stavlja snažan naglasak na stvaranje pozitivnog radnog okruženja u kojem se zaposlenici osjećaju cijenjenima i angažiranima. Tvrtka njeguje kulturu inkluzivnosti, poštovanja i timskog rada, što doprinosi visokoj razini zadovoljstva i lojalnosti zaposlenika.
2. **Obuka i razvoj:** Marriott ulaže velika sredstva u programe obuke i razvoja kako bi osnažio svoju radnu snagu i unaprijedio njihove vještine. Sveučilište Marriott tvrtke nudi širok raspon tečajeva i certifikata koji pokrivaju različite aspekte ugostiteljstva, vodstva i osobnog razvoja.
3. **Mogućnosti napredovanja u karijeri:** Marriott daje prioritet internom unapređenju i mogućnostima napredovanja u karijeri za svoje zaposlenike. Tvrtka potiče mobilnost između različitih odjela, robnih marki i lokacija, omogućujući zaposlenicima da istraže različite putove karijere i steknu dragocjeno iskustvo.

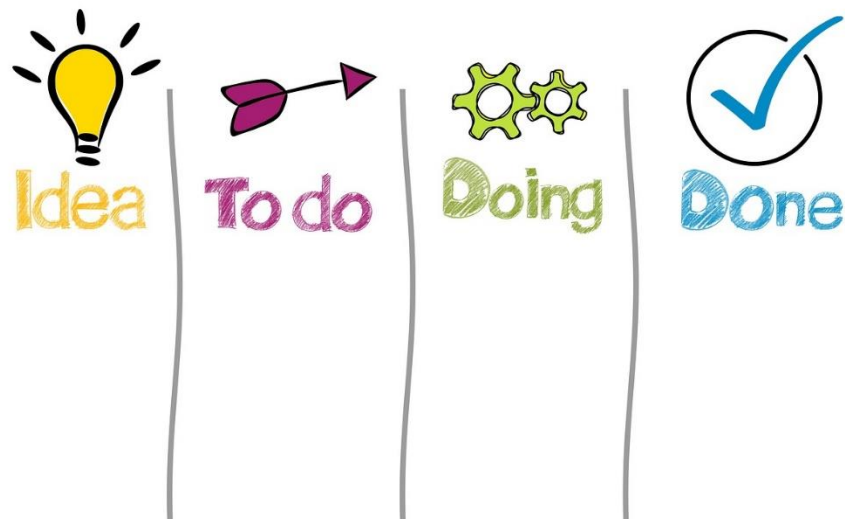
4. **Priznanja i nagrade:** Marriott prepoznaje i nagrađuje zaposlenike za njihov doprinos kroz različite programe poticaja, događaje za odavanje priznanja zaposlenicima i bonuse temeljene na učinku. Tvrtka cijeni postignuća zaposlenika i slavi uspjeh na svim razinama organizacije.
5. **Raznolikost i uključenost:** Marriott je predan promicanju raznolikosti i uključenosti svoje radne snage. Tvrtka aktivno zapošljava i zadržava zaposlenike iz različitih sredina i kultura, njegujući okruženje uzajamnog poštovanja i prihvaćanja.
6. **Ravnoteža između poslovnog i privatnog života:** Marriott prepoznaje važnost ravnoteže između poslovnog i privatnog života i nudi fleksibilne radne aranžmane, plaćeno slobodno vrijeme i wellness programe za podršku dobrobiti zaposlenika. Tvrtka potiče zdravu ravnotežu između poslovnih obveza i osobnog života.
7. **Povlastice za zaposlenike:** Marriott nudi konkurentne pakete povlastica za zaposlenike, uključujući zdravstvenu skrb, mirovinske planove i popuste na hotelske boravke i druge usluge. Program beneficija tvrtke osmišljen je kako bi zadovoljio različite potrebe svoje radne snage i poboljšao njihovu ukupnu kvalitetu života.
8. **Angažman u zajednici:** Marriott uključuje zaposlenike u društveno korisni rad i inicijative za društvenu odgovornost kroz programe kao što je "Duh služi našim zajednicama". Tvrtka potiče zaposlenike da volontiraju i daju doprinos zajednicama u kojima žive i rade.

Općenito, Marriottove prakse upravljanja ljudskim resursima odražavaju predanost njegovanju talenata, poticanju pozitivne radne kulture i pružanju iznimnih iskustava

gostima. Naglasak tvrtke na zadovoljstvo, razvoj i dobrobit zaposlenika pridonio je njenom uspjehu kao globalnog lidera u ugostiteljstvu.

## 2.5 Upravljanje poslovanjem

Upravljanje poslovanjem obuhvaća širok raspon aktivnosti i odgovornosti usmjerenih na postizanje organizacijskih ciljeva i osiguravanje učinkovitog poslovanja poduzeća.



Evo ključnih aspekata poslovnog upravljanja:

### 1. Strateško planiranje:

- **Vizija i misija:** Definirajte izjave o viziji i misiji tvrtke.
- **SWOT analiza:** Provedite SWOT analizu kako biste identificirali prednosti, slabosti, prilike i prijetnje.
- **Postavljanje ciljeva:** Postavite kratkoročne i dugoročne ciljeve usklađene s cjelokupnom strategijom.

## 2. Organizacijska struktura:

- **Hijerarhija:** Dizajnirajte jasnu organizacijsku strukturu definirajući uloge i odnose izvještavanja.
- **Odsječenje:** Grupirajte zadatke i odgovornosti u funkcionalne odjele.
- **Delegiranje:** Delegirajte zadatke na odgovarajući način kako biste osnažili zaposlenike.

## 3. Rukovodstvo:

- **Učinkovito vodstvo:** Osigurajte snažno i učinkovito vodstvo za vođenje organizacije.
- **Komunikacija:** Poticajte otvorenu i transparentnu komunikaciju unutar organizacije.
- **Motivacija:** Motivirajte i inspirirajte zaposlenike da postignu najbolji učinak.

## 4. Financijsko upravljanje:

- **Budžetiranje:** Razvijte proračune za različite odjele i projekte.
- **Financijska analiza:** Redovito analizirajte financijska izvješća i pokazatelje uspješnosti.
- **Upravljanje novčanim tokom:** Osigurajte odgovarajuće upravljanje novčanim tokom za operativne potrebe.

## 5. Upravljanje operacijama:

- **Poboljšanje procesa:** Kontinuirano tražite načine za poboljšanje operativne učinkovitosti.

- **Kontrola kvalitete:** Provedite mjere kontrole kvalitete kako biste osigurali izvrsnost proizvoda ili usluge.
- **Upravljanje lancem opskrbe:** Učinkovito upravljajte lancem opskrbe kako biste optimizirali resurse.

## 6. Upravljanje ljudskim resursima:

- **Zapošljavanje:** Privucite, zaposlite i uključite talentirane pojedince.
- **Obuka i razvoj:** Omogućite kontinuiranu obuku i mogućnosti razvoja za zaposlenike.
- **Upravljanje radnim učinkom:** Implementirajte sustave ocjenjivanja radnog učinka i nagradite one koji imaju dobre rezultate.

## 7. Marketing i prodaja:

- **Istraživanje tržišta:** Provedite istraživanje tržišta kako biste razumjeli potrebe i preferencije kupaca.
- **Marketinške strategije:** Razvijte učinkovite marketinške strategije za promicanje proizvoda ili usluga.
- **Upravljanje prodajom:** Upravljanje prodajnim timovima i praćenje uspješnosti prodaje.

## 8. Upravljanje odnosima s klijentima (CRM):

- **Korisnička služba:** pružanje izvrsne korisničke usluge za izgradnju i održavanje odnosa.
- **Mehanizmi povratnih informacija:** Implementirajte mehanizme povratnih informacija kako biste razumjeli zadovoljstvo korisnika.



- **Zadržavanje kupaca:** Razvijte strategije za zadržavanje i lojalnost kupaca.

## 9. Upravljanje rizicima:

- **Identificirajte rizike:** Identificirajte potencijalne rizike i neizvjesnosti koje mogu utjecati na poslovanje.
- **Ublažavanje rizika:** Razvijte strategije za smanjenje rizika kako biste smanjili utjecaj potencijalnih prijetnji.
- **Sukladnost:** Osigurajte usklađenost sa zakonskim i regulatornim zahtjevima.

## 10. Inovacija i tehnologija:

- **Usvajanje tehnologije:** Prihvatite tehnologiju kako biste poboljšali procese i ostali konkurentni.
- **Kultura inovacije:** Potaknite kulturu inovacije kako biste potaknuli kreativno rješavanje problema.
- **Digitalna transformacija:** Istražite prilike za digitalnu transformaciju.

## 11. Etička i društvena odgovornost:

- **Etički kodeks:** Uspostavite i održavajte etički kodeks za zaposlenike i organizaciju.
- **Društveni utjecaj:** Razmotrite društveni i ekološki utjecaj poslovnih operacija.
- **Korporativna društvena odgovornost (CSR):** Uključite se u CSR inicijative kako biste pozitivno doprinijeli društvu.

## 12. Stalno poboljšanje:

- **Petlje povratnih informacija:** Uspostavite petlje povratnih informacija za prikupljanje uvida za kontinuirano poboljšanje.
- **Prilagodljivost:** Budite prilagodljivi promjenama u poslovnom okruženju.
- **Kultura učenja:** Promicati kulturu kontinuiranog učenja i usavršavanja.

Učinkovito poslovno upravljanje uključuje holistički pristup, koji se bavi različitim međusobno povezanim komponentama kako bi se osigurao ukupni uspjeh i održivost organizacije. Zahtijeva strateško razmišljanje, snažno vodstvo i sposobnost prilagodbe dinamici tržišta koja se razvija.

Faze kroz koje prolazi poduzeće i odgovornosti upravitelja mogu se strukturirati na sljedeći način:

### 1. Faza traženja posla:

- Analiza dosadašnjih rezultata.
- Identifikacija konkurencije, dobivanje referenci i analiza njihovih prednosti.
- Otkrivanje novih poslovnih prilika.
- Uspostavljanje kontakata s potencijalnim poslovnim partnerima.
- Definiranje ciljeva i razvoj akcijskih planova potrebnih za novi posao.

### 2. Faza studija:

- Savjetovanje s klijentom, utvrđivanje njegovih potreba i zahtjeva.
- Savjetovanje s timom i dobavljačima.
- Izrada ponude prilagođene stvarnim potrebama klijenta.
- Izrada poslovnog plana.
- Faziranje aktivnosti vezanih uz predmet poslovanja (proizvodnja/usluge).
- Privlačenje novih poslovnih partnera po potrebi, na temelju njihove specifične djelatnosti.

### **3. Faza pregovora:**

- Kontinuirana suradnja s klijentom temeljena na međusobnom razumijevanju i partnerstvu.
- Dogovor o mogućim sniženjima cijena ili carina, raspravljajući o implikacijama tih sniženja na obje strane (otvorena i dobro dokumentirana komunikacija).
- Pravovremeno obavješćavanje klijenta o svim predloženim izmjenama ugovornih odnosa.

### **4. Faza provedbe ugovora:**

- Analiza i pregovaranje o svim traženim izmjenama ugovornih klauzula i rasprava o implikacijama tih promjena na poslovanje.
- Dobivanje konačne suglasnosti klijenta za nastavak narudžbe.
- Analiza i kontrola troškova uključenih u ispunjenje narudžbe.
- Praćenje napretka izvršenja ugovora.

- Učinkovita koordinacija unutarnjeg tima.
- Osiguravanje kvalitete procesa izvršenja i izvršenja narudžbe u ugovorom određenom roku.
- Poštivanje svih ugovornih obveza.

#### **5. Faza finalizacije poslovanja:**

- Analiza ukupnog napredovanja poslovanja kroz sve njegove faze, navođenje povoljnih i manje povoljnih aspekata te zatvaranje poslovnog dosjea.
- Održavanje dobrih partnerskih odnosa i njegovanje i nakon okončanja posla.
- Iskorištavanje svih dostupnih informacija o mogućnostima pokretanja novog posla.
- Priprema za otvaranje novog poslovnog dosjea i iniciranje budućih ugovora.

Poslovno upravljanje predstavlja skup aktivnosti, metoda i tehnika koje obuhvaćaju poslove organizacije, upravljanja i vođenja poduzeća. Njegova je uloga održavati poduzeće u stanju dinamičke ravnoteže unutar konkurentskog okruženja. Njegov sadržaj odnosi se na proces donošenja učinkovitih odluka u vezi s razvojem poslovanja i iskorištavanjem resursa tvrtke za postizanje ciljanih ciljeva. Konsolidacija pozicije poduzeća u konkurentskom okruženju ovisi o tome kako se vodi poslovanje, od njegovog pokretanja do njegovog razvoja.

Razvrstavanje ideja o odnosu znanosti i umjetnosti u menadžmentu razmatra sljedeće kategorije:

a) Oni koji izražavaju rezervu prema korištenju izraza "umjetnost" u menadžmentu, jer bi to moglo uskratiti prepoznavanje znanstvenih temelja menadžmenta.

b) Druga skupina stručnjaka vjeruje da je menadžment i umjetnost i znanost. Kao znanost, menadžment predstavlja koherentan i organiziran skup znanja: pojmova, principa, metoda i tehnika koje sustavno objašnjavaju pojave i procese u organizacijskom vodstvu. Umjetnički aspekt uglavnom razmatra menadžerovu vještinu, iskustvo i sposobnost učinkovite primjene znanstvenih spoznaja u različitim situacijama.

c) Treća kategorija autora promatra proces upravljanja i kao znanost i kao umjetnost, uz napomenu da će u budućnosti, kako informacije u upravljanju budu postajale sustavnije, znanost imati primat nad umjetnošću.

Gledano iz znanstvene perspektive, poslovno upravljanje uključuje uspostavljanje općih načela, metoda i tehnika za rad. Njihova uporaba osigurava učinkovito korištenje ljudskih, materijalnih i financijskih potencijala za postizanje poslovnih ciljeva. Što se tiče perspektive da je menadžment oblik umjetnosti, to je potkrijepljeno vještinom i stručnošću s kojom menadžeri primjenjuju znanstvene spoznaje u poslovnoj praksi. Tretirano kao umjetnost, poslovno upravljanje uključuje kreativnu prilagodbu znanstvenih principa i metoda specifičnim uvjetima poslovne prakse i kontinuirano usavršavanje na temelju stvarnosti i zahtjeva operativnog okruženja.

Među značajkama poslovnog upravljanja su sljedeće:

- Odnosi se na gospodarske tvrtke i ima za cilj postizanje ciljeva poduzeća, koji se podvode pod cilj maksimiziranja dobiti.
- Razmatra specifičan način komuniciranja u poslovanju, utemeljen na tržišnim zakonima.
- Uzima u obzir složenu prirodu okruženja u kojem poduzeće posluje.
- Temelji se na kontinuitetu u razvoju znanja, rigoroznom promatranju organizacijskih i upravljačkih procesa.
- To je proizvod logike maksimiziranja profita.

## Upravljački proces

Proces upravljanja sastoji se od svih faza i stupnjeva koji pojašnjavaju ciljeve poduzeća i njegovih organizacijskih podsustava. Uključuje uspostavljanje potrebnih i predviđenih radnih procesa za postizanje tih ciljeva i dodjelu zadataka za njihovo ispunjenje.

Ovisi o problemima i zadacima tvrtke i može mu se pristupiti s različitih aspekata:

- *Metodološki aspekt:* Proces upravljanja uključuje četiri uzastopne faze:
  - Definiranje cilja.
  - Analizirajući trenutno stanje.
  - Utvrđivanje problema.
  - Donošenje odluka.
- *Funkcionalni aspekt:* Proces upravljanja sastoji se od četiri faze:

- Planiranje.
- Organiziranje.
- Kontrolni.
- Utječući.
- *Ekonomski aspekt:* Proces upravljanja može se izraziti u četiri logične faze povezane s odnosom između potreba/resursa:
  - Identificiranje ekonomskih potreba za razvoj poslovanja.
  - Analiza raspoloživih resursa poduzeća.
  - Raspodjela resursa.
  - Korištenje resursa.
- *Organizacijski aspekt:* Upravljački proces uključuje sva pravila, norme i principe na kojima se temelji nesmetano funkcioniranje tvrtke, kao što su propisi, metode obuke, načela raspodjele odgovornosti i odnosi suradnje između odjela tvrtke.
- *Društveni aspekt:* Proces upravljanja naglašava ulogu ljudskih čimbenika u aktivnostima poduzeća.
- *Informacijski aspekt:* Proces upravljanja uključuje sljedeće faze:
  - Identificiranje izvora informacija.
  - Dopunjavanje i razvijanje informacija.
  - Obrada informacija.
  - Prijenos informacija donositeljima odluka.

## Obilježja procesa upravljanja

Složenost procesa upravljanja naglašena je njegovim karakterističnim značajkama, uključujući dinamičnost, stabilnost, kontekstualnu prirodu, kontinuitet i cikličnost.

## Faze procesa upravljanja

Zamišljeno i tretirano kao proces, poslovno upravljanje uključuje sljedeće faze:

- Identificiranje materijalnih i ljudskih resursa.
- Postavljanje ciljeva na temelju dostupnih resursa.
- Razvijanje strategija.
- Koordinacija temeljnih aktivnosti.
- Ocjenjivanje rezultata i korekcija.
- Dizajniranje novog posla.

## Funkcije poslovnog upravljanja

- *Funkcija predviđanja:* uključuje određivanje ciljeva tvrtke, ciljanih rezultata, potrebnih resursa i praktičnih metoda djelovanja. Funkcija dobiva nove dimenzije povećanjem poslovne konkurentnosti.
- *Organizacijska funkcija:* ima za cilj osmišljavanje optimalnog organizacijskog okvira za učinkovito izvršavanje radnih procesa. Uključuje određivanje, grupiranje i strukturiranje aktivnosti, uloga, odgovornosti i raspodjelu resursa.
- *Funkcija koordinacije:* Osigurava usklađivanje odluka i radnji osoblja i podsustava tvrtke prema utvrđenim predviđanjima i organizacijskim okvirima.



- *Funkcija obuke:* Obuhvaća radnje za privlačenje i stimuliranje doprinosa osoblja u postizanju postavljenih ciljeva. Uključuje razumijevanje motivacije i operacionalizaciju fleksibilnih sustava poticaja.
- *Funkcija kontrole i evaluacije:* Završava proces upravljanja mjerenjem i usporedbom trenutne izvedbe tvrtke s početnim ciljevima i standardima. Uključuje prepoznavanje odstupanja, njihovih uzroka i korektivnih mjera.

### **Opća načela poslovnog upravljanja**

- *Načelo participativnog upravljanja:* Uključuje sudjelovanje zaposlenika u donošenju odluka na temelju njihovih kompetencija. To dovodi do povećane uključenosti zaposlenika, stvaranja klime za suradnju i utemeljenja upravljačkih procesa na interesima dionika.
- *Načelo motivacije:* zahtijeva prepoznavanje i korištenje materijalnih i moralnih poticaja koji osiguravaju skladno usklađivanje interesa svih uključenih strana.
- *Načelo stalnog poboljšanja učinkovitosti:* ima za cilj maksimiziranje ekonomskih i društvenih učinaka uz minimiziranje napora kroz suvremene metode i tehnike upravljanja.
- *Načelo usklađenosti:* Osigurava usklađenost između parametara sustava upravljanja, njegovih bitnih karakteristika i onih okolnog okoliša.

### **Specifična načela u poslovnom upravljanju**

Uz opća načela upravljanja, posebna načela poslovnog upravljanja uključuju:

- Sustavno razvijanje jasnih ciljeva, strategija i akcijskih planova.
- Proizvodnja i isporuka željenih roba/usluga.

- Stvaranje i zadržavanje klijentele.
- Ostvarivanje značajnih prednosti za privlačenje i zadržavanje investitora.
- Ponuda materijalnih i moralnih nagrada za motiviranje ljudskih resursa.
- Prioritet kupaca kao najvažnijeg elementa u poslovnoj jednadžbi.
- Promicanje poštovanja i profesionalne etike unutar organizacije.

Drugi važan aspekt poslovnog upravljanja je **komunikacija**. Evo osnova:

Učinkovita komunikacija neophodna je u svim aspektima života, bilo osobnog ili profesionalnog. Evo nekih osnova dobre komunikacije:

1. **Jasnoća** : Prenesite svoju poruku jasno i koncizno. Izbjegnite dvosmislenost ili zabunu tako što ćete biti izravni i konkretni u svom jeziku.
2. **Aktivno slušanje** : obratite pozornost na ono što drugi govore. Aktivno slušajte usredotočujući se na njihove riječi, postavljajući pitanja radi pojašnjenja i pokazujući razumijevanje.
3. **Empatija** : Razumjeti tuđe perspektive i osjećaje. Empatija potiče povjerenje i pomaže u izgradnji snažnih odnosa pokazujući da cijenite i poštujete tuđe emocije.
4. **Neverbalna komunikacija** : obratite pozornost na govor tijela, izraze lica i ton glasa. Neverbalni znakovi mogu prenijeti onoliko značenja koliko i riječi i mogu utjecati na to kako će vaša poruka biti percipirana.

5. **Poštovanje** : Odnosite se prema drugima s poštovanjem i profesionalizmom. Poštujte njihova mišljenja, čak i ako se ne slažete, i izbjegavajte prekidanje ili odbacivanje njihovih ideja.
6. **Povratne informacije** : dajte konstruktivne povratne informacije i budite otvoreni za njihovo primanje. Povratna informacija pomaže u poboljšanju komunikacije i učinkovitom rješavanju sukoba.
7. **Samopouzdanje** : Budite sigurni u izražavanju sebe. Povjerenje ulijeva povjerenje i kredibilitet vašoj komunikaciji, čineći je uvjerljivijom i utjecajnijom.
8. **Prilagodljivost** : Prilagodite svoj stil komunikacije na temelju publike i situacije. Prilagodljivost osigurava da će vašu poruku primiti i razumjeti različite skupine ljudi.
9. **Konciznost** : Budite koncizni i do točke. Izbjegavajte nepotrebne detalje ili lutanje jer to može dovesti do zbunjenosti i odvajanja od vaše publike.
10. **Praćenje** : Pratite razgovore ili obveze kako biste osigurali jasnoću i odgovornost. Praćenje pokazuje pouzdanost i naglašava važnost učinkovite komunikacije.

Uključivanjem ovih osnova u svoj komunikacijski stil, možete poboljšati jasnoću, razumijevanje i učinkovitost u svojim interakcijama s drugima.

Konkretnije:

Odašiljač prenosi poruku na komunikacijskom kanalu, prolazi kroz mnoge filtre (barijere) i PRIJEMNIK dekodira u skladu sa zajedničkim kodom i kontekstom; VI dekodirate na temelju značenja.

Svaka riječ ima značenje koje prenosi: konotativno i denotativno ili označeno i označeno.

- ZNAČENJE (denotativ) – objektivno značenje riječi; jednostavna definicija koju radijator ima za svakoga od nas (cijevni sustav kroz koji prolazi voda)
- ZNAČENJE (konotativno) – subjektivno značenje riječi; mnogi ljudi mogu reći toplina; tražimo riječi u TR koje imaju zajedničko značenje. Radijator - toplina, mjesto gdje se skuplja prašina, metal, suha odjeća, hladnoća (teške zime u komunizmu).

Kontekst – postavljaju polaznici, naziv obuke, stanje uma, pozadina učenika, znanje, potrebe. Ako ne postavite kontekst ispravno od samog početka, možete dobiti pitanja koja nisu povezana s kontekstom.

## BARIJERE

-Odašiljač/prijemnik

Zdravlje, umor, vokabular, opća kultura, inteligencija za korištenje metoda dostave,

- Kulturni - način na koji sam odrastao u civilizaciji - kako sam naučio reći molim, hvala, oprosti - stav, način na koji se oblače, kako razumiju ljude oko sebe, kako razumiju umjetnost, reakcije ljudi, kako se može oblikovati s jedne osobe na drugu, obrazovanje je dio kulture. Vaše obrazovanje je vaša kultura. Obrazovanje dolazi iz: obitelji, škole, vjere/načela, okoline (prijatelji, mediji – koji filmovi, koje pjesme, influenceri, reklame – sve me to uči i stoga imamo određenu kulturnu prtljagu). Na kojoj ruci se drži sat također je iz kulture.

- Diskriminacija – zakonodavstvo ima 10: boja kože (rasa), etnička pripadnost, spol, vjera, dob, spolnost, društveni status, invaliditet, kronične bolesti;
- Sustav otpora/uvjerenja/preduvjerenja: naši ideali, naše predodžbe – krumpir (gubiš vrijeme ako ga tanko guliš, gubiš krumpir ako ga debelo i brzo režeš), mali (na početku ili na kraj na žaru). Različita uvjerenja - ne da je jedno dobro, da je jedno loše. To je dobro i to je dobro, prikupljamo mišljenja i raspravljamo.
- Lingvistika (regionalizmi, arhaizmi, akademski jezik)

Barijere pošiljatelja i primatelja su iste osim: svrha (E), potrebe (R)

Koju barijeru E ima, a R nema, i obrnuto.

$M = S$

Svrha (on pokreće komunikaciju, tako da ona ima svrhu) = potrebe Učinkovita komunikacija – kada je vaša svrha ispunjena i R potrebe su zadovoljene.

- Komunikacijski kanal

- Vizualno (marker pada na tlo, ljudi prolaze);
- Zvukovi (ljudi šapuću, ljudi razgovaraju jedni s drugima);
- Olfaktivni (hrana, loš miris);
- Taktilno (skliska ruka, dodir učenika);
- Okus (put mirisa, a što je s upravljanjem emocijama – viskijem)
- Uvjeti okoline (ventilacija, vlaga, atmosferski tlak, toplina, hladnoća, svjetlost)
- Proksemika (intimno 0 - 0,5 m, osobno 0,5 - 1 m, društveno 1 - 5 m, javno preko 5 m)

- Vraća se na upravljanje emocijama.
- Demonstracija: podići učenika, intimna f bliska, osobna (dati sreće), društvena u TR, javna – u velikoj dvorani.
- Ostanite blizu ljudi, budite u blizini ljudi.

Kvalitativna komunikacija = shema komunikacije zbog barijera koje se razlikuju od osobe do osobe vrlo je teško ostvariva pa postaje kvalitativna.

TR – zadovoljava potrebe i pruža vještine. Učinkovitost – način na koji trener uspijeva prenijeti vještine, naučiti ih.

Kvantitativna komunikacija – 100%

- verbalno – 7% (usmeno ili pismeno)
- neverbalno – 55% (mimika, gesta, držanje, pogled, odjeća, dodaci), slika (TR, simbol, boje)
- paraverbalno – 38% (intonacija, tonalitet, ritam, rima, mjera, ton glasa, glasnoća, infleksije)

Pregovaranje je proces ofenzivne i obrambene komunikacije s ciljem postizanja zajedničkog dogovora o različitim potrebama ili idejama. Pregovaranje je skup ponašanja koja uključuju komunikaciju, prodaju, marketing, sociologiju i rješavanje sukoba.

U svakom pregovaranju postoji jasna razmjena: "ja" dobivam dio onoga što želim, a "ti" dobivaš dio onoga što želiš. Drugim riječima, razmjenjujemo ono što imamo i moramo ponuditi drugima u zamjenu za ono što želimo dobiti od njih.

Pregovaranje podrazumijeva donošenje odluka putem pregovora, što ga razlikuje od ostalih oblika odlučivanja. Razmjenjujete stvari koje su za vas jeftinije, ali ih drugi pregovarač cijeni u zamjenu za druge stvari koje vi cijenate, ali su za drugoga jeftinije. Kao što je gore prikazano, da bi se transakcija dogodila, moraju postojati najmanje dvije strane koje sudjeluju, odnosno dva pregovarača: jedan traži stvar ili uslugu, drugi nudi tu stvar ili uslugu. Dakle, od početka postoje dva rješenja - "tvoje" i "moje" - za rješavanje istog problema: razmjena dobara ili usluga.

Primarni cilj pregovora je postizanje konsenzusa, a ne pobjeda. Oba partnera moraju zaključiti pregovarački proces s osjećajem da su postigli maksimum od onoga što su zacrtali.

Glavni cilj u pregovaračkom procesu je postizanje konsenzusa. Stoga pregovarači moraju divergentne interese pretvoriti u zajedničke ciljeve, fleksibilno prilagođavajući svoje zahtjeve i od početka imati rezerve odakle popuštati. Nikakvi pregovori ne polaze od "minimum prihvatljivog" s idejom da "tako treba biti" i s nadom da će partner uvažiti tu "realnu" poziciju.

Osnovni aspekt je znati kada stati. U svim pregovorima postoji "kritična točka" iza koje se svi dogovori ruše, poništavajući sve komunikacijske napore do te točke. Dobar pregovarač će znati kada treba stati prije nego što dođe do ove točke.

Svaki usmeni dogovor mora biti potvrđen pismenim putem što je prije moguće.

Najpoželjniji način pregovaranja je win-win scenarij, gdje oba pregovarača pobjeđuju (win-win), dok su drugi oblika: "ja dobivam, ti gubiš"; "Ja gubim, ti dobivaš"; "obojica gubimo."

Dobiveni rezultat daje objema stranama poticaj za postizanje dogovora, za sklapanje ugovora. Na temelju svog iskustva bit će voljni poslovati i u budućnosti, prenoseći

pozitivno mišljenje jedno o drugome. Ovaj oblik se temelji na povjerenju stečenom između pregovarača. Javlja se kada su pregovarači pokazali svoju ozbiljnost, poznaju se dulje vrijeme, dobro su investirali, pomagali jedni drugima, nisu iskorištavali jedni druge itd.

Najnepoželjniji način pregovaranja je onaj u kojem oba partnera gube, a posljedice su teže podnošljive. Drugi oblik, gdje jedni pobjeđuju, a drugi gube, uključuje različite strategije: neke su sporije, smirenije, dok su druge oštrije, brže.

Vrste pregovora: Distributivno pregovaranje Primjeri distributivnog pregovaranja:

- a) Povećanje plaće koje povećava troškove poslodavca i prihode zaposlenika;
- b) Pregovaranje o cijeni koje povećava korist kupca, a smanjuje prihod prodavatelja;
- c) Teritorijalni ili granični pregovori gdje jedna država smanjuje svoj teritorij, a druga ga proširuje.

Samopregovaranje To je prilično uobičajena aktivnost. Predviđamo kako će drugi reagirati na naše prijedloge, čineći ih s više razumijevanja. Puno je plodonosnije pregovarati s drugom stranom nego sami sa sobom - umjesto toga, oni bi mogli pregovarati sami sa sobom.

Pregovaranje o cijeni Cijene određuje tržište, ali ne prodajete tržištima, nego ljudima, a oni nemaju savršene informacije.

Interrogativno pregovaranje Interrogativno pregovaranje je kada je algebarski zbroj dobitaka i gubitaka jednak nuli. Ako se iznos podijeli između dva pregovarača, ono što jedan dobije, drugi izgubi. Međutim, sukob se ne otvara.



## 2.6 Financijski plan

Dobivanje sredstava je drugi najzahtjevniji zadatak u razvoju novog posla, startupa. Prvi je izgraditi nešto što je ljudima potrebno. Većina startupa propadne jer to nisu učinili. Tek drugi razlog umiranja startupova je teškoća u dobivanju sredstava.

U stvarnosti, glavni problem za poduzetnika koji pokreće posao od nule nije nedostatak novca, već planiranje poslovnog projekta: vještine koje vas preporučuju za takav pothvat, ljudski resursi koji se mogu uključiti, karakteristike tržišta, konkurencija, točke diferencijacije, konkurentske prednosti itd.

"Tek nakon što ste pozitivno razjasnili sva ta pitanja, možete reći da vam konačno treba novac. A za svaki projekt koji zadovoljava sve potrebne kvalitete, novac nije tako teško pronaći; uvijek će biti pojedinaca ili institucija voljnih investirajte u izvrsne poslovne projekte!" - Marius Ghenea, O poduzetništvu, 2011., str. 309

Nedostatak izvora financiranja lažni je problem za tvrtke na početku njihova puta; pravi problem je što ne znaju odakle dobiti informacije i kako ih uvjeriti da dođu do novca koji im je potreban za preživljavanje i razvoj poslovanja.

Postoje bezbrojni izvori financiranja za tvrtke u raznim područjima: tri F (obitelj, prijatelji i budale), zajmovi, potpore, državni fondovi, grupno financiranje, anđeli ulagači ili fondovi rizičnog kapitala.

Uz sve navedeno, sredstva dobivena od prodaje proizvoda ili usluga rijetko se smatraju izvorom financiranja. Paradoksalno, ovo je najsolidnija alternativa koja

može omogućiti poduzeću organski razvoj jer tržištu pruža proizvode ili usluge koje su mu potrebni.

### **Izvori financiranja poslovnih ideja**

- Osobna sredstva (akumulirana tijekom vremena)
- Hipoteka na nekretninu koju posjedujete
- Posudba od obitelji/prijatelja
- Partnerstvo s drugom osobom koja donosi kapital
- Banka (startup kredit, kreditna linija, prekoračenje, faktoring, investicijski kredit, leasing...)
- Plaćanje unaprijed od strane klijenata
- Visoki rokovi plaćanja s dobavljačima (60, 90, 120 dana)
- Mikrofinanciranje
- Strukturni fondovi
- Rizični kapital
- Anđeoski investitori (poslovni anđeli)
- Crowdfunding

Izrada financijskog plana za poslovanje ključno je za njegov uspjeh i održivost. Opsežan financijski plan obično uključuje nekoliko ključnih komponenti. Evo općeg vodiča o tome što uključiti u financijski plan:

#### **1. Predviđanje prodaje:**

- Projektirajte svoju prodaju na temelju istraživanja tržišta, povijesnih podataka i trendova u industriji.
- Raščlanite prodaju po kategorijama proizvoda ili usluga.

## **2. Proračun troškova:**

- Detaljno navedite sve troškove povezane s vođenjem poslovanja.
- Kategorije mogu uključivati najam, režije, plaće, marketing, zalihe i bilo koje druge operativne troškove.
- Razlikujte fiksne i varijabilne troškove.

## **3. Izvješće o novčanom tijeku:**

- Pratite priljev i odljev novca u određenom razdoblju (mjesečno ili godišnje).
- Razmotrite i operativne i neposlovne aktivnosti.
- Osigurajte da uvijek ima dovoljno gotovine za pokrivanje operativnih potreba.

## **4. Izvještaj o dobiti i gubitku (dohodak):**

- Sažeti prihode, troškove i rashode nastale tijekom određenog razdoblja.
- Izračunajte neto dobit ili gubitak.
- Ova izjava daje snimku profitabilnosti tvrtke.

## **5. Bilanca:**

- Predstavite financijski položaj tvrtke u određenom trenutku.

- Uključite imovinu (ono što tvrtka posjeduje), obveze (ono što duguje) i kapital (vlasnički udio).

#### **6. Financijske projekcije:**

- Navedite prognoze za sljedećih tri do pet godina.
- Uključite projekcije prodaje, izvješća o dobiti, bilance i izvješća o novčanom tijeku.
- Koristite realne pretpostavke temeljene na istraživanju tržišta i analizi industrije.

#### **7. Analiza rentabilnosti:**

- Odredite točku u kojoj su ukupni prihodi jednaki ukupnim rashodima.
- Korisno za razumijevanje kada se očekuje da će posao postati profitabilan.

#### **8. Zahtjevi za financiranje:**

- Navedite iznos kapitala potreban za pokretanje i vođenje poslovanja.
- Navedite kako će se sredstva koristiti.
- Ako tražite vanjsko financiranje, razjasnite vrstu (dug, kapital) i uvjete.

#### **9. Financijski pokazatelji:**

- Uključite ključne financijske omjere poput omjera likvidnosti, omjera profitabilnosti i omjera učinkovitosti.
- Ovi omjeri daju uvid u financijsko zdravlje i učinkovitost poslovanja.

#### **10. Planovi za nepredviđene situacije:**

- Identificirajte potencijalne rizike i neizvjesnosti koje bi mogle utjecati na financijski plan.
- Razvijte planove za nepredviđene situacije za ublažavanje ovih rizika.

### **11. Praćenje i pregled:**

- Uspostavite proces redovite revizije i prilagodbe financijskog plana.
- Koristite stvarne financijske podatke za usporedbu s projekcijama i napravite potrebne prilagodbe.

Ne zaboravite da financijski plan treba biti usklađen s cjelokupnom poslovnom strategijom i ciljevima. Služi kao putokaz za financijski uspjeh i daje temelj za donošenje odluka i osiguranje financiranja ako je potrebno. Preporučljivo je potražiti stručnost financijskih stručnjaka prilikom izrade opsežnog financijskog plana.

Komponente uspješnog financijskog plana za poduzeće:

#### **1. Predviđanje prodaje:**

- Izradite mjesečne, tromjesečne i godišnje procjene prihoda od prodaje.
- Identificirajte obrasce u ciklusima prodaje kako biste razumjeli poslovne trendove.
- Koristite predviđanje prodaje kao osnovu za postavljanje ciljeva rasta.

#### **2. Izdatak troškova:**

- U plan uključite redovite, buduće i povezane troškove.
- Razlikujte bitne i nebitne troškove.

- Planirajte očekivane i neočekivane buduće troškove kako biste osigurali financijsku spremnost.
- Procijenite troškove za razne inicijative rasta kako biste učinkovito upravljali širenjem.

### **3. Izvještaj o financijskom položaju (imovina i obveze):**

- Pratite imovinu i obveze kako biste odredili neto vrijednost svoje tvrtke.
- Izbjegavajte podcjenjivanje imovine i ispravno obračunajte nepodmirene račune.
- Upotrijebite bilancu za sveobuhvatan pregled stanja vašeg poslovanja.

### **4. Projekcija novčanog toka:**

- Predvidite mjesečni, tromjesečni i godišnji novčani tok.
- Unaprijed identificirajte i riješite potencijalne probleme s protokom novca.
- Postavite odgovarajuće uvjete plaćanja i planirajte širenje poslovanja ili ulaganja.
- Učinkovit proračun na temelju očekivanih mjesečnih gotovinskih salda.

### **5. Analiza rentabilnosti:**

- Procijenite fiksne troškove u odnosu na dobit zarađenu po jedinici.
- Povećajte točnost s detaljnim razumijevanjem troškova.
- Odredite optimalnu cijenu uzimajući u obzir troškove i željene marže.

- Odredite broj jedinica koje će se prodati po različitim cijenama kako bi se pokrili troškovi.

## 6. Operativni plan:

- Izradite detaljan pregled operativnih potreba za učinkovito vođenje poslovanja.
- Razumjeti potrebne uloge, kapacitete zaposlenika i troškove opskrbnog lanca.
- Donosite informirane odluke o rastu, učinkovitosti i kontroli troškova.
- Istražite mogućnosti optimizacije putem automatizacije ili poboljšane tehnologije.

Savjeti za pisanje poslovnog financijskog plana:

- **Godišnji pregled:** godišnje ažurirajte financijski plan za točnu sliku poslovnih financija.
- **Informirano odlučivanje:** koristite financijski plan za donošenje informiranih odluka o kupnji, dugu, zapošljavanju i kontroli troškova.
- **Strateško planiranje:** Primijenite plan za realan pogled na budući rast ili širenje.
- **Privlačenje ulagača:** Dobro osmišljen financijski plan ključan je kada tražite ulagače, prodajete posao ili sklapate partnerstva.
- **Jasna komunikacija:** jasno komunicirajte financijske ciljeve, strategije i očekivanja u planu.

- **Due diligence:** vlasnici tvrtki trebali bi provesti due diligence, posebno u razumijevanju trgovačkih usluga, prije potpisivanja ugovora koje nije lako promijeniti.

Uključivanjem ovih komponenti i slijedeći savjete za učinkovito financijsko planiranje, vlasnici poduzeća mogu osigurati stabilnost, rast i uspjeh svojih pothvata.



Izrada financijskog plana za startup ključna je za postavljanje putokaza do uspjeha i osiguravanje učinkovitog upravljanja resursima. Evo vodiča korak po korak koji će vam pomoći da napravite financijski plan za svoj startup:

### 1. Izvršni sažetak :

- Navedite kratki pregled svog poslovnog koncepta, ciljeva i financijskih potreba.



- Sažmite ključne točke svog financijskog plana, kao što su zahtjevi za financiranjem i očekivani povrati.

## **2. Opis poslovanja :**

- Detaljno opišite svoju poslovnu ideju, ciljno tržište, proizvode/usluge i konkurentsku prednost.
- Objasnite svoj poslovni model, izvore prihoda i strategiju određivanja cijena.

## **3. Analiza tržišta :**

- Provedite temeljito istraživanje tržišta kako biste razumjeli svoje ciljno tržište, trendove u industriji i konkurente.
- Odredite demografiju svojih ciljnih kupaca, njihove potrebe i ponašanje pri kupnji.
- Procijenite veličinu tržišta, potencijal rasta i sve regulatorne ili okolišne čimbenike koji mogu utjecati na vaše poslovanje.

## **4. Predviđanje prodaje :**

- Procijenite svoje projekcije prodaje za sljedećih 3-5 godina na temelju analize tržišta i pretpostavki rasta.
- Raščlanite prodaju prema proizvodu/usluzi, segmentu kupaca i distribucijskom kanalu.
- Uzmite u obzir sezonalnost, tržišne trendove i čimbenike konkurencije u svojoj prognozi.

## **5. Proračun troškova :**

- Navedite sve početne troškove, uključujući opremu, inventar, marketing i osoblje.
- Procijenite tekuće operativne troškove, kao što su stanarina, režije, plaće i osiguranje.
- Dodijelite sredstva za nepredviđene i neočekivane troškove.

#### **6. Projekcija novčanog toka :**

- Napravite mjesečnu projekciju novčanog toka za prvu godinu i tromjesečne projekcije za naredne godine.
- Predviđajte novčane priljeve od prodaje, ulaganja i financijskih aktivnosti.
- Procijenite novčane odljeve za troškove, otplate kredita i kapitalna ulaganja.
- Pratite svoj novčani tok kako biste bili sigurni da imate dovoljno likvidnosti za pokrivanje troškova i održavanje poslovanja.

#### **7. Strategija financiranja :**

- Odredite koliko vam je sredstava potrebno za pokretanje i razvoj vašeg startupa.
- Istražite različite izvore financiranja, poput osobne štednje, zajmova, investitora ili grupnog financiranja.
- Predstavite jasan plan o tome kako ćete koristiti sredstva za postizanje prekretnica i ostvarivanje povrata za ulagače.

#### **8. Financijske projekcije :**

- Pripremite projicirana izvješća o dobiti, bilance i izvješća o novčanom toku za više godina.
- Uključite pretpostavke i ključne pokazatelje učinka (KPI) koji podržavaju vaše financijske projekcije.
- Redovito pregledavajte i ažurirajte svoje projekcije kako se vaše poslovanje razvija.

### **9. Procjena rizika :**

- Identificirajte potencijalne rizike i izazove koji mogu utjecati na vaš financijski učinak.
- Razvijte strategije za ublažavanje rizika, kao što je diversifikacija tokova prihoda ili osiguravanje rezervnih izvora financiranja.
- Razmislite o provođenju analize osjetljivosti kako biste procijenili kako promjene ključnih varijabli mogu utjecati na vaše financijske rezultate.

### **10. Praćenje i pregled :**

- Uspostavite sustav za redovito praćenje i provjeru svoje financijske uspješnosti.
- Usporedite stvarne rezultate sa svojim predviđanjima i prema potrebi prilagodite svoj plan kako biste ostali na pravom putu.
- Zatražite profesionalni savjet od računovođa, financijskih savjetnika ili mentora kako biste osigurali točnost i održivost svog financijskog plana.

Stvaranje sveobuhvatnog financijskog plana pomoći će vam u donošenju informiranih odluka, privlačenju ulagača i suočavanju s izazovima pokretanja i

razvoja uspješnog poslovanja. Budite realni u svojim pretpostavkama i marljivo nadzirite svoje financije kako biste povećali svoje šanse za uspjeh.

Izračun predviđanja prodaje, projekcija novčanog toka i drugih važnih financijskih pokazatelja za financijski plan uključuje kombinaciju istraživanja, analize i procjene. Evo kako možete izračunati ove ključne komponente:

### **1. Predviđanje prodaje:**

**a. Analiza povijesnih podataka:** ako je dostupno, analizirajte prošle podatke o prodaji kako biste identificirali trendove, sezonske promjene i obrasce. To može poslužiti kao osnova za buduće projekcije.

**b. Istraživanje tržišta:** Provedite istraživanje tržišta kako biste razumjeli potražnju za svojim proizvodima/uslugama, procijenili veličinu tržišta i analizirali konkurente. Uzmite u obzir faktore kao što su demografski trendovi, ekonomski uvjeti i dinamika industrije.

**c. Analiza prodajnog toka:** Procijenite potencijalnu prodaju na temelju vašeg prodajnog toka, uključujući potencijalne kupce, izgleda i stope konverzije u svakoj fazi prodajnog procesa.

**d. Pretpostavke rasta:** Uzmite u obzir sve očekivane inicijative rasta, marketinške kampanje, lansiranja proizvoda ili planove proširenja koji mogu utjecati na buduću prodaju.

**e. Metode predviđanja:** Za predviđanje prodaje koristite kvantitativne metode kao što su analiza vremenskih serija, regresijska analiza ili pomični prosjek, kao i kvalitativne metode kao što su mišljenja stručnjaka ili istraživanja tržišta.

## 2. Projekcija novčanog toka:

**a. Projekcije prihoda:** Započnite s predviđanjem prodaje kako biste procijenili priljev novca od prihoda od prodaje. Uzmite u obzir uvjete plaćanja, razdoblja naplate i sve sezonske varijacije u novčanim primicima.

**b. Projekcije troškova:** Identificirajte sve predviđene troškove, uključujući fiksne troškove (npr. stanarinu, plaće) i varijabilne troškove (npr. materijal, režije). Procijenite vrijeme i veličinu odljeva novca za svaku kategoriju troškova.

**c. Radni kapital:** faktor promjena u radnom kapitalu, uključujući potraživanja, zalihe i obveze prema dobavljačima. Odredite učinak promjena u zahtjevima za radnim kapitalom na gotovinu.

**d. Financijske aktivnosti:** Razmotrite sve financijske aktivnosti kao što su zajmovi, kapitalna ulaganja ili dividende koje mogu utjecati na novčani tok. Račun za plaćanja kamata, prihode od kredita i kapitalne injekcije.

**e. Kapitalni izdaci:** Uključite kapitalne izdatke za ulaganja u imovinu kao što su oprema, strojevi ili objekti. Odredite vrijeme i novčane odljeve povezane s tim ulaganjima.

**f. Sezonske varijacije:** Prilagodite projekcije novčanog toka za sezonske varijacije u prihodima i rashodima, osiguravajući dovoljnu likvidnost za pokrivanje vršnih razdoblja aktivnosti.

## 3. Ostale važne financijske metrike:

**a. Izvještaj o dobiti i gubitku (Račun dobiti i gubitka):** Izračunajte neto prihod oduzimanjem ukupnih troškova od ukupnih prihoda. Pratite metrike profitabilnosti kao što su bruto profitna marža, operativna profitna marža i neto profitna marža.

**b. Bilanca:** Pripremite bilancu za praćenje imovine, obveza i kapitala tvrtke. Izračunajte financijske omjere kao što su omjeri likvidnosti (npr. trenutni omjer, brzi omjer) i omjeri financijske poluge (npr. omjer duga i kapitala) za procjenu financijskog zdravlja.

**c. Analiza rentabilnosti:** Odredite razinu prodaje ili prihoda potrebnu za pokrivanje fiksnih i varijabilnih troškova i postizanje rentabilnosti. Koristite ovu analizu za procjenu izvedivosti poslovnih operacija i strategija određivanja cijena.

**d. Povrat ulaganja (ROI):** Izračunajte ROI za procjenu isplativosti ulaganja i projekata. Usporedite povrate troškova kako biste procijenili učinkovitost i djelotvornost raspodjele kapitala.

#### **4. Softver i alati:**

Razmislite o korištenju softvera za financijsko modeliranje, alata za proračunske tablice kao što su Microsoft Excel ili Google Sheets ili specijaliziranog računovodstvenog softvera za olakšavanje izračuna, automatizaciju procesa i generiranje izvješća.

#### **5. Analiza osjetljivosti:**

Provedite analizu osjetljivosti kako biste procijenili utjecaj promjena u ključnim pretpostavkama ili varijablama na financijske projekcije. Identificirajte rizike i neizvjesnosti koji mogu utjecati na točnost predviđanja i razvijte planove za nepredviđene situacije za ublažavanje potencijalnih nepovoljnih ishoda.

Slijedeći ove korake i koristeći odgovarajuće alate i metode, možete izračunati predviđanja prodaje, projekcije novčanog toka i druge važne financijske metrike za razvoj sveobuhvatnog financijskog plana za vaše poslovanje. Redovito

pregledavajte i ažurirajte svoje projekcije na temelju stvarne izvedbe i promjenjivih tržišnih uvjeta kako biste bili sigurni da plan ostaje relevantan i učinkovit.

Točnije:

Razmotrimo hipotetski primjer predviđanja prodaje za stvarnu poljoprivrednu tvrtku, " GreenFields Farm", koja je specijalizirana za organsku proizvodnju povrća. Predviđanje će pokriti razdoblje od jedne godine, raščlanjeno prema kategoriji proizvoda i mjesecu:

**Predviđanje prodaje za GreenFields Farm (2024. godina)**

**Kategorije proizvoda:**

- 1. rajčice
- 2. Zelena salata
- 3. mrkva
- 4. Paprike babure

**Mjesec: siječanj - prosinac**

Mjesec	rajčice ( lbs )	Zelena salata (glavice)	Mrkva ( lbs )	paprike ( lbs )
siječnja	2000	1500	1200	800
veljača	2500	1800	1400	900
ožujak	3000	2000	1600	1000

Mjesec	rajčice ( lbs )	Zelena salata (glavice)	Mrkva ( lbs )	paprike ( lbs )
travanj	3500	2,200	1800	1200
svibanj	4000	2500	2000	1500
lipanj	4500	2,800	2,200	1800
srpanj	5000	3000	2400	2000
kolovoz	5500	3.200	2600	2,200
rujan	5000	3000	2400	2000
listopad	4500	2,800	2,200	1800
studeni	4000	2500	2000	1500
prosinac	3500	2,200	1800	1200

**Projekcija ukupne godišnje prodaje:**

- Rajčice: 48.500 lbs
- Salata: 29.300 glavica
- Mrkva: 23.800 lbs
- Paprike: 15.800 lbs



## 2.7 Održivost

Održivost u novoosnovanim tvrtkama višestruk je koncept koji uključuje integraciju ekoloških, društvenih i ekonomskih pitanja u poslovni model. Izgradnja održivog startupa uključuje rješavanje utjecaja na okoliš, poticanje društvene odgovornosti i osiguravanje dugoročne ekonomske održivosti. Evo ključnih aspekata koje treba uzeti u obzir za održivost u startupima:

### 1. Održivost okoliša:

- **Zelene prakse:** Provedite ekološke prakse u svim aspektima poslovanja, od potrošnje energije do smanjenja otpada.

- **Upravljanje lancem opskrbe:** Odaberite dobavljače i partnere s održivom praksom i razmotrite utjecaj cijelog opskrbnog lanca na okoliš.
- **Životni ciklus proizvoda:** Dizajnirajte proizvode s fokusom na trajnost, mogućnost recikliranja i smanjeni utjecaj na okoliš tijekom njihovog životnog ciklusa.

## 2. Društvena održivost:

- **Raznolikost i uključenost:** promovirajte raznoliko i uključivo radno mjesto kako biste potaknuli inovacije i privukli vrhunske talente iz različitih sredina.
- **Poštena radna praksa:** Osigurajte poštene plaće, dobre radne uvjete i etičku radnu praksu u cijelom opskrbnom lancu.
- **Angažman zajednice:** Uključite se i pozitivno doprinesite lokalnoj zajednici u kojoj vaš startup djeluje.

## 3. Ekonomska održivost:

- **Financijska otpornost:** Izgradite robustan financijski model koji omogućuje startupu da prebrodi ekonomske padove i neizvjesnosti.
- **Dugoročna vizija:** Razvijte poslovnu strategiju koja uzima u obzir dugoročni rast i pozitivan ekonomski učinak.
- **Društveno poduzetništvo:** Istražite poslovne modele koji se bave društvenim ili ekološkim problemima uz stvaranje prihoda.

## 4. Inovacija za održivost:

- **Zelene tehnologije:** Istražite i ulažite u tehnologije koje pridonose održivosti, poput obnovljivih izvora energije, energetske učinkovitosti i tehnologija smanjenja otpada.
- **Kružno gospodarstvo:** Dizajnirajte proizvode i usluge s fokusom na kružno gospodarstvo, gdje se materijali ponovno koriste ili recikliraju, smanjujući otpad.

#### 5. Mjerenje i izvješćivanje:

- **Ključni pokazatelji učinka (KPI):** Definirajte i izmjerite KPI održivosti koji su u skladu s poslovnim ciljevima i doprinose ekološkoj i društvenoj odgovornosti.
- **Izvješćivanje o održivosti:** budite transparentni u pogledu svojih nastojanja u pogledu održivosti davanjem redovitih izvješća dionicima.

#### 6. Usklađenost s propisima:

- **Ostanite informirani:** Budite u tijeku s ekološkim i društvenim propisima koji se primjenjuju na vašu industriju i lokaciju.
- **Usklađenost:** osigurajte da je vaš startup u skladu s relevantnim zakonima i standardima održivosti.

#### 7. Obrazovanje i angažman kupaca:

- **Obrazujte kupce:** informirajte kupce o održivim aspektima svojih proizvoda ili usluga, budući da potrošači sve više cijene ekološki i društveno odgovorno poslovanje.

- **Mehanizam povratnih informacija:** Stvorite kanale za povratne informacije kupaca i integrirajte ih u svoju strategiju održivosti.

## 8. Partnerstva i suradnje:

- **Suradujte s organizacijama istomišljenika:** Stvorite partnerstva s organizacijama koje dijele slične vrijednosti i ciljeve održivosti.
- **Suradnja s industrijom:** suradujte s industrijskim udrugama i grupama koje rade na održivim praksama.

Održivost u startupima stalna je obveza koja zahtijeva kontinuiranu evaluaciju, prilagodbu i poboljšanje. Integriranjem održivosti u srž vašeg poslovanja, startupi mogu doprinijeti pozitivnim ekološkim i društvenim promjenama, istovremeno osiguravajući dugoročni uspjeh.

U kontekstu svijeta kojim dominiraju klimatske promjene i iscrpljivi prirodni resursi, održivi razvoj postao je bitna i hitna globalna tema. Veličina problema sada se mora uskladiti sa sveobuhvatnim, učinkovitim i visokokvalitetnim rješenjima. Ambiciozni ciljevi koje je Europsko vijeće postavilo u vezi sa smanjenjem emisije stakleničkih plinova, proizvodnjom obnovljive energije i povećanom energetske učinkovitosti, prema Protokolu iz Kyota u okviru paketa Energetika i klimatske promjene, zahtijevaju razvoj novog gospodarskog modela koji integrira ekološke u proces proizvodnje i rezultirajuće proizvode. U tom smislu, inovativni procesi usmjereni na održivi razvoj poznati su kao eko-inovacije.

Održivost postaje razvojni model samo ako su je države, gospodarski sektori, tvrtke i građani svjesni, prihvaćaju i primjenjuju njezina načela. Doprinos organizacija

stvaranju povoljne budućnosti mora proizaći iz potpune integracije održivosti u poslovni model i strategije razvoja poduzeća.

Tradicionalno, tvrtke se usredotočuju na pružanje dobara i usluga koje zadovoljavaju zahtjeve kupaca po konkurentnim cijenama, a pritom ostaju profitabilne. Međutim, u kontekstu u kojem postoje ograničenja resursa, ekosustavi degradiraju, a na klimatske promjene utječu ljudske aktivnosti, tradicionalna uloga poduzeća više nije dovoljna za generiranje održivog razvoja.

Svaka generacija dijeli iste ciljeve, koji uključuju ekonomski, društveni i tehnološki razvoj, s ciljem prosperitetnog života. Stalna potraga za ovim ciljevima dovela je čovječanstvo do sadašnjeg stupnja razvoja. Međutim, sa sve većim ograničenjima resursa, negativnim klimatskim promjenama i degradacijom okoliša, društvo postaje sve neuravnoteženije. Mnoge zemlje suočavaju se s velikim poteškoćama u osiguravanju potrebnih sredstava za razvoj. Pod rastućim pritiscima ekoloških, društvenih i ekonomskih ograničenja, čovječanstvo je počelo shvaćati da će stalna neopravdana potrošnja, rasipanje i ignoriranje signala ovakvog načina života dovesti do samouništenja. Dugotrajni prosperitet posljednjih godina potaknuo je te navike, a obećanja moderne ekonomije mogu stvoriti uvjete za njezin vlastiti neuspjeh.

U tom kontekstu, održivost ima tri međusobno povezane dimenzije: ekološku održivost, društvenu održivost i ekonomsku održivost. Društvena odgovornost poduzeća uključuje doprinos poduzeća održivom razvoju, a s tim krajnjim ciljem poduzeća moraju razmotriti učinke svoje najbolje prakse na okoliš i društvo kako bi pridonijela svom napretku i zaštiti okoliša.

Ovi izazovi doveli su do pojave novih koncepata i filozofija upravljanja koje razmatraju kako organizacija koristi resurse, smanjuje troškove i razvija dugoročne strategije.

Eko-inovacija je sastavnica inovacija koja otvara nove putove za održive gospodarske aktivnosti. Eko-inovacija obuhvaća četiri bitna aspekta: ekonomiju, okoliš, društvo i politiku. Svaki od ovih aspekata, kada se njima bave organizacije kroz eko-inovacije, ima dugoročne korisne učinke. S ekonomske perspektive, smanjuje troškove vezane uz materijale i energiju, uvodi nove proizvode, usluge i tržišta te vodi do novih poslovnih modela. Ekološki učinci eko-inovacija vidljivi su u održivom upravljanju resursima, rješavanju problema klimatskih promjena i poboljšanju bioraznolikosti i ekosustava. Osim toga, poboljšava kvalitetu života i stvara nova održiva radna mjesta.

Prema Europskom opservatoriju za eko-inovacije, eko-inovacija se definira kao "uvođenje ili modifikacija bilo kojeg proizvoda, usluge, procesa, organizacijske promjene ili marketinškog rješenja koje pridonosi smanjenju korištenja resursa i ispuštanja otrovnih tvari tijekom cijelog životni ciklus." Poslovna motivacija za ekološke inovacije široko je prihvaćena, vođena značajnom vrijednošću zelenog tržišta, zahtjevima trgovaca za dobavljače da odgovore na "zelene" potrošače, financijskom vrijednošću "zelene" reputacije, malim ulaganjima u "ozelenjavanje" koja vode do značajnih ušteda , i nove generacije radnika koji cijene održivost na radnom mjestu.

Ključne prednosti za tvrtke u razvoju održivog poslovanja kroz eko-inovacije uključuju poboljšanu financijsku izvedbu kroz povećanu prodaju, učinkovitost i produktivnost, smanjenu ovisnost o skupim ili opasnim materijalima, poslovnu izvrsnost kroz proaktivnu usklađenost sa zakonskim zahtjevima i inovativnim rješenjima, poboljšani pristup kapitalu putem smanjenje operativnih, strateških rizika i rizika lanca opskrbe te strateško predviđanje predviđanjem kako poslovanje može inovirati kako bi stvorilo dodatnu vrijednost.

Mjerenje korporativne održivosti od velikog je interesa za istraživače. Različite studije istraživale su izvješćivanje o održivosti, a postoji sve veće priznanje potrebe za standardizacijom i jasnim okvirima. Načela Globalne inicijative za izvještavanje (GRI) naširoko koriste tvrtke za izvješćivanje o svojoj održivosti. Razvijanje referentnog okvira za nefinancijske pokazatelje prilagođene organizaciji dugotrajan je i složen proces koji zahtijeva pažljivo razmatranje interesa dionika.

Inovacija je ključna i strateška komponenta kontinuiranog procesa poboljšanja održivosti. Deloitteovo istraživanje među izvršnim direktorima 48 sjevernoameričkih multinacionalnih kompanija 2009. i 2010. pokazalo je da su inovacije održivosti napravljene u proizvodima, procesima i poslovnim modelima kako bi se poboljšala održivost tvrtki. Tvrtke su smanjile potrošnju energije za proizvode, modificirale poslovne procese za veću održivost i uložile u edukaciju radne snage o ciljevima i naporima u pogledu održivosti.

Druga studija koja je uspoređivala američki uzorak od 90 tvrtki s visokom održivošću i drugu s niskom održivošću otkrila je da održivo upravljanje ekološkim i društvenim učinkom dovodi do vrhunskih financijskih rezultata i stvara veću vrijednost za dioničare. Takve tvrtke privlače bolje i angažiranije zaposlenike i potiču lojalnije kupce.

Sposobnost tvrtke da postigne stvarnu održivost ovisi o njezinoj ekološkoj i društvenoj osjetljivosti. Drugim riječima, tvrtka prvo mora postati ekocentrična, a zatim prijeći na onu koja se fokusira na održivost, što zahtijeva značajne napore i vrijeme. Strateška održivost uključuje angažman najvišeg rukovodstva izvan usklađenosti i učinkovitosti kako bi se izbjegli rizici i smanjili troškovi. U ovoj perspektivi, strategija održivosti mora postati strategija poduzeća, a strategija poduzeća mora postati strategija održivosti.

U izgradnji održivog poslovanja, organizacije su pod stalnim utjecajem raznih sila, uključujući promotore i inhibitore održivih poslovnih praksi. Ciljevi stvaranja i konsolidacije održivih poduzeća uključuju optimizaciju ljudskog blagostanja, održavanje kapaciteta za održavanje života i osiguravanje socijalne jednakosti.

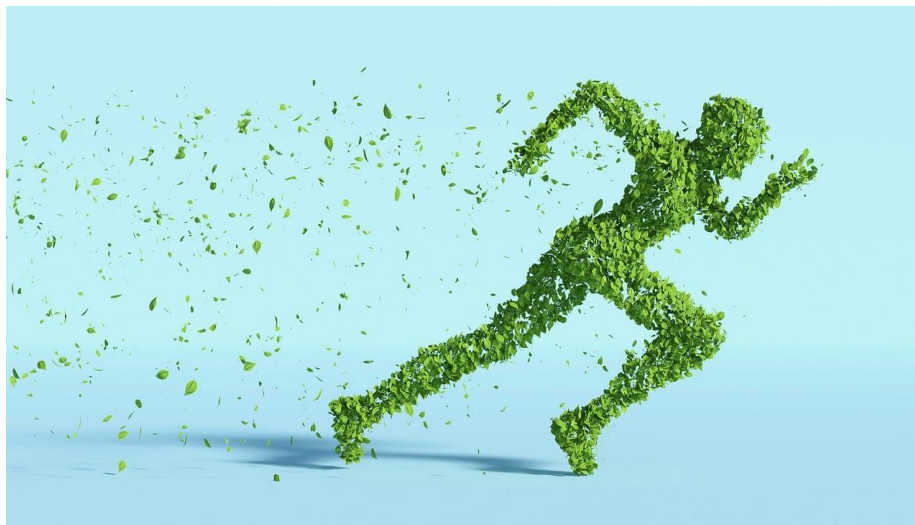
Odabir i provedba najprikladnijih strategija održivog razvoja i društvene odgovornosti igraju značajnu ulogu u dodavanju vrijednosti stvaranjem i konsolidacijom održivih poduzeća. Ova se vrijednost ostvaruje preko dionika (investitori, potrošači, dobavljači, zajednice, nevladine organizacije, partneri i distributeri), unutar organizacije (tržišni udio, prodaja, intelektualni kapital, reputacija, brend) i u okruženju koje ga okružuje.

Problemi koji proizlaze iz neintegracije praksi društvene odgovornosti u poslovne strategije mogu se primijetiti pri procjeni troškova i koristi implementiranih projekata, odabiru tehnologije, interakciji sa zajednicom i strukturiranju poticaja za učinak.

Održiva inovacija, koja obuhvaća zaštitu okoliša, društvenu i organizacijsku zaštitu, ključni je i strateški dio kontinuiranog procesa poboljšanja održivosti. Uspjeh u održivim inovacijama ovisi o dobro kvalificiranoj radnoj snazi, učinkovitim sustavima upravljanja, usmjerenosti na dionike i kontinuiranom dijalogu duž lanca vrijednosti, kao i promjenama u organizacijskom razvoju i otvaranju radnih mjesta.

Postizanje održivosti je izazovno, a tvrtke moraju prevladati različite izazove u svakoj fazi procesa održivosti dok stječu nove vještine za pronalaženje rješenja za te izazove. Tvrtka koja postiže rezultate u održivosti mora odgovorno koristiti resurse, osiguravajući ne samo profitabilnost već i održavanje postojeće ravnoteže okoliša i društva. Komponente održivosti koje se odnose na zaštitu okoliša, društvenu jednakost i očuvanje resursa mogu se smatrati kapitalom poduzeća.





Razvijanje plana održivosti za poljoprivredno poslovanje uključuje stvaranje strategija za smanjenje utjecaja na okoliš, očuvanje resursa, promicanje društvene odgovornosti i osiguravanje dugoročne ekonomske održivosti. Evo opsežnog nacрта za izradu plana održivosti za hipotetsku farmu organskog povrća:

### **1. Procjena trenutne prakse:**

- Farma trenutno koristi metode organskog uzgoja, smanjujući sintetičke inpute i promičući zdravlje tla.
- Potrošnja vode je relativno velika zbog tradicionalnih metoda navodnjavanja iznad glave.
- Gospodarenje otpadom uključuje kompostiranje ostataka usjeva i recikliranje plastičnih materijala.
- Društvene inicijative uključuju sudjelovanje na lokalnim poljoprivrednim tržnicama i programe širenja zajednice.

### **2. Ciljevi održivosti:**

- Smanjite potrošnju vode za 20% u sljedeće tri godine usvajanjem sustava navodnjavanja kap po kap i praksi učinkovite potrošnje vode.
- Poboljšajte zdravlje tla povećanjem sadržaja organske tvari za 1% godišnje putem kompostiranja, pokrovnog usjeva i smanjene obrade tla.
- Smanjite unos kemikalija za 30% u roku od pet godina putem strategija integriranog upravljanja štetočinama (IPM) i plodoreda.
- Promicanje bioraznolikosti posvećivanjem 10% površine farme prirodnim biljnim staništima i vegetaciji pogodnoj za oprašivače.
- Povećajte angažman zajednice organiziranjem edukativnih radionica i obilazaka farmi, s ciljem dosezanja 500 posjetitelja godišnje.

### **3. Strategije očuvanja okoliša:**

- Zaštita vode:
  - Uložite u sustave navodnjavanja kap po kap i infrastrukturu za skupljanje kišnice.
  - Implementirajte senzore vlažnosti tla i alate za planiranje za precizno upravljanje navodnjavanjem.
- Zdravlje tla:
  - Proširite praksu pokrivanja usjeva tijekom razdoblja ugara kako biste spriječili eroziju tla i ispiranje hranjivih tvari.
  - Uvedite sheme rotacije usjeva kako biste diverzificirali biljne vrste i smanjili pritisak štetnika i bolesti.
- Bioraznolikost:

- Postavite živice i trake s divljim cvijećem oko rubova polja kako biste stvorili staništa za korisne kukce i divlje životinje.
- Uvesti agrošumarske prakse integracijom voćaka i višegodišnjih usjeva u poljoprivredni krajolik.

#### **4. Inicijative društvene odgovornosti:**

- Angažman zajednice:
  - Organizirajte obilaske farmi, radionice i obrazovne događaje o održivim poljoprivrednim praksama.
  - Suradujte s lokalnim školama i društvenim organizacijama kako biste pružili mogućnosti iskustvenog učenja.
- Poštena radna praksa:
  - Osigurati poštene plaće i sigurne radne uvjete poljoprivrednicima.
  - Ponudite mogućnosti obuke i profesionalnog razvoja za zaposlenike.

#### **5. Praćenje i evaluacija:**

- Redovito nadzirite ključne pokazatelje učinka (KPI) koji se odnose na korištenje vode, zdravlje tla, kemijske unose, biološku raznolikost i angažman zajednice.
- Provedite godišnje preglede kako biste procijenili napredak prema ciljevima održivosti i prema potrebi prilagodili strategije.
- Zatražite povratne informacije od dionika, uključujući zaposlenike, kupce i članove zajednice, kako biste kontinuirano poboljšavali napore u pogledu održivosti.

Provedbom ovih strategija i redovitim praćenjem napretka, hipotetska organska farma povrća može raditi na postizanju svojih ciljeva održivosti uz održavanje ekonomske održivosti i pridonosenje očuvanju okoliša i društvenoj odgovornosti.

## 2.8 Smanjenje onečišćenja

To je načelo koje polazi od nužnosti odvajanja gospodarskog rasta od korištenja resursa kroz značajan prijelaz na učinkovitije korištenje prirodnih resursa od strane potrošača i proizvođača u svim relevantnim područjima.

Podržavamo nova poduzeća i aktivnosti u sektorima s niskim udjelom ugljika i klimatski otpornim, potičući istraživanje, tehnološki razvoj i inovacije u području energetske učinkovitosti i obnovljive energije. Također promičemo zapošljavanje i mobilnost radne snage.

Cilj nam je pridonijeti prijelazu na gospodarstvo s niskim udjelom ugljika promicanjem ranog otkrivanja potreba za radnom snagom i nedostataka vještina, reformom sustava obrazovanja i osposobljavanja, prilagodbom vještina i

kvalifikacija, širenjem vještina radne snage kako bi se povećala zapošljivost i poticanjem stvaranja novih radnih mjesta u održive industrije i energetske sektori s niskim udjelom ugljika.

Smanjenje onečišćenja u novoosnovanim poduzećima uključuje usvajanje praksi i strategija koje minimaliziraju utjecaj poslovnih operacija na okoliš. To ne samo da doprinosi zdravijem planetu, već je i usklađeno s promjenjivim preferencijama potrošača i regulatornim zahtjevima. Evo nekoliko načina na koje startupi mogu raditi na smanjenju onečišćenja:

### 1. Energetska učinkovitost:

- **Obnovljiva energija:** Prijelaz na obnovljive izvore energije kao što su solarna energija ili energija vjetra kako bi se smanjila ovisnost o fosilnim gorivima.
- **Energetski pregledi:** Provedite energetske preglede kako biste identificirali područja u kojima se energetska učinkovitost može poboljšati i u skladu s tim implementirali promjene.

### 2. Održivi prijevoz:

- **Rad na daljinu:** Potaknite rad na daljinu kada je to moguće kako biste smanjili potrebu za putovanjem na posao.
- **Ekološki prihvatljivo putovanje na posao:** promovirajte ekološki prihvatljive opcije putovanja na posao, kao što je vožnja biciklom ili korištenje električnih vozila.

### 3. Smanjenje otpada:

- **Programi recikliranja:** Provedite opsežne programe recikliranja papirnog, plastičnog i elektroničkog otpada.
- **Smanjeno pakiranje:** Smanjite nepotrebno pakiranje i odlučite se za ekološki prihvatljive materijale za pakiranje.

#### 4. **Zaštita vode:**

- **Učinkovito korištenje vode:** usvojite tehnologije i prakse koje štede vodu u uredskim prostorima i proizvodnim procesima.
- **Recikliranje vode:** Istražite mogućnosti za recikliranje vode ili ponovno korištenje vode unutar poslovnih operacija.

#### 5. **Održivi lanac opskrbe:**

- **Procjena dobavljača:** procijenite i odaberite dobavljače na temelju njihove predanosti održivosti.
- **Lokalni izvori:** Odlučite se za lokalne dobavljače kako biste smanjili utjecaj prijevoza na okoliš.

#### 6. **Prakse zelene gradnje:**

- **Ekološki uredski prostori:** Odaberite uredske prostore s ekološkim dizajnom, uključujući energetske učinkovitu rasvjetu i HVAC sustave.
- **LEED certifikat:** težite certifikaciji Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) za svoj ured ili proizvodne pogone.

#### 7. **Nadoknada ugljika:**

- **Programi kompenzacije:** Uložite u programe kompenzacije ugljika kako biste kompenzirali neizbježne emisije ugljika.

- **Izračun ugljičnog otiska:** Izračunajte i pratite ugljični otisak poslovanja kako biste identificirali područja za poboljšanje.

## 8. Edukacija zaposlenika:

- **Programi obuke:** Omogućite programe obuke za zaposlenike o održivim praksama i važnosti smanjenja onečišćenja.
- **Potaknite održive navike:** Potaknite zaposlenike da usvoje ekološke navike i na poslu i u privatnom životu.

## 9. Usvajanje tehnologije:

- **Digitalizacija:** Prihvatite digitalne procese kako biste smanjili potrebu za papirom i fizičkim resursima.
- **Učinkovita oprema:** Investirajte u energetske učinkovite i ekološki prihvatljivu opremu.

## 10. Usklađenost s propisima:

- **Ostanite informirani:** Budite u toku s propisima i standardima zaštite okoliša kako biste osigurali usklađenost.
- **Proaktivne mjere:** Provedite mjere za premašivanje regulatornih zahtjeva kada je to moguće.

## 11. Transparentnost i izvješćivanje:

- **Izvješća o okolišu:** Osigurajte redovita izvješća o utjecaju vašeg poslovanja na okoliš.
- **Uključivanje dionika:** Transparentno komunicirajte s dionicima i klijentima o svojim naporima za smanjenje zagađenja.

## 12. Stalno poboljšanje:

- **Redovite revizije:** Provedite redovite revizije zaštite okoliša kako biste identificirali nove prilike za poboljšanje.
- **Inovacija:** Potaknite inovacije u smanjenju onečišćenja istraživanjem novih tehnologija i praksi.



Integriranjem strategija smanjenja onečišćenja u svoje poslovne modele, startupi mogu doprinijeti održivosti okoliša, privući ekološki osviještene potrošače i izgraditi pozitivan imidž robne marke. To ne samo da koristi planetu, već može dovesti i do uštede troškova i povećanja konkurentnosti na duge staze.

Napravimo plan smanjenja onečišćenja za hipotetski proizvodni posao koji proizvodi tekstil:

### 1. Identificirajte izvore onečišćenja:

- **Otpadne vode :** Ispuštanje iz procesa bojenja i dorade može sadržavati zagađivače kao što su boje, kemikalije i teški metali.



- **Emisije u zrak** : Izgaranje fosilnih goriva u kotlovima i drugoj opremi može osloboditi zagađivače kao što su čestice, sumporni dioksid (SO<sub>2</sub>) i dušikovi oksidi (NO<sub>x</sub>).
- **Kruti otpad** : Stvaranje tekstilnih ostataka, materijala za pakiranje i drugih otpadnih proizvoda koji doprinose onečišćenju odlagališta.
- **Uporaba kemikalija** : uporaba opasnih kemikalija u procesima bojanja, tiskanja i dorade može predstavljati rizik za okoliš i ljudsko zdravlje.

## 2. Strategije smanjenja onečišćenja:

- **Upravljanje otpadnim vodama** :
  - Instalirajte i održavajte sustave za pročišćavanje otpadnih voda na lokaciji radi uklanjanja zagađivača prije ispuštanja.
  - Provedite sustave recikliranja i ponovne upotrebe vode kako biste smanjili potrošnju slatke vode i stvaranje otpadnih voda.
- **Kontrola onečišćenja zraka** :
  - Nadogradite opremu za izgaranje tehnologijama za kontrolu onečišćenja kao što su elektrostatički filteri ili pročistači kako biste smanjili emisije čestica i plinova.
  - Prijelaz na čišća goriva ili alternativne izvore energije kao što je prirodni plin ili obnovljiva energija kako bi se smanjilo onečišćenje zraka iz procesa izgaranja.
- **Smanjenje krutog otpada** :
  - Provedite programe smanjenja otpada i recikliranja kako biste smanjili stvaranje tekstilnih ostataka i ambalažnog otpada.

- Istražite prilike za preradu ili prenamjenu tekstilnog otpada u nove proizvode ili materijale.
- **Upravljanje kemikalijama :**
  - Zamijenite opasne kemikalije sigurnijim alternativama gdje god je to moguće.
  - Provedite najbolju praksu upravljanja za rukovanje, skladištenje i odlaganje kemikalija kako biste spriječili izlivanje i smanjili onečišćenje okoliša.

### **3. Obuka i angažman zaposlenika:**

- Omogućite sveobuhvatnu obuku zaposlenicima o praksama sprječavanja onečišćenja, sigurnim postupcima rukovanja kemikalijama i zahtjevima usklađenosti s okolišem.
- Potaknite sudjelovanje zaposlenika u prepoznavanju prilika za smanjenje onečišćenja i provedbu održivih praksi u njihovim svakodnevnim poslovima.

### **4. Praćenje i sukladnost:**

- Uspostavite protokole praćenja za redovitu procjenu kvalitete otpadnih voda, emisija u zrak i stvaranja krutog otpada.
- Osigurati poštivanje ekoloških propisa i dozvola koje reguliraju ispuštanje otpadnih voda, emisije u zrak, gospodarenje opasnim otpadom i druge aktivnosti povezane s onečišćenjem.
- Provoditi periodične revizije i inspekcije kako bi se potvrdila usklađenost s mjerama za sprječavanje onečišćenja i identificirala područja za poboljšanje.

### **5. Angažman dionika i izvješćivanje:**

- Uključite se u relevantne dionike, uključujući regulatorne agencije, lokalne zajednice i ekološke organizacije, kako biste potaknuli transparentnost i odgovornost u naporima za smanjenje onečišćenja.
- Redovito komunicirajte s dionicima putem izvješća, sastanaka i aktivnosti širenja kako biste podijelili ažurirane informacije o napretku, riješili probleme i zatražili povratne informacije o inicijativama za smanjenje zagađenja.

## 6. Kontinuirano poboljšanje:

- Kontinuirano ocjenjivati učinkovitost mjera za smanjenje onečišćenja kroz analizu podataka, metriku učinka i povratne informacije dionika.
- Povremeno pregledajte i ažurirajte plan smanjenja onečišćenja kako biste uključili nove tehnologije, najbolje prakse i regulatorne zahtjeve kako biste osigurali stalna poboljšanja i inovacije u ekološkoj učinkovitosti.

Primjenom ovih strategija smanjenja onečišćenja i njegovanjem kulture odgovornosti prema okolišu, tekstilna proizvodnja može smanjiti svoj utjecaj na okoliš, zaštititi prirodne resurse i doprinijeti zdravijoj i održivijoj budućnosti.

Napravimo plan smanjenja onečišćenja za hipotetsku farmu usjeva:

### 1. Identificirajte izvore onečišćenja:

- **Otjecanje hranjivih tvari** : Višak gnojiva koja sadrže dušik i fosfor može iscuriti u vodene tokove, uzrokujući eutrofikaciju i štetno cvjetanje algi.
- **Odnos pesticida i herbicida** : Kemijski pesticidi i herbicidi mogu odlutati izvan cilja tijekom primjene, zagađujući obližnja vodena tijela i neciljane biljke.

- **Erozija tla** : loše prakse upravljanja tlom mogu dovesti do erozije, sedimentacije i degradacije kvalitete vode u obližnjim potocima i rijekama.
- **Otpad stoke** : Stajski gnoj iz uzgoja stoke na farmama može doprinijeti onečišćenju hranjivim tvarima i mikrobnj kontaminaciji površinskih i podzemnih voda.

## 2. Strategije smanjenja onečišćenja:

- **Upravljanje hranjivim tvarima** :
  - Provedite tehnike precizne poljoprivrede kao što su ispitivanje tla i primjena promjenjive količine gnojiva kako biste optimizirali upotrebu gnojiva i smanjili otjecanje hranjivih tvari.
  - Usvojiti prakse očuvanja kao što su pokrovni usjevi, tampon trake i planovi upravljanja hranjivim tvarima kako bi se smanjili gubici hranjivih tvari i erozija tla.
- **Integrirano upravljanje štetočinama (IPM)** :
  - Koristite IPM strategije kako biste smanjili ovisnost o kemijskim pesticidima i herbicidima.
  - Provedite biološku kontrolu, rotaciju usjeva i upravljanje staništima za kontrolu štetočina i korova uz minimaliziranje utjecaja na okoliš.
- **Očuvanje tla** :
  - Prakticirajte konzervacijsku obradu tla i mjere očuvanja tla kao što su konturno oranje i terasiranje kako biste smanjili eroziju i poboljšali zdravlje tla.

- Uspostavite vegetativne pufere duž vodotoka i osjetljivih područja kako biste filtrirali otjecanje i smanjili sedimentaciju.
- **Upravljanje otpadom od stoke :**
  - Razvijte sveobuhvatne planove upravljanja gnojivom za pravilno rukovanje, skladištenje i primjenu stočnog otpada kako biste smanjili otjecanje hranjivih tvari i emisije mirisa.
  - Provedite najbolje prakse upravljanja kao što su kompostiranje, upravljanje hranjivim tvarima i rotacijska ispaša kako biste poboljšali plodnost tla i smanjili utjecaj na okoliš.

### **3. Obuka i obrazovanje zaposlenika:**

- Omogućite obuku poljoprivrednicima o praksama sprječavanja onečišćenja, pravilnom rukovanju i primjeni gnojiva i pesticida te tehnikama očuvanja.
- Njeguajte kulturu zaštite okoliša i potaknite sudjelovanje zaposlenika u inicijativama za smanjenje zagađenja.

### **4. Praćenje i evaluacija:**

- Redovito pratite kvalitetu vode, zdravlje tla i razine hranjivih tvari u otjecanju kako biste procijenili učinkovitost mjera za smanjenje onečišćenja.
- Provoditi periodične procjene stopa erozije, ostataka pesticida i koncentracija hranjivih tvari u uzorcima tla i vode.
- Upotrijebite podatke praćenja kako biste identificirali područja za poboljšanje i sukladno tome prilagodili prakse upravljanja.

### **5. Angažman dionika:**

- Uključite se u susjedne zemljoposjednike, organizacije za zaštitu okoliša i regulatorne agencije kako biste razgovarali o problemima zagađenja, podijelili najbolje prakse i surađivali u naporima za smanjenje onečišćenja.
- Transparentno komunicirajte sa zajednicom o inicijativama za smanjenje onečišćenja, ekološkoj učinkovitosti i napretku prema ciljevima održivosti.

## **6. Kontinuirano poboljšanje:**

- Kontinuirano ocjenjivati i usavršavati strategije smanjenja onečišćenja na temelju podataka praćenja, znanstvenog istraživanja i povratnih informacija zainteresiranih strana.
- Ostanite informirani o novim tehnologijama, regulatornim promjenama i trendovima u industriji kako biste s vremenom prilagodili i poboljšali prakse sprječavanja onečišćenja.

Primjenom ovih strategija smanjenja onečišćenja i promicanjem održivih poljoprivrednih praksi, poljoprivredna farma može smanjiti svoj utjecaj na okoliš, zaštititi prirodne resurse i osigurati dugoročnu održivost svojih poljoprivrednih operacija.

## 2.9 Elementi informacijske i komunikacijske tehnologije

Informacijska tehnologija i komunikacija (IT&C) sastoji se od potrebne opreme za obradu i komunikaciju informacija i softvera potrebnog za njihovo dobivanje i prijenos.



Informacijska tehnologija i komunikacija predstavljaju skup alata temeljenih na računalima koje ljudi koriste za obradu i prijenos informacija. Utječe na aktivnosti organizacije na nekoliko načina:

- Olakšava obradu informacija;
- Potiče reorganizaciju i promjenu strategije organizacije;
- Štedi prostor i vrijeme;
- Stvara nove proizvode i usluge;
- Stvara nove vrste organizacija;
- Stvara nova zanimanja, izaziva profesionalne mutacije i nadopunjuje profesionalne kvalifikacije.

IT&C alati u poslovanju:

- Web stranica
- E-mail
- Društvene mreže

- Web portali, e-trgovina itd.
- Ostali IT alati za razvoj poslovanja

Primjeri:

a) Google dokumenti;

b) Google tablice;

c) Google slajdovi;

d) Google Drive;

e) Google Sites i WordPress - besplatna i jednostavna rješenja za svakog poduzetnika koji želi brzo i jednostavno izgraditi svoju poslovnu web stranicu. Ne zahtijevaju napredne vještine programiranja, samo jednostavne konfiguracije koje svaki poduzetnik može razumjeti u nekoliko sati obuke.

f) Online rješenja za upravljanje fakturama i zalihama.

g) Google AdWords - Povećanje vidljivosti na tržištu putem online kampanja. Načini interakcije s kupcima na online tržištu.

h) Facebook online marketing - Izrada Facebook stranice koja je privlačna javnosti i pravilno organiziranje kampanja na Facebooku, odabir ciljane publike.

i ) E-commerce rješenja - Odabir optimalnog rješenja za online prodaju. Predstavljanje Magento i WooCommercea , najpoznatijih i najpouzdanijih rješenja za virtualne trgovine.

j) Organizacija timskog rada - Upravljačka rješenja za racionalizaciju i organizaciju rada sa zaposlenicima ili između menadžera. Predstavljanje Trella, strategija sastanaka i evaluacija učinka za svakog člana tima.





Stvaranje plana digitalizacije za ruralno poslovanje uključuje korištenje tehnologije za poboljšanje učinkovitosti, produktivnosti i angažmana kupaca. Razvijmo plan digitalizacije za hipotetsko ruralno gospodarstvo:

### **1. Procijenite trenutne operacije:**

- Ocijenite postojeće procese, tijekove rada i korištenje tehnologije na farmi.
- Identificirajte područja u kojima digitalizacija može donijeti značajna poboljšanja.

### **2. Definirajte ciljeve:**

- Odredite specifične ciljeve za digitalizaciju, poput povećanja operativne učinkovitosti, smanjenja troškova, širenja doseg tržišta ili poboljšanja donošenja odluka.

### **3. Strategije digitalizacije:**

Softver za upravljanje farmom:

- Implementirajte softver za upravljanje farmom za pojednostavljenje operacija, praćenje inventara, upravljanje zadacima i praćenje održavanja opreme.
- Koristite platforme temeljene na oblaku za pristupačnost i suradnju u stvarnom vremenu među radnicima na farmi.

#### Precizna poljoprivreda:

- Uložite u tehnologije precizne poljoprivrede kao što su GPS-vođeni traktori, dronovi i senzori za praćenje tla i usjeva.
- Upotrijebite analitiku podataka za optimizaciju prakse sadnje, navodnjavanja, gnojidbe i suzbijanja štetočina, čime se poboljšavaju prinosi i učinkovitost resursa.

#### Online marketing i prodaja:

- Razvijte profesionalnu web stranicu koja prikazuje proizvode, usluge i priču farme.
- Upotrijebite platforme društvenih medija za interakciju s kupcima, dijeljenje ažuriranja i promoviranje događaja i ponuda na farmama.
- Implementirajte funkcionalnost e-trgovine za prodaju proizvoda, stoke i proizvoda s dodanom vrijednošću na mreži, dopirući do kupaca izvan lokalnog područja.

#### Upravljanje lancem opskrbe:

- Koristite digitalne platforme za nabavu inputa, opreme i zaliha, optimizirajući upravljanje zalihama i smanjujući troškove nabave.
- Istražite blockchain tehnologiju za transparentno i sljedivo upravljanje opskrbnim lancem, povećavajući povjerenje i odgovornost.

#### Odlučivanje temeljeno na podacima:

- Prikupite i analizirajte podatke iz različitih izvora, uključujući senzore, vremenske prognoze, tržišne trendove i financijske podatke.
- Upotrijebite alate za analizu podataka kako biste dobili uvide za strateško donošenje odluka, poput odabira usjeva, strategija određivanja cijena i raspodjele resursa.

### Upravljanje odnosima s klijentima (CRM):

- Implementirajte CRM sustav za upravljanje interakcijama s kupcima, praćenje potencijalnih kupaca i personalizaciju marketinških komunikacija.
- Upotrijebite podatke o klijentima za segmentiranje tržišta, utvrđivanje preferencija i prilagođavanje proizvoda i usluga kako bi zadovoljili potrebe kupaca.

### **4. Plan provedbe:**

- Dajte prioritet inicijativama za digitalizaciju na temelju njihovog potencijalnog utjecaja i izvedivosti.
- Dodijelite resurse (proračun, vrijeme, osoblje) za nabavu tehnologije, obuku i implementaciju.
- Postavite vremenske okvire i prekretnice za svaki projekt digitalizacije, uz jasnu odgovornost i mehanizme praćenja.

### **5. Obuka i podrška:**

- Osigurajte obuku i podršku zaposlenicima kako biste bili sigurni da su vješti u korištenju digitalnih alata i platformi.
- Njeguajte kulturu kontinuiranog učenja i inovacija, potičući zaposlenike da istražuju nove tehnologije i dijele najbolje prakse.

### **6. Evaluacija i optimizacija:**

- Redovito procjenjujte učinkovitost inicijativa za digitalizaciju u odnosu na unaprijed definirane metrike i ciljeve.
- Zatražite povratne informacije od zaposlenika, kupaca i drugih dionika kako biste identificirali područja za poboljšanje i optimizaciju.
- Neprekidno prilagođavajte i razvijajte plan digitalizacije kako biste ostali u skladu s promjenjivim poslovnim potrebama i tehnološkim napretkom.

Provedbom ovog plana digitalizacije, ruralna farma može poboljšati svoju konkurentnost, održivost i otpornost u sve digitalnijem svijetu, istovremeno čuvajući svoj ruralni identitet i vrijednosti.

## Studija slučaja: Digitalizacija u preciznoj poljoprivredi

Pozadina:

- **Tvrтка** : GreenFields Farms, farma usjeva srednje veličine specijalizirana za soju, kukuruz i pšenicu.
- **Izazov** : Farme GreenFields su se suočile s neučinkovitošću upravljanja resursima, praćenja usjeva i procesa donošenja odluka, što je dovelo do suboptimalnih prinosa i povećanih operativnih troškova.
- **Cilj** : Poboljšati produktivnost farme, korištenje resursa i održivost kroz digitalizaciju i tehnologije precizne poljoprivrede.

Provedene strategije digitalizacije:

### 1. Tehnologije precizne poljoprivrede :

- **Traktori vođeni GPS-om** : Traktori opremljeni GPS tehnologijom za preciznu navigaciju u polju, smanjenje preklapanja i optimizaciju potrošnje goriva.
- **Primjena s promjenjivom dozom (VRA)** : Implementirana VRA za primjenu gnojiva i pesticida na temelju razine hranjivih tvari u tlu i zdravlja usjeva, maksimizirajući prinose uz minimiziranje unosa.
- **Daljinsko očitavanje** : korištene satelitske slike i dronovi za praćenje usjeva iz zraka, omogućujući rano otkrivanje štetnika, bolesti i nedostataka hranjivih tvari.

### 2. Softver za upravljanje farmom (FMS) :

- Usvojen sveobuhvatan FMS za centralizirano upravljanje podacima, uključujući povijest usjeva, ispitivanja tla, vremenske prognoze i rasporede održavanja opreme.
- Integrirani FMS s GPS-om i podacima senzora za praćenje uvjeta na terenu i performansi opreme u stvarnom vremenu.

### 3. Analiza podataka i podrška odlučivanju :

- Iskorišteni alati za analizu podataka za analizu povijesnih podataka i podataka u stvarnom vremenu, prepoznavanje trendova i generiranje uvida za informirano donošenje odluka.

- Razvijeni prediktivni modeli za predviđanje prinosa usjeva, optimiziranje rasporeda sadnje i upravljanje razinama zaliha.

#### 4. Pametni sustavi navodnjavanja :

- Instalirani senzori vlage u tlu i vremenske stanice za praćenje razine vlage u tlu i vremenskih uvjeta.
- Implementirani automatizirani sustavi navodnjavanja koji prilagođavaju rasporede navodnjavanja na temelju podataka u stvarnom vremenu, smanjujući potrošnju vode i minimizirajući otjecanje.

#### 5. Mobilne aplikacije za radnike na terenu :

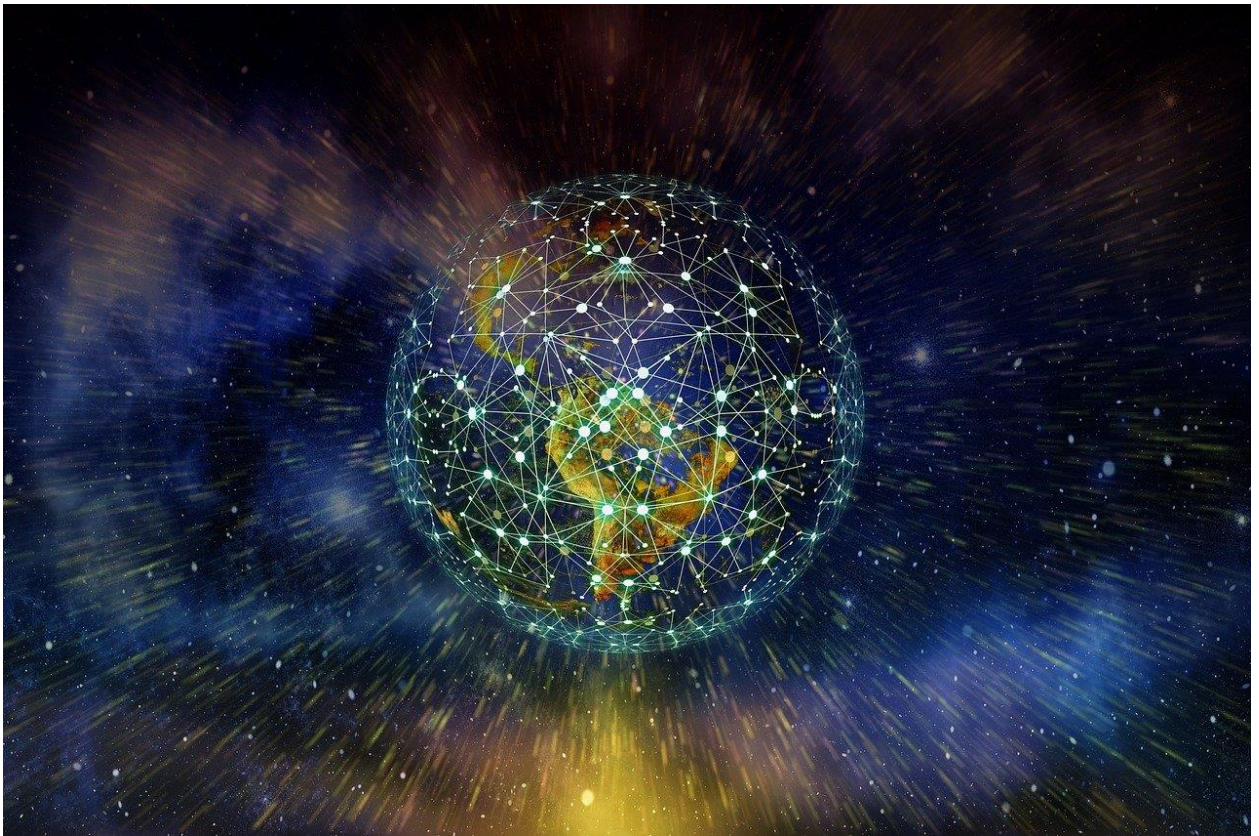
- Radnicima na terenu osigurao mobilne aplikacije za upravljanje zadacima, vođenje evidencije i komunikaciju.
- Omogućeno snimanje podataka u stvarnom vremenu i izvješćivanje s terena, poboljšavajući učinkovitost tijekom rada i točnost podataka.

Rezultati i prednosti:

- **Povećani prinosi** : Optimiziranjem inputa i usvajanjem preciznih poljoprivrednih praksi, GreenFields Farms postigla je prosječno povećanje prinosa od 15% po usjevima.
- **Ušteda troškova** : Smanjeni troškovi inputa, posebno za gnojiva i pesticide, do 20% kroz učinkovitije metode primjene i smanjeni gubitak.
- **Učinkovitost resursa** : Poboljšano upravljanje vodom i smanjena potrošnja energije rezultirali su većom učinkovitošću resursa i održivošću okoliša.
- **Poboljšano donošenje odluka** : Pristup podacima u stvarnom vremenu i analitici omogućio je upraviteljima farmi da donose odluke temeljene na podacima, što je rezultiralo poboljšanim zdravljem usjeva i ukupnim učinkom farme.
- **Konkurentska prednost** : GreenFields Farms stekle su konkurentsku prednost na tržištu isporukom visokokvalitetnih, održivo proizvedenih usjeva uz optimizaciju operativne učinkovitosti i profitabilnosti.

Zaključak:

Uspješna digitalizacija GreenFields Farms kroz tehnologije precizne poljoprivrede ne samo da je poboljšala produktivnost farme i održivost, već je tvrtku također pozicionirala kao lidera u modernoj poljoprivrednoj praksi. Korištenjem snage podataka, tehnologije i inovacija, GreenFields Farms transformirao je svoje poslovanje, postigavši veće prinose, niže troškove i veću otpornost u sve konkurentnijem poljoprivrednom okruženju.



## 2.10 Bacanje

Pitching je čin predstavljanja ideje, proizvoda ili prijedloga publici s ciljem da ih se uvjери da poduzmu određenu akciju ili da se pridobije njihova podrška. To je

temeljna vještina u raznim kontekstima, uključujući posao, poduzetništvo, prodaju, pa čak i osobnu komunikaciju. Uspješno predstavljanje učinkovito komunicira vrijednosnu ponudu ponude i privlači pažnju i interes publike.

Razumijevanje osnova bacanja:

**1. Upoznajte svoju publiku:**

- Shvatite pozadinu, interese i potrebe svoje publike. Prilagodite svoje predstavljanje kako biste imali odjeka s njima i riješite njihove probleme.

**2. Definirajte svoj cilj:**

- Pojasnite svrhu svog predstavljanja. Bilo da se radi o osiguravanju financiranja, prodaji proizvoda ili dobivanju podrške, imajte jasan cilj na umu.

**3. Osmislite svoju poruku:**

- Razvijte sažetu i uvjerljivu poruku koja prenosi bit vaše ideje ili proizvoda. Usredotočite se na isticanje njegove jedinstvene vrijednosti i prednosti.

**4. Strukturirajte svoju prezentaciju:**

- Organizirajte svoju prezentaciju u ključne odjeljke: uvod, izjava o problemu, rješenje, prednosti, tržišna provjera valjanosti, konkurencija, poslovni model i poziv na akciju.

**5. Stvorite kuku:**

- Započnite svoje predstavljanje jakim hookom koji privlači pažnju publike i izaziva znatiželju. To može biti uvjerljiva statistika, pitanje koje navodi na razmišljanje ili zadivljujuća priča.

**6. Vježbajte učinkovito pripovijedanje:**

- Upletite priču oko svog predstavljanja kako biste ga učinili nezaboravnim i privlačnim. Podijelite anegdote, studije slučaja ili osobna iskustva koja ilustriraju problem i rješenje.

## 7. Koristite vizualna pomagala:

- Dopunite svoju prezentaciju vizualnim pomagalima kao što su slajdovi, demonstracije ili prototipovi. Vizualni materijali pomažu osnažiti ključne točke i poboljšati razumijevanje publike.

## 8. Budite autentični i strastveni:

- Pokažite istinski entuzijazam i vjeru u svoju ideju ili proizvod. Autentičnost i strast mogu biti zarazni i pomoći u izgradnji vjerodostojnosti kod vaše publike.

## 9. Predvidite pitanja:

- Pripremite se na potencijalna pitanja i prigovore publike. Predviđanje i rješavanje ovih problema pokazuje spremnost i povjerenje.

## 10. Uključite svoju publiku:

- Potaknite interakciju i angažman tijekom svog predstavljanja. Postavite pitanja, aktivno slušajte povratne informacije i prilagodite svoju prezentaciju na temelju odgovora publike.

## 11. Vježbajte, vježbajte, vježbajte:

- Uvježbajte svoju prezentaciju više puta kako biste poboljšali svoju isporuku i vrijeme. Vježbajte pred kolegama, mentorima ili pouzdanim savjetnicima kako biste zatražili povratne informacije i napravili poboljšanja.

## 12. Tražite povratne informacije i ponovite:

- Pozdravljamo povratne informacije o vašem predstavljanju i budite otvoreni za ponavljanje na temelju prijedloga. Kontinuirano usavršavanje ključno je za pružanje dotjerane i učinkovite prezentacije.

Savladavanjem osnova predstavljanja i usavršavanjem prezentacijskih vještina, možete učinkovito prenijeti svoje ideje, očarati svoju publiku i postići željene rezultate.



Postoje razne platforme i događaji na kojima možete predstaviti svoje poslovanje potencijalnim investitorima, kupcima, partnerima i dionicima. Evo nekoliko uobičajenih načina za predstavljanje vašeg poslovanja:

### 1. Pitch natjecanja:

- Mnoge organizacije, sveučilišta i poslovni inkubatori organiziraju natjecanja na kojima poduzetnici mogu predstaviti svoje startupove žiriju ili investitorima. Ova natjecanja često nude novčane nagrade, mogućnosti mentorstva i izlaganje potencijalnim investitorima.

### 2. Startup demo dani:

- Akceleratori i startup inkubatori obično organiziraju demo dane na kraju svojih programa, omogućujući osnivačima da predstave svoje poslovanje prostoriji punoj investitora, profesionalaca u industriji i predstavnika medija.

### 3. Događaji i konferencije za umrežavanje:

- Konferencije specifične za industriju, događaji umrežavanja i sajmovi pružaju poduzetnicima prilike da predstave svoje poslovanje ciljanoj publici stručnjaka, potencijalnih partnera i kupaca.

### 4. Sastanci investitora:

- Poduzetnici mogu organizirati sastanke jedan na jedan s pojedinačnim investitorima ili tvrtkama rizičnog kapitala kako bi predstavili svoje poslovne ideje i osigurali financiranje. Ti se sastanci mogu održati osobno ili virtualno, ovisno o preferencijama investitora.

### 5. Online platforme:

- Online platforme kao što su AngelList, Gust i SeedInvest omogućuju poduzetnicima stvaranje profila za svoje startupe i povezivanje s potencijalnim investitorima zainteresiranim za financiranje poslovanja u ranoj fazi. Neke platforme također omogućuju virtualne sesije predstavljanja i kampanje grupnog financiranja.

### 6. Predlozi i prezentacije:

- Poduzetnici mogu izraditi prezentacije ili prezentacije kako bi svoje poslovanje predstavili različitoj publici, uključujući investitore, kupce

i partnere. Ti se materijali često dijele putem e-pošte, društvenih medija ili tijekom osobnih sastanaka.

### **7. Inkubatori i akceleratori:**

- Pridruživanje startup inkubatoru ili akceleratorskom programu pruža pristup resursima, mentorstvu i mogućnostima umrežavanja, uključujući prilike za predstavljanje vašeg poslovanja investitorima i stručnjacima iz industrije.

### **8. Platforme za grupno financiranje:**

- Platforme za grupno financiranje kao što su Kickstarter, Indiegogo i GoFundMe omogućuju poduzetnicima da svoje poslovne ideje predstavljaju globalnoj publici i prikupljaju sredstva od pojedinačnih podupiratelja u zamjenu za nagrade ili kapital.

### **9. Društveni mediji i online zajednice:**

- Poduzetnici mogu iskoristiti platforme društvenih medija, industrijske forume i internetske zajednice kako bi podijelili svoje poslovne ideje, prikupili povratne informacije i povezali se s potencijalnim pristašama, kupcima i partnerima.

### **10. Odnosi s javnošću i medijska pokrivenost:**

- Osiguravanje medijske pokrivenosti putem priopćenja za javnost, gostujućih članaka i intervjua može pomoći poduzetnicima da svoje poslovanje predstavljaju široj publici i privuku pozornost investitora, kupaca i partnera.

Sveukupno, ključno je identificirati najrelevantnije platforme i događaje na temelju vaše ciljane publike, industrije i stupnja poslovnog razvoja te prilagoditi svoje predstavljanje u skladu s tim kako biste povećali učinak i prilike za rast.

Nekoliko primjera predstavljanja istaknulo se svojom učinkovitošću u privlačenju pozornosti, prenošenju uvjerljivih priča i konačnom postizanju zadanih ciljeva. Evo nekih značajnih:

#### **1. Airbnb's Seed Round Pitch (2008):**

- Osnivači Airbnba, Brian Chesky , Joe Gebbia i Nathan Blecharczyk , slavno su predstavili svoju ideju investorima tijekom Y Combinator Demo Day 2008. Iskoristili su kutije sa žitaricama kao rekvizite kako bi demonstrirali izvorni koncept iznajmljivanja zračnih madraca u svom stanu putnicima. Pitch je naglasio koncept "živjeti kao lokalni" i ekonomiju dijeljenja, što je dovelo do početnog financiranja Airbnba i konačnog uspjeha kao globalne ugostiteljske platforme.

## **2. Predstavljanje Teslinog glavnog plana (2006.):**

- Elon Musk predstavio je Teslin "Master Plan" u postu na blogu 2006., ocrtavajući dugoročnu viziju tvrtke za održivi prijevoz. Predstavljanje je artikuliralo strategiju korak po korak, počevši s proizvodnjom vrhunskih električnih vozila (Roadster), zatim pristupačnijim modelima (Model S, Model 3), proizvodima s obnovljivom energijom ( akvizicija SolarCityja ) i na kraju, Cilj je ubrzati prijelaz svijeta na održivu energiju. Ovo predstavljanje pomoglo je osigurati povjerenje ulagača i podršku Teslinoj ambicioznoj misiji.

## **3. Appleov iPhone Launch Keynote (2007):**

- Glavna prezentacija Stevea Jobsa na Macworld Expo 2007. svijetu je predstavila iPhone. Jobs je majstorski izgradio iščekivanje tijekom cijele prezentacije, otkrivajući revolucionarne značajke uređaja kao što su multi-touch sučelje, Safari preglednik i integracija iPod-a. Predstavljanje je transformiralo industriju pametnih telefona i postavilo novi standard za lansiranje proizvoda, prikazujući Appleovu inovativnost i dizajnersko umijeće.

## **4. Square's Shark Tank Pitch (2012):**

- Square, tvrtka za mobilna plaćanja koju su osnovali Jack Dorsey i Jim McKelvey , pojavila se u TV emisiji "Shark Tank" tražeći sredstva. Njihova ponuda impresionirala je ulagače svojom jednostavnošću i potencijalom da poremeti tradicionalnu industriju obrade plaćanja. Unatoč početnom skepticizmu, Square je postao glavni igrač u fintech prostoru, demonstrirajući snagu uvjerljivog predstavljanja.

## **5. Dropboxov Demo Day Pitch (2007.):**

- Drew Houston, suosnivač Dropboxa, održao je nezaboravnu prezentaciju na Y Combinator's Demo Day 2007. Demonstrirao je problem sinkronizacije i dijeljenja datoteka prikazujući video kako zaboravlja svoj USB disk dok drži prezentaciju. Houstonovo predstavljanje učinkovito je prenijelo bolnu točku i pokazalo kako Dropbox pruža jednostavno rješenje. Ovo predstavljanje pomoglo je osigurati prve korisnike i financiranje Dropboxove platforme za pohranu u oblaku.

## 6. Reklama Patagonije "Ne kupujte ovu jaknu" (2011.):

- Nekonvencionalna reklama Patagonije za Crni petak u The New York Timesu pozvala je potrošače da ne kupuju njezine proizvode osim ako im zaista trebaju. Pitch je istaknuo predanost Patagonije održivosti i ekološkoj odgovornosti, suprotstavljajući se konzumerizmu i promičući svjesnu potrošnju. Ovaj hrabar pristup odjeknuo je među potrošačima i ojačao vrijednosti brenda Patagonia.

## 7. TED govori: Razni govornici:

- Mnogi TED govori imaju izuzetne nastupe govornika iz različitih sredina. Ti govori često kombiniraju pripovijedanje priča, uvide temeljene na podacima i uvjerljive vizualne elemente za učinkovito prenošenje ideja. Primjeri uključuju "Start with Why" Simona Sineka, "The Power of Vulnerability" Brene Brown i "Your Body Govor May Shape Who You Are" Amy Cuddy.

Ovi primjeri pokazuju snagu uvjerljivog pripovijedanja, inovativnost i autentičnost u predstavljanju ideja, proizvoda i vizija. Bilo na pozornici, u postu na blogu ili u TV emisiji, dobro osmišljena reklama ima potencijal zarobiti publiku, potaknuti akciju i potaknuti značajnu promjenu.

Stvaranje predložka plana predstavljanja može vam pomoći da organizirate svoje misli i pripremite uvjerljiv prijedlog za svoju tvrtku ili ideju. Evo osnovnog nacrtu koji možete koristiti kao predložak:

### **Predložak plana postavljanja**

## 1. Uvod

- Predstavite sebe i svoj tim (ako je primjenjivo).
- Navedite kratak pregled svoje tvrtke ili ideje.

## 2. Izjava problema

- Identificirajte problem ili bolnu točku koju rješavate.
- Opišite značaj i utjecaj problema.

## 3. Rješenje

- Predstavite svoje rješenje ili proizvod.
- Objasnite kako vaše rješenje rješava identificirani problem.

## 4. Jedinstvena ponuda vrijednosti (UVP)

- Istaknite ono što vaše rješenje izdvaja od postojećih alternativa.
- Jasno artikulirajte dobrobiti i prednosti za svoju ciljanu publiku.

## 5. Tržišna prilika

- Pružite istraživanje tržišta i podatke koji podupiru vaše tvrdnje.
- Opišite veličinu i potencijal rasta vašeg ciljnog tržišta.

## 6. Poslovni model

- Objasnite kako će vaša tvrtka ostvariti prihod.
- Navedite svoju strategiju cijena, distribucijske kanale i izvore prihoda.

## 7. Trakcija i prekretnice

- Podijelite bilo kakvu privlačnost ili prekretnice postignute do danas.
- Istaknite ključna postignuća, partnerstva ili pobjede kupaca.

## 8. Natjecanje

- Identificirajte izravne i neizravne konkurente.
- Analizirajte svoju konkurentsku prednost i pozicioniranje na tržištu.

## 9. Strategija marketinga i prodaje

- Opišite svoj marketinški i prodajni pristup.
- Opišite kako ćete pridobiti i zadržati klijente.

#### 10. Financijske projekcije

- Predstavite svoje financijske projekcije. - Uključite predviđanja prihoda, troškova i procjene profitabilnosti.

#### 11. Tim

- Predstavite članove svog tima i njihove uloge. - Istaknite relevantno iskustvo i stručnost.

#### 12. Pitaj

- Jasno navedite što tražite (npr. financiranje, partnerstvo, savjet). - Navedite iznos ili uvjete upita.

#### 13. Zatvaranje

- Sažmite ključne točke i ponovite prijedlog vrijednosti. - Hvala publici na vremenu i pažnji.

#### 14. Priprema pitanja i odgovora

- Predvidite potencijalna pitanja i prigovore. - Pripremite sažete i samouvjerene odgovore.

#### 15. Praksa i povratne informacije

- Uvježbajte svoj nastup više puta. - Tražite povratne informacije od kolega, mentora ili savjetnika.

Slobodno prilagodite ovaj predložak na temelju vaše specifične djelatnosti, publike i ciljeva. Cilj je stvoriti jasnu i uvjerljivu priču koja odjekuje u vašoj publici i učinkovito komunicira vrijednost vašeg poslovanja ili ideje.

Evo primjera govora za različite scenarije:

### **1. Startup Pitch:**

**Uvod:** "Dobro jutro, investitori. Zamislite svijet u kojem je pristup zdravoj, organskoj hrani praktičan i pristupačan svima. Mi u GreenEatsu imamo misiju da tu viziju pretvorimo u stvarnost."

**Istraživanje problema:** "Svi znamo koliko je važno zdravo se hraniti, ali za mnoge zaposlene pojedince i obitelji pronalaženje vremena za kupnju svježih proizvoda može biti izazov. Povrh toga, konvencionalnim trgovinama često nedostaje širok izbor organskih proizvoda, zbog čega se potrošači koji brinu o zdravlju osjećaju frustrirano i nedovoljno usluženo."

**Prezentacija rješenja:** "Tu nastupa GreenEats. Mi smo internetsko tržište koje povezuje potrošače s lokalnim organskim uzgajivačima i obrtnicima, nudeći odabrani izbor svježih proizvoda, mliječnih proizvoda, mesa i namirnica za smočnicu—sve isporučeno ravno na kućni prag. S našom platformom prilagođenom korisniku i fleksibilnim opcijama pretplate, zdravu prehranu činimo lakšom i praktičnijom nego ikad prije."

**Tržišna prilika:** "Tržište organske hrane je u procvatu, s dvoznamenkastim rastom iz godine u godinu. Potrošači sve više traže organske i lokalne proizvode, što predstavlja značajnu priliku za GreenEats da osvoji tržišni udio i postane pouzdani lider na tržištu."

## 2. Predstavljanje proizvoda:

**Uvod:** "Dame i gospodo, oduševljen sam što vam mogu predstaviti našu najnoviju inovaciju: EcoClean bočica za vodu, revolucionira način na koji hidriramo u pokretu."

**Istraživanje problema:** "Kako zabrinutost oko jednokratne plastike i onečišćenja okoliša nastavlja rasti, potrošači traže održive alternative za svakodnevne proizvode. Tradicionalne boce za vodu pridonose plastičnom otpadu, a milijarde svake godine završavaju na odlagalištima i u oceanima."

**Predstavljanje rješenja:** "EcoClean boca za vodu nudi rješenje za ovaj problem. Izrađena od visokokvalitetnog nehrđajućeg čelika i elegantnog, ergonomskog dizajna, naša boca nije samo izdržljiva i dugotrajna, već se također može 100% reciklirati. Sa svojom naprednom izolacijom tehnologijom, održava napitke hladnima do 24 sata ili vrućima do 12, savršeno za održavanje hidratacije na planinarenju, u teretani ili tijekom svakodnevnog putovanja na posao."

**Tržišna prilika:** "S rastućom sviješću o problemima zaštite okoliša i pomakom prema ekološki prihvatljivim proizvodima, tržište boca za vodu za višekratnu upotrebu brzo se širi. Nudeći elegantnu, održivu alternativu jednokratnim plastičnim bocama, spremni smo zauzeti značajan udio ovog unosnog tržišta."

### **3. Predstavljanje prikupljanja sredstava za neprofitne organizacije:**

**Uvod:** "Dobra večer, donatori i podržavatelji. Danas stojim pred vama u ime Hope Haven, neprofitne organizacije posvećene pružanju skloništa i podrške beskućnicima u našoj zajednici."

**Istraživanje problema:** "U našem gradu tisuće pojedinaca su beskućnici, bore se da pronađu sigurno sklonište, hranu i osnovne potrepštine. Problem je složen i višestruk, s temeljnim problemima kao što su nezaposlenost, mentalne bolesti i nedostatak pristupačnog smještaja koji se pogoršavaju kriza."

**Predstavljanje rješenja:** "U Hope Havenu predani smo stvaranju razlike u životima onih kojima je najpotrebnija. Kroz naše sveobuhvatne programe i usluge, pružamo hitno sklonište, tople obroke, obuku za posao i pristup zdravstvenoj skrbi, pomažući pojedincima ponovno izgrade svoje živote i ponovno steknu neovisnost."

**Utjecaj i uspješne priče:** "Tijekom prošle godine Hope Haven pružio je usluge za više od 1000 pojedinaca, pružajući im podršku i resurse koji su im potrebni za prelazak iz beskućništva. Vidjeli smo nebrojene uspješne priče pojedinaca koji su osigurali stabilan smještaj, pronašli posao, i ponovnog ujedinjenja sa svojim obiteljima."

**Poziv na akciju:** "Ali naš posao je daleko od završetka. Uz vašu podršku, možemo nastaviti širiti naše usluge, doprijeti do više pojedinaca u potrebi i stvoriti trajnu promjenu u našoj zajednici. Zajedno možemo napraviti razliku. Hoćete li se pridružiti dajemo nadu beskućnicima?"

Ovi primjeri pokazuju kako učinkovito strukturirati diskurs o predstavljanju, fokusirajući se na privlačenje pozornosti, rješavanje problema, predstavljanje rješenja i uvjerljivu akciju.



### 3. Otvaranje firme od A do Ž

#### 3.1 Osnovni koraci

Otvoravanje tvrtke u **Rumunjskoj** uključuje nekoliko bitnih koraka. Evo općeg vodiča koji će vam pomoći da se snađete u procesu:

##### 1. **Istraživanje tržišta:**

- Provedite temeljito istraživanje tržišta kako biste razumjeli potražnju za vašim proizvodima ili uslugama.
- Odredite svoju ciljanu publiku i konkurenciju u Rumunjskoj.

##### 2. **Poslovni plan:**

- Razvijte detaljan poslovni plan koji opisuje vašu poslovnu ideju, ciljno tržište, konkurenciju, marketinšku strategiju i financijske projekcije.

##### 3. **Pravna struktura:**

- Odaberite pravnu strukturu za svoju tvrtku (npr. SRL - društvo s ograničenom odgovornošću je čest izbor).
- Odlučite se o temeljnom kapitalu i vlasničkoj strukturi.

##### 4. **Rezervacija naziva tvrtke:**

- Provjerite dostupnost željenog naziva tvrtke u trgovačkom registru u Rumunjskoj.
- Rezervirajte ime ako je dostupno.

#### **5. Javnobilježničke usluge:**

- Nacrtajte statut svoje tvrtke uz pomoć javnog bilježnika.
- Potpišite statut pred javnim bilježnikom.

#### **6. Prijava u trgovački registar:**

- Predajte potrebne dokumente u trgovački registar za registraciju tvrtke.
- Dobijte jedinstveni registracijski kod (CUI) i potvrdu o registraciji.

#### **7. Porezna registracija:**

- Prijavite se za porez pri Državnoj agenciji za fiskalnu upravu (ANAF).
- Nabavite porezni identifikacijski broj (CIF).

#### **8. Registracija socijalnog i zdravstvenog osiguranja:**

- Prijavite svoje zaposlenike na socijalno i zdravstveno osiguranje.

#### **9. Otvaranje bankovnog računa:**

- Otvorite poslovni bankovni račun u rumunjskoj banci.
- Uplatite potrebni temeljni kapital.

#### **10. Računovodstvo i izvješćivanje:**

- Uspostaviti računovodstveni sustav i imenovati računovođu.
- Osigurajte usklađenost sa zahtjevima za računovodstvo i izvješćivanje.

### **11. Dozvole i licence:**

- Identificirajte i nabavite sve potrebne dozvole ili licence za vaše specifične poslovne aktivnosti.

### **12. Zaposlenici:**

- Ako zapošljavate zaposlenike, osigurajte poštivanje zakona o radu.
- Prijavite zaposlenike nadležnim tijelima.

### **13. Odobrenje za zaštitu okoliša (ako je primjenjivo):**

- Određene vrste poslovanja mogu zahtijevati okolišna ovlaštenja. Provjerite spada li vaša tvrtka u ovu kategoriju.

### **14. Ugovori i sporazumi:**

- Sastaviti i potpisati ugovore s dobavljačima, klijentima i drugim relevantnim stranama.

### **15. Registracija zaštitnog znaka (nije obavezno):**

- Razmislite o registraciji vašeg zaštitnog znaka pri Državnom uredu za izume i zaštitne znakove (OSIM).

### **16. Sukladnost i tekuće obveze:**

- Budite informirani o promjenama propisa i osigurajte kontinuirano poštivanje svih zakonskih zahtjeva.

Preporučljivo je posavjetovati se s pravnim stručnjakom ili poslovnim savjetnikom koji je upoznat s rumunjskim propisima kako biste osigurali točan i pravovremen dovršetak svih potrebnih koraka. Posebni zahtjevi mogu varirati ovisno o vrsti posla i drugim čimbenicima.

Otvaranje tvrtke u **Hrvatskoj** uključuje nekoliko koraka. Evo osnovnih koraka koji će vas voditi kroz postupak:

**1. Odaberite svoju poslovnu strukturu:**

- Odlučite se za vrstu poslovnog subjekta koji želite osnovati (npr. društvo s ograničenom odgovornošću, trgovačko društvo, dioničko društvo).

**2. Registrirajte naziv tvrtke:**

- Raspoloživost željenog naziva tvrtke provjerite kod Hrvatskog trgovačkog suda.

**3. Pripremite potrebne dokumente:**

- Prikupite potrebne dokumente, uključujući identifikacijske dokumente za dioničare i direktore, dokaz o adresi i statut.

**4. Ovjerite dokumente kod javnog bilježnika:**

- Ovjerite osnivačke akte društva i drugu relevantnu dokumentaciju kod javnog bilježnika.

**5. Otvorite privremeni bankovni račun:**

- Otvorite privremeni bankovni račun i položite potrebni temeljni kapital. Minimalni temeljni kapital ovisi o vrsti poslovnog subjekta.

**6. Podnesite zahtjev za OIB (osobni identifikacijski broj):**

- Ishoditi OIB za sve osnivače i zaposlenike. Ovo je osobni identifikacijski broj koji se koristi u razne administrativne svrhe.

### **7. Dostavite dokumentaciju Trgovačkom sudu:**

- Predajte sve potrebne dokumente Trgovačkom sudu za registraciju tvrtke.

### **8. Primate identifikacijski broj tvrtke (MB):**

- Nakon uspješne registracije dobit ćete jedinstveni identifikacijski broj tvrtke (MB).

### **9. Registrirajte se u porezne svrhe:**

- Prijavite svoju tvrtku porezno u Poreznoj upravi.

### **10. Prijavite se za zdravstveno i mirovinsko osiguranje:**

- Prijavite svoju tvrtku pri Hrvatskom zavodu za zdravstveno osiguranje i Hrvatskom zavodu za mirovinsko osiguranje.

### **11. Registrirajte zaposlenike:**

- Ako imate zaposlene, prijavite ih Hrvatskom zavodu za zapošljavanje.

### **12. Registrirajte se u Hrvatskoj gospodarskoj komori:**

- Prijavite svoju tvrtku pri Hrvatskoj gospodarskoj komori kako biste postali član.

### **13. Zaprimate Rješenje o upisu u sudski registar:**

- Po završetku postupka upisa dobit ćete rješenje o upisu u sudski registar.

### **14. Otvorite stalni bankovni račun:**

- Nakon primitka rješenja otvorite trajni bankovni račun za svoju tvrtku.

### **15. Obavijestite Hrvatsku narodnu banku:**

- Obavijestite Hrvatsku narodnu banku o otvaranju bankovnog računa vaše tvrtke.

### **16. Odluku objaviti u Narodnim novinama:**

- Rješenje o upisu u sudski registar objaviti u Narodnim novinama Republike Hrvatske.

### **17. Registrirajte se za porez na dodanu vrijednost (PDV):**

- Ako vaša tvrtka ispunjava uvjete za registraciju u sustav PDV-a, prijavite se u sustav PDV-a Poreznoj upravi.

### **18. Pridržavajte se zahtjeva za izvješćivanje:**

- Osigurajte usklađenost s tekućim zahtjevima za izvješćivanje, uključujući financijska izvješća i porezne prijave.

Preporučljivo je posavjetovati se s pravnim stručnjakom ili poslovnim savjetnikom koji je upoznat s hrvatskim propisima kako biste osigurali nesmetan i usklađen postupak registracije tvrtke. Propisi se mogu promijeniti, stoga je važno biti informiran.

Otvaranje tvrtke u **Njemačkoj** uključuje nekoliko koraka. Evo osnovnih koraka koji će vas voditi kroz postupak:

#### **1. Odaberite svoju poslovnu strukturu:**

- Odlučite se o vrsti pravne strukture za svoju tvrtku, kao što je individualno vlasništvo ( Einzelunternehmen ), partnerstvo (

Personengesellschaft ) ili društvo s ograničenom odgovornošću ( Gesellschaft mit beschränkter Haftung - GmbH).

## **2. Provjerite i rezervirajte naziv svoje tvrtke:**

- Provjerite dostupnost željenog naziva tvrtke kod lokalnog trgovačkog ureda ( Gewerbeamt ) i po potrebi ga rezervirajte.

## **3. Ovjerite Statut (samo GmbH):**

- Ako osnivate GmbH, ovjerite statut društva.

## **4. Otvorite poslovni bankovni račun:**

- Otvorite poslovni bankovni račun u Njemačkoj i položite potrebni dionički kapital (ako je primjenjivo).

## **5. Nacrt i ovjera ugovora o partnerstvu (ako je primjenjivo):**

- Ako osnivate partnerstvo, sastavite i ovjerite ugovor o partnerstvu.

## **6. Prijavite se u Ured za trgovinu:**

- Registrirajte svoju tvrtku u lokalnom trgovačkom uredu ( Gewerbeamt ) u gradu u kojem je sjedište vaše tvrtke.

## **7. Dobivanje poreznog broja:**

- Podnesite zahtjev za porezni broj ( Steuernummer ) u lokalnom poreznom uredu ( Finanzamt ).

## **8. Registrirajte se u trgovačkom registru ( Handelsregister ):**

- Registrirajte svoju tvrtku u lokalnom trgovačkom registru ako vaša tvrtka ispunjava uvjete (npr. GmbH ili UG).

### **9. Obavijestite Udrugu za osiguranje od odgovornosti poslodavca:**

- Registrirajte se pri odgovarajućem udruženju za osiguranje od odgovornosti poslodavaca ( Berufsgenossenschaft ).

### **10.Registrirajte zaposlenike za socijalno osiguranje:**

- Ako imate zaposlenike, prijavite ih socijalnom osiguranju ( Sozialversicherung ).

### **11.Dobiti zdravstveno osiguranje za zaposlenike:**

- Osigurajte zdravstveno osiguranje za svoje zaposlenike.

### **12.Registrirajte se za porez na dodanu vrijednost (PDV):**

- Registrirajte se za PDV u lokalnom poreznom uredu ako vaša tvrtka doseže prag PDV-a.

### **13.Pridržavajte se zakona o radu:**

- Osigurajte usklađenost s njemačkim zakonima o radu, uključujući ugovore o radu, radno vrijeme i druge propise.

### **14.Otvorite račun trgovca (nije obavezno):**

- Otvorite trgovački račun ako se vaša tvrtka bavi elektroničkim plaćanjem.

### **15.Pridržavajte se propisa o zaštiti podataka:**

- Osigurajte usklađenost s propisima o zaštiti podataka, posebice Općom uredbom o zaštiti podataka (GDPR).

### **16.Pribavite potrebne licence i dozvole:**



- Ovisno o vrsti poslovanja, pribavite sve potrebne licence ili dozvole.

### **17. Pripremite financijska izvješća:**

- Pripremite financijska izvješća i pridržavajte se njemačkih računovodstvenih standarda.

### **18. Razmotrite poslovno osiguranje:**

- Razmislite o dobivanju poslovnog osiguranja kako biste se zaštitili od raznih rizika.

Preporuča se potražiti profesionalni savjet od pravnih i financijskih stručnjaka koji su upoznati s njemačkim propisima kako biste osigurali usklađenost i nesmetano uspostavljanje vašeg poslovanja. Imajte na umu da zahtjevi za registraciju tvrtke mogu varirati ovisno o vašim specifičnim okolnostima i lokaciji vaše tvrtke u Njemačkoj.

Otvaranje tvrtke u **Italiji** uključuje nekoliko koraka. Evo osnovnih koraka koji će vas voditi kroz postupak:

#### **1. Odaberite svoju poslovnu strukturu:**

- Odlučite se o vrsti pravne strukture za svoju tvrtku, kao što je samostalno vlasništvo (Impresa Individuale ), partnerstvo ( Società in Nome Collettivo ili SNC), društvo s ograničenom odgovornošću ( Società a Responsabilità Limitata ili SRL), ili dioničko društvo ( Società per Azioni ili SPA).

#### **2. Provjerite i rezervirajte naziv svoje tvrtke:**

- Provjerite dostupnost željenog naziva tvrtke kod talijanske Komisije za tvrtke i razmjenu ( Registar delle Imprese ) i rezervirajte ga ako je potrebno.

### **3. Ovjerite Statut kod javnog bilježnika:**

- Izradite i ovjerite Statut ( Atto Costitutivo ) za vašu tvrtku. Ovo je uvjet za određene vrste tvrtki, uključujući SRL i SPA.

### **4. Nabavite Kodeks Fiskal :**

- Nabavite Kodeks Fiscale , što je talijanski porezni broj za fizičke i pravne osobe. To se može dobiti u Poreznoj upravi ( Agenzia delle Uključite se ).

### **5. Otvorite poslovni bankovni račun:**

- Otvorite poslovni bankovni račun u Italiji i položite potrebni temeljni kapital (ako je primjenjivo).

### **6. Depozitni kapital (SRL i SPA):**

- Ako osnivate SRL ili SPA, položite minimalni potrebni dionički kapital u banku.

### **7. Registrirajte se u Gospodarskoj komori:**

- Registrirajte svoju tvrtku u lokalnoj gospodarskoj komori (Camera di Commercio ) i nabavite registracijski broj.

### **8. Registrirajte se za PDV (Partita IVA):**

- Ako vaša tvrtka prelazi određene pragove ili se bavi određenim aktivnostima, registrirajte se za porez na dodanu vrijednost (PDV) dobivanjem Partita IVA.

#### **9. Registrirajte se za socijalne i mirovinske doprinose:**

- Prijavite svoju tvrtku i zaposlenike za socijalno osiguranje i mirovinske doprinose pri Nacionalnom zavodu za socijalno osiguranje ( Istituto Nazionale della Previdenza Sociale ili INPS).

#### **10. Podnesite godišnje financijske izvještaje:**

- Ovisno o veličini i vrsti vašeg poslovanja, možda ćete morati predati godišnja financijska izvješća.

#### **11. Pribavite potrebne licence i dozvole:**

- Ovisno o vašim poslovnim aktivnostima, nabavite sve potrebne licence ili dozvole od lokalnih vlasti.

#### **12. Pridržavajte se zakona o radu:**

- Osigurajte usklađenost s talijanskim zakonima o radu, uključujući ugovore o radu i uvjete rada.

#### **13. Pridržavajte se propisa o zaštiti podataka:**

- Osigurajte usklađenost s propisima o zaštiti podataka, uključujući Opću uredbu o zaštiti podataka (GDPR).

#### **14. Razmotrite poslovno osiguranje:**

- Razmislite o dobivanju poslovnog osiguranja kako biste se zaštitili od raznih rizika.

### 15. Vodite točnu računovodstvenu evidenciju:

- Održavajte točne računovodstvene evidencije u skladu s talijanskim računovodstvenim standardima.

Preporučljivo je potražiti profesionalni savjet od pravnih i financijskih stručnjaka koji su upoznati s talijanskim propisima kako biste osigurali usklađenost i nesmetano uspostavljanje vašeg poslovanja. Imajte na umu da zahtjevi za registraciju tvrtke mogu varirati ovisno o vašim specifičnim okolnostima i lokaciji vaše tvrtke u Italiji.

## 3.2 Zakonodavstvo

Vođenje poslovanja u Rumunjskoj uključuje poštivanje raznih zakona i propisa. Iako ovo nije iscrpan popis, evo nekoliko važnih zakona i propisa kojih bi tvrtke u Rumunjskoj trebale biti svjesne:

### 1. Zakon firme:

- Zakon o trgovačkim društvima uređuje osnivanje, organizaciju i funkcioniranje trgovačkih društava u Rumunjskoj.

### 2. Porezni zakoni:

- **Fiskalni zakonik:** upravlja poreznim sustavom u Rumunjskoj.
- **Porez na dodanu vrijednost (PDV):** Tvrtke su dužne registrirati se za PDV i pridržavati se propisa o PDV-u.

### 3. Zakoni o zapošljavanju:

- **Zakon o radu:** Uređuje odnos poslodavac-zaposlenik, uključujući uvjete zapošljavanja, radno vrijeme i postupke prekida.
- **Zakoni o socijalnom i zdravstvenom osiguranju:** Nacrt zahtjeva za doprinose poslodavaca i zaposlenika.

#### 4. **Trgovačko pravo:**

- Upravlja trgovačkim ugovorima, trgovinom i konkurencijom.

#### 5. **Zaštita podataka:**

- **Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR):** Tvrtke koje postupaju s osobnim podacima moraju se pridržavati propisa GDPR.

#### 6. **Zaštita potrošača:**

- Štiti potrošače i ocrta prava i obveze poduzeća u njihovom poslovanju s potrošačima.

#### 7. **Zakoni o zaštiti okoliša:**

- Obuhvaća propise vezane uz zaštitu okoliša i dozvole za pojedine djelatnosti.

#### 8. **Zakoni o intelektualnom vlasništvu:**

- **Zakon o zaštitnim znakovima:** uređuje registraciju i zaštitu zaštitnih znakova.
- **Zakon o autorskim pravima:** Štiti prava intelektualnog vlasništva.

#### 9. **Zakoni protiv pranja novca (AML) i antikorupcijski zakoni:**

- Navodi mjere za sprječavanje pranja novca i korupcije.

#### **10. Zakoni o bankarstvu i financijama:**

- Regulira financijske aktivnosti, uključujući bankarstvo, vrijednosne papire i ulaganja.

#### **11. Zakoni o nekretninama:**

- Uređuje promet nekretnina i imovinska prava.

#### **12. Ugovorno pravo:**

- Definira načela sklapanja ugovora i obveze stranaka.

#### **13. Zakon o nesolventnosti:**

- Pokriva postupke i propise koji se odnose na nesolventnost i bankrot.

#### **14. Devizni propisi:**

- Upravlja deviznim transakcijama i valutnom kontrolom.

#### **15. Carinski zakon:**

- Regulira carine, procedure uvoza/izvoza i carinsku vrijednost.

#### **16. Farmaceutski i zdravstveni zakoni:**

- Regulira farmaceutsku industriju i zdravstvene usluge.

#### **17. Zakon o telekomunikacijama:**

- Regulira sektor telekomunikacija.

#### **18. Zakoni o prometu:**

- Upravlja transportnom industrijom, uključujući cestovni, željeznički, zračni i pomorski promet.

### **19. Zakon o javnoj nabavi:**

- Uređuje postupke javne nabave dobara i usluga.

### **20. Energetski zakoni:**

- Pokriva energetski sektor, uključujući propise o električnoj energiji i prirodnom plinu.

Tvrtke koje posluju u Rumunjskoj trebale bi potražiti pravni savjet kako bi osigurale poštivanje ovih zakona, jer nepoštivanje može dovesti do pravnih posljedica i kazni. Osim toga, pravni krajolik se može razvijati, stoga je biti informiran o regulatornim promjenama ključno.

## **Hrvatska:**

### **1. Zakon firme:**

- Uređuje se Zakonom o trgovačkim društvima, koji propisuje vrste poslovnih subjekata i njihovo osnivanje, upravljanje i prestanak.

### **2. Porezni zakoni:**

- Zakonom o porezu na dobit uređen je porez na dobit, a Zakonom o porezu na dodanu vrijednost (PDV) obveze PDV-a.

### **3. Zakoni o radu:**

- Zakon o radu uređuje radne odnose, pokrivajući aspekte kao što su radno vrijeme, plaće i postupci otkaza.

### **4. Komercijalni ugovori:**

- Zakon o obveznim odnosima regulira ugovore, uključujući odredbe i uvjete, izvršenje i povredu.

#### **5. Zaštita podataka:**

- Usklađenost s Općom uredbom o zaštiti podataka (GDPR) ključna je za tvrtke koje postupaju s osobnim podacima.

#### **6. Zaštita potrošača:**

- Zakon o zaštiti potrošača opisuje pravila za transakcije između poduzeća i potrošača.

### **Njemačka:**

#### **1. Zakon firme:**

- Regulirano Njemačkim trgovačkim zakonikom (HGB) i Zakonom o društvima s ograničenom odgovornošću ( GmbHGG ) za osnivanje GmbH (društva s ograničenom odgovornošću).

#### **2. Porezni zakoni:**

- Zakon o porezu na dohodak ( EStG ) uređuje porez na dobit, a Zakon o PDV-u ( UStG ) porez na dodanu vrijednost.

#### **3. Zakoni o radu:**

- Regulirano Zakonom o osnivanju poduzeća i Zakonom o kolektivnom ugovoru, koji pokrivaju prava zaposlenika i kolektivno pregovaranje.

#### **4. Komercijalni ugovori:**

- Njemački građanski zakonik (BGB) regulira ugovore, a Trgovački zakonik (HGB) primjenjuje se na trgovačke transakcije.



## 5. Zaštita podataka:

- Usklađenost s GDPR-om ključna je za tvrtke koje postupaju s osobnim podacima.

## 6. Zaštita potrošača:

- Zaštita potrošača pokrivena je njemačkim građanskim zakonikom i posebnim zakonima o zaštiti potrošača.

## Italija:

### 1. Zakon firme:

- Talijanski građanski zakonik i Konsolidirani zakon o financijama reguliraju osnivanje i rad društava, uključujući SRL (društva s ograničenom odgovornošću) i SpA (dionička društva).

### 2. Porezni zakoni:

- Zakon o porezu na dohodak (TUIR) regulira porez na dobit poduzeća, a Zakon o PDV-u (IVA) pokriva porez na dodanu vrijednost.

### 3. Zakoni o radu:

- Radni odnosi uređeni su Statutom radnika i naknadnim propisima.

### 4. Komercijalni ugovori:

- Talijanski građanski zakonik ( Codice Civile ) regulira ugovore, dok se Trgovački zakonik ( Codice del Commercio ) primjenjuje na trgovačke transakcije.

### 5. Zaštita podataka:

- Sukladnost s GDPR-om i talijanskim kodeksom o zaštiti podataka ( Codice in materia di protezione dei dati personali ) je bitan.

#### **6. Zaštita potrošača:**

- Prava potrošača zaštićena su Potrošačkim kodeksom ( Codice del Consumo ).

Ključno je potražiti pravni savjet specifičan za vaše poslovne aktivnosti i strukturu u svakoj zemlji, jer se propisi mogu promijeniti, a zahtjevi usklađenosti mogu varirati ovisno o industriji i veličini poduzeća.

#### **4. Model poslovnog plana**

Izrada poslovnog plana je ključni korak za svakog poduzetnika. Dok se određena struktura i komponente mogu razlikovati ovisno o prirodi poslovanja, ovdje je opći model koji možete koristiti kao početnu točku. Prilagodite ga i prilagodite svojoj specifičnoj industriji, poslovnom modelu i ciljevima.

Objašnjeni su neki važni pojmovi:

- **SWOT analiza** je alat za strateško planiranje koji pomaže pojedincima i organizacijama da prepoznaju i razumiju svoje snage, slabosti, prilike i prijetnje. Evo vodiča korak po korak o tome kako provesti SWOT analizu:

1. Definirajte cilj ili cilje:

- Jasno navedite cilj za koji provodite SWOT analizu. To može biti povezano s projektom, poslom, osobnim razvojem ili bilo kojim drugim aspektom.

2. Prepoznajte jake strane (unutarnji, pozitivni čimbenici):

- Navedite unutarnje čimbenike koji vam daju prednost nad drugima.
- Razmotrite čimbenike kao što su vještine, resursi, stručnost, tehnologija, ugled ili bilo koje druge interne pozitivne aspekte.
- Postavljajte pitanja poput: Što radite dobro? Koje jedinstvene resurse ili sposobnosti imate?

3. Identificirajte slabosti (unutarnji, negativni čimbenici):

- Navedite unutarnje čimbenike koji vas stavljaju u nepovoljniji položaj u usporedbi s drugima.

- Razmotrite područja u kojima vam nedostaju vještine, resursi, iskustvo ili bilo koji drugi unutarnji negativni aspekti.
- Postavite pitanja kao što su: Koja područja trebaju poboljšanja? S kojim se preprekama susrećete?

#### 4. Identificirajte prilike (vanjski, pozitivni čimbenici):

- Navedite vanjske čimbenike ili trendove u okruženju koji bi mogli biti korisni.
- Razmotrite tržišne trendove, nove tehnologije, promjene u propisima ili bilo koje druge vanjske prilike.
- Postavljajte pitanja poput: Koje su mogućnosti dostupne na tržištu ili u okruženju?

#### 5. Identificirajte prijetnje (vanjski, negativni čimbenici):

- Navedite vanjske čimbenike ili trendove koji bi mogli predstavljati rizik ili prijetnju vašem cilju.
- Uzmite u obzir konkurenciju, ekonomske padove, regulatorne promjene ili bilo koje druge vanjske prijetnje.
- Postavljajte pitanja kao što su: S kojim se preprekama ili izazovima izvana susrećete?

#### 6. SWOT matrica:

- Napravite matricu 2x2 (četiri kvadranta) i postavite svoje identificirane faktore u odgovarajući kvadrant:
  - Gore-lijevo (snage): unutarnji pozitivni čimbenici.

- Gore desno (slabosti): unutarnji negativni čimbenici.
- Dolje-lijevo (prilike): vanjski pozitivni čimbenici.
- Dolje desno (prijetnje): vanjski negativni čimbenici.

#### 7. Analiza i izrada strategije:

- Analizirajte presjeke ovih čimbenika i razmotrite kako možete iskoristiti prednosti da biste iskoristili prilike, riješili slabosti da biste ublažili prijetnje ili razvili strategije za jačanje snaga i prevladavanje slabosti.

#### 8. Plan akcije:

- Na temelju analize izradite akcijski plan koji ocrta konkretne korake za iskorištavanje prednosti, rješavanje slabosti, traženje prilika i ublažavanje prijetnji.

Imajte na umu da je SWOT analiza dinamičan alat i čimbenici se mogu mijenjati tijekom vremena. Redovito pregledavajte i ažurirajte svoju SWOT analizu kako biste se prilagodili promjenama u vašem unutarnjem i vanjskom okruženju.

- **Misija nasuprot vizije nasuprot djelokruga** : misija, vizija i djelokrug tri su različita elementa u području organizacijskog planiranja i strateškog upravljanja. Oni služe različitim svrhama i doprinose definiranju cjelokupnog smjera i svrhe subjekta. Evo kratkog objašnjenja svakog od njih:

Misija: Izjava o misiji ocrta temeljnu svrhu i razlog postojanja organizacije. Odgovara na pitanje "Zašto organizacija postoji?"

Ključni elementi:

- Opisuje temeljne vrijednosti i uvjerenja organizacije.

- Definira primarne proizvode ili usluge koje se nude.
- Identificira ciljanu publiku ili korisnike.
- Ističe jedinstvene aspekte koji izdvajaju organizaciju.
- Primjer: "Pružiti visokokvalitetne, pristupačne zdravstvene usluge zajednicama koje nisu dobro opskrbljene."

Vizija: Izjava o viziji artikulira željeno buduće stanje koje organizacija želi postići. Pruža dugoročnu perspektivu i služi kao aspiracijski cilj.

Ključni elementi:

- Opisuje što organizacija teži postati ili postići.
- Nadahnjuje i motivira dionike predstavljanjem uvjerljive budućnosti.
- Često gledaju u budućnost i možda nisu u potpunosti ostvarivi u kratkom roku.
- Primjer: "Biti globalni lider u održivim i inovativnim tehnološkim rješenjima do 2030."

Opseg: Opseg ocrtava granice ili ograničenja aktivnosti organizacije, definirajući što je uključeno, a što isključeno. Pomaže u razjašnjavanju raspona proizvoda, usluga ili tržišta kojima se organizacija namjerava obratiti.

Ključni elementi:

- Određuje raspon ponuđenih proizvoda ili usluga.
- Definira ciljno tržište ili segmente kupaca.
- Može uključivati geografske granice ili druge ograničavajuće čimbenike.
- Primjer: "Pružanje usluga financijskog savjetovanja isključivo malim i srednjim poduzećima u azijsko-pacifičkoj regiji."

Ukratko, izjava o misiji komunicira temeljnu svrhu organizacije, izjava o viziji opisuje željeno buduće stanje, a opseg definira granice aktivnosti organizacije.

Zajedno, ovi elementi pomažu pri donošenju odluka, nadahnjuju dionike i pružaju okvir za strateško planiranje i izvršenje.

- **SMART ciljevi** : SMART je akronim koji označava Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-Bound. To je okvir koji se obično koristi u postavljanju ciljeva i planiranju projekta kako bi se osiguralo da su ciljevi dobro definirani i da se mogu učinkovito izvršiti. Evo raščlambe svake komponente SMART ciljeva:

Specifično:

- Jasno definirajte cilj. Budite konkretni o tome što želite postići.
- Izbjegavajte nejasne ili općenite izjave. Navedite tko, što, gdje, kada i zašto.
- Primjer: "Povećajte prodaju za 15% u sljedećem kvartalu."

Mjerljiv:

- Uspostavite kriterije za mjerenje napretka i uspjeha.
- Koristite mjerljive pojmove kao što su brojevi ili postoci.
- Primjer: "Postignite ocjenu zadovoljstva kupaca od najmanje 90%."

Ostvarivo:

- Osigurajte da je cilj realan i dostižan.
- Razmotrite dostupne resurse, vještine i ograničenja.
- Izbjegavajte postavljanje ciljeva koji su preambiciozni ili nemogući.
- Primjer: "Implementirajte novi sustav upravljanja projektima u sljedećih šest mjeseci."

Relevantno:

- Osigurajte da je cilj usklađen sa širim organizacijskim ciljevima.

- Trebalo bi imati smisla i pridonositi cjelokupnoj misiji.
- Izbjegavajte postavljanje ciljeva koji ne dodaju vrijednost ili nisu povezani sa svrhom organizacije.
- Primjer: "Poboljšajte programe obuke zaposlenika kako biste poboljšali ukupnu produktivnost tima."

#### Vremensko ograničenje:

- Postavite određeni vremenski okvir za postizanje cilja.
- Definirajte rokove i prekretnice kako biste stvorili osjećaj hitnosti.
- Primjer: "Pokreni novu marketinšku kampanju do kraja drugog kvartala."
- Kad sve to saberemo, SMART cilj bi mogao izgledati ovako:
- "Do kraja fiskalne godine povećajte angažman korisnika na mreži za 20% kroz implementaciju nove strategije društvenih medija, mjereno lajkovima, dijeljenjima i komentarima na objave tvrtke."
- Ovaj je cilj specifičan (povećati angažman korisnika na mreži), mjerljiv (povećanje od 20%), ostvariv (izvediv s novom strategijom društvenih medija), relevantan (usklađen s ciljem poboljšanja angažmana korisnika) i vremenski vezan (do kraja fiskalna godina). Korištenje okvira SMART može pomoći u postavljanju jasnih i djelotvornih ciljeva.

#### Savjeti za pisanje poslovnog plana:

- **Budite koncizni:** Neka vaš poslovni plan bude sažet i fokusiran. Ulagači i zainteresirane strane često cijene sažetost.
- **Istraživanje:** Utemeljite svoj plan na temeljitom istraživanju vaše industrije, tržišta i konkurenata.



- **Realne financijske projekcije:** Pobrinite se da su vaše financijske projekcije realne i temeljene na zdravim pretpostavkama.
- **Redovita ažuriranja:** Redovito ažurirajte svoj poslovni plan, posebno kada postoje značajne promjene u vašem poslovnom okruženju.
- **Tražite povratne informacije:** Dobijte povratne informacije od mentora, savjetnika ili drugih poduzetnika. Različite perspektive mogu biti vrijedne.

Imajte na umu da je vaš poslovni plan živi dokument i trebali biste ga ponovno pregledavati i revidirati kako se vaše poslovanje razvija.

### **Primjer 1:**

#### ***Opći primjer modela poslovnog plana:***

##### **1. Izvršni sažetak:**

- Naziv i lokacija tvrtke
- Izjava o misiji
- Kratak opis vašeg poslovnog koncepta
- Naglasci vaših poslovnih ciljeva

##### **2. Opis poslovanja:**

- Pregled vašeg poslovnog koncepta
- Vizija za budućnost
- Pravna struktura (samostalno vlasništvo, LLC, korporacija, itd.)
- Položaj i sadržaji

- Povijest (ako je primjenjivo)

### **3. Analiza tržišta:**

- Pregled industrije
- Opis ciljnog tržišta
- Analiza konkurenata
- SWOT analiza (snage, slabosti, prilike, prijetnje)
- Tržišni trendovi i potencijal rasta

### **4. Organizacija i upravljanje:**

- Organizacijska struktura
- Ključni članovi tima i njihove uloge
- Savjetodavni odbor ili mentori
- Kadrovski plan i strategija zapošljavanja

### **5. Proizvodi ili usluge:**

- Detaljan opis vaših proizvoda ili usluga
- Jedinstveni prodajni prijedlozi
- Intelektualno vlasništvo (patenti, zaštitni znakovi, autorska prava)

### **6. Marketing i prodaja:**

- Marketinška strategija
- Strategija i taktika prodaje
- Strategija određivanja cijena

- Promidžbene aktivnosti
- Distributivni kanali

### **7. Zahtjev za financiranje (ako je primjenjivo):**

- Iznos traženog financiranja
- Korištenje sredstava
- Predviđeni povrat ulaganja (ROI)

### **8. Financijske projekcije:**

- Predviđeni račun dobiti i gubitka, bilanca stanja i izvještaj o novčanom tijeku
- Analiza rentabilnosti
- Predviđanje prodaje
- Procjene proračuna

### **9. Dodatak:**

- Sve dodatne informacije, dijagrami, grafikoni ili dokumenti koji podržavaju vaš poslovni plan
- Životopisi ključnih članova tima
- Pisma preporuke
- Podaci istraživanja tržišta

### **Primjer 2:**

## STRUKTURA POSLOVNOG PLANA

- I. SADRŽAJ (SAŽETAK PLANA)
- II. IZVRŠNI SAŽETAK (PRIJEDLOG I POSLOVNA PRILIKA)
- III. OPIS POSLA
- IV. OPIS PROIZVODA/USLUGA
- V. ANALIZA TRŽIŠTA I MARKETINŠKI MIKS
- VI. OPERATIVNI PLAN (PROIZVODNJA I PROCESI)
- VII. UPRAVLJANJE I ORGANIZACIJA
- VIII. FINACIJSKI PLAN

### I. SADRŽAJ

opći podaci i kriteriji eliminacije	
Naslov poslovnog plana:	
Ime kandidata:	
CNP:	
Serija i broj osobne isprave (CI kopija):	
E-mail:	
Specijalizacija / zanimanje:	

Županija provedbe poslovanja:	
Grad provedbe poslovanja :	
Povezana CAEN CODE glavna djelatnost :	
Područje djelovanja:	
Broj novootvorenih radnih mjesta:	<input type="checkbox"/> 5 ili više <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2
Ulaže se u okoliš:	<input type="checkbox"/> Urbani
Ukupna vrijednost investicije:	..... lei
Iznos vlastitog doprinosa (postotak) :	.....%
Datum završetka:	

## II. IZVRŠNI SAŽETAK

Napravite sažetak poslovnog plana na maksimalno 2 stranice.

Zapamtiti!

Ovaj izvršni sažetak je prvi kontakt potencijalnog investitora s vašom poslovnom idejom. Ako ne potakne interes za potencijal poslovanja, ostatak vašeg poslovnog plana možda nećete čitati dalje!

Stoga ne zaboravite bodovati sljedeće:

- svoju poslovnu viziju i svoju poslovnu misiju;
- kratkoročni, srednjoročni i dugoročni ciljevi;
- kratak opis poslovanja;
- kratku prezentaciju proizvoda/usluga;
- sažetak marketinškog plana;
- razinu početnog ulaganja i način privlačenja financiranja (navest će se iznos doprinosa prijavitelja (iznos u lejima / postotak ukupnog ulaganja) i njegov izvor);
- relevantne financijske informacije:
  - amortizacija ulaganja (Koliko je vremena potrebno da se ulaganje amortizira?)
  - operacionalizacija poslovanja (Koliko vremena je potrebno da se dostigne prag profitabilnosti?)
  - scenariji prodaje
  - financijske projekcije ukratko – razvijane najmanje 3 godine
  - kalendar provedbe poslovanja
- relevantnih informacija ( npr . Zašto mislite da će vaše poslovanje biti uspješno?).

### III. OPIS POSLA

- ✓ Opišite svoje veliko poduzeće , predstavljajući pogled na svoju misiju \_ poslovanje svoje ciljeve \_ na kratki, srednji i dugi rok (definiran SMART), pravni oblik organizacije (s prednostima POREZ ili drugi \_ vezani uz prirodu, ako postoji) , dionički udio (s ulogom na sve ).
- ✓ točnost lokacije poslovanja (županija /lokacija) i predstaviti njegove konkurentske prednosti.
- ✓ Uključite informacije o sektoru u kojem ćete djelovati, posebno ako \_ se područje aktivnosti \_ DOTIČNO Radi o niši ili onoj s kojom potencijalni ulagači \_ NE bi trebali biti upoznati.
- ✓ Opišite trenutnu situaciju u sektoru i sve druge informacije o trendovima. \_ \_
- ✓ Motivirajte zašto \_ vjerujete da je vaš posao . će biti uspješan , predstavljajući vas strateg. input \_ na tržište i razvoj . \_
- ✓ Točkom sve RECITALS zakonske zahtjeve \_ koji su uzeti u obzir (npr.: potrebne licence, uvjeti, posebni radni propisi, ekološko zakonodavstvo, naknade za autorizaciju, itd.).

### IV. OPIS PROIZVODA/USLUGA

- ✓ Opišite detaljne proizvode i/ili usluge koje nudite, predstavljajući sve aspekte povezane s njima: sastojci, dimenzije, funkcionalnosti, izgled, pakiranje itd.

- ✓ Koje potrebe zadovoljavaju ponuđeni proizvodi/usluge?
- ✓ Koji su USP proizvodi/usluge za vas. ?
- ✓ Koji su troškovi vezani uz proizvode/usluge koje . ( troškovne varijable)?
- ✓ Ako je riječ o proizvodnji, uključujete pojedinosti o tehnologiji koja vam je potrebna, proizvodnom kapacitetu \_ koji nudi i troškovima povezanima s nabavom ove. Ako jest kada su u pitanju usluge, uključite pojedinosti o kapacitetu izvedbe, u odnosu na veličinu \_ poslovni prijedlog. \_
- ✓ Ako je moguće, možete uključiti skice, fotografije ili druge materijale PREDSTAVNIKA za dobro razumijevanje predloženih proizvoda/usluga.

## V. MARKETINŠKI PLAN

- ✓ Provedite analizu potrošača. Prepoznajte tko je vaša publika . cilj (kupci nasuprot potrošačima) i definirajte ZNAČAJKE (analiza geografska, demografska, psihografska). kojima je potreban odgovor na proizvode/usluge . ? Koje su faze kupnje \_ za vaše proizvode/usluge. ?
- ✓ Provedite analizu tržišta (analiza vanjskog poslovnog okruženja Vas). Uključite reference na zakonodavstvo i propise koji su na snazi relevantni za situaciju u gospodarstvu grane , za trendove na TRŽIŠTU i očekivane promjene, itd. Ako navedete bilo kakve prepreke, kako ćete ih prevladati? Koja je pozicija koju ciljate na tržištu? Obratite pozornost na segmentaciju tržišta



- ✓ Provesti analizu konkurencije. Tko sam ti GLAVNI . konkurenti (izravni i neizravni)? Koje su konkurentske prednosti proizvoda/usluga GLAVNIH vaših konkurenata?
- ✓ Razvijte SWOT analizu vašeg poslovanja .
- ✓ Razvijte MARKETING MIKS. Prikrijte 4 P (proizvod , cijena, plasman/distribucija, promocija).
- ✓ Razvijte strategiju proizvoda, držanje \_ računa na primjer: inicijala portfelja proizvoda/usluga, razvoj njegove budućnosti, životni ciklus svakog \_ proizvoda/usluge djelomično, itd. Razmotrite: raznolikost, kvalitetu, dizajn, značajke, marku, pakiranje, dimenzije , usluge \_\_ susjedne , jamstva , povrati .
- ✓ Razvijte strategiju cijena proizvoda/usluga koje . Koje su cijene po kojima će vam prodavati proizvode/usluge. i na čemu se temeljiš u njihovoj konstrukciji? Kako to izvijestiti o troškovima, konkurenciji i očekivanjima potrošača? Koja je politika popusta \_ i kada se ona primjenjuje ? Kako izvršiti plaćanje i koji su uvjeti plaćanja? \_
- ✓ Razvijte strategiju plasmana proizvoda/usluge \_\_ vi. Prepoznajte koji je to tržišni cilj koji ciljate i kako ćete do njega doći. Koji se kanali distribucije koriste? Tko je vaš prodajni strateg? \_ Uključite scenarije prodaje : optimistične, pesimistične i vjerojatno, izračunate na kratki, srednji i dugi rok.
- ✓ Razvijte strategiju promocije proizvoda/usluge \_\_ vi. Kako ćete promovirati svoje poslovanje. ? Ali proizvodi/usluge koje . ? kako izračunavate proračun za oglašavanje? Koje se objave poruka/am koriste u promociji i zašto? \_ Koji se mix kanala \_ koristi i zašto? \_ Razviti detaljan plan promocije, s

razdobljima kampanje i povezanim proračunima, na temelju očekivanih rezultata.

- ✓ procijenjeni PDV \_ ekonomski marketinški plan .

## VI. OPERATIVNI PLAN

- ✓ predstaviti informacije o prostorima koje imate \_ potrebnima za napredak proizvodnje/skladišta/prodaje/upravljačkih aktivnosti i organizacije, uključujući informacije o troškovima i metodama njihova stjecanja. \_ \_  
Možete prezentirati i skice prostora koji Vam je potreban.
- ✓ eksplicitno pogoduje lokalnom poslovanju na određenom mjestu.
- ✓ Uključite informacije o svim operacijama proizvodnog procesa, uzimajući u obzir \_ i opremu koja će vam biti potrebna u razvoju, poslovanje i troškove nabave/održavanja/operacije \_ povezane s tim.
- ✓ Predstavite koja su to ovlaštenja, certifikati, licence, patenti i robne marke koje ćete trebati, kao što su troškovi i postupci za njihovo stjecanje.
- ✓ Detaljne informacije o dobavljačima, uvjetima i načinima plaćanja, stanju robe, opskrbi. \_
- ✓ U slučaju da ćete prodavati uz plaćanje na vrijeme, detaljan radni postupak. \_

## VII. UPRAVLJANJE I ORGANIZACIJA

- ✓ Uključite informacije o poslovanju vodstva, profile ljudi u menadžmentu, radna mjesta i ograničenja kompetencija.
- ✓ sadašnja organizacijska struktura, uključujući broj ljudi koje želite zaposliti.
- ✓ Napravite opis posla \_ za svaku vrstu radnog mjesta navedenog u organizacijskoj strukturi.
- ✓ Imajte na umu do detalja kadrovsku politiku ( politike zapošljavanja , zapošljavanja , uvođenja u posao , procedure zamjene u slučaju privremene ili trajne nesposobnosti , načini motiviranja zaposlenika , paketi plaća \_ \_ koje ćete usvojiti ).
- ✓ Uključite informacije o zakonodavstvu \_ rada na snazi.
- ✓ Izradite strategiju upravljanja rizikom (predviđanje i administratorski rizici).
- ✓ Razviti procedure upravljanja vremenom (radne procedure, protok informacija, standardizirane za implementaciju na razini zaposlenika, itd.).

## VIII. FINANCIJSKI PLAN

- ✓ procijenjeni troškovi ulaganja \_ početni .
- ✓ Napravite popis u koji ćete uključiti fiksne mjesečne troškove i način na koji se oni amortiziraju u cijeni proizvoda/ usluga.
- ✓ Predstavite strategiju oporavka ulaganja . \_ \_
- ✓ Izračunajte MARŽE Hill na koje primjenjujete prodane proizvode/usluge.

- ✓ Izračunajte prag profitabilnosti poslovanja koje . mjesečno i godišnje (kako u vrijednosti bruto prodaje, tako i u broju jedinica proizvoda koje treba prodati). Uzmite u obzir troškove koji se odnose na zalihe proizvoda, transport \_ i njihovu distribuciju.
- ✓ Napravite simulaciju prodaje (optimističan , pesimističan scenarij i vjerojatno) ovisno o različitim čimbenicima. Plan ti . mora uključiti statistički čvrste podatke , brojke i sve druge detalje na kojima se temelje vaše projekcije . za prodaju.
- ✓ Napravite prognozu fiksnih troškova i varijabli, ali i prihoda, za najmanje 12 mjeseci. analizirati zahtjeve za novčanim tokom (mjesečno i godišnje) i identificirati izvore financiranja \_ potrebne, kao što su i troškovi povezani PRIVLAČENJE odgovarajućih sredstava.
- ✓ Uključite projekciju profitabilnosti \_ poslovanja za najmanje 3 godine (simulacija dobiti i gubitka).
- ✓ Uključite računovodstvene informacije ( simulacija bilance \_ godišnje, bilanca mjesečno, itd.)

### **Primjer 3:**

#### ***Specifični POCU primjer modela poslovnog plana:***

##### **Odjeljak 1 : Opće informacije**

1. Naslov poslovnog plana:
2. Naziv tvrtke (prijedlog, nema potrebe za rezervacijom imena u ovoj fazi):
3. Regija registracije:

4. Okrug:
5. Mjesto:
6. Pravni oblik osnivanja:
7. Glavna aktivnost:
8. CAEN kod:
9. Vrsta glavne djelatnosti:
10. Područje djelovanja:
11. Broj radnih mjesta koja će se otvoriti kao rezultat provedbe projekta:
12. Traženi iznos financiranja:

## **Odjeljak 2 : Pregled poslovanja**

Ukratko opišite namjeravanu djelatnost, ističući sljedeće:

- Vizija – Što je bit poslovanja i kako će generirati profit?
- Misija poslovanja;
- Kratkoročni, srednjoročni i dugoročni ciljevi;
- Koja je dodana vrijednost predloženog posla?
- Koje potrebe poduzeće rješava i zašto njegovo financiranje ima smisla?

(maksimalno 4000 znakova)

*Opis poslovanja i strategija provedbe poslovnog plana*

Navedite od čega se projekt sastoji (npr. uspostavljanje proizvodnog/uslužnog kapaciteta) i koje su glavne aktivnosti potrebne za njegovu realizaciju (npr. nabava/modernizacija/uređenje prostora, opremanje komunalnim uslugama i nabava opreme specifične za djelatnost) . Za ovo:

- Detaljno navedite ulaganja koja će se izvršiti u okviru projekta.
- Detaljno navedite aktivnosti i podaktivnosti kroz koje će se projekt provoditi, uz navođenje faza njihove provedbe.
- Predstavite glavne strojeve i opremu koju posjedujete ili koju trebate kupiti (navedite opremu koju posjedujete ako je primjenjivo).
- Opišite ulogu i važnost troškovnih elemenata i opravdajte procjenu troškova (uključujući predstavljanje ponuda, poveznica, snimki zaslona ili metoda procjene – na primjer , radni sati \* satnica). (maksimalno 4000 znakova)

### *SWOT analiza*

Koje su "jake strane" zbog kojih vjerujete da ćete uspjeti? (npr. tehnološka znanja, upravljačke i marketinške vještine, poznavanje tržišta, obuka na terenu, iskustvo u industriji, lokacija projekta, kapital, odnosi, radna sposobnost, fleksibilnost), koje su slabosti, prilike i prijetnje predviđene za planirano poslovanje? Najmanje tri aspekta bit će spomenuta za svaki odjeljak: prednosti, slabosti, prilike i prijetnje (maksimalno 4000 znakova za svaki odjeljak).

### **Odjeljak 3 : Vrijednost ulaganja**

Dimenzioniranje ulaganja

- Prilikom određivanja veličine investicijskog projekta uzimat će se u obzir samo prihvatljivi troškovi;
- Ako je primjenjivo, mogu se priložiti ponude za investicijske stavke koje se namjeravaju kupiti u okviru projekta;
- Troškovi povezani s naknadama ili PDV-om su prihvatljivi i mogu se nadoknaditi unutar projekta. U slučaju da se za financiranje određenog troška ne traži PDV, to će biti jasno navedeno u odgovarajućem polju opravdanja.

**\*\*Tablica sa: Kategorijama troškova/ jediničnom količinom/ jediničnim troškom s PDV-om/ukupnim troškom s PDV-om/ obrazloženjem\*\***

#### **Odjeljak 4 : HR**

Opišite i detaljizirajte organizacijsku shemu i politiku ljudskih resursa

Opišite svoje osobno iskustvo i što vas čini prikladnim za vođenje vlastite tvrtke

Opišite politiku ljudskih potencijala koju imate na umu, kako ćete provoditi zapošljavanje, motivaciju, upravljanje plaćama i praćenje osoblja te utjecaj koji smatrate da će to imati na učinkovitost budućih aktivnosti (maksimalno 4000 znakova).

Navedite način na koji će se osigurati poštivanje standarda zaštite na radu (maksimalno 4000 znakova).

#### **Odjeljak 5 : Opis proizvoda/usluge**

Opis razmatranog proizvoda/usluge

- U slučaju gotovih proizvoda, predstaviti će se kratak fizički opis, tehničke karakteristike, performanse, uslužne značajke i potrebe kojima se bave.
- Za usluge, bit će opisane karakteristične značajke istih na takav način da se usluge koje pružate razumiju.
- U slučaju trgovine, specificirati će se grupe proizvoda koje ćete prodavati i marketinško područje, radi li se o maloprodaji ili veleprodaji te hoćete li pružati određene usluge (postprodaja, transport, jamstvo, popravci itd. ).

(maksimalno 4000 znakova)

Napišite glavne prednosti/nedostatke ponuđenih proizvoda/usluga u odnosu na one koje nudi konkurencija bit će opisane. (maksimalno 4000 znakova)  
Bit će opisan način prodaje ponuđenog proizvoda/usluge. To uključuje pojedinosti o potražnji, kako se manifestira, učestalost prodaje i razmatrane distribucijske kanale - izravna prodaja, veleprodaja, posrednici, agenti, na zahtjev itd. (maksimalno 4000 znakova)  
Troškovi uzeti u obzir za proizvodnju ponuđenog proizvoda/ usluga će biti opisana. To uključuje sirovine, granične troškove, plaće, itd. Način i učestalost isporuke, zajedno sa svim drugim relevantnim informacijama, bit će dostavljeni. (maksimalno 4000 znakova)

## **Odjeljak 6 : Marketing**

Definirati:

- a. Definirat će se tržište na kojem će djelovati novoosnovano poduzeće (specifične karakteristike tržišnog segmenta, potrebe kojima se bavi, npr. hrana, odjeća, turizam itd.) uz poznate trendove u njegovom razvoju. (maksimalno 4000 znakova)



b. Navest će se lokacija tržišta (lokacija tržišta – lokalna, regionalna, nacionalna, međunarodna, itd. – s pojedinostima ako su dostupni), te će se navesti njegova veličina (broj potencijalnih klijenata, fizički i vrijednosno). Udaljenost do ključnih klijenata i način distribucije proizvoda/usluga također će biti detaljizirani. (maksimalno 4000 znakova)

c. Predstaviti će se konkurenti po grupama proizvoda/usluga i poznatim karakteristikama o njima.

Opisati će se promotivna strategija tvrtke i ponuđenih proizvoda/usluga. Vrste promotivnih materijala koji se razmatraju (brošure, leci, prezentacijski video zapisi itd.), kanali za promociju (mrežno oglašavanje, službeno predstavljanje, mediji, ulično oglašavanje itd.) i poruka (slogan, logo) koja će oblikovati bit će naznačena osnova komunikacije i promocije, ako je poznata. (maksimalno 4000 znakova)

## **Odjeljak 7 : Rizici**

Bit će predstavljeni glavni identificirani rizici i načini njihovog minimiziranja. Identificirani rizici odnosit će se barem na:

- Proizvodnja;
- Tržište i prodaja;
- Financiranje (isključujući projektno financiranje);
- Zakonodavstvo.

(Maksimalno 4000 znakova)

Opravdanost potrebe za financiranjem i održivost poslovanja:

Kakva je potreba za financiranjem, kakva je perspektiva realizacije predloženog posla u nedostatku sredstava. Koje su mjere razmatrane kako bi se osigurala održivost poslovanja nakon prestanka financiranja. (Maksimalno 4000 znakova)

## **Odjeljak 8 : Ostali doprinosi**

Opišite poslovni doprinos: temama održivog razvoja:

- Društvene inovacije: Posao ima za cilj poticati društvene inovacije [umetnuti određene radnje, programe ili značajke] za rješavanje društvenih izazova i poboljšanje dobrobiti zajednica.
- Poboljšanje dostupnosti, upotrebe i kvalitete ICT-a (Informacijska i komunikacijska tehnologija): Posao aktivno radi na povećanju pristupačnosti, korištenja i kvalitete ICT-a. To se postiže putem [navedite pojedinosti o inicijativama, tehnologijama ili strategijama] koje osnažuju pojedince i zajednice putem digitalnih sredstava.
- Podupiranje prijelaza na ekonomiju s niskim udjelom ugljika i učinkovito korištenje resursa: Posao doprinosi prijelazu na gospodarstvo s niskim udjelom ugljika i učinkovito korištenje resursa [navođenjem specifičnih praksi, tehnologija ili procesa]. Ovi naponi imaju za cilj smanjiti emisije ugljika, optimizirati korištenje resursa i promicati održivost u skladu s ekološkim ciljevima.
- Jačanje istraživanja, tehnološkog razvoja i inovacija: Posao je predan jačanju istraživanja, tehnološkog razvoja i inovacija. To uključuje [opišite aktivnosti,

partnerstva ili ulaganja] za unapređenje znanja, poticanje tehnološkog napretka i poticanje inovacija u relevantnim sektorima.

(Slobodno unesite određene detalje na temelju prirode poslovanja i njegovih inicijativa.)

## **Odjeljak 9 : Financijske projekcije**

Opišite financijske projekcije za sljedećih 5 godina:

Navedite pregled financijskih projekcija za sljedećih pet godina, uključujući ključne pokazatelje i pretpostavke. Navedite očekivane trendove u prihodima, rashodima, dobiti i drugim relevantnim financijskim pokazateljima. Istaknite sve čimbenike koji utječu na ove projekcije, kao što su tržišni uvjeti, strategije rasta i mjere kontrole troškova. Osim toga, predstavite sveobuhvatnu analizu novčanog toka, bilance i izvješća o dobiti kako biste ponudili temeljito razumijevanje financijskih izgleda poduzeća tijekom navedenog razdoblja.

Evo primjera uspješnih poslovnih planova u sektoru poljoprivrede:

### **1. Poslovni plan farme organskog povrća:**

Poslovni pregled:

- Naziv: Organska farma GreenHarvest
- Djelatnost: Poljoprivreda
- Misija: opskrbiti visokokvalitetno organsko povrće lokalnim tržištima uz promicanje održivih poljoprivrednih praksi.

Analiza tržišta:

- Identificirao rastuću potražnju za organskim proizvodima zbog povećane svijesti o zdravlju i zabrinutosti za okoliš.
- Provedeno istraživanje tržišta kako bi se razumjeli preferencije potrošača, kanali distribucije i dinamika cijena.

#### Vrijednost propozicija:

- GreenHarvest nudi širok izbor organskog povrća uzgojenog održivim metodama uzgoja, bez sintetičkih pesticida i gnojiva.
- Pruža svježe, lokalno uzgojene proizvode koji su zdraviji za potrošače i bolji za okoliš.

#### Poslovni model:

- Izravna prodaja potrošačima putem poljoprivrednih tržnica, pretplata na poljoprivredu koju podržava zajednica (CSA) i online prodaja.
- Veleprodajna distribucija lokalnim restoranima, trgovinama mješovitom robom i prehrambenim zadrugama.

#### Strategija marketinga i prodaje:

- Uspostavljanje snažnog identiteta marke naglašavajući predanost farme organskom uzgoju, održivosti i zajednici.
- Angažiranje kupaca putem edukativnih radionica, obilazaka farmi i kampanja na društvenim mrežama.

#### Financijske projekcije:

- Predviđeni prihod na temelju prinosa usjeva, strategije cijena i količine prodaje.
- Određivanje proračuna za inpute na farmi, kupnju opreme, troškove rada i marketinške troškove.

#### Strategija rasta:

- Proširenje proizvodnih kapaciteta kupnjom zemljišta, diverzifikacijom usjeva i poboljšanim tehnikama uzgoja.
- Razvijanje proizvoda s dodanom vrijednošću kao što su organske konzerve, kiseli krastavci i sušeno bilje za povećanje tokova prihoda.

## 2. AgriTech startup poslovni plan:

Poslovni pregled:

- Naziv: CropSense Technologies
- Industrija: AgriTech
- Misija: Osnažiti poljoprivrednike uvidima temeljenim na podacima i rješenjima za preciznu poljoprivredu za optimizaciju prinosa usjeva i učinkovitost resursa.

Analiza tržišta:

- Identificirao rastuću potražnju za tehnološkim rješenjima za rješavanje izazova kao što su klimatske promjene, nedostatak vode i nedostatak radne snage u poljoprivredi.
- Proveli smo istraživanje tržišta kako bismo razumjeli potrebe poljoprivrednika, konkurentsko okruženje i tehnološke trendove.

Vrijednost propozicija:

- CropSense nudi integriranu platformu koja kombinira tehnologiju senzora, analitiku podataka i agronomsku stručnost kako bi pomogla poljoprivrednicima da donose informirane odluke i poboljšaju produktivnost farmi.
- Pruža korisne uvide o zdravlju tla, ishrani usjeva, rasporedu navodnjavanja i borbi protiv štetočina.

Poslovni model:

- Model temeljen na pretplati s višestrukim planovima cijena na temelju veličine farme i razine usluge.
- Dodatni tokovi prihoda od konzultantskih usluga, prilagođenih rješenja i ugovora o licenciranju.

Strategija marketinga i prodaje:

- Usmjerenost na poljoprivrednike putem poljoprivrednih sajmova, industrijskih konferencija i partnerstava s poljoprivrednim udrugama.

- Pružanje demonstracijskih parcela, pilot programa i besplatnih probnih verzija kako bi se prikazale prednosti CropSense tehnologije.

Financijske projekcije:

- Predviđeni rast prihoda temeljen na prodaji pretplate, stopama stjecanja kupaca i širenju na nova geografska tržišta.
- Predviđanje operativnih troškova, troškova istraživanja i razvoja i potreba za kapitalnim ulaganjima.

Strategija rasta:

- Poboljšanje značajki i funkcionalnosti proizvoda na temelju povratnih informacija kupaca i tehnološkog napretka.
- Skaliranje distribucijskih kanala kroz strateška partnerstva s proizvođačima opreme, dobavljačima inputa i poljoprivrednim zadrugama.

Ovi primjeri ilustriraju kako se uspješni poslovni planovi u poljoprivredi bave tržišnim prilikama, nude inovativna rješenja i ocrtavaju strategije za rast i održivost.

### **Poslovni plan ručno izrađenog nakita**

Poslovni pregled:

- Naziv: Zanatski ukrasi
- Industrija: Ručno izrađeni nakit
- Misija: Stvoriti jedinstvene, zanatske komade nakita koji inspiriraju samoizražavanje i individualnost.

Analiza tržišta:

- Identificirali rastuće tržište za ručno izrađeni nakit, potaknuto potražnjom potrošača za jedinstvenim, umjetničkim proizvodima.
- Provedena su istraživanja tržišta kako bi se razumjeli preferencije potrošača, trendovi i konkurentsko okruženje u industriji nakita.

Vrijednost propozicija:

- Artisan Adornments nudi odabranu kolekciju ručno izrađenih komada nakita izrađenih od visokokvalitetnih materijala, uključujući čisto srebro, drago kamenje i prirodne perle.
- Svaki komad pomno su izradili vješti majstori, osiguravajući iznimnu kvalitetu, umijeće izrade i pažnju posvećenu detaljima.

#### Poslovni model:

- Izravna prodaja potrošačima putem web stranice za e-trgovinu, tržnica rukotvorina, sajmovi obrta i skočnih trgovina.
- Veleprodajna distribucija u butike, suvenirnice i specijalizirane maloprodaje.

#### Strategija marketinga i prodaje:

- Uspostavljanje snažnog identiteta marke usredotočenog na kreativnost, umijeće i samoizražavanje.
- Korištenje platformi društvenih medija, kao što su Instagram i Pinterest, za izlaganje proizvoda, interakciju s kupcima i privlačenje prometa na web mjesto.
- Partnerstvo s influencerima, blogerima i modnim stilistima za promicanje Artisan Adornments i dosezanje nove publike.

#### Financijske projekcije:

- Projicirani prihod na temelju predviđanja prodaje, strategije cijena i marketinških inicijativa.
- Određivanje proračuna za materijale, troškove proizvodnje, razvoj web stranica, marketinške troškove i operativne troškove.

#### Strategija rasta:

- Širenje ponude proizvoda na sezonske kolekcije, personalizirani nakit i suradnju ograničenih izdanja s drugim obrtnicima.
- Ulaganje u digitalne marketinške kampanje, optimizaciju za tražilice (SEO) i marketing putem e-pošte za poticanje online prodaje i povećanje vidljivosti robne marke.

- Istraživanje mogućnosti međunarodnog širenja, veleprodajnih partnerstava i strateških saveza s modnim markama i trgovcima na malo.

### **Zaključak:**

Ovaj poslovni plan ocrtava strateški pristup tvrtke Artisan Adornments za uspostavljanje i razvoj uspješnog poslovanja ručno izrađenog nakita. Nudeći jedinstvene proizvode visoke kvalitete, izgradnjom snažne prisutnosti robne marke i iskorištavanjem digitalnih marketinških kanala, tvrtka ima za cilj osvojiti tržišni udio i postati pouzdani lider u industriji ručno izrađenog nakita.

### **Poslovni plan cvjetnog butika**

Poslovni pregled:

- Naziv: Blossom Boutique
- Djelatnost: prodaja cvijeća
- Misija: Pružiti kupcima lijepo, svježe cvijeće i izuzetnu uslugu za sve prigode.

Analiza tržišta:

- Identificirali smo stalnu potražnju za svježim cvijećem, potaknutu prigodama kao što su vjenčanja, rođendani, godišnjice i korporativna događanja.
- Provedena su istraživanja tržišta kako bi se razumjeli preferencije kupaca, ponude konkurenata i tržišni trendovi u industriji cvijeća.

Vrijednost propozicija:

- Blossom Boutique nudi širok izbor svježeg cvijeća, cvjetnih aranžmana i buketa od lokalnih uzgajivača i veletrgovaca.
- Predani pružanju personalizirane usluge, stručnog cvjetnog dizajna i nezaboravnih iskustava za klijente.

Poslovni model:

- Fizička maloprodajna trgovina smještena u području s velikim prometom i vidljivošću.



- Usluga online naručivanja i dostave za kupce koji preferiraju udobnost kupnje od kuće.
- Usluge pretplate za korporativne klijente, organizatore događaja i pojedince koji trebaju redovite cvjetne aranžmane.

#### Strategija marketinga i prodaje:

- Uspostavljanje snažne prisutnosti robne marke putem natpisa, izloga i unutarnjeg uređenja koji odražavaju estetiku i stil butika.
- Provedba višekanalne marketinške strategije, uključujući oglašavanje na društvenim mrežama, marketinške kampanje e-poštom i partnerstva s lokalnim tvrtkama i organizatorima događaja.
- Održavanje radionica, predavanja i događaja za sudjelovanje u zajednici, izlaganje tehnika cvjetnog dizajna i privlačenje potencijalnih kupaca.

#### Financijske projekcije:

- Projicirani prihod na temelju predviđanja prodaje, prosječnih vrijednosti transakcija i sezonskih fluktuacija u potražnji.
- Određivanje proračuna za nabavu inventara, najamninu, režije, troškove osoblja, marketinške troškove i režijske troškove.

#### Strategija rasta:

- Proširenje ponude proizvoda za uključivanje dodatnih cvjetnih proizvoda kao što su biljke, botanički proizvodi, kućni ukrasi i darovi.
- Diverzificiranje tokova prihoda kroz dodatne usluge kao što su planiranje vjenčanja i događaja, savjetovanja o cvjetnom dizajnu i pretplatničke kutije.
- Ulaganje u sustave upravljanja odnosima s kupcima (CRM), programe vjernosti i poticaje za preporuke za izgradnju lojalnosti kupaca i ponavljanje poslova.

#### **Zaključak:**

Ovaj poslovni plan opisuje strateški pristup za Blossom Boutique za uspostavljanje i razvoj uspješnog poslovanja prodaje cvijeća. Nudeći raznoliku ponudu svježeg cvijeća, pružajući iznimnu uslugu i koristeći različite prodajne kanale i marketinške

strategije, butik želi postati pouzdano odredište za kupce koji traže prekrasne cvjetne aranžmane za sve prilike.

## 5. Primjeri mogućnosti financiranja

Rumunjska 2024.:

### 1. **Start-up nacija Rumunjska 2024**

U nacrtu proračuna za Ministarstvo gospodarstva, program Start-Up Nation Rumunjska, usmjeren na poticanje osnivanja malih i srednjih poduzeća, predlaže samo proračunske kredite od 209,15 milijuna leja. Ova su sredstva dodijeljena za isplatu korisnika iz izdanja Start-Up Nation 2022. Nacrt državnog proračuna predviđa nula kredita za obveze, što znači da se iz državnog proračuna ništa ne izdvaja za pokretanje četvrtog izdanja programa, odnosno SUN 2024.

Umjesto toga, u nacrtu proračuna spominje se da bi četvrto izdanje Start-Up Nationa moglo biti pokrenuto korištenjem europskih sredstava:

„Izdanje 2022. u fazi obračuna i plaćanja zatvara se 2024. godine, a izdanje 2024. kreće u okviru poziva koji se financiraju iz europskih fondova te će mjera biti prilagođena uvjetima europskog programa.

Cilj programa "bit će poticanje poduzetništva i otvaranje novih radnih mjesta, s fokusom na obrazovanje, osposobljavanje, mentorstvo, a uključivat će i obvezne prihvatljive troškove poput vaučera za digitalizaciju".

U prva tri izdanja programa Start-Up Nation tvrtkama su dodijeljene potpore do 200.000 leja.

## **2. Program za žene poduzetnice 2024**

Višegodišnji nacionalni program za razvoj poduzetničke kulture među ženama menadžericama u sektoru malih i srednjih poduzeća imat će proračun od gotovo 260 milijuna leja, odobrenih kredita, i 50 milijuna leja, proračunskih kredita. Proračunski krediti su sredstva dodijeljena za isplatu pobjedničkih tvrtki u izdanju za 2022. godinu. Obvezujući krediti omogućuju pokretanje novog izdanja programa Žene poduzetnice i potpisivanje ugovora o financiranju s odabranim tvrtkama.

Do sada su kroz Program za žene poduzetnice bespovratna sredstva u iznosu od 200.000 leja dodijeljena malim i srednjim poduzećima u kojima je barem jedna žena većinski suradnik.

## **3. Program trgovine i usluga 2024**

Program za razvoj i modernizaciju tržišnih proizvodnih i uslužnih aktivnosti ima proračun od 50 milijuna leja, kredite za obveze i jednak iznos proračunskih kredita.

Mjera će potaknuti internetsku trgovinu i digitalizaciju te će uključivati obvezne prihvatljive troškove poput vaučera za digitalizaciju.

Trgovački program bio je predviđen u proračunu za 2023., ali još nije pokrenut, iako je službena procedura nedavno objavljena. Za izdanje 2023. proračun je postavljen na 74 500 000 leja, a procijenjeni broj korisnika za 2023. je 149.

Očekuje se da će iz tih sredstava mikro poduzeća te mala i srednja poduzeća (MSP) u Rumunjskoj dobiti bespovratna finansijska sredstva u iznosu od najviše 50% vrijednosti prihvatljivih troškova, ali ne više od 500 000 leja od vrijednosti investicijskog kredita ugovorenog s partnerskom kreditnom institucijom. Vrijednost investicijskog zajma koji se traži kroz program za prihvatljive troškove je najmanje 250.000 leja.

#### 4. **Mikroindustrijalizacija 2024**

Slično tome, višegodišnji nacionalni program mikroindustrijalizacije ima proračun od 50 milijuna leja, kredite za obveze i 50 milijuna leja proračunskih kredita.

Kao i Commerce-Services, program mikroindustrijalizacije bio je predviđen u proračunu za 2023., ali još nije pokrenut, iako je njegova procedura nedavno objavljena. Za izdanje 2023. proračun je postavljen na 85.000.000 leja, a procijenjeni broj korisnika za 2023. je 170.

mikroindustrijalizacije također osigurava najviše 50% vrijednosti prihvatljivih troškova, ali ne više od 500.000 leja od vrijednosti investicijskog zajma ugovorenog s partnerskom kreditnom institucijom . Vrijednost investicijskog zajma koji se traži kroz program za prihvatljive troškove je najmanje 250.000 leja.

#### 5. **Povećanje konkurentnosti industrijskih proizvoda**

Program za povećanje konkurentnosti rumunjskih industrijskih proizvoda ima predloženi proračun od 27,55 milijuna leja u 2024. godini.

To uključuje potpore u rasponu od 5.000 do 200.000 EUR po poduzeću.

Shema ima za cilj povećati konkurentnost proizvoda gospodarskih subjekata čija je glavna djelatnost proizvodna industrija kroz aktivnosti kao što su implementacija i certificiranje sustava upravljanja kvalitetom i/ili okolišem, tehnološki transfer i razvoj aktivnosti povezanih s načelima kružnog gospodarstva.

## **6. Poslovni inkubatori**

Višegodišnji nacionalni program za uspostavu i razvoj poslovnih inkubatora ima predloženi proračun od 5 milijuna leja za 2024. godinu.

Shema će podržati uspostavljanje poslovnih inkubatora za studente na sveučilištima u suradnji s lokalnim partnerima (tijelima javne vlasti i tvrtkama koje djeluju na lokalnom tržištu).

## **7. Potpora turističkim tvrtkama u balnearskim lječilištima**

male vrijednosti za gospodarske subjekte za modernizaciju i razvoj balnearskih i klimatskih odmarališta ima predloženi proračun od 15 milijuna leja za 2024.

Shema, koja nudi najviše 200.000 EUR pomoći, podupire ulaganja u turističku, balnearijsku, kulturnu, sportsku i rekreacijsku infrastrukturu, uključujući troškove stručnog osposobljavanja za HORECA osoblje.

## **8. Potpore za proizvodne tvrtke**

Shema državne potpore koja ima za cilj dodjelu investicijskih bespovratnih sredstava za proizvodnu industriju predložila je obvezujuće kredite od 1,15 milijardi leja i proračunske kredite od 55,45 milijuna leja.

Shema državnih potpora odobrena Odlukom Vlade br. 959/2022, daje bespovratna sredstva za početna ulaganja ili početna ulaganja koja pogoduju gospodarskoj djelatnosti.

## 9. Pomoć u kružnom gospodarstvu za tvrtke

Program za kružno gospodarstvo za gospodarske subjekte u proizvodnoj industriji predložio je obvezujuće kredite od 33,43 milijuna leja i proračunske kredite od 20 milijuna leja u nacrtu proračuna za 2024. godinu.

Program će odabranim poduzećima osigurati potporu do 200.000 EUR za poticanje ulaganja i aktivnosti u prelasku na kružno gospodarstvo.

## 10. Program Construct Plus 2024. - samo krediti za obvezu

Programu Construct Plus dodijeljeni su samo krediti za obveze, ukupno 745 milijuna leja, u nacrtu proračuna za 2024. godinu. To je zato što nema dovoljno vremena za lansiranje prvog izdanja 2023., kao što je prvotno najavljeno, a otvorit će se 2024.

Obvezujući krediti omogućuju pokretanje programa i potpisivanje ugovora o financiranju s odabranim tvrtkama. Za isplate će biti potrebni proračunski krediti koji se mogu dodijeliti rebalansom proračuna u drugoj polovici 2024. ili kasnije, kroz državni proračun za 2025., ovisno o tempu provedbe sheme.

U 2023. godini program je trebao imati proračun od 149 milijuna eura, no vodič za prijavitelje projekta objavljen je tek 4. prosinca 2023., a prvo izdanje Construct Plusa sada je zakazano za 2024. godinu.

Kroz ovaj program proizvođači građevinskog materijala moći će dobiti regionalnu bespovratnu državnu potporu do 50 milijuna eura svaki za ulaganja u novu proizvodnu tvornicu u Rumunjskoj.

Maksimalni intenzitet državne potpore bit će 75%, što znači da će tvrtka korisnik morati sudjelovati s najmanje 25% u opravdanim troškovima, plus svi neprihvatljivi troškovi. Maksimalni intenzitet državnih potpora imat će mali i srednji poduzetnici (do 249 zaposlenih). Nasuprot tome, velike tvrtke (250 i više zaposlenih) dobit će

državne potpore u intenzitetu od 30% do 70%, ovisno o županiji provedbe investicije. Stoga će velike tvrtke morati dati više novca za ulaganja.

## **11. Program ubrzanja za mala i srednja poduzeća**

(uskoro objava)

Hrvatska 2024. :

U Republici Hrvatskoj donesen je potreban zakonski okvir koji definira pravila za osnivanje i ulaganje fondova rizičnog kapitala (VC) i Private equity (PE) fondova. PE&VC fondovi osiguravaju potrebno financiranje za startupove u obliku dugoročnog kapitala, kako bi se omogućio njihov rast, razvoj i poslovni uspjeh.

VC fondovi ulažu u startupe u fazi ranog rasta/razvoja i širenja, dok PE fondovi ulažu u kapital drugih tvrtki bez obzira na stupanj rasta/razvoja tvrtki u kojima istražuju. Istraživanje konzultantske kuće PwC iz 2020. pokazalo je da gotovo 90% startupa posluje pet ili manje godina i ima do deset zaposlenih, što ukazuje da je startup ekosustav u Hrvatskoj još uvijek u ranoj fazi razvoja. Ukupno 62% ispitanih startupova dobilo je investiciju za razvoj svog poslovanja, a njih 50% ostvaruje prihod. Kako bi osigurao odgovarajuće izvore financiranja za rast poduzetničkih aktivnosti, Europski investicijski fond (EIF) zajedno s HBOR-om pokrenuo je nekoliko inicijativa za razvoj tržišta rizičnog kapitala, što je rezultiralo povećanjem broja PEVC fondova u Hrvatskoj. te njihova povećana ulaganja u hrvatske startupe posljednjih godina. PEVC fondovi su u 2020. godini u hrvatski startup ekosustav uložili približno 126 milijuna eura, što predstavlja rast od 54% u odnosu na 2019. Ohrabrujuće je bilo i to što je više od 50% sredstava uloženo u fazu razvoja i širenja startupova (faza rasta ). Očekuje se da će osnivanje PEVC-a u kombinaciji s

pojačanom aktivnošću stranih PEVC fondova u Hrvatskoj pridonijeti daljnjem rastu PEVC tržišta u 2021. godini te da se opravdano može očekivati 30 do 50 novih ulaganja u hrvatske startupove. Uspješni primjeri hrvatskih startupa “jednoroga”, poput Infobipa i Rimac Automobila, čija vrijednost premašuje milijardu dolara to potvrđuju.

Brojne zemlje usmjerene su na razvoj startup ekosustava i ulažu značajne napore za njihov brži razvoj i uspjeh na tržištu (npr. pravni okvir, mehanizmi financiranja). To je zato što startupi značajno pridonose razini zaposlenosti i rastu gospodarstva u širem smislu. S druge strane, mnoge zemlje u razvoju startup ekosustava vide priliku da ubrzaju rast i razvoj, da preskoče nekoliko koraka i postanu relevantne u globalnim okvirima.

Konzultantska kuća PwC Hrvatska provela je krajem 2020. godine istraživanje o prilagodbi i transformaciji startupova tržišnim okolnostima uzrokovanim pandemijom COVID-19. Istraživanje je provedeno u obliku upitnika, au njemu je sudjelovalo preko 100 startupa. Analiza prikupljenih podataka omogućila je uvid u postojeće trendove na tržištu i poboljšala razumijevanje budućih izazova. (Istraživanje, 2020.) Navedeno istraživanje pokazalo je da hrvatski startup ekosistem tem je još uvijek u ranoj fazi razvoja, imajući u vidu činjenicu da gotovo 90% startupa posluje pet ili manje godina i ima do deset zaposlenih.

Ukupno 62% ispitanih startupa dobilo je investiciju za razvoj svog poslovanja, a njih 50% ostvaruje prihod. Isto tako, istraživanje je pokazalo da je značajan dio startupova (41%) postao svjestan nužnosti transformacije poslovnog modela te



prilagodio proizvode i usluge novonastalim tržišnim okolnostima. Ohrabruje činjenica da je u posljednjih nekoliko godina došlo do relativno značajnog rasta broja startupova i ulaganja u startupove te stvaranja mehanizama podrške. Osnivanje fondova rizičnog kapitala uz potporu Europskog investicijskog fonda (EIF) i privatnog kapitala te povećana dostupnost bespovratnih sredstava iz EU fondova za istraživačko-razvojne aktivnosti dodatno su pridonijeli razvoju startup ekosustava u Republici Hrvatskoj. Republika Hrvatska je 2020. godine dobila svog prvog jednoroga, tvrtku Infobip, čija se vrijednost procjenjuje na više od milijardu američkih dolara. Osim toga, 2020. dogodila se dosad najveća akvizicija u hrvatskom startup ekosustavu - švedska tvrtka Stillfront, jedna od vodećih svjetskih gaming kompanija, kupila je startup Nanobit za 125 milijuna eura. Prema podacima StartupBlinka, Republika Hrvatska je u 2020. godini zauzela 39. mjesto među 200 zemalja na globalnoj ljestvici razvoja startup ekosustava, poboljšavši svoju poziciju za 11 mjesta u odnosu na 2019. (Startup Blink, 2020.).

To pokazuje da se hrvatska startup scena razvija i postaje sve dinamičnija. Tom trendu pridonose startup događanja i konferencije čiji je broj svake godine sve veći. U tom kontekstu treba istaknuti startupe Infobip, Rimac Automobili, Nanobit, Infinum, Photomath, Agrivi i dr. koji su svojim uspješnim pričama pridonijeli stvaranju dodatnih poticaja za stvaranje i razvoj startup ekosustava.

Uz ostale uspješne startupove koji su osnovani u posljednjih pet godina, navedeni primjeri dokaz su kako je moguće stvoriti tehnološki ekosustav u Republici Hrvatskoj. No, na uspješnost sudionika u tom ekosustavu i dalje negativno utječe spora i složena birokracija, kao i zakonska regulativa koja često stvara prepreke poduzetnicima.

No, razloge za dodatni optimizam krije i činjenica da će Republici Hrvatskoj u razdoblju 2021. – 2027. iz proračuna EU biti na raspolaganju 22 milijarde eura u sklopu Plana oporavka i otpornosti (instrument EU sljedeća generacija) i Višegodišnji financijski okvir 2021.-2027. Očekuje se da će operativni planovi korištenja ovih sredstava podržati inovacije i digitalnu transformaciju hrvatskog gospodarstva te ojačati umrežavanje i suradnju startupova s hrvatskim tvrtkama u kontekstu digitalne transformacije. Istraživanje PwC Hrvatska pokazuje da većina startupa (89%) ima do 10 zaposlenih, što ukazuje da je većina sudionika istraživanja još uvijek u početnoj fazi životnog ciklusa startupa. Poznato je da ova početna faza poslovanja, u kojoj se poslovni model i strategija tek razvijaju, nosi najveći rizik neuspjeha i za mnoge predstavlja ključnu fazu preživljavanja. (Failory, 2020.). Nadalje, 48% startupa izjavilo je da ima jednog osnivača, a 43% dva ili tri osnivača. Činjenica da većina startupa u Republici Hrvatskoj ima jednog osnivača može dodatno ograničiti sposobnost startupa da privuče investitore. Ulagачi na startupe s jednim osnivačem gledaju kroz povećani rizik ulaganja. Rezultat za dva ili tri osnivača u skladu je s EU pokazateljima, gdje je prosječan broj osnivača po startupu 2,5, što je preferirani izbor većine investitora pri ulaganju u startupe (Steigertahl et al, 2018).

Startupi u Republici Hrvatskoj djeluju i zastupljeni su u gotovo svim sektorima gospodarstva. Prema rezultatima istraživanja, 13% startupa kreira poslovna softverska rješenja za tvrtke, dok se 9% startupa bavi primjenom naprednih tehnologija u medicini (MedTech), kao i e-trgovinom. Ako se ovi rezultati stave u kontekst EU, zaključak je da se radi o sličnoj strukturi. Istraživanja na razini EU pokazuju da se 99% startupa, neovisno o sektoru u kojem posluju, bavi pružanjem određenih online rješenja. Također, iako je sektor kao što je razvoj softvera najzastupljeniji (19%), novi startupi se osnivaju iu podsektorima koji su dobili

najviše pažnje u posljednjih nekoliko godina, a to su financijski sektor i ekološke tehnologije. Otprilike jedna trećina startupova u Republici Hrvatskoj (34%) ima razvijen proizvod ili uslugu te trenutno prikuplja povratne informacije s tržišta kako bi ih dodatno prilagodili. S druge strane, 50% startupa je u fazi komercijalizacije, što znači da već ostvaruju prihode, a neki čak i profit (32%). Više od 57% startupa navodi da njihov proizvod ili uslugu koriste velike tvrtke, što ukazuje na veliki potencijal suradnje između startupa i tih tvrtki. Primarno tržište startupa za stjecanje kupaca/korisnika je EU (44%) i Republika Hrvatska (29%). Više od 54% njih izjavilo je da na tim tržištima ostvaruju više od 80% prihoda. Rezultati istraživanja pokazali su da većina startupova cilja na tržište EU i Hrvatske u sljedećih 12 mjeseci. Nekolicina planira poslovati i na tržištima SAD-a (13%) i Jugoistočne Europe (12%).

Razlog zašto su hrvatski startupovi usmjereni na tržište EU može biti povezan i s niskom razinom raspoloživih ulaganja, koja u ranim fazama mogu biti nedostatna za proboj na tržišta poput SAD-a. Daljnja analiza pokazuje da su startupi u Republici Hrvatskoj dobivali ulaganja uglavnom od venture fondova (37%), te domaćih ili međunarodnih organizacija u obliku bespovratnih sredstava (31%). Ulaganja akceleratora u startupe iznosila su 13%, a poslovnih anđela 4%. Sredstva osnivača, njihovih obitelji i prijatelja (3F)

iznosila svega 3%, kao i sredstva iz EU fondova. Izvori financiranja u EU su različiti. Najveći udio (29%) ulažu poslovni anđeli, rizični kapital čini 26%, dok masovno financiranje putem crowdfunding platformi koristi 18% startupa. Potpore nisu tako čest izvor financiranja. Sve navedeno potvrđuje činjenicu da je u Republici Hrvatskoj sve manje sredstava za financiranje startupova s obzirom na potrebe, kao i činjenicu da je većina startupova u najranijim fazama razvoja.

(Istraživanje, 2020.).

Niz analiza pokazuje da hrvatska mala i srednja poduzeća, posebice ona inovativna i s višim stupnjem rizika (novoosnovana poduzeća, poduzeća u fazama ubrzanog rasta ili u propulzivnim granama djelatnosti) ili ona koja posluju u sektorima s nižim stopama povrata, suočavaju se s izazovom pronalaska adekvatnih izvora financiranja zbog nedovoljno razvijenog tržišta rizičnog kapitala i dominacije tradicionalnih izvora financiranja. Iz tog razloga HBOR je pokrenuo nekoliko inicijativa za razvoj tržišta rizičnog kapitala, kako bi se osigurala odgovarajuća sredstva za pomoć rastu poduzetničkih aktivnosti. EIF provodi financijski instrument ESIF Venture Capital Fund. Ovaj financijski instrument namijenjen je ranijim fazama ulaganja za inovativne poduzetnike u tehnološkim sektorima s visokim potencijalom rasta, posebice u sektorima identificiranim u Strategiji pametne specijalizacije Republike Hrvatske. U natječajnom postupku, putem Javnog poziva za iskazivanje interesa za izbor upravitelja ESIF Fonda rizičnog kapitala iz lipnja 2018., EIF je za Upravitelja fonda odabrao Fil Rouge Capital koji će u cjelokupni spektar uložiti 42 milijuna eura. poduzetnika početnika, od najranije faze inkubacije, preko akceleracije i konačno, do faze rasta i inozemne ekspanzije.

FRC2 Croatia Partners SCSp je fond rizičnog kapitala koji je dijelom započeo iz financijskih instrumenata ESIF-a kroz suradnju s EIF-om. Fondom upravlja društvo za upravljanje FRC2 GP S.à rl Jedan od ulagača u fond je HBOR, ali ne sudjeluje u odabiru društava u koja fond ulaže.

Fond se sastoji od dvije komponente:

(a) akceleratori program posvećen inovativnim start-upovima koji imaju samo poslovnu ideju (Startup School) ili prototip (Accelerator) i

(b) ulaganja u dionički kapital (VC).

namijenjen tvrtkama koje već posluju i imaju prve kupce te su već prošle ranu fazu razvoja. Iznosi ulaganja u pojedine tvrtke ovise o stupnju razvoja i kreću se od 10.000 eura kroz “Start-up školu” do 1 milijun eura kroz VC ulaganja. Fond ulaže u poduzeća u Republici Hrvatskoj koja imaju potrebnu inovativnost i želju za uspjehom, u najranijim fazama razvoja. Akcelerator raspolaže s više od 9 milijuna eura, dok VC dio iznosi oko 33 milijuna eura. Prva generacija Startup škole i akceleratora započela je u rujnu 2019. sredstava i suinvestiranja zajedno s fondovima i privatnim investitorima po tržišnim uvjetima. HBOR nije sudjelovao u odabiru fondova i prilika za suinvestiranje, ali kao lokalni partner EIF-a stoji na raspolaganju za pružanje lokalne podrške društvima za upravljanje koja žele povećati svoju prisutnost u Republici Hrvatskoj. Sredstva za ova ulaganja namijenjena su malim i srednjim te srednje kapitaliziranim trgovačkim društvima (do 3000 zaposlenih), bez obzira na sektor u kojem posluju, koja nisu u početnim fazama razvoja, a koja su osnovana u Republici Hrvatskoj. Hrvatske i koji većinu svog poslovanja obavljaju u Republici Hrvatskoj i/ili koji planiranim ulaganjima započinju dugoročno poslovanje u Republici Hrvatskoj, zapošljavajući značajan broj radnika. (HBOR, 2020.).

Potencijal hrvatskog startup ekosustava da napravi iskorak i bolje se pozicionira na globalnim tržištima itekako postoji, a to potvrđuju uspješni primjeri startupova čija vrijednost prelazi milijardu USD. Kako bi ovaj potencijal u budućnosti stvarao značajniju dodanu vrijednost za cjelokupno gospodarstvo, potrebno je osmisliti

dodatne mehanizme podrške. Isto tako, analiza stanja u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2015. do 2020. godine pokazuje trend povećanja razine ulaganja u startupe, kao i

kao povećanje broja fondova aktivnog rizičnog kapitala.

Njemačka 2024.:

**1. „Kapital za financiranje“ Komore rada i socijalne zaštite, posebno za žene evidentirane kao nezaposlene.**

- Novčana pomoć za razdoblje od 6 mjeseci u iznosu mjesečne naknade za nezaposlene plus 300 EUR.
- Potvrda o nezaposlenosti na period od 150 dana.
- Odobravanje dodatnih 300 EUR na produženo razdoblje do 9 mjeseci.

**2. START-kapital. Program JOB-Ured**

- Određenim kategorijama žena koje primaju socijalnu pomoć, potreban kapital za pokretanje posla može se produžiti do 24 mjeseca.
- Poduzetnica ima zdravstveno osiguranje za vrijeme primanja socijalne pomoći.

**3. Posebna sredstva za žene u ruralnim područjima 3.1. Sredstva odobrena od strane Administrativnog tijela regije Saske**

- Pomoć do 8.000 EUR.
- Vlastiti doprinos 10%.
- U područjima/lokalitetima s manje od 10.000 stanovnika.

- Samo za poduzetničke djelatnosti koje se obavljaju kao osnovna djelatnost.

### 3.1 Sredstva za tečajeve poduzetništva putem Nacionalne banke regije Saske (SAB)

- Za tečajeve vezane uz poduzetničke aktivnosti provode se prvenstveno.
- Tečajevi u trajanju od 2 do 5 dana za osnivanje poduzeća/start-upa (maksimalno 400 EUR/dan).
- Tečajevi u trajanju od 5 do 10 dana za preuzimanje poduzeća/start-upa (maksimalno 500 EUR/dan).
- Osnovni tečajevi poduzetništva.

### 3.2 Nagrade za poduzetništvo za žene - Nacionalna banka regije Saske (SAB)

- Za poduzetničke djelatnosti koje se obavljaju kao osnovna djelatnost.
- 1.320 EUR mjesečno plus dodatnih 300 EUR za period od 6 mjeseci.
- Dodatna stipendija od 900 EUR za još 9 mjeseci.
- Bonus od 140 EUR mjesečno za potporu razvoju djeteta.

## 4. Posebni nacionalni fondovi

### 4.1. BAFA – Know-how fondovi za mlade poduzetnike

- Financijska pomoć za razdoblje nakon osnivanja start-upa za savjetovanje o financijskim, ljudskim resursima i organizacijskim pitanjima.
- Financiranje po stopi od 80%. Najviše 3.200 EUR za novoosnovana poduzeća (osnovana prije manje od 2 godine) i najviše 2.400 EUR za već osnovana poduzeća (počevši od treće godine poslovanja).

#### 4.2 START ( [www.kfw.de](http://www.kfw.de) )

- Financiranje investicija i dugotrajne imovine.
- Primjenjivo za osnivače i mala poduzeća koja posluju manje od 5 godina.
- Za projekte do obujma financiranja od 125.000 EUR (od čega 50.000 EUR za dugotrajnu imovinu).
- Rok kredita između 5 i 10 godina.
- Zahtjev za kredit putem vlastite banke.

#### 5. **Posebno financiranje iz regije Saske** 5.1. Mikro zajmovi putem Narodne banke za razvoj Saske (SAB)

- Financiranje investicija i dugotrajne imovine.
- Prije osnivanja ili kao novoosnovana tvrtka do 5 godina od datuma osnivanja.
- Niska kamata za kredit do 20.000 EUR.
- Zahtjev za kredit podnosi se izravno Saskoj razvojnoj nacionalnoj banci (SAB).
- Minimalno 20% kapitala je obavezno.
- Pretpostavka: gospodarska djelatnost kao glavna djelatnost i poslovanje u Saskoj administrativnoj regiji.



Italija nudi različite mogućnosti financiranja za startupe, od državnih programa do privatnih ulagača. Evo nekoliko načina za financiranje startupa u Italiji:

### 1. **Državne potpore i subvencije:**

- **Invitalia** : Talijanska vladina agencija Invitalia pruža razne poticaje i subvencije za tvrtke, uključujući startupe. To uključuje financiranje inovacija, razvoja i otvaranja radnih mjesta. Provjerite njihove programe za posebne mogućnosti.

### 2. **Programi financiranja EU:**

- Italija ima koristi od programa financiranja Europske unije usmjerenih na promicanje gospodarskog i društvenog razvoja. Startupi mogu istražiti EU fondove koji podupiru inovacije, istraživanje i poduzetništvo.

### 3. **Talijanski anđeli za rast (IAG):**

- IAG je mreža poslovnih anđela koja ulaže u talijanske startupe. Oni pružaju financiranje, mentorstvo i mogućnosti umrežavanja kako bi pomogli rastu startupova.

### 4. **Tvrtke rizičnog kapitala:**

- Nekoliko tvrtki rizičnog kapitala u Italiji usredotočeno je na ulaganje u startupe. Primjeri uključuju P101, United Ventures i 360 Capital Partners. Ove tvrtke obično daju sredstva u zamjenu za kapital.

### 5. **Talijanska mreža poslovnih anđela (IBAN):**

- IBAN je mreža privatnih investitora koji ulažu u startupe u ranoj fazi i s velikim potencijalom. Poduzetnici mogu predstaviti svoje ideje pojedinačnim ulagačima ili sudjelovati u mrežama anđela ulagača.

#### **6. Smart&Start Italija:**

- Riječ je o inicijativi Ministarstva gospodarskog razvoja za potporu inovativnim startupima. Osigurava financijske doprinose odabranim startupima za razvoj inovativnih projekata.

#### **7. Bankovni krediti i financiranje:**

- Tradicionalni bankovni zajmovi i mogućnosti financiranja dostupni su startupima u Italiji. Banke mogu ponuditi posebne proizvode prilagođene malim i srednjim poduzećima (SME).

#### **8. Platforme za grupno financiranje kapitala:**

- Platforme poput Crowdcubea i Seedrsa djeluju u Italiji, omogućujući startupima prikupljanje sredstava nudeći kapital velikom broju investitora.

#### **9. Inkubatori i akceleratori:**

- Pridruživanje startup inkubatorima ili akceleratorima može osigurati ne samo financiranje, već i mentorstvo, umrežavanje i druge resurse. Neki primjeri uključuju H-FARM, LVenture Group i PoliHub .

#### **10. Fintech okrug:**

- Fintech startupi mogu istražiti prilike kroz Fintech District, inicijativu koja podupire inovacije u sektoru financijske tehnologije, pružajući pristup resursima i potencijalnim investitorima.

## 11. Natjecanja i nagrade:

- Sudjelovanje u startup natjecanjima i nagradama ne samo da može donijeti vidljivost, već i ponuditi novčane nagrade ili mogućnosti ulaganja. Pratite događaje poput Talijanske nagrade za inovacije i druga natjecanja specifična za industriju.

## 6. Savjeti i trikovi

Početak karijere u poduzetništvu može biti uzbudljivo i vrijedno putovanje.



Evo nekoliko *savjeta i trikova posebno prilagođenih ženama koje se upuštaju u poduzetništvo* :

### **1. Opći savjeti i trikovi**

#### 1. Izgradite mrežu podrške:

Okružite se mrežom podrške mentora, savjetnika i kolega poduzetnika.

Pridružite se grupama ili mrežama poduzetnica kako biste se povezali s pojedincima koji isto misle.

#### 2. Uložite u obrazovanje i vještine:

Kontinuirano ulažite u učenje i stjecanje novih vještina vezanih uz vaše poslovanje.

Pohađajte radionice, konferencije i online tečajeve kako biste bili u tijeku s trendovima u industriji.

#### 3. Povjerenje je ključno:

Vjerujte u sebe i svoje sposobnosti. Povjerenje može biti moćna prednost u poduzetništvu.

Prihvatite svoje jedinstvene prednosti i iskoristite ih u svoju korist.

#### 4. Postavite realne ciljeve:

Postavite jasne i ostvarive kratkoročne i dugoročne ciljeve za svoje poslovanje.

Podijelite veće ciljeve na manje zadatke koji se mogu riješiti kako biste pratili svoj napredak.

#### 5. Financijska pismenost:

Razvijte snažno razumijevanje financijskog upravljanja za svoje poslovanje.

Pratite novčani tok, proračun i financijske projekcije kako biste osigurali održivost.

#### 6. Prihvatite neuspjeh kao priliku za učenje:

Promatrajte neuspjehe kao prilike za učenje i rast.

Analizirajte neuspjehe, pronađite lekcije i upotrijebite ih za poboljšanje svoje poslovne strategije.

#### 7. Strateški mrežni:

Posjećujte mrežne događaje kako biste se povezali s potencijalnim klijentima, partnerima i investitorima.

Iskoristite online i offline platforme kako biste proširili svoju profesionalnu mrežu.

#### 8. Posao život balans:

Dajte prednost ravnoteži između poslovnog i privatnog života kako biste izbjegli izgaranje.

Postavite granice i odvojite vrijeme za osobnu dobrobit i obitelj.

#### 9. Naglasite svoju jedinstvenu perspektivu:

Vaša jedinstvena perspektiva kao žene može biti snaga u poslu. Prihvatite različitost i iskoristite je u svoju korist.

Istaknite kako se vaša tvrtka bavi potrebama i preferencijama raznolike publike.

#### 10. Tražite i prihvatite pomoć:

Nemojte se bojati zatražiti pomoć kada je potrebna.

Suradujte s drugima i razmislite o partnerstvima koja mogu ojačati vaše poslovanje.

#### 11. Ostanite otporni:

Poduzetništvo dolazi s izazovima. Razvijte otpornost za prevladavanje prepreka.

Učite iz neuspjeha i nastavite ići naprijed s pozitivnim načinom razmišljanja.

#### 12. Prilagodi se promjenama:

Budite prilagodljivi i otvoreni za promjene. Poslovno okruženje je dinamično, a fleksibilnost je ključna za uspjeh.

Prihvatite nove tehnologije i trendove koji mogu koristiti vašem poslovanju.

Upamtite, svako je poduzetničko putovanje jedinstveno. Budite strpljivi, ostanite predani svojoj viziji i uživajte u procesu izgradnje i rasta vašeg poslovanja.

### ***2. Savjeti i trikovi za izgradnju uspješnih tvrtki i startupa:***

#### 1. Jasna vizija i misija:

Definirajte jasnu viziju i misiju svog poslovanja. To će voditi vaše odluke i postupke.

#### 2. Upoznajte svoje tržište:

Provedite temeljito istraživanje tržišta kako biste razumjeli svoju ciljanu publiku, konkurente i trendove u industriji.

### 3. Jedinstvena ponuda vrijednosti (UVP):

Jasno artikulirajte što vaš proizvod ili uslugu izdvaja od konkurencije. Usredotočite se na svoju jedinstvenu ponudu vrijednosti.

### 4. Poslovni plan:

Napravite detaljan poslovni plan koji opisuje vaše ciljeve, strategije i financijske projekcije.

### 5. Pristup usmjeren na kupca:

Dajte prioritet potrebama i zadovoljstvu kupaca. Vjerojatnije je da će sretan kupac postati lojalan.

### 6. Prilagodljivost:

Budite prilagodljivi promjenama na tržištu. Ostanite fleksibilni i otvoreni za prilagodbu svojih strategija.

### 7. Izgradite snažan tim:

Okružite se talentiranim i predanim timom. Uspješan posao izgrađen je na snazi njegovih ljudi.

### 8. Učinkovita komunikacija:

Jasno komunicirajte sa svojim timom, kupcima i dionicima. Učinkovita komunikacija ključna je za uspjeh.

### 9. Financijsko upravljanje:

Dobro pazite na svoje financije. Mudro planirajte proračun, upravljajte novčanim tokovima i donosite informirane financijske odluke.

#### 10. Prihvatite tehnologiju:

Iskoristite tehnologiju kako biste pojednostavili operacije, povećali produktivnost i ostali konkurentni.

#### 11. Stalno inovirajte:

Potaknite kulturu inovacija unutar vaše organizacije. Ostanite ispred prihvaćanjem novih tehnologija i ideja.

#### 12. Marketinške strategije:

Razvijte snažan marketinški plan. Iskoristite različite kanale, uključujući digitalni marketing, kako biste dosegli svoju ciljanu publiku.

#### 13. Mreža i partnerstva:

Izgradite jake profesionalne mreže. Suradujte s drugim poduzećima i formirajte strateška partnerstva.

#### 14. Usredotočite se na kvalitetu:

Dajte prednost kvaliteti svojih proizvoda ili usluga. Snažna reputacija kvalitete može dovesti do lojalnosti kupaca.

#### 15. Upravljanje vremenom:

Učinkovito upravljajte svojim vremenom i odredite prioritete zadataka. Vrijeme je vrijedan resurs u poduzetništvu.

#### 16. Pratite i analizirajte podatke:



Koristite analitiku podataka za praćenje izvedbe, ponašanja kupaca i tržišnih trendova. Donosite odluke temeljene na podacima.

#### 17.Zakonska usklađenost:

Osigurajte da je vaše poslovanje u skladu sa svim relevantnim zakonima i propisima. Po potrebi potražite pravni savjet.

#### 18.Povratne informacije korisnika:

Aktivno tražite i cijenite povratne informacije kupaca. Upotrijebite ga za poboljšanje svojih proizvoda, usluga i cjelokupnog korisničkog iskustva.

#### 19.Kontinuirano učenje:

Ostanite u tijeku s razvojem industrije i neprestano unaprjeđujte svoje vještine. Učenje je cjeloživotni proces.

#### 20.Postojanost i otpornost:

Poduzetništvo uključuje izazove. Ostanite ustrajni, otporni i učite iz neuspjeha.

Zapamtite, izgradnja uspješnog poslovanja zahtijeva vrijeme i trud. Ostanite usredotočeni na svoje ciljeve, budite prilagodljivi i neprestano tražite načine poboljšanja i inovacija.

**3. Postati uspješna žena poduzetnica uključuje kombinaciju vještina, načina razmišljanja i strategija. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći na vašem poduzetničkom putu:**

### **1. Vjerujte u sebe:**

- Njeguajte samopouzdanje i vjerujte u svoje sposobnosti kao poduzetnika.
- Prihvatite svoje snage i talente i nemojte se bojati riskirati i slijediti svoje ciljeve.

### **2. Postavite jasne ciljeve:**

- Definirajte svoju dugoročnu viziju i postavite specifične, ostvarive ciljeve koji će voditi vaše putovanje.
- Podijelite svoje ciljeve na manje, djelotvorne korake i napravite plan za uspjeh.

### **3. Izgradite snažnu mrežu podrške:**

- Okružite se mentorima, savjetnicima i drugim uspješnim poduzetnicama koje vam mogu ponuditi smjernice, podršku i inspiraciju.
- Potražite prilike za umrežavanje kako biste se povezali s pojedincima istomišljenika i izgradili obostrano korisne odnose.

### **4. Razvijte svoje vještine:**

- Kontinuirano ulažite u svoj osobni i profesionalni razvoj stjecanjem novih vještina, znanja i stručnosti.
- Ostanite informirani o trendovima u industriji, uvidima u tržište i novim tehnologijama relevantnim za vaše poslovanje.

### **5. Prihvatite prilagodljivost:**

- Budite spremni prilagoditi se i okrenuti se kao odgovor na promjenjive tržišne uvjete, potrebe kupaca i pritiske konkurencije.

- Ostanite agilni i otvorenog uma te budite spremni učiti iz neuspjeha i neuspjeha.

## **6. Dajte prioritet brizi o sebi:**

- Neka briga o sebi bude prioritet kako biste održali svoju fizičku, mentalnu i emocionalnu dobrobit.
- Prakticirajte svjesnost, redovito vježbajte i osigurajte si dovoljno odmora i opuštanja kako biste izbjegli izgaranje.

## **7. Delegirajte i surađujte:**

- Prepoznajte svoje snage i slabosti i delegirajte zadatke koji su izvan vaše stručnosti drugima.
- Izgradite snažan tim talentiranih pojedinaca koji dijele vašu viziju i nadopunjuju vaše vještine.

## **8. Budite otporni:**

- Poduzetništvo može biti izazovno, stoga njegujte otpornost i ustrajnost kako biste prevladali prepreke i neuspjehe.
- Ostanite usredotočeni na svoje ciljeve, zadržite pozitivan stav i nikada ne gubite iz vida svoju strast i svrhu.

## **9. Potaknite način razmišljanja za rast:**

- Usvojite način razmišljanja o rastu koji karakterizira spremnost za učenje, prilagodbu i rast iz iskustava.
- Prihvatite neuspjeh kao priliku za rast i gledajte na izazove kao na odskočne daske do uspjeha.

## **10. Zagovarajte sebe:**

- Zagovarajte sebe, svoje ideje i svoj posao s povjerenjem i odlučnošću.
- Pregovarajte za ono što zaslužujete, bilo da se radi o financiranju, partnerstvima ili prilikama za rast.

## **11. Vratite i platite dalje:**

- Platite dalje podupirući i jačajući druge žene poduzetnice kroz mentorstvo, umrežavanje i suradnju.
- Koristite svoju platformu i utjecaj za promicanje različitosti, jednakosti i uključenosti u poduzetništvo.

Slijedeći ove savjete i trikove, možete se osnažiti da postanete uspješna žena poduzetnica i pozitivno utječete na poslovni svijet.

**4. Vođenje uspješnog ruralnog poslovanja zahtijeva jedinstven pristup zbog različitih izazova i mogućnosti prisutnih u ruralnim područjima. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći u izgradnji i razvoju uspješnog ruralnog poslovanja:**

### **1. Razumite svoje lokalno tržište:**

- Provedite temeljito istraživanje tržišta kako biste razumjeli potrebe, preferencije i ponašanje pri kupnji u vašoj lokalnoj zajednici.
- Identificirajte nedostatke na tržištu i mogućnosti za inovacije ili nišne proizvode/usluge koje zadovoljavaju lokalnu potražnju.

### **2. Iskoristite svoju zajednicu:**

- Izgradite snažne odnose s lokalnim stanovništvom, tvrtkama i organizacijama kako biste uspostavili povjerenje i podršku za svoje poslovanje.
- Sudjelujte u događajima zajednice, sponzorstvima i partnerstvima kako biste povećali vidljivost i potaknuli dobru volju.

### **3. Prihvatite ruralni identitet:**

- Naglasite jedinstvene kvalitete i šarm ruralnog života u svom brendiranju, marketingu i korisničkom iskustvu.
- Pokažite lokalne proizvode, nasljeđe i tradiciju kako biste privukli kupce koji cijene autentičnost i održivost.

### **4. Ponudite jedinstvena iskustva:**

- Stvorite iskustvene ponude kao što su obilasci farmi, radionice ili agroturističke aktivnosti kako biste privukli posjetitelje i ostvarili dodatni prihod.
- Iskoristite prirodne ljepote i mogućnosti rekreacije dostupne u ruralnim područjima kako biste kupcima stvorili nezaboravna iskustva.

### **5. Uložite u online prisutnost:**

- Uspostavite profesionalnu web stranicu i koristite platforme društvenih medija kako biste dosegli klijente izvan svog lokalnog područja.
- Ponudite usluge online naručivanja i dostave kako biste proširili svoju bazu kupaca i pružili pogodnost ruralnim stanovnicima.

### **6. Diverzificirajte tokove prihoda:**

- Istražite više izvora prihoda kao što su prodaja proizvoda, usluge, događaji i partnerstva kako biste ublažili rizike i povećali potencijal prihoda.
- Razmotrite proizvode/usluge s dodanom vrijednošću ili sezonske ponude kako biste nadopunili svoju osnovnu djelatnost i ostvarili dodatni prihod.

### **7. Dajte prednost službi za korisnike:**

- Pružite iznimnu korisničku uslugu i personaliziranu pažnju kako biste izgradili lojalnost kupaca i preporučili ih usmeno.
- Poslušajte povratne informacije kupaca i prilagodite svoje ponude na temelju njihovih potreba i preferencija.

### **8. Optimizirajte operativnu učinkovitost:**

- Pojednostavite poslovanje i optimizirajte korištenje resursa kako biste smanjili troškove i poboljšali profitabilnost.
- Uložite u tehnologiju i automatizaciju gdje je to moguće kako biste povećali učinkovitost bez žrtvovanja kvalitete ili autentičnosti.

### **9. Poticanje održivosti:**

- Provedite održive prakse u svom poslovanju, poput energetske učinkovitosti, smanjenja otpada i zaštite okoliša.
- Prenesite svoju predanost održivosti kako biste privukli ekološki osviještene potrošače i istaknuli svoje poslovanje.

### **10. Ostanite otporni i fleksibilni:**

- Prilagodite se promjenjivim tržišnim uvjetima, sezonskim fluktuacijama i nepredviđenim izazovima ostajući fleksibilni i agilni u svom poslovnom pristupu.
- Ostanite otporni i ustrajte kroz prepreke, znajući da ruralne zajednice često napreduju zahvaljujući snalažljivosti i potpori zajednice.

Slijedeći ove savjete i trikove, možete izgraditi uspješan ruralni posao koji ne samo da financijski napreduje, već i pozitivno pridonosi lokalnoj zajednici i gospodarstvu.

**5 Stvaranje učinkovitog marketinškog plana ključno je za doseganje i angažiranje vaše ciljne publike, povećanje prodaje i razvoj vašeg poslovanja. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći da razvijete uspješan marketinški plan:**

### **1. Upoznajte svoju publiku:**

- Provedite istraživanje tržišta kako biste razumjeli demografiju, interese, sklonosti i ponašanje vaše ciljne publike pri kupnji.
- Izradite detaljne persone kupaca kako biste predstavili različite segmente vašeg ciljnog tržišta i prilagodite svoje marketinške strategije u skladu s tim.

### **2. Postavite jasne ciljeve:**

- Definirajte specifične, mjerljive, ostvarive, relevantne i vremenski ograničene (SMART) ciljeve za svoje marketinške napore, kao što je povećanje svijesti o robnoj marki, stvaranje potencijalnih kupaca ili povećanje prodaje.

### **3. Odaberite prave kanale:**

- Odaberite marketinške kanale koji su u skladu s vašom ciljanom publikom i poslovnim ciljevima, bilo da se radi o društvenim medijima, marketingu putem e-pošte, marketingu sadržaja, optimizaciji za tražilice (SEO), oglašavanju s plaćanjem po kliku (PPC) ili izvanmrežnim kanalima kao što su događaji i tiskani mediji .

#### **4. Razvijte uvjerljive poruke:**

- Osmislite uvjerljive poruke koje odgovaraju potrebama, vrijednostima i težnjama vaše ciljne publike.
- Jasno iskomunicirajte svoj jedinstveni prodajni prijedlog (USP) i istaknite prednosti svojih proizvoda ili usluga kako biste se razlikovali od konkurencije.

#### **5. Stvorite vrijedan sadržaj:**

- Razvijte visokokvalitetni sadržaj koji obrazuje, zabavlja ili nadahnjuje vašu publiku i bavi se njihovim bolnim točkama ili izazovima.
- Upotrijebite kombinaciju formata sadržaja kao što su postovi na blogu, videozapisi, infografike, studije slučaja i sadržaj koji generiraju korisnici kako biste angažirali svoju publiku na različitim kanalima.

#### **6. Implementirajte dosljedno brendiranje:**

- Održavajte dosljednu robnu marku na svim marketinškim kanalima i dodirnim točkama, uključujući vašu web stranicu, profile na društvenim mrežama, komunikaciju e-poštom i reklamne kampanje.
- Koristite dosljedne elemente marke kao što su logotipi, boje, fontovi i poruke kako biste ojačali prepoznatljivost marke i izgradili povjerenje svoje publike.



## **7. Iskoristite podatke i analitiku:**

- Pratite i analizirajte ključne pokazatelje učinka (KPI) kako biste izmjerili učinkovitost svojih marketinških napora i donijeli odluke na temelju podataka.
- Koristite alate kao što su Google Analytics, uvid u društvene medije i sustave za upravljanje odnosima s klijentima (CRM) kako biste prikupili korisne uvide i optimizirali svoje marketinške strategije.

## **8. Uključite se u svoju publiku:**

- Potaknite smislene interakcije i odnose sa svojom publikom putem angažmana na društvenim mrežama, biltena putem e-pošte, online zajednica i kanala korisničke podrške.
- Potaknite sadržaj koji generiraju korisnici, recenzije i izjave kako biste izgradili društveni dokaz i vjerodostojnost svoje marke.

## **9. Testirajte i ponovite:**

- Kontinuirano testirajte različite marketinške taktike, poruke i kanale kako biste utvrdili što najbolje odjekuje kod vaše publike.
- Koristite A/B testiranje i eksperimentiranje kako biste poboljšali svoje strategije i optimizirali izvedbu tijekom vremena.

## **10. Mudro raspodijelite proračun:**

- Strateški rasporedite svoj marketinški proračun, fokusirajući se na kanale i taktike koje nude najveći povrat ulaganja (ROI) za vaše poslovne ciljeve.
- Pratite i prilagođavajte svoju raspodjelu proračuna na temelju podataka o izvedbi i promjena u dinamici tržišta.

Uključivanjem ovih savjeta i trikova u svoj marketinški plan, možete stvoriti strateški plan za učinkovito dosezanje i angažiranje svoje ciljane publike, poticanje rasta i postizanje vaših poslovnih ciljeva.

## **6. Razvijanje robusnog plana prodaje ključno je za povećanje prihoda i postizanje poslovnih ciljeva. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći da napravite učinkovit plan prodaje:**

### **1. Razumite svoje tržište i kupce:**

- Provedite istraživanje tržišta kako biste identificirali trendove, konkurentsko okruženje i prilike za rast.
- Razvijte detaljne profile kupaca kako biste razumjeli potrebe svoje ciljane publike, bolne točke, motivacije i ponašanje pri kupnji.

### **2. Postavite jasne prodajne ciljeve:**

- Definirajte specifične, mjerljive, ostvarive, relevantne i vremenski ograničene (SMART) prodajne ciljeve usklađene s vašim poslovnim ciljevima.
- Podijelite ciljeve na manje prekretnice kako biste pratili napredak i osigurali odgovornost.

### **3. Identificirajte ključne prodajne strategije i taktike:**

- Odredite najučinkovitije prodajne strategije i taktike za dosezanje ciljane publike i postizanje prodajnih ciljeva.
- Razmotrite strategije kao što su izravna prodaja, kanalska partnerstva, inbound marketing, outbound prospecting, upselling i cross-selling.

#### **4. Razvijte prodajne procese i tijekove rada:**

- Stvorite standardizirane prodajne procese i tijekove rada kako biste vodili svoj prodajni tim kroz svaku fazu prodajnog ciklusa, od stvaranja potencijalnih kupaca do sklapanja poslova.
- Definirajte jasne uloge i odgovornosti za svakog člana tima i uspostavite komunikacijske protokole kako biste osigurali neometanu suradnju.

#### **5. Uložite u prodajnu obuku i razvoj:**

- Pružite sveobuhvatnu prodajnu obuku i stalne prilike za profesionalni razvoj kako biste svoj prodajni tim opremili vještinama, znanjem i alatima koji su im potrebni za uspjeh.
- Ponudite treniranje, mentorstvo i povratne informacije kako biste pomogli prodajnim predstavnicima da kontinuirano poboljšavaju svoju izvedbu.

#### **6. Iskoristite prodajnu tehnologiju i alate:**

- Implementirajte alate za omogućavanje prodaje, sustave za upravljanje odnosima s kupcima (CRM) i drugu prodajnu tehnologiju za pojednostavljenje procesa, praćenje učinka i optimizaciju učinkovitosti.
- Upotrijebite analitiku podataka i mogućnosti izvješćivanja kako biste dobili uvid u prodajne trendove, ponašanje kupaca i metriku učinka.

#### **7. Usredotočite se na izgradnju odnosa i korisničko iskustvo:**

- Dajte prioritet izgradnji snažnih odnosa s potencijalnim kupcima i kupcima na temelju povjerenja, integriteta i međusobnog razumijevanja.
- Pružite iznimnu korisničku uslugu i podršku tijekom cijelog prodajnog procesa i šire kako biste potaknuli lojalnost i ponovili posao.

## **8. Stvorite uvjerljiv kolateral za prodaju:**

- Razvijte visokokvalitetni kolateral za prodaju, uključujući prezentacije, brošure, studije slučaja i demonstracije proizvoda, kako biste učinkovito prenijeli vrijednosne prijedloge i odgovorili na potrebe kupaca.
- Prilagodite kolateral prodaje različitim licima kupaca i fazama prodajnog ciklusa za maksimalan učinak.

## **9. Implementirajte prodajne poticaje i nagrade:**

- Osmislite programe poticaja, bonuse i nagrade kako biste motivirali i potaknuli članove prodajnog tima da postignu i premaše svoje ciljeve.
- Prepoznajte i slavite pojedinačna i timska postignuća kako biste potaknuli pozitivnu kulturu prodaje i potaknuli motivaciju.

## **10. Pratite i mjerite izvedbu:**

- Uspostavite ključne pokazatelje učinka (KPI) za praćenje prodajnog učinka, kao što su stope konverzije, brzina cjevovoda, prosječna veličina posla i duljina prodajnog ciklusa.
- Redovito analizirajte podatke o prodaji i metriku učinka kako biste identificirali područja za poboljšanje i donosili odluke temeljene na podacima kako biste optimizirali prodajne strategije.

Uključivanjem ovih savjeta i trikova u svoj plan prodaje, možete osnažiti svoj prodajni tim da učinkovito stupi u kontakt s potencijalnim kupcima, sklopi poslove i potakne rast prihoda za vaše poslovanje.

## 7. savjeti i trikovi za provođenje učinkovite analize tržišta:

1. **Definirajte svoje ciljeve** : Jasno definirajte svrhu svoje analize tržišta. Lansirate li novi proizvod, širite se na novo tržište ili procjenjujete konkurenciju?
2. **Odredite svoje ciljno tržište** : Odredite tko su vaši idealni kupci na temelju demografskih podataka, psihografskih karakteristika, ponašanja i potreba. Segmentirajte svoje tržište u različite skupine kako biste bolje razumjeli njihove preferencije.
3. **Prikupite podatke** : prikupite primarne i sekundarne podatke. Primarni podaci dolaze iz izravnih interakcija s kupcima kroz ankete, intervjue ili fokusne grupe. Sekundarni podaci uključuju industrijska izvješća, studije istraživanja tržišta i državne statistike.
4. **Analizirajte konkurente** : Proučite svoje konkurente kako biste razumjeli njihove snage, slabosti, strategije i tržišno pozicioniranje. Identificirajte nedostatke na tržištu koje možete iskoristiti i područja u kojima možete diferencirati svoju ponudu.
5. **Procijenite tržišne trendove** : Budite informirani o trendovima u industriji, tehnološkom napretku, regulatornim promjenama i preferencijama potrošača. Analizirajte kako ti trendovi mogu utjecati na vaše poslovanje i prema tome prilagodite svoje strategije.
6. **SWOT analiza** : Provedite SWOT analizu (snage, slabosti, prilike, prijetnje) kako biste procijenili unutarnje mogućnosti vašeg poslovanja i čimbenike vanjskog tržišta. Koristite ovu analizu za prepoznavanje područja konkurentske prednosti i potencijalnih izazova.

7. **Koristite alate i tehnike** : koristite alate i tehnike za istraživanje tržišta kao što su ankete, fokusne grupe, analitika podataka i slušanje društvenih medija kako biste prikupili uvide i potvrdili svoje nalaze.
8. **Potvrdite nalaze** : potvrdite svoje nalaze kroz više izvora i perspektiva kako biste osigurali točnost i pouzdanost. Tražite povratne informacije od kupaca, stručnjaka iz industrije i internih dionika.
9. **Ostanite agilni** : Tržišni uvjeti mogu se brzo promijeniti, stoga ostanite fleksibilni i prilagodljivi u svom pristupu analizi tržišta. Kontinuirano nadzirite i ažurirajte svoje nalaze kako biste ostali ispred krivulje.
10. **Djelotvorni uvidi** : prevedite svoju analizu tržišta u djelotvorne uvide i strateške preporuke. Koristite ove uvide za informiranje pri donošenju odluka, razvoju proizvoda, marketinškim strategijama i inicijativama za rast poslovanja.

Slijedeći ove savjete i trikove, možete provesti sveobuhvatnu analizu tržišta koja pruža vrijedne uvide i daje informacije za donošenje strateških odluka za vaše poslovanje.

## 8. Evo nekoliko savjeta i trikova za učinkovito upravljanje ljudskim resursima:

1. **Jasna komunikacija** : Osigurajte otvorene i transparentne komunikacijske kanale između uprave i zaposlenika. Jasno komunicirajte politike, postupke i očekivanja tvrtke kako biste potaknuli pozitivno radno okruženje.

2. **Razvoj zaposlenika** : Uložite u programe obuke i razvoja zaposlenika kako biste unaprijedili vještine, znanje i zadovoljstvo poslom. Pružite prilike za rast i napredovanje unutar organizacije.
3. **Upravljanje učinkom** : Implementirajte sustav ocjenjivanja učinka koji pruža redovite povratne informacije i priznanje za postignuća zaposlenika. Postavite SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) ciljeve i ciljeve kako biste uskladili individualnu izvedbu s organizacijskim ciljevima.
4. **Ravnoteža između poslovnog i privatnog života** : Promicajte ravnotežu između poslovnog i privatnog života ponudom fleksibilnih radnih aranžmana, wellness programa i politike slobodnog vremena. Potaknite zaposlenike da daju prednost svojoj dobrobiti i održavaju zdravu ravnotežu između poslovnog i privatnog života.
5. **Stjecanje i zadržavanje talenata** : Razvijte učinkovite strategije zapošljavanja i zadržavanja kako biste privukli i zadržali vrhunske talente. Upotrijebite kombinaciju kanala za zapošljavanje, kao što su oglasne ploče, društveni mediji, preporuke i umrežavanje, kako biste došli do raznolike grupe kandidata.
6. **Raznolikost i uključenost** : Njeguajte raznolikost i uključivu kulturu radnog mjesta koja cijeni i poštuje razlike. Promicati inicijative za raznolikost i inkluziju, kao što je obuka za raznolikost, grupe afiniteta i programi mentorstva, kako biste stvorili osjećaj pripadnosti za sve zaposlenike.
7. **Rješavanje sukoba** : Razvijte strategije i procese rješavanja sukoba za rješavanje sukoba i sporova na radnom mjestu na pravedan i pravovremen

način. Potaknite otvoreni dijalog i medijaciju za rješavanje sukoba prije nego što eskaliraju.

8. **Angažman zaposlenika** : Provedite inicijative za povećanje angažmana i morala zaposlenika, kao što su aktivnosti izgradnje tima, programi priznanja i događaji zahvalnosti zaposlenicima. Zatražite povratne informacije od zaposlenika i postupite prema njihovim prijedlozima kako biste poboljšali zadovoljstvo na radnom mjestu.
9. **HR tehnologija** : Iskoristite HR tehnološka rješenja, kao što su informacijski sustavi ljudskih resursa (HRIS) i sustavi praćenja zahtjeva (ATS), kako biste pojednostavili HR procese, automatizirali administrativne zadatke i poboljšali učinkovitost.
10. **Usklađenost i pravna pitanja** : Budite informirani o zakonima o zapošljavanju, propisima i zahtjevima usklađenosti relevantnim za vašu industriju i lokaciju. Pobrinite se da politike i prakse ljudskih resursa budu u skladu s lokalnim, državnim i saveznim zakonima kako biste ublažili pravne rizike.
11. **Kontinuirano poboljšanje** : Kontinuirano procjenjujte i poboljšavajte politike, procedure i prakse ljudskih resursa na temelju povratnih informacija, najboljih praksi i promjenjivih poslovnih potreba. Ostanite u tijeku s trendovima u industriji i novim HR praksama kako biste ostali konkurentni na tržištu.

Primjenom ovih savjeta i trikova možete učinkovito upravljati ljudskim resursima svoje organizacije, privući i zadržati najbolje talente i stvoriti pozitivnu i produktivnu kulturu radnog mjesta.



## 9. savjeti i trikovi za učinkovito upravljanje poslovanjem:

1. **Postavite jasne ciljeve i ciljeve** : Definirajte specifične, mjerljive, ostvarive, relevantne i vremenski ograničene (SMART) ciljeve za vaše poslovanje. Postavite jasne ciljeve koji će voditi vaše radnje i mjeriti napredak prema postizanju vaših ciljeva.
2. **Razvijte strateški plan** : Napravite strateški plan koji ocrta misiju, viziju, vrijednosti i dugoročne ciljeve vašeg poslovanja. Identificirati ključne strategije i inicijative za postizanje održivog rasta i konkurentske prednosti.
3. **Delegirajte odgovornosti** : Delegirajte zadatke i odgovornosti sposobnim članovima tima kako biste ih osnažili i oslobodili svoje vrijeme za strateško donošenje odluka i poslovni razvoj.
4. **Uspostavite učinkovite komunikacijske kanale** : Potaknite otvorene i transparentne komunikacijske kanale unutar svoje organizacije. Potaknite redovite povratne informacije, suradnju i razmjenu znanja među članovima tima.
5. **Pratite ključne pokazatelje učinka (KPI)** : identificirajte i pratite ključne pokazatelje učinka (KPI) koji su ključni za uspjeh vašeg poslovanja. Redovito nadzirite ključne pokazatelje uspješnosti i koristite uvide temeljene na podacima za donošenje informiranih odluka.
6. **Mudro upravljajte financijama** : Razvijte i održavajte dobar sustav financijskog upravljanja. Kreirajte proračune, pratite troškove i učinkovito upravljajte novčanim tokom kako biste osigurali financijsku stabilnost i održivost.

7. **Izgradite snažan tim** : uložite u zapošljavanje, obuku i zadržavanje vrhunskih talenata. Izgradite raznolik i vješt tim koji dijeli vašu viziju i vrijednosti te je predan postizanju poslovnog uspjeha.
8. **Prihvatite inovaciju i prilagodljivost** : Potaknite kulturu inovacije i stalnog poboljšanja unutar svoje organizacije. Prihvatite nove tehnologije, procese i poslovne modele kako biste ostali konkurentni na tržištu koje se brzo mijenja.
9. **Proaktivno upravljajte rizicima** : identificirajte potencijalne rizike i razvijte strategije upravljanja rizicima kako biste ih ublažili. Ostanite oprezni i proaktivni u rješavanju rizika kako biste zaštitili svoje poslovanje od potencijalnih prijetnji i poremećaja.
10. **Usredotočite se na zadovoljstvo kupaca** : stavite kupce u središte svoje poslovne strategije. Poslušajte njihove povratne informacije, odgovorite na njihove potrebe i nastojte isporučiti iznimne proizvode i usluge koji nadilaze njihova očekivanja.
11. **Izgradite snažne odnose** : Njeguajte snažne odnose s kupcima, dobavljačima, partnerima i drugim dionicima. Uložite u izgradnju povjerenja, suradnje i međusobnog poštovanja kako biste potaknuli dugoročna partnerstva i poslovni uspjeh.
12. **Ostanite otporni i fleksibilni** : Budite spremni prilagoditi se promjenjivim tržišnim uvjetima, novim trendovima i neočekivanim izazovima. Ostanite otporni, fleksibilni i agilni u svom pristupu poslovnom upravljanju.

Primjenom ovih savjeta i trikova možete učinkovito upravljati svojim poslovnim operacijama, potaknuti rast i postići dugoročni uspjeh u konkurentnom poslovnom okruženju.

**10. Da biste postali uspješan izvršni direktor, potrebna je kombinacija vještina vođenja, strateške vizije i učinkovitih tehnika upravljanja. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći da budete bolji u ulozi izvršnog direktora:**

- 1. Vodite vizijom i svrhom :** Razvijte jasnu viziju budućnosti svoje tvrtke i učinkovito je komunicirajte kako biste nadahnuli i motivirali svoj tim. Uskladite svoju viziju s vrijednostima i misijom organizacije kako biste stvorili osjećaj svrhe.
- 2. Postavite jasne ciljeve i prioritete :** Postavite strateške ciljeve i prioritete koji će voditi rast i smjer vaše organizacije. Podijelite ciljeve na djelotvorne korake i jasno ih priopćite svom timu.
- 3. Izgradite snažan tim :** Okružite se talentiranim pojedincima koji dijele vašu viziju i vrijednosti. Zaposlite, razvijajte i osnažite zaposlenike koji su strastveni, motivirani i usklađeni s ciljevima tvrtke.
- 4. Učinkovito delegirajte :** delegirajte zadatke i odgovornosti sposobnim članovima tima, vjerujući im da će postići rezultate. Usredotočite se na aktivnosti visoke vrijednosti koje iskorištavaju vaše vještine i stručnost kao izvršnog direktora.
- 5. Komunicirajte otvoreno i transparentno :** Njeguajte kulturu otvorene komunikacije i transparentnosti unutar svoje organizacije. Obavještavajte zaposlenike o ciljevima tvrtke, izazovima i odlukama za izgradnju povjerenja i angažmana.

6. **Vodite primjerom** : Budite primjerom i pokažite integritet, otpornost i odgovornost u svojim postupcima. Budite uzor svom timu i utjelovljujte vrijednosti i ponašanja koja očekujete od drugih.
7. **Prihvatite inovaciju i prilagodljivost** : Budite ispred krivulje prihvaćanjem inovacija i prilagođavanjem promjenama na tržištu i u industriji. Potaknite kreativnost, eksperimentiranje i stalno poboljšanje unutar vaše organizacije.
8. **Usredotočite se na izvršenje i rezultate** : Dajte prioritet izvršenju i rezultatima postavljanjem visokih standarda za učinak i držanjem sebe i drugih odgovornima. Pratite napredak prema ciljevima i prema potrebi prilagodite strategije za postizanje željenih rezultata.
9. **Tražite kontinuirano učenje i razvoj** : Investirajte u svoj osobni i profesionalni razvoj kao CEO. Ostanite informirani o trendovima u industriji, najboljim praksama i strategijama vodstva kroz čitanje, umrežavanje i prilike za učenje.
10. **Izgradite snažne odnose** : Njeguajte snažne odnose s kupcima, zaposlenicima, investitorima i drugim dionicima. Aktivno slušajte, tražite povratne informacije i pokažite zahvalnost za njihov doprinos uspjehu tvrtke.
11. **Ostanite otporni i optimistični** : Prihvatite izazove i neuspjehe kao prilike za rast i učenje. Ostanite otporni, optimistični i usredotočeni na rješenja, čak i usprkos nedaćama.
12. **Uravnotežite povjerenje i poniznost** : Pokažite povjerenje u svoje odluke i sposobnosti vođenja, ali ostanite skromni i otvoreni za povratne informacije. Prepoznajte svoja ograničenja i po potrebi potražite savjete od mentora i savjetnika.

Primjenom ovih savjeta i trikova možete poboljšati svoju učinkovitost kao CEO i dovesti svoju organizaciju do većeg uspjeha u današnjem konkurentnom poslovnom okruženju.

**11. Izrada solidnog financijskog plana presudna je za uspjeh i održivost svakog poslovanja. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći da razvijete dobar financijski plan:**

- 1. Postavite jasne financijske ciljeve :** definirajte specifične, mjerljive, ostvarive, relevantne i vremenski ograničene (SMART) financijske ciljeve za vaše poslovanje. Ti ciljevi mogu uključivati ciljeve prihoda, profitne marže, smanjenje troškova ili povrat ulaganja.
- 2. Upoznajte svoje troškove :** Razumite svoje fiksne i varijabilne troškove, uključujući režijske troškove, proizvodne troškove i operativne troškove. Provedite temeljitu analizu kako biste identificirali mogućnosti uštede i optimizirali svoju potrošnju.
- 3. Stvorite realne projekcije prihoda :** procijenite očekivani prihod na temelju istraživanja tržišta, predviđanja prodaje, povijesnih podataka i referentnih vrijednosti industrije. Budite konzervativni u svojim projekcijama i uzmite u obzir moguće fluktuacije u potražnji ili tržišnim uvjetima.
- 4. Razvijte predviđanje novčanog toka :** Predvidite svoje novčane priljeve i odljeve na mjesečnoj ili tromjesečnoj osnovi kako biste predvidjeli potrebe vašeg poslovanja za gotovinom i osigurali dovoljnu likvidnost. Redovito pratite svoj novčani tok i prilagodite svoje planove prema potrebi kako biste održali pozitivan novčani tok.

5. **Učinkovito upravljajte radnim kapitalom** : Optimizirajte upravljanje radnim kapitalom balansiranjem potraživanja, obveza prema dobavljačima i razina zaliha. Provedite strategije za ubrzavanje priljeva novca, smanjenje kašnjenja plaćanja i smanjenje viška zaliha.
6. **Diverzificirajte tokove prihoda** : Istražite prilike za diverzifikaciju svojih tokova prihoda ponudom komplementarnih proizvoda ili usluga, ciljanjem na nove segmente kupaca ili širenjem na nova tržišta. To može pomoći u smanjenju oslanjanja na jedan izvor prihoda i ublažiti rizik.
7. **Mudro raspodijelite resurse** : Strateški rasporedite svoje financijske resurse kako biste dali prioritet visokoučinkovitim inicijativama koje su u skladu s vašim poslovnim ciljevima. Ulažite u područja koja pokreću rast, inovacije i dugoročno stvaranje vrijednosti uz smanjenje nepotrebnih troškova.
8. **Planirajte za nepredviđene situacije** : Predvidite potencijalne rizike i neizvjesnosti koji bi mogli utjecati na vaše financijske rezultate, kao što su ekonomske krize, regulatorne promjene ili nepredviđeni troškovi. Razvijte planove za nepredviđene situacije i odvojite rezerve za ublažavanje ovih rizika i osiguranje kontinuiteta poslovanja.
9. **Pratite ključne pokazatelje učinka (KPI)** : identificirajte i pratite ključne financijske metrike i pokazatelje učinka koji su ključni za uspjeh vašeg poslovanja, kao što su bruto marža, neto profitna marža, povrat ulaganja (ROI) i omjer duga i kapitala. Upotrijebite ove KPI-ove da biste procijenili svoje financijsko stanje i donijeli informirane odluke.
10. **Potražite profesionalni savjet** : Razmislite o savjetovanju s financijskim stručnjacima, kao što su računovođe, financijski savjetnici ili poslovni konzultanti, kako biste dobili dragocjene uvide i smjernice u razvoju svog

financijskog plana. Oni mogu pružiti stručnost i perspektivu kako bi vam pomogli da donesete informirane odluke i optimizirate svoje financijske strategije.

**11.Redovito pregledavajte i prilagodavajte :** Redovito pregledavajte svoj financijski plan i učinak u odnosu na svoje ciljeve i projekcije. Identificirajte odstupanja, analizirajte temeljne uzroke i prema tome prilagodite svoje planove i strategije kako biste ostali na pravom putu i ostvarili svoje financijske ciljeve.

Slijedeći ove savjete i trikove, možete izraditi sveobuhvatan financijski plan koji podržava vaše poslovne ciljeve, optimizira vaše resurse i pozicionira vaše poslovanje za dugoročni uspjeh.

**12.Učinkovito upravljanje financijama poduzeća presudno je za njegov uspjeh i održivost. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći da učinkovito upravljate financijama svoje tvrtke:**

- 1. Napravite proračun :** Razvijte sveobuhvatan proračun koji ocrta vaše očekivane prihode i troškove za nadolazeće razdoblje. Redovito pregledavajte i prilagodavajte proračun prema potrebi kako biste osigurali usklađenost s vašim financijskim ciljevima.
- 2. Pratite troškove :** pažljivo pratite troškove svoje tvrtke i prikladno ih kategorizirajte. Koristite računovodstveni softver ili alate za financijsko upravljanje kako biste pratili troškove u stvarnom vremenu i identificirali područja u kojima se troškovi mogu smanjiti ili optimizirati.
- 3. Upravljajte protokom novca :** Održavajte zdrav protok novca redovitim praćenjem dolaznih i odlaznih tokova novca. Provedite strategije za

ubrzavanje novčanih priljeva, poput ponude popusta za prijevremena plaćanja, i odgode novčanih odljeva kada je to moguće kako biste poboljšali likvidnost.

4. **Kontrolirajte troškove** : Identificirajte mogućnosti za kontrolu troškova i poboljšanje učinkovitosti u cijeloj organizaciji. Analizirajte svoju strukturu troškova, pregovarajte s dobavljačima za bolje uvjete i implementirajte mjere uštede bez žrtvovanja kvalitete ili produktivnosti.
5. **Predviđanje prihoda** : Razvijte realne prognoze prihoda na temelju tržišnih trendova, povijesnih podataka i projekcija prodaje. Redovito pregledavajte i ažurirajte svoje prognoze prihoda kako biste odražavali promjene tržišnih uvjeta ili poslovnih okolnosti.
6. **Upravlajte dugom mudro** : ako vaša tvrtka ima dugove, upravljajte njima odgovorno izvršavajući plaćanja na vrijeme i izbjegavajući nepotrebno gomilanje duga. Razvijte plan otplate duga i dajte prioritet dugu s visokim kamatama kako biste s vremenom smanjili troškove kamata.
7. **Izgradite sredstva za hitne slučajeve** : Odvojite rezerve ili sredstva za hitne slučajeve za pokrivanje neočekivanih troškova ili ekonomskih padova. Nastojte održavati novčanu rezervu koja je jednaka nekoliko mjeseci operativnih troškova kako biste osigurali financijsku sigurnosnu mrežu za svoje poslovanje.
8. **Investirajte strateški** : strateški rasporedite sredstva svoje tvrtke kako biste ostvarili dugoročne povrate i maksimizirali vrijednost za dioničare. Razmotrite mogućnosti ulaganja koje su u skladu s vašom poslovnom strategijom i tolerancijom na rizik, poput širenja na nova tržišta ili ulaganja u istraživanje i razvoj.



9. **Ostanite usklađeni** : Osigurajte usklađenost s financijskim propisima, poreznim zakonima i zahtjevima za izvješćivanje relevantnim za vašu industriju i lokaciju. Ostanite informirani o promjenama u propisima i potražite stručni savjet ako je potrebno kako biste izbjegli kazne ili pravne probleme.
10. **Potražite profesionalni savjet** : Razmislite o savjetovanju s financijskim savjetnicima, računovođama ili poslovnim konzultantima kako biste dobili stručne uvide i smjernice u upravljanju financijama svoje tvrtke. Oni mogu pružiti dragocjene savjete, identificirati potencijalne rizike i pomoći vam da donesete informirane odluke kako biste optimizirali svoj financijski učinak.
11. **Redovito provjeravajte** : provodite redovite financijske preglede i procjene učinka kako biste procijenili financijsko zdravlje vaše tvrtke i napredak prema vašim ciljevima. Upotrijebite ključne pokazatelje učinka (KPI) i financijsku metriku za praćenje učinka, prepoznavanje trendova i donošenje odluka na temelju podataka.

Primjenom ovih savjeta i trikova možete učinkovito upravljati financijama svoje tvrtke, optimizirati svoje resurse i pozicionirati svoje poslovanje za dugoročni uspjeh i rast.

### **13. Ulaganje može biti ključna strategija za izgradnju bogatstva i postizanje financijskih ciljeva. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći u donošenju pametnih odluka o ulaganju:**

1. **Postavite jasne ciljeve** : Definirajte svoje investicijske ciljeve, bilo da se radi o štednji za mirovinu, kupnji kuće ili stvaranju pasivnog prihoda. Jasni ciljevi će voditi vašu investicijsku strategiju i toleranciju na rizik.

2. **Obrazujte se** : Odvojite vrijeme da se obrazujete o različitim opcijama ulaganja, klasama imovine i financijskim tržištima. Shvatite rizike i potencijalne povrate povezane sa svakim ulaganjem prije donošenja bilo kakve odluke.
3. **Diverzificirajte svoj portfelj** : Raširite svoja ulaganja u različite klase imovine, industrije i zemljopisne regije kako biste smanjili rizik i poboljšali svoje šanse za postizanje dosljednih povrata tijekom vremena. Diverzifikacija može pomoći u ublažavanju gubitaka tijekom tržišnih padova.
4. **Započnite rano i ulažite redovito** : vrijeme na tržištu ključno je za maksimiziranje snage složenih povrata. Počnite ulagati što je ranije moguće i redovito doprinosite svom investicijskom portfelju, čak i ako se radi o malim iznosima.
5. **Upoznajte svoju toleranciju na rizik** : procijenite svoju toleranciju na rizik i horizont ulaganja prije donošenja bilo kakve odluke o ulaganju. Uzmite u obzir faktore kao što su vaša dob, financijska situacija, ciljevi ulaganja i razina udobnosti s volatilnošću.
6. **Razumijevanje naknada i troškova ulaganja** : Budite svjesni naknada i troškova povezanih s različitim proizvodima ulaganja, kao što su naknade za upravljanje, provizije i omjeri troškova. Odaberite jeftine opcije ulaganja kad god je to moguće kako biste povećali svoje povrate.
7. **Ostanite informirani** : Budite informirani o gospodarskim trendovima, tržišnim kretanjima i promjenama u regulativi ulaganja. Redovito pratite svoja ulaganja i po potrebi prilagodite svoju strategiju na temelju promjenjivih tržišnih uvjeta.

8. **Izbjegavajte tempiranje tržišta** : Pokušaj tempiranja tržišta predviđanjem kratkoročnih fluktuacija može biti riskantan i često dovodi do loših ishoda ulaganja. Umjesto toga, usredotočite se na dugoročnu strategiju ulaganja koja se temelji na vašim financijskim ciljevima i toleranciji na rizik.
9. **Razmotrite porezne implikacije** : vodite računa o poreznim implikacijama svojih odluka o ulaganju. Shvatite kako se različite vrste ulaganja oporezuju i razmotrite porezno učinkovite strategije ulaganja, kao što je ulaganje u porezno povlaštene račune poput IRA-a ili 401(k)s.
10. **Potražite profesionalni savjet** : Razmislite o traženju savjeta od financijskih savjetnika ili stručnjaka za investicije, posebno ako niste sigurni gdje uložiti ili kako izgraditi diverzificirani portfelj. Kvalificirani savjetnik može pružiti personalizirane smjernice na temelju vaših osobnih okolnosti i ciljeva.
11. **Ostanite disciplinirani i strpljivi** : Ulaganje zahtijeva disciplinu i strpljenje. Izbjegavajte donošenje impulzivnih odluka na temelju kratkoročnih tržišnih fluktuacija ili emocionalnih reakcija. Držite se svoje dugoročne strategije ulaganja i ostanite usredotočeni na svoje ciljeve.
12. **Pregledajte i ponovno uravnotežite svoj portfelj** : Redovito pregledavajte svoj investicijski portfelj kako biste bili sigurni da ostaje usklađen s vašim investicijskim ciljevima i tolerancijom na rizik. Povremeno rebalansirajte svoj portfelj kako biste uskladili svoju raspodjelu imovine i održali diverzifikaciju.

Slijedeći ove savjete i trikove, možete donositi informirane investicijske odluke i izgraditi dobro zaokružen investicijski portfelj koji vam pomaže da s vremenom postignete svoje financijske ciljeve.

**14. Implementacija praksi održivosti u poduzeću nije samo korisna za okoliš nego i za dugoročni poslovni uspjeh. Evo nekoliko savjeta i trikova za integraciju održivosti u vašu tvrtku:**

- 1. Postavite jasne ciljeve održivosti :** Definirajte specifične i mjerljive ciljeve održivosti za svoju tvrtku, kao što su smanjenje emisija ugljika, smanjenje otpada ili povećanje energetske učinkovitosti. Provjerite jesu li ti ciljevi usklađeni s vrijednostima i ciljevima vaše tvrtke.
- 2. Provedite reviziju održivosti :** procijenite trenutnu praksu svoje tvrtke i identificirajte područja u kojima možete poboljšati održivost. To može uključivati procjenu potrošnje energije, stvaranja otpada, potrošnje vode, prakse opskrbnog lanca i više.
- 3. Uključite zaposlenike :** Potaknite kulturu održivosti među svojim zaposlenicima tako što ćete ih obrazovati o važnosti održivosti i uključiti ih u proces donošenja odluka. Potaknite ideje i inicijative zaposlenika za poticanje inovacija i sudjelovanja.
- 4. Provedba održivih praksi :** Provedba održivih praksi kroz vaše operacije, kao što je smanjenje potrošnje energije, recikliranje i kompostiranje otpada, korištenje ekološki prihvatljivih materijala i promicanje održivih mogućnosti prijevoza za zaposlenike.
- 5. Uložite u obnovljivu energiju :** razmislite o ulaganju u obnovljive izvore energije kao što su solarna energija ili energija vjetra kako biste smanjili ugljični otisak svoje tvrtke i ovisnost o fosilnim gorivima. Istražite prilike za nadogradnju energetske učinkovitosti i poticaje.

6. **Optimizirajte lanac opskrbe** : surađujte s dobavljačima i partnerima kako biste poboljšali održivost lanca opskrbe. Dajte prednost dobavljačima koji se pridržavaju održivih praksi i smanjuju emisije povezane s prijevozom nabavom lokalno kad god je to moguće.
7. **Smanji, ponovno upotrijebi, recikliraj** : Usvoji načela smanjenja, ponovne upotrebe i recikliranja u svim svojim operacijama. Smanjite stvaranje otpada korištenjem trajnih materijala koji se mogu reciklirati, provedbom strategija za smanjenje otpada i promicanjem inicijativa za recikliranje.
8. **Mjerenje i praćenje napretka** : Uspostavite ključne pokazatelje učinka (KPI) za mjerenje uspješnosti održivosti vaše tvrtke tijekom vremena. Pratite metrike kao što su emisije ugljika, potrošnja vode, stope preusmjerenja otpada i energetska učinkovitost kako biste pratili napredak i identificirali područja za poboljšanje.
9. **Komunicirajte svoje napore** : Transparentno komunicirajte svoje napore u pogledu održivosti dionicima, uključujući zaposlenike, kupce, investitore i širu zajednicu. Istaknite postignuća, podijelite priče o uspjehu i uključite dionike u svoj put održivosti.
10. **Ostanite informirani i prilagodite se** : Budite informirani o novim trendovima održivosti, propisima i najboljim praksama relevantnim za vašu industriju. Kontinuirano procjenjujte i prilagođavajte svoju strategiju održivosti kako biste odgovorili na izazove i prilike koje se razvijaju.
11. **Surađujte s partnerima** : surađujte s kolegama iz industrije, vladinim agencijama, neprofitnim organizacijama i drugim dionicima kako biste podijelili znanje, resurse i najbolje prakse za zajedničko unapređenje ciljeva održivosti.

**12. Vodite primjerom** : Pokažite vodstvo u održivosti integracijom načela održivosti u misiju, viziju i temeljne vrijednosti vaše tvrtke. Budite zagovornik održivosti u svojoj tvrtki i u cijeloj industriji.

Slijedeći ove savjete i trikove, možete integrirati održivost u poslovanje svoje tvrtke, poboljšati reputaciju svoje marke, smanjiti troškove i doprinijeti održivijoj budućnosti za vaše poslovanje i planet.

**15 Smanjenje onečišćenja u poduzeću ključno je za održivost okoliša i korporativnu odgovornost. Evo nekoliko savjeta i trikova za provedbu mjera za smanjenje onečišćenja:**

- 1. Provedite reviziju onečišćenja** : Započnite procjenom trenutnog utjecaja vaše tvrtke na okoliš. Identificirajte izvore onečišćenja, kao što su emisije, otpadne vode i stvaranje otpada, te kvantificirajte njihov utjecaj na okoliš.
- 2. Postavite ciljeve smanjenja onečišćenja** : Postavite jasne i ostvarive ciljeve smanjenja onečišćenja na temelju vaših nalaza revizije. Ovi ciljevi trebaju biti specifični, mjerljivi i vremenski ograničeni, usmjeravajući napore vaše tvrtke prema održivosti.
- 3. Provedite mjere energetske učinkovitosti** : Smanjite potrošnju energije primjenom energetske učinkovite tehnologije i praksi. To može uključivati nadogradnju opreme, optimiziranje procesa i provedbu politika uštede energije kao što je gašenje svjetla i opreme kada se ne koriste.
- 4. Prebacite se na obnovljivu energiju** : Prijelaz na obnovljive izvore energije kao što su solarna energija, energija vjetra ili hidroelektrana kako biste smanjili ovisnost o fosilnim gorivima i smanjili emisije stakleničkih plinova.

Istražite mogućnosti za proizvodnju obnovljive energije na licu mjesta ili kupnju kredita za obnovljivu energiju.

5. **Optimizirajte prijevoz** : Smanjite emisije povezane s prijevozom optimiziranjem logistike i prijevoznih ruta, promicanjem mogućnosti rada na daljinu i rada na daljinu te poticanjem korištenja vozila s niskim emisijama ili javnog prijevoza za putovanje na posao i poslovna putovanja.
6. **Učinkovito upravljajte otpadom** : Smanjite stvaranje otpada primjenom programa smanjenja otpada, ponovne upotrebe i recikliranja. Ulagati u infrastrukturu i prakse gospodarenja otpadom za preusmjeravanje otpada s odlagališta i smanjenje onečišćenja okoliša.
7. **Smanjite upotrebu vode** : Očuvajte vodu implementacijom tehnologija za uštedu vode, popravljanjem curenja i optimiziranjem upotrebe vode u proizvodnim procesima i pogonima. Razmislite o ugradnji vodoučinkovitih uređaja i implementaciji sustava za recikliranje i ponovnu upotrebu vode.
8. **Primijenite prakse prevencije onečišćenja** : Usvojite prakse prevencije onečišćenja kako biste smanjili ispuštanje zagađivača u okoliš. To može uključivati implementaciju tehnologija kontrole onečišćenja, usvajanje najbolje prakse upravljanja i pridržavanje regulatornih zahtjeva.
9. **Uključite zaposlenike** : educirajte i uključite zaposlenike u napore za smanjenje zagađenja podizanjem svijesti o pitanjima okoliša i promicanjem održivog ponašanja na radnom mjestu. Potaknite zaposlenike na sudjelovanje u ekološkim inicijativama i tražite njihove ideje za poboljšanje.
10. **Investirajte u sustave upravljanja okolišem** : implementirajte sustav upravljanja okolišem (EMS) za sustavnu identifikaciju, upravljanje i

ublažavanje rizika i utjecaja na okoliš. To može uključivati dobivanje certifikata ISO 14001 ili implementaciju drugih priznatih EMS okvira.

**11. Suradujte s dobavljačima i partnerima** : blisko suradujte s dobavljačima i partnerima kako biste promovirali brigu o okolišu u cijelom lancu opskrbe. Potaknite dobavljače da usvoje održive prakse i nabave materijala i usluga od dobavljača odgovornih za okoliš.

**12. Mjerite i nadzirite napredak** : Pratite i nadzirite napredak vaše tvrtke prema ciljevima smanjenja zagađenja koristeći ključne pokazatelje učinka (KPI) i ekološke metrike. Redovito pregledavajte podatke o izvedbi, identificirajte područja za poboljšanje i prilagodite strategije u skladu s tim.

Primjenom ovih savjeta i trikova vaša tvrtka može smanjiti zagađenje, minimizirati utjecaj na okoliš i pokazati predanost održivosti i korporativnoj odgovornosti.

**16 Implementacija digitalizacije u poduzeću uključuje korištenje tehnologije za pojednostavljenje procesa, poboljšanje učinkovitosti i poticanje inovacija. Evo nekoliko savjeta i trikova za uspješnu digitalnu transformaciju:**

- 1. Definirajte jasne ciljeve** : Jasno definirajte svoje ciljeve i ciljeve digitalizacije. Identificirajte područja vašeg poslovanja koja bi mogla imati koristi od digitalnih rješenja, poput poboljšanja korisničkog iskustva, povećanja operativne učinkovitosti ili povećanja prihoda.
- 2. Izradite strategiju digitalizacije** : Razvijte sveobuhvatnu strategiju digitalizacije koja je u skladu s vašim poslovnim ciljevima. Dajte prioritet inicijativama na temelju njihovog potencijalnog utjecaja i izvedivosti, uzimajući u obzir čimbenike kao što su dostupnost resursa, tehnološka spremnost i organizacijska spremnost.



3. **Osigurajte podršku rukovodstva** : Dobijte podršku i podršku višeg rukovodstva kako biste osigurali predanost i ulaganje u inicijative digitalizacije. Potpora vodstva ključna je za poticanje promjena, raspodjelu resursa i prevladavanje otpora digitalnoj transformaciji.
4. **Uključite zaposlenike** : uključite zaposlenike u proces digitalizacije poticanjem kulture inovacije, suradnje i kontinuiranog učenja. Pružite obuku i podršku kako biste pomogli zaposlenicima da se prilagode novim tehnologijama i radnim procesima te potaknite njihovo sudjelovanje u inicijativama digitalizacije.
5. **Procijenite tehnološke potrebe** : procijenite svoju tehnološku infrastrukturu i identificirajte digitalne alate i rješenja potrebna za podršku vašim naporima u digitalizaciji. Prilikom odabira tehnoloških rješenja razmotrite čimbenike kao što su skalabilnost, kompatibilnost, sigurnost i isplativost.
6. **Implementirajte postupne promjene** : Razdvojite inicijative za digitalizaciju u upravljive projekte i postupno implementirajte promjene. Započnite s pilot projektima ili implementacijama malih razmjera kako biste testirali nove tehnologije i procese prije povećanja u cijeloj organizaciji.
7. **Integrirajte sustave i podatke** : integrirajte postojeće sustave i izvore podataka kako biste stvorili jedinstveni digitalni ekosustav. Implementirajte rješenja za upravljanje podacima i integraciju kako biste osigurali besprijekoran protok informacija kroz različite platforme i aplikacije.
8. **Usredotočite se na korisničko iskustvo** : dajte prednost korisničkom iskustvu prilikom dizajniranja i implementacije digitalnih rješenja. Osigurajte da su digitalni alati intuitivni, jednostavni za korištenje i dostupni svim dionicima, uključujući zaposlenike, klijente i partnere.

9. **Prihvatite računalstvo u oblaku** : Prihvatite računalstvo u oblaku kako biste povećali agilnost, skalabilnost i fleksibilnost u svojim naporima digitalizacije. Iskoristite rješenja temeljena na oblaku za pohranu, računalstvo i aplikacije softvera kao usluge (SaaS) kako biste smanjili troškove infrastrukture i poboljšali pristupačnost.
10. **Pratite i mjerite napredak** : Uspostavite ključne pokazatelje učinka (KPI) i metrike za praćenje utjecaja inicijativa za digitalizaciju. Redovito pratite napredak, analizirajte podatke o izvedbi i prema potrebi prilagodite strategije za optimizaciju rezultata i postizanje željenih rezultata.
11. **Ostanite agilni i fleksibilni** : Budite agilni i prilagodljivi u svom pristupu digitalnoj transformaciji. Prihvatite iterativne razvojne metodologije kao što su agile ili DevOps kako biste brzo odgovorili na promjenjive zahtjeve, povratne informacije kupaca i dinamiku tržišta.
12. **Promicanje kulture inovacije** : Potaknite kulturu inovacije i eksperimentiranja unutar vaše organizacije. Potaknite zaposlenike da generiraju nove ideje, istražuju tehnologije u nastajanju i izazovu status quo kako bi potaknuli kontinuirano poboljšanje i inovacije.

Slijedeći ove savjete i trikove, možete učinkovito implementirati digitalizaciju u svojoj tvrtki i otključati puni potencijal tehnologije za poticanje poslovnog rasta i uspjeha.

**17 Predstavljanje vaše tvrtke poslovnim anđelima ključni je korak u osiguravanju ulaganja za vaš pothvat. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći da osmislite i pružite uvjerljivu prezentaciju:**

1. **Upoznajte svoju publiku** : temeljito istražite poslovne anđele kojima ćete se predstaviti. Upoznajte se s njihovim preferencijama ulaganja, prošlim ulaganjima i područjima stručnosti kako biste u skladu s tim prilagodili svoje predstavljanje.
2. **Započnite s jakim kukom** : Privucite pozornost svoje publike od samog početka s uvjerljivom kukom ili uvodnom izjavom koja ističe jedinstvenu ponudu vrijednosti vaše tvrtke.
3. **Usredotočite se na problem i rješenje** : Jasno artikulirajte problem koji vaša tvrtka rješava i jedinstveno rješenje koje nudi. Pokažite duboko razumijevanje potreba tržišta i kako vaš proizvod ili usluga to rješavaju bolje od postojećih rješenja.
4. **Istaknite tržišnu priliku** : Predstavite uvjerljiv argument za tržišnu priliku kojoj se vaša tvrtka obraća. Pružite podatke i istraživanje tržišta kako biste poduprli svoje tvrdnje i pokazali veličinu, potencijal rasta i privlačnost vašeg ciljanog tržišta.
5. **Pokažite privlačnost i prekretnice** : Istaknite ključne prekretnice i postignuća koja je vaša tvrtka postigla do danas, kao što su akvizicija kupaca, rast prihoda, prekretnice u razvoju proizvoda, partnerstva ili nagrade.
6. **Predstavite snažan poslovni model** : Jasno objasnite svoj poslovni model, uključujući tokove prihoda, strategiju cijena, kanale za stjecanje kupaca i strategiju izlaska na tržište. Artikulirajte kako vaša tvrtka planira ostvariti prihod i postići profitabilnost tijekom vremena.
7. **Pokažite diferencijaciju i konkurentsku prednost** : Jasno artikulirajte konkurentsku prednost vaše tvrtke i kako se ona razlikuje od konkurenata.

Istaknite jedinstvene značajke, zaštićenu tehnologiju, intelektualno vlasništvo ili druge čimbenike koji vašoj tvrtki daju konkurentsku prednost.

8. **Bavite se rizicima i strategijama ublažavanja** : Prepoznajte potencijalne rizike i izazove s kojima se vaša tvrtka suočava i artikulirajte kako ih planirate ublažiti. Pokažite da ste kritički razmišljali o mogućim preprekama i da imate pripremljene strategije za njihovo prevladavanje.
9. **Postavite jasan upit** : Jasno navedite iznos financiranja koji tražite i kako planirate iskoristiti ulaganje. Navedite uvjete ulaganja, uključujući strukturu vlasničkog kapitala ili konvertibilnih zapisa, procjenu i sve dodatne odredbe ili uvjete.
10. **Vježbajte, vježbajte, vježbajte** : uvježbajte svoju prezentaciju više puta kako biste osigurali da je ugrađena, sažeta i zanimljiva. Vježbajte iznošenje svoje prezentacije pred prijateljima, kolegama ili mentorima kako biste dobili povratne informacije i napravili poboljšanja.
11. **Budite autentični i strastveni** : budite iskreni i strastveni kada dajete svoju prezentaciju. Investitori ne ulažu samo u vašu poslovnu ideju nego i u vas kao poduzetnika. Neka vaša strast i entuzijazam za vašu tvrtku zablistaju u vašoj prezentaciji.
12. **Budite otvoreni za povratne informacije i pitanja** : Budite spremni na povratne informacije i pitanja investitora tijekom i nakon vašeg predstavljanja. Budite spremni odgovoriti na pitanja o svom poslovnom modelu, tržišnim prilikama, konkurentskom okruženju i financijskim projekcijama s pouzdanjem i jasnoćom.

Slijedeći ove savjete i trikove, možete osmisliti uvjerljivu prezentaciju koja učinkovito komunicira ponudu vrijednosti vaše tvrtke i privlači ulaganja poslovnih anđela.

Poslovni anđeo, ili anđeo investitor, imućni je pojedinac koji pruža financijsku potporu malim startupima ili poduzetnicima, obično u zamjenu za vlasnički udio u tvrtki. Obično su to pojedinci visoke neto vrijednosti s iskustvom u poduzetništvu ili određenim industrijama koji ulažu vlastita osobna sredstva u tvrtke u ranoj fazi razvoja.

Anđeoski investitori igraju ključnu ulogu u startup ekosustavu osiguravajući kapital, mentorstvo i veze s industrijom kako bi pomogli tvrtkama u ranoj fazi da rastu i uspiju. Često ulažu u tvrtke koje su prerizične za tradicionalne zajmodavce ili tvrtke rizičnog kapitala, ali imaju veliki potencijal rasta. Osim financijske potpore, anđeli ulagači također mogu ponuditi strateško vodstvo, stručnost i prilike za umrežavanje poduzetnicima u koje ulažu.

**18 Pronalaženje mogućnosti financiranja za tvrtku može biti izazovan, ali ključan zadatak, osobito za startupove i male tvrtke. Evo nekoliko savjeta i trikova koji će vam pomoći da pronađete sredstva za svoju tvrtku:**

1. **Mogućnosti financiranja istraživanja** : Provedite temeljito istraživanje kako biste istražili različite opcije financiranja dostupne tvrtkama, uključujući tradicionalne bankovne zajmove, državne potpore i zajmove, rizični kapital, anđele ulagače, platforme za grupno financiranje, akcelerate i inkubatore.
2. **Umrežite se s investitorima i poduzetnicima** : prisustvujte događajima u industriji, funkcijama umrežavanja i startup konferencijama kako biste se povezali s potencijalnim investitorima, kolegama poduzetnicima i

profionalcima u industriji. Izgradnja odnosa s investitorima i mentorima može otvoriti vrata mogućnostima financiranja i vrijednim savjetima.

3. **Koristite mrežne platforme** : Istražite internetske platforme i baze podataka koje povezuju poduzetnike s investitorima i mogućnostima financiranja, kao što su AngelList , Gust, Crunchbase i platforme za grupno financiranje poput Kickstartera i Indiegogo . Ove vam platforme mogu pomoći da predstavite svoje poslovanje i privučete potencijalne ulagače.
4. **Pridružite se startup zajednicama** : pridružite se lokalnim ili online startup zajednicama, inkubatorima i akceleratorima kako biste pristupili resursima, mentorstvu i mogućnostima financiranja. Te zajednice često organiziraju događaje za predstavljanje, demo dane i sastanke investitora na kojima možete predstaviti svoje poslovanje potencijalnim investitorima.
5. **Tražite državne potpore i programe** : Istražite državne potpore, zajmove i programe koji su dostupni za potporu malim tvrtkama i novoosnovanim tvrtkama. Mnoge vlade nude inicijative za financiranje određenih industrija, istraživačkih i razvojnih projekata ili inicijativa za otvaranje radnih mjesta koje bi mogle biti u skladu s vašim poslovanjem.
6. **Pripremite uvjerljiv poslovni plan i prezentaciju** : Razvijte sveobuhvatan poslovni plan i uvjerljivu prezentaciju koja jasno artikulira vaš poslovni model, tržišne prilike, konkurentsku prednost i financijske projekcije. Dobro pripremljen pitch može privući investitore i povećati vaše šanse za osiguravanje financiranja.
7. **Iskoristite osobnu uštedevinu i obitelj/prijatelje** : Razmislite o iskorištavanju osobne uštedevine, mirovinskih fondova ili zajmova od obitelji i prijatelja kako biste pokrenuli svoje poslovanje u ranim fazama. Iako ova

opcija možda nije prikladna za sve, može osigurati početni kapital za pokretanje vašeg poslovanja.

8. **Istražite alternativne izvore financiranja** : Razmišljajte izvan okvira i istražite alternativne izvore financiranja, kao što su financiranje temeljeno na prihodu, posuđivanje između ravnopravnih korisnika, financiranje putem faktura ili korporativna partnerstva. Ove netradicionalne opcije financiranja mogu osigurati kapital bez odricanja od udjela u vašem poslovanju.
9. **Uključite se u lokalne organizacije za ekonomski razvoj** : obratite se lokalnim organizacijama za ekonomski razvoj, poslovnim udruženjima i gospodarskim komorama za informacije i podršku o mogućnostima financiranja, poslovnim resursima i događajima za umrežavanje koji su dostupni u vašem području.
10. **Budite uporni i otporni** : Pronalaženje sredstava za vaš posao može zahtijevati vrijeme i ustrajnost. Budite spremni suočiti se s odbijanjem i neuspjesima na putu, ali ostanite ustrajni i otporni u potrazi za mogućnostima financiranja. Nastavite usavršavati svoje predstavljanje, umrežavanje i istraživanje novih putova dok ne pronađete pravo financiranje koje odgovara vašem poslovanju.

Slijedeći ove savjete i trikove, možete povećati svoje šanse za pronalaženje prilika za financiranje i osiguravanje kapitala potrebnog za poticanje rasta i uspjeha vašeg poslovanja.

Stvaranje središta za poduzetništvo u ruralnim područjima može pomoći u poticanju gospodarskog razvoja, otvaranja radnih mjesta i inovacija unutar lokalnih zajednica. Evo koraka za stvaranje takvog središta:

1. **Procijenite potrebe i imovinu zajednice** : Započnite provođenjem sveobuhvatne procjene potreba, imovine i resursa zajednice. Identificirajte ključne dionike, uključujući lokalne tvrtke, vladine agencije, obrazovne ustanove, društvene organizacije i potencijalne poduzetnike.
2. **Izgradite partnerstva i suradnju** : Uspostavite partnerstva i suradnju s lokalnim dionicima kako biste iskoristili njihovu stručnost, resurse i mreže. Uključite se u vladine agencije, organizacije za gospodarski razvoj, gospodarske komore, sveučilišta i neprofitne organizacije kako biste podržali svoje napore.
3. **Stvorite fizičku infrastrukturu** : Razvijte fizički prostor ili objekt koji će služiti kao središte poduzetničkih aktivnosti, kao što su co-working prostori, inkubatori, akceleratori ili inovacijski centri. Omogućite pristup zajedničkom uredskom prostoru, sobama za sastanke, brzom internetu i drugim pogodnostima za podršku poduzetnicima i startupima.
4. **Ponuda poduzetničkih programa i usluga** : Razvijte i ponudite poduzetničke programe, radionice, obuku i mogućnosti mentorstva prilagođene potrebama ruralnih poduzetnika. Pružite obrazovanje i podršku u područjima kao što su poslovno planiranje, financijsko upravljanje, marketing i usvajanje tehnologije.
5. **Olakšajte pristup financiranju** : pomozite poduzetnicima u pristupu financiranju i mogućnostima financiranja za pokretanje i razvoj svog poslovanja. Pružite informacije, smjernice i veze s izvorima kapitala,



uključujući bespovratna sredstva, zajmove, anđele ulagače, rizični kapital, grupno financiranje i vladine programe.

6. **Promovirajte umrežavanje i suradnju** : Olakšajte događaje umrežavanja, sastanke i mogućnosti umrežavanja za povezivanje poduzetnika, investitora, mentora i stručnjaka iz industrije. Potaknite suradnju, razmjenu znanja i partnerstva među poduzetnicima kako biste potaknuli inovacije i zajedničko rješavanje problema.
7. **Podrška za usvajanje tehnologije** : Pružite podršku i resurse kako biste pomogli poduzetnicima da usvoje i iskoriste tehnologiju za poboljšanje svog poslovanja. Ponudite obuku i pomoć u digitalnim vještinama, e-trgovini, online marketingu i korištenju digitalnih alata i platformi.
8. **Usredotočite se na lokalne industrije i sredstva** : identificirajte i usredotočite se na lokalne industrije, snage i sredstva koja imaju potencijal za poduzetništvo i inovacije. Poticati poduzetništvo u sektorima kao što su poljoprivreda, turizam, proizvodnja, obnovljivi izvori energije i kreativne industrije koji su relevantni za lokalno gospodarstvo.
9. **Promovirajte poduzetničku kulturu i način razmišljanja** : potaknite poduzetničku kulturu i način razmišljanja unutar zajednice slavljenjem poduzetništva, izlaganjem priča o uspjehu i promicanjem preuzimanja rizika, kreativnosti i otpornosti. Potaknite poduzetništvo kao održivu opciju karijere i ulijevajte povjerenje i ambiciju poduzetnicima koji to žele.
10. **Mjerite utjecaj i ponavljajte** : Kontinuirano pratite i procjenjujte utjecaj poduzetničkog središta na zajednicu. Prikupite podatke o ključnim metrikama kao što su otvaranje poduzeća, otvaranje radnih mjesta, stvaranje prihoda i

privlačenje ulaganja. Upotrijebite povratne informacije i uvide kako biste s vremenom doradili i poboljšali programe i usluge središta.

Iako ruralna područja možda nemaju toliko poduzetničkih središta kao urbana središta, postoji nekoliko uspješnih primjera inicijativa i organizacija koje podržavaju poduzetništvo u ruralnim zajednicama. Evo nekoliko primjera:

1. **The Hatchery** : The Hatchery je neprofitna organizacija sa sjedištem u ruralnoj Minnesoti koja podupire prehrambene i poljoprivredne poduzetnike. Omogućuje zajednički komercijalni kuhinjski prostor, resurse za razvoj poslovanja, mentorstvo i mogućnosti umrežavanja kako bi se poduzetnicima koji se bave hranom pomoglo da pokrenu i razviju svoje poslovanje.
2. **Program poduzetničkih ekosustava Regionalne komisije Appalachian (ARC)** : Program poduzetničkih ekosustava ARC-a podržava poduzetništvo i razvoj malih poduzeća u ruralnim zajednicama diljem regije Appalachian. Pruža financiranje, tehničku pomoć i podršku u izgradnji kapaciteta lokalnim organizacijama, kao što su centri za razvoj malih poduzeća, inkubatori i akceleratori, kako bi im pomogao u stvaranju živahnih poduzetničkih ekosustava.
3. **Appalachian Center for Economic Networks ( ACEnet )** : ACEnet je neprofitna organizacija sa sjedištem u ruralnom Ohio koja podupire poduzetništvo i gospodarski razvoj u Appalachia. Nudi poslovnu inkubaciju, tehničku pomoć, pristup kapitalu i podršku pristupu tržištu poduzetnicima u sektorima kao što su hrana i poljoprivreda, zanatski obrti i obnovljivi izvori energije.

4. **Impact Hub Appalachia** : Impact Hub Appalachia mreža je poduzetničkih središta i coworking prostora koji se nalaze u ruralnim zajednicama diljem regije Appalachian. Pruža resurse, obuku i mogućnosti umrežavanja za potporu poduzetnicima i društvenim inovatorima u područjima kao što su održiva poljoprivreda, obnovljivi izvori energije i ruralni turizam.
5. **Startup Rural Montana** : Startup Rural Montana je inicijativa koju je pokrenuo Ured guvernera Montane za gospodarski razvoj kako bi se podržalo poduzetništvo u ruralnim zajednicama diljem države. Nudi resurse, radionice, mentorstvo i mogućnosti financiranja kako bi se ruralnim poduzetnicima pomoglo da pokrenu i prošire svoje poslovanje.
6. **Red Wing Ignite** : Red Wing Ignite neprofitna je organizacija sa sjedištem u ruralnoj Minnesoti koja podupire poduzetništvo i inovacije u regiji. Nudi coworking prostor, poslovnu inkubaciju, mentorstvo i prilike za umrežavanje poduzetnicima u sektorima kao što su tehnologija, proizvodnja i zdravstvo.
7. **HUB Rural** : HUB Rural je mreža poduzetničkih središta smještenih u ruralnim područjima diljem Europe. Cilj mu je promicati poduzetništvo i inovacije u ruralnim zajednicama pružanjem resursa, obuke i mogućnosti umrežavanja budućim poduzetnicima i malim poduzećima.
8. **Program ruralnog razvoja (RDP)** : Mnoge europske zemlje imaju programe ruralnog razvoja koje financira Europska unija (EU) za potporu ruralnom poduzetništvu i gospodarskom razvoju. Ovi programi nude bespovratna sredstva, zajmove, tehničku pomoć i druge oblike potpore ruralnim poduzetnicima i tvrtkama.
9. **Coworking prostori u ruralnim područjima** : Nekoliko coworking prostora pojavilo se u ruralnim područjima Europe za podršku udaljenim radnicima,

slobodnim profesijama i malim tvrtkama. Ovi prostori pružaju zajedničke uredske prostorije, događaje umrežavanja i podršku zajednice poduzetnicima i stručnjacima koji žive u ruralnim zajednicama.

**10. Lokalni poslovni inkubatori i akceleratori** : neka ruralna područja u Europi imaju lokalne poslovne inkubatore i akcelerateore koji podupiru poduzetništvo i inovacije. Ove organizacije nude mentorstvo, treniranje, financiranje i pristup resursima kako bi pomogle startupima i malim tvrtkama da rastu i uspiju.

**11. Lokalne razvojne agencije** : mnoge ruralne regije u Europi imaju lokalne razvojne agencije ili organizacije za gospodarski razvoj koje podupiru poduzetništvo i otvaranje radnih mjesta. Ove agencije pružaju usluge podrške, programe financiranja i mogućnosti umrežavanja poduzetnicima i tvrtkama u njihovim zajednicama.

**12. Ruralna inovacijska središta** : Neke europske zemlje uspostavile su ruralna inovacijska središta ili tehnološke parkove za promicanje inovacija i poduzetništva u ruralnim područjima. Ova središta nude infrastrukturu, usluge podrške i prilike za suradnju startupima, istraživačima i tehnološkim tvrtkama.

**13. Europski samit o ruralnom poduzetništvu (ERES)** : ERES je godišnji događaj koji okuplja kreatore politika, poduzetnike, istraživače i dionike kako bi raspravljali o ruralnom poduzetništvu i inovacijama u Europi. Summit pruža platformu za razmjenu najboljih praksi, razmjenu ideja i poticanje suradnje među ruralnim poduzetnicima.



Prije stvaranja čvorišta, moramo razumjeti koncept **umrežavanja** .

Stvaranje mreže uključuje uspostavljanje i njegovanje odnosa s pojedincima koji mogu ponuditi podršku, vodstvo, prilike i resurse. Evo osnova stvaranja mreže:

1. **Odredite svoje ciljeve** : Definirajte svoje ciljeve za stvaranje mreže. Odredite što želite postići, bilo da je to pronalaženje posla, napredovanje u karijeri, izgradnja posla, traženje mentorstva ili širenje društvenog kruga.
2. **Odredite svoju ciljnu publiku** : Odredite tipove ljudi s kojima se želite povezati na temelju svojih ciljeva. Uzmite u obzir profesionalce u svojoj industriji, kolege, mentore, bivše studente, kolege, vođe zajednice i pojedince sa zajedničkim interesima ili vrijednostima.

3. **Iskoristite postojeće veze** : Započnite iskorištavanjem postojećih veza i odnosa. Obratite se prijateljima, obitelji, školskim kolegama, suradnicima i poznanicima kako biste ih obavijestili o svojim ciljevima umrežavanja i zatražite upoznavanje s drugima u njihovim mrežama.
4. **Posjećujte mrežne događaje** : potražite mrežne događaje, konferencije, radionice, seminare i okupljanja u industriji na kojima možete upoznati nove ljude i proširiti svoju mrežu. Budite proaktivni u posjećivanju događaja na mreži i izvan nje kako biste maksimalno iskoristili svoje mogućnosti umrežavanja.
5. **Pridružite se profesionalnim organizacijama** : pridružite se profesionalnim organizacijama, klubovima, udrugama ili internetskim zajednicama specifičnim za industriju vezane uz vaše područje ili interese. Sudjelujte na sastancima, događajima, forumima i raspravama kako biste se povezali sa stručnjacima istomišljenika i proširili svoju mrežu.
6. **Uključite se na društvene medije** : koristite platforme društvenih medija kao što su LinkedIn, Twitter, Facebook i Instagram da se povežete sa profesionalcima, utjecajnim osobama, predvodnicima mišljenja i kolegama u svojoj industriji. Pridružite se relevantnim grupama, sudjelujte u raspravama, dijelite uvide i surađujte s drugima kako biste izgradili svoju online prisutnost i mrežu.
7. **Započnite razgovore** : Budite proaktivni u započinjanju razgovora s ljudima koje susrećete tijekom mrežnih događaja, online interakcija ili profesionalnih okupljanja. Predstavite se, izrazite iskreno zanimanje za druge i postavljajte otvorena pitanja kako biste započeli smislene razgovore.

8. **Slušajte i učite** : Vježbajte aktivno slušanje tijekom mrežnih interakcija. Obratite pozornost na ono što drugi govore, pokažite iskreni interes za njihova iskustva i perspektive i postavljajte dodatna pitanja kako biste produbili razgovor. Budite znatiželjni, empatični i pažljivi u svojim interakcijama.
9. **Razmjena podataka za kontakt** : Razmjena podataka za kontakt s osobama koje susrećete tijekom mrežnih događaja ili interakcija na mreži. Povežite se s njima na profesionalnim mrežnim platformama ili razmijenite posjetnice kako biste ostali u kontaktu i nastavili graditi odnos.
10. **Praćenje** : Nakon mrežnih interakcija, nastavite s ljudima koje ste upoznali kako biste izrazili zahvalnost za razgovor i ojačali vezu. Pošaljite personalizirane e-poruke, poruke ili pozivnice za LinkedIn kako biste im zahvalili na vremenu i iskazali svoj interes da ostanete u kontaktu.
11. **Ponudite vrijednost** : Potražite načine da ponudite vrijednost i podršku svojim mrežnim kontaktima. Podijelite relevantne resurse, ponudite pomoć ili savjet, upoznajte druge kontakte ili dajte preporuke kada je to prikladno. Izgradnja recipročnog odnosa temeljenog na uzajamnoj podršci s vremenom jača vašu mrežu.
12. **Budite autentični i originalni** : autentičnost je ključna za izgradnju značajnih odnosa u vašoj mreži. Budite svoji, pokažite ranjivost i podijelite svoje istinske interese, strasti i ciljeve s drugima. Vjerojatnije je da će autentične veze dovesti do dugoročnih veza i prilika.

Razvijanje vaše mreže uključuje izgradnju i održavanje odnosa s pojedincima koji mogu ponuditi podršku, smjernice, prilike i resurse. Evo kako učinkovito razviti svoju mrežu:

1. **Postavite jasne ciljeve** : Definirajte svoje ciljeve umrežavanja. Odredite što želite postići umrežavanjem, bilo da je to pronalaženje posla, napredovanje u karijeri, izgradnja posla, traženje mentorstva ili širenje društvenog kruga.
2. **Odredite svoju ciljnu publiku** : Odredite tipove ljudi s kojima se želite povezati na temelju svojih ciljeva. Uzmite u obzir profesionalce u svojoj industriji, kolege, mentore, bivše studente, kolege, vođe zajednice i pojedince sa zajedničkim interesima ili vrijednostima.
3. **Iskoristite postojeće veze** : Započnite iskorištavanjem postojećih veza i odnosa. Obratite se prijateljima, obitelji, školskim kolegama, suradnicima i poznanicima kako biste ih obavijestili o svojim ciljevima umrežavanja i zatražite upoznavanje s drugima u njihovim mrežama.
4. **Posjećujte mrežne događaje** : potražite mrežne događaje, konferencije, radionice, seminare i okupljanja u industriji na kojima možete upoznati nove ljude i proširiti svoju mrežu. Budite proaktivni u posjećivanju događaja na mreži i izvan nje kako biste maksimalno iskoristili svoje mogućnosti umrežavanja.
5. **Pridružite se profesionalnim organizacijama** : pridružite se profesionalnim organizacijama, klubovima, udrugama ili internetskim zajednicama specifičnim za industriju vezane uz vaše područje ili interese. Sudjelujte na sastancima, događajima, forumima i raspravama kako biste se povezali sa stručnjacima istomišljenika i proširili svoju mrežu.



6. **Uključite se na društvene medije** : koristite platforme društvenih medija kao što su LinkedIn, Twitter, Facebook i Instagram da se povežete sa profesionalcima, utjecajnim osobama, predvodnicima mišljenja i kolegama u svojoj industriji. Pridružite se relevantnim grupama, sudjelujte u raspravama, dijelite uvide i surađujte s drugima kako biste izgradili svoju online prisutnost i mrežu.
7. **Započnite razgovore** : Budite proaktivni u započinjanju razgovora s ljudima koje susrećete tijekom mrežnih događaja, online interakcija ili profesionalnih okupljanja. Predstavite se, izrazite iskreno zanimanje za druge i postavljajte otvorena pitanja kako biste započeli smislene razgovore.
8. **Slušajte i učite** : Vježbajte aktivno slušanje tijekom mrežnih interakcija. Obratite pozornost na ono što drugi govore, pokažite iskreni interes za njihova iskustva i perspektive i postavljajte dodatna pitanja kako biste produbili razgovor. Budite znatiželjni, empatični i pažljivi u svojim interakcijama.
9. **Razmjena podataka za kontakt** : Razmjena podataka za kontakt s osobama koje susrećete tijekom mrežnih događaja ili interakcija na mreži. Povežite se s njima na profesionalnim mrežnim platformama ili razmijenite posjetnice kako biste ostali u kontaktu i nastavili graditi odnos.
10. **Praćenje** : Nakon mrežnih interakcija, nastavite s ljudima koje ste upoznali kako biste izrazili zahvalnost za razgovor i ojačali vezu. Pošaljite personalizirane e-poruke, poruke ili pozivnice za LinkedIn kako biste im zahvalili na vremenu i iskazali svoj interes da ostanete u kontaktu.
11. **Ponudite vrijednost** : Potražite načine da ponudite vrijednost i podršku svojim mrežnim kontaktima. Podijelite relevantne resurse, ponudite pomoć ili savjet, upoznajte druge kontakte ili dajte preporuke kada je to prikladno.

Izgradnja recipročnog odnosa temeljenog na uzajamnoj podršci s vremenom jača vašu mrežu.

**12. Budite autentični i originalni** : autentičnost je ključna za izgradnju značajnih odnosa u vašoj mreži. Budite svoji, pokažite ranjivost i podijelite svoje istinske interese, strasti i ciljeve s drugima. Vjerojatnije je da će autentične veze dovesti do dugoročnih veza i prilika.

Dosljednim razvojem i njegovanjem svoje mreže možete proširiti svoj profesionalni krug, iskoristiti vrijedne resurse i prilike te unaprijediti svoje osobne i profesionalne ciljeve.

## 7. Kontakt i partneri

<https://www.facebook.com/heratrainifique>

SC TRAINIFIQUE SRL 13 Paul Greceanu Street Bukurešt

### Partneri:

1. Vodeća organizacija: Organizacija **Trainifique** osnovana je 2012. godine sa specifičnim ciljem odgoja mladih generacija kroz osobni razvoj, kontinuiran i postupan, osobno i profesionalno, primjeren stvarnosti, ali i fleksibilan.



Do danas je Trainifique obučio više od 700 trenera, od kojih su neki aktivni u organizacijama iz preko 10 gradova u Rumunjskoj, kao što su Cluj-Napoca, Iasi, Arad, Braşov , Craiova i Bukurešt. Trainifique organizira više od 200 treninga godišnje i obučava preko 2000 polaznika svake godine za svoje partnere/klijente.

Trenutačni Trainifique portfelj uključuje: 1. Obuku mekih vještina – komunikacija, tehnike prezentacije, javni nastup, tehnike prodaje, pregovaranje, manipulacija protiv uvjeravanja, organizacijska kultura, upravljanje događajima, prikupljanje sredstava, upravljanje projektima, pisanje projekata, upravljanje vremenom, upravljanje resursima, volontiranje Menadžment, upravljanje sukobima, govor tijela, povjerenje i motivacija, vodstvo 2. Teški trening vještina – NLP, upravljanje emocijama, trening trenera 3. Tehnički trening: Photoshop, Corel, Ured, Tajništvo,

PR i društveni mediji, HR i lojalnost, Programiranje , Ubrzano učenje, Osnovno održavanje života (BLS) 4. Specijalizirana obuka: Antidiskriminacija, Poduzetničke vještine, Medicinski predstavnik.

Među navedenim treninzima najtraženiji su sljedeći: 5. Komunikacija, 6. Govorništvo, 7. Upravljanje vremenom, 8. Voditeljstvo, 9. Upravljanje projektima.

Trainifiqueov moto definiran je idejom: "Nastavljamo s razvojem, zašto, jer naša generacija gradi!". Stoga je njegova filozofija ulagati u mlade ljude kako bi profesionalno napredovali, također oko 50% Trainifique treninga provodi se pro bono za mlade ljude/tinejdžere.

- 2. Sindikat hrvatskih učitelja** - Sindikat hrvatskih učitelja (HTU) najveća je sindikalna organizacija sindikata zaposlenih u obrazovanju u Hrvatskoj s oko 25 500 članova i 81,67% stopom sindikalne organiziranosti.



## *Sindikat hrvatskih učitelja*

Ima 13 zaposlenika koji rade u središnjem uredu i 3 osobe na regionalnoj razini. CTU je najveća obrazovna sindikalna organizacija u Hrvatskoj. Sindikat aktivno radi na promicanju ukupnih strukovnih i sindikalnih interesa svojih članova na svim razinama – nacionalnoj, regionalnoj i institucionalnoj. CTU je politički neovisan i u dijalogu s poslodavcima duboko je predan radu na utjecaju na obrazovnu politiku Vlade, Parlamenta. Sindikat hrvatskih učitelja član je Udruge hrvatskih sindikata, također član Education International (EI) i Europskog sindikalnog odbora za obrazovanje (ETUCE). CTU ima snažnu suradnju s Ministarstvom obrazovanja i znanosti, nastojeći osigurati da razvoj hrvatskog sustava cjeloživotnog učenja odgovara potrebama gospodarstva te nacionalnim i međunarodnim inicijativama.

Ispod ovog snažnog utjecaja na razini politike, CTU također regulira okvirne uvjete za nastavnike – radno vrijeme, obuku, naknade, zaštitu od otkaza, zdravstvenu zaštitu itd. – putem kolektivnog pregovaranja.

3. **Solaris FZU** osnovan je 1993. godine kao neprofitni dio Solaris grupe. Organizacija promiče i nudi širok raspon aktivnosti, počevši od aktivnosti učenja, socijalnog rada, aktivnosti za dobrobit mladih do obrazovnih aktivnosti poput: strukovne i studijske orijentacije, izvanškolskog obrazovanja, radionica i treninga za studente i trenere, kao i besplatnih aktivnosti.



Solaris ima profesionalno orijentirane mjere u području strukovnog obrazovanja i osposobljavanja te vodi aktivnosti vezane uz okoliš. Osim toga, solaris FZU posvećen je brojnim projektima za integraciju socijalno isključenih i socijalno ugroženih osoba (npr. s fizičkim i mentalnim zdravstvenim problemima, osoba sa socijalnim problemima, emigranata, dugotrajno nezaposlenih, niskoobrazovanih i niskokvalificiranih mladih ljudi).

Tvrtka se također bavi aktivnostima koje se tiču europskog dijaloga i građanstva, međugeneracijskog rada, kulturnih projekata i projekata koji koriste metode cjeloživotnog učenja. Tvrtka je odgovorna za razvoj, organizaciju i provedbu raznih edukativnih natjecanja za djecu i mlade. Kao što je natjecanje za solarne mobitele (solaris CUP), regionalno natjecanje za mlade istraživače u znanstvenim predmetima ili natjecanje u papirnatom mostu. Od 2015. Solaris je akreditiran i aktivan u European Solidarity Corp. Solaris je važan lokalni i regionalni partner u dijalogu u vezi s temama kao što su uključivanje, integracija iseljenika, europsko građanstvo, poduzetništvo i europski angažman.

4. **INFOR ELEA** je konzorcij od 250 tvrtki i spajanje je dviju velikih tvrtki za obuku: INFOR-a osnovanog 1994. godine i ELEA-e osnovane 1979. godine od strane OLIVETTI grupe.



Sastoji se od skupine javnih i privatnih institucionalnih i gospodarskih partnera, uključujući Scuola di Management e Economia (Škola za menadžment i ekonomiju) – Sveučilište u Torinu. Sjedište INFOR ELEA nalazi se u San Secondo di Pinerolo, u blizini Torina, s nekoliko ureda u regiji Pijemont i Italiji: Torino, Rim, Firenca, Asti, Alessandria, Cuneo i Pinerolo.

INFOR ELEA je službeno priznata kao centar za obuku od strane lokalnih vlasti Regione Piemonte i smatra se talijanskim liderom za ono što se tiče aktivnosti obuke kao potpore za upravljanje tehnološkim, organizacijskim, kulturnim i bihevioralnim promjenama u tvrtkama. Zahvaljujući svojoj povezanosti s akademskim svijetom, u mogućnosti je s jedne strane povezati rastuće trendove u teorijama upravljanja, a s druge strane zahtjeve i iskustvo poduzetnika. INFOR ELEA od 1994. godine zadovoljava potrebe za obukom poduzetnika, zaposlenika i studenata podržavajući ih da ostanu konkurentni u poslovanju i na tržištu rada te pruža veliki broj i vrste aktivnosti.

Pitanja obuke pokrivaju širok spektar aktivnosti: administraciju, financije, reviziju, upravljanje ljudskim resursima, komunikaciju i vodstvo, marketing, prodaju, osobne i individualne vještine, ICT, internet. INFOR ELEA dizajnira, realizira i evaluira menadžersko osposobljavanje, osposobljavanje za cjeloživotno učenje, akademske master studije, e-učenje, osposobljavanje za naukovanje, projekte transnacionalne mobilnosti za nezaposlene osobe, studijske posjete za transnacionalne poduzetnike/zaposlenike/nezaposlene osobe. Nadalje, provodi i provodi aktivnosti i projekte financirane iz Europskog socijalnog fonda, Interrega II, Lifelog Learning Programa, međuprofesionalnih fondova, javnih financijskih sredstava nacionalnih i lokalnih vlasti.

Zajedno s akademskim partnerima, INFOR ELEA je također uključena u razvoj znanstvenih istraživanja, razmjenu vještina i aktivnosti međunarodne obuke zahvaljujući svom prethodnom iskustvu u cjelokupnom upravljanju (od izrade

prijedloga do izvješćivanja o financijskom izvješću) transnacionalnih projekata. Od 2002. INFOR ELEA je dobila certifikate UNI EN ISO 9001 2008 za planiranje projekata i aktivnosti obuke. Neke brojke: prosječni tečajevi godišnje=200 i prosječni polaznici godišnje=2500.