



Univerzitet u Tuzli

Ekonomski fakultet

PODUZETNIŠTVO

Školska 2019/2020 godina

Dr.sc.Bahrija Umihanić, red.prof.



- e-mail: bahrija.umihanic@untz.ba i bahrijau@bih.net.ba
- Kabinet: Ekonomski fakultet – kabinet broj 309
- **KONSULTACIJE**
- Ponedjeljak : 10:00 -11:00;
- Srijeda: 10:00 -11:00;
- U drugim terminima po zahtjevu studenta
- (korespodencija za najavu putem mejla bahrija.umihanic@untz.ba)

Sadržaj nastavnog programa

- Uvodno predavanje
- Poduzetništvo u 21.stoljeću

Odluka da se postane poduzetnik

4

- Uvod u poduzetništvo

Odluka da se postane poduzetnik

4

- Prepoznavanje prilika i generiranje ideja

Razvijanje uspješne poslovne ideje

4

- Analiza izvodljivosti

Razvijanje uspješne poslovne ideje

4

- Analiza privredne grane i konkurencije

Razvijanje uspješne poslovne ideje

4

- Razvoj efikasnog poslovnog modela

Razvijanje uspješne poslovne ideje

4

- Pisanje poslovnog plana

Razvijanje uspješne poslovne ideje

4

- Priprema pravilne pravne i etičke osnove

Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi

4

- Procjena financijske snage i održivosti novog poduhvata

Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi

4

- Stvaranje tima novog poduhvata

Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi

4

- Financiranje novog poduhvata

Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi

4

- Temeljni oblici započinjanja biznisa

Poduzetništvo u BiH

4

- Tradicionalno, korporativno i socijalno poduzetništvo

Poduzetništvo u BiH

4

- Infrastruktura za razvoj poduzetništva

Poduzetništvo u BiH

4

- Omladinsko poduzetništvo,
- Žensko poduzetništvo;

Poduzetništvo u BiH

4

OBLICI PODUZETNIŠTVA

- Tradicionalno poduzetništvo - Poduzetništvo u sektoru MSP
- Korporativno poduzetništvo
- Socijalno poduzetništvo

Važna napomena:

Pogledati prezentacije gostujućih predavača

Ciljevi učenja

- Razumjeti karakteristike i značaj tradicionalnog poduzetništva - poduzetništva u sektoru MSP-a .
- Moći objasniti doprinos malih biznisa ekonomiji zemalja u razvoju i tranzicijskih zemalja.
- Znati objasniti specifičnosti korporativnog poduzetništva u odnosu na tradicionalno poduzetništvo.
- Naučiti karakteristike koroprativnih poduzetnika-intrapoduzetnika i moći ih komparirati sa poduzetnikom iz sektora MSP-a i tradicionalnim menadžerom.
- Znati definisati socijalno poduzetništvo i objasniti njegove specifičnosti u odnosu na poduzetništvo u poslovnom sektoru.
- Moći objasniti karakteristike socijalnog poduzetnika.

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetištvo u sektoru MSP-a

Nekoliko pitanja o sektoru MSP-a

- Koji su kriteriji podjele preduzeća u EU a koji u BiH?
- Koje su to karakteristike po kojima se MSP-a razlikuju od veliki preduzeća?
- Koje su prednosti a koji nedostatci MSP-a?
- Kakav je značja MSP u zemljama EU a kakav u BiH iskazan pokazateljima učešća MSP-a u ukupnom broju preduzeća, brojem zaposlenih i veličinom bruto dodate vrijednosti?
- U čemu se ogleda doprinos malih biznisa privredama razvijenih zemalja i privredama zemalja u tranziciji?

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetištvo u sektoru MSP-a

Kriteriji za podjelu preduzeća u EU i u BiH

Tabela 1-2. Kriteriji za podjelu preduzeća u EU

Kategorija preduzeća	Broj zaposlenika	Godišnji obrt	Ukupan bilans uspjeha
Srednja preduzeća	< 250	≤ € 50 mil. (u 1996. € 40 mil.)	≤ € 43 mil. (u 1996. € 27 mil.)
Mala preduzeća	< 50	≤ € 10 mil. (u 1996. 7 mil.)	≤ € 10 miliona (u 1996. 27 mil.)
Mikro preduzeća	< 10	≤ € 2 miliona (ranije nedefinisano)	≤ € 2 mil. (ranije nedefinisano)

Izvor: http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/sme_user_guide.pdf

Tabela 1-4. Kriteriji za podjelu preduzeća u BiH

Kriterij	Mala preduzeća		Srednja preduzeća	
	FBiH	RS	FBiH	RS
Maksimalan bilans stanja u milionima KM	4	2	30	10
Maksimalan promet u milionima KM	4	4	40	20
Broj zaposlenih	< 50	< 50	< 250	< 250

Izvor: Zakon o podsticanju razvoja MSP («Sl. gl. RS», br. 64/02) i Zakon o poticanju razvoja male privrede («Sl. list Federacije/BiH», br. 19/06)

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetištvo u sektoru MSP-a

Komparacija karakteristika MSP-a sa velikim preduzećima

Mala i srednja preduzeća

Tržišna prilagodljivost promjenama

Direktan kontakt s kupcima

Direktan kontakt sa zaposlenicima

Fokusiranje na tržišne niše

Kratak kanal upravljanja

Teško pribavljanje kapitala

Male investicije u opremu i tehnologiju

Velika preduzeća

Profesionalna organizaciona struktura

Veoma često profesionalni menadžeri

Delegiranje autoriteta i odgovornosti

Brže reaguju od MSP

Ostvaruju ekonomiju obima

Brže dolaze do kapitala

Velike investicije u opremu i tehnologiju

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetištvo u sektoru MSP-a

Prednosti i nedostaci MSP-a

(Milenko Dostić: Menadžment malih i srednjih preduzeća, EF Sarajevo)

Prednosti malih i srednjih preduzeća

Veoma brzo spoznaju i zadovoljavaju potrebe potrošača.

Izrazita fleksibilnost prema promjenama na tržištu.

Efikasnije iskorištavanje svih resursa preduzeća.

Brže donošenje poslovnih odluka.

Fleksibilnost upravljanja zalihama.

Niski troškovi poslovanja.

Brzo generišu nova radna mjesta

Nedostaci malih i srednjih preduzeća

Visok nivo ranjivosti na promjene državnih regulativa.

Niske barijere ulaska u biznis.

Nizak rejting kod obezbjeđenja izvora finansiranja.

Ograničenost u pogledu ljudskih resursa.

Mala ekonomija obima i ekonomija širine.

Zbog finansijskih i ljudskih resursa, ograničenost investiranja u razvoj.

Zbog finansijskih resursa, ograničen nastup na globalnom tržištu.

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetištvo u sektoru MSP-a

Broj poduzeća, zaposlenost i bruto dodatne vrijednost u EU-27

	Mikro	Mala	Srednja	MSP	Velika	Ukupno
Broj poduzeća						
Broj	19.143.521	1.357.533	226.573	20.727.627	43.654	20.771.281
%	92,2	6,5	1,1	99,8 %	0,2%	100%
Zaposlenost						
Broj	38.395.819	26.771.287	22.310.205	87.477.311	42.318.854	129.796.165
%	29,6	20,6	17,2	67,4%	32,6%	100%
Bruto dodatna vrijednost						
Broj	1.307.360,70	1.143.935,70	1.136.243,50	3.587.540,0	2.591.731,5	6.179.271,4
%	21,2	18,5	18,4	58,1%	41,9%	100%

Izvor: Eurostat/Ured Nacionalne Statistike država članica/Cambridge Econometrics/Ecorys

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetništvo u sektoru MSP-a

Zastupljenost MSP-a u zemljama Zapadnog Balkana

Zemlja		Mikro	Mali	Srednji	Ukupno: MSP	Veliki
Turska	Broj	2.392.928		13.290	2.406.218	2,796
	Udio	99,30%		0,6%	99,9%	0,1%
Srbija	Broj	274.021	6.065	2.173	282.259	484
	Udio	95,9%	2,1%	0,8%	98,8%	0,2%
Crna Gora	Broj	20.820	2.083	428	23.332	95
	Udio	88,9%	8,9%	1,8%	99,6%	0,4%
Makedonija	Broj	65.641	3.706	1.159	70.506	204
	Udio	92,8%	5,2%	1,6%	99,7%	0,3%
Hrvatska	Broj	130.066	1.132	2.048	143.434	484
	Udio	90,4%	7,9%	1,4%	99,7%	0,3%
Albanija	Broj	66.166	2.386	432	68.984	54
	Udio	95,8%	3,5%	0,6%	99,9%	0,1%
Bosna i Hercegovina	Broj	20.169	15.200	2.230	37.599	278
	Udio	53,64%	40,4%	5,9%	99,94%	0,06%

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetištvo u sektoru MSP-a
 Broj biznisa i broj zaposlenih u tim biznisima
 (MSP-a + obrtnika/samostalnih poduzetnika) u BiH

Entiteti BiH i Distrikt Brčko	Podaci o broju MSP-a				%	Podaci o broju obrnika (samostalnih poduzetnika)	%	Broj zaposlenih	%
	Mikro-	Mala	Srednja	Ukupno					
Federacija BiH	13.131	5.635	1.403	20.169	53,64	51.748	66,98	232.846	61,12
Republika Srpska	13.171	1.632	397	15.200	40,42	22.817	29,53	131.721	34,57
Distrikt Brčko	1.808	410	12	2.230	5,93	2.687	3,48	16.387	4,30
Ukupno:	28.110	7.677	1.812	37.599	100,00	77.252	100,00	380.954	100,00
Sveukupno MSP-a i obrta:	114.851,00								

Korporativno poduzetništvo-Poduzetištvo u velikim preduzećima

Doprinos malih biznisa privredama razvijenih zemalja

(Dedić, Umihanić: Menadžment i preduzetništvo)

U ekonomskoj literaturi razvijenih zemalja izdvajaju se četiri ključna doprinosa malih preduzeća tržišnoj privredi:

1. doprinos procesu tehnoloških promjena;
2. doprinos regeneraciji zdrave konkurencije između preduzeća različitih veličina unutar grane, nacionalne privrede i na međunarodnom planu;
3. otvaranje novih radnih mjesta;
4. bogatstvo ponude, pogotovu na domaćem tržištu.

- Razvoj malih preduzeća u zemljama u tranziciji doprinosi:
 1. oživljavanju tržišta,
 2. razvoju slobodnog poduzetništva,
 3. poboljšanju privredne strukture,
 4. izmjeni vlasničke strukture
 5. dinamiziranju lokalnog razvoja.

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetništvo u sektoru MSP-a

Relevantni dokumenti koji naglašavaju važnost MSP-a

1. Lisabonska strategija (2000.)
2. Europska Povelja o malim preduzećima (2000)
3. Zelena knjiga o poduzetništvu (2003)
4. Akcioni plan za poduzetništvo - EAP (2004.)
5. Small Business Act for Europe – SBA (2008.)

-
1. Informacija o stanju u malim i srednjim preduzećima na području Tuzlanskog kantona u 2014. godini sa prijedlogom smjernica rada za naredni period
 2. SME Policy Index 2009 Progres in the Implementation of the European Charter for Small Enterprises in the Western Balkans
 3. Primjena EU Povelje za mala i srednja poduzeća na nivou kantona doprinosi razvoju politika malih i srednjih poduzća na nivou Bosne i Hercegovine i regije Zapadnog Balkana
 4. Umihanić, B., Planiranje razvoja male privrede u Federaciji Bosne i Hercegovine, Off-Set Tuzla, 2014 (Knjiga)

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetištvo u sektoru MSP-a

Small Business Act for Europe – SBA (2008.)

Zakon o malim preduzećima

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm



Sitemap | About this site | Legal notice | Cookies | Contact | Search | English (en)

European Commission

ENTERPRISE AND INDUSTRY

ARCHIVED ON
02/02/2015

European Commission > Enterprise and Industry > All topics > ... > "Small Business Act" for Europe

This website is no longer being updated.
Please visit the new [Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs website](#).

Enterprise and Industry

Small and medium-sized enterprises (SMEs)

Small Business Act for Europe

- Benefits
- Implementation
- SME Test
- Think Small First principle
- Network of SME Envoys
- 2014 SME Assembly

Search

Small Business Act for Europe

Adopted in June 2008, the **Small Business Act for Europe** [18 KB] (SBA) reflects the Commission's political will to recognise the central role of SMEs in the EU economy and for the first time puts into place a comprehensive SME policy framework for the EU and its Member States.

It aims to improve the overall approach to entrepreneurship, permanently anchor the 'Think Small First' principle in policy making from regulation to public service, and



1970

1980

1990



2000

2003

2005

2008

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetištvo u sektoru MSP-a

A „SMALL BUSINESS ACT FOR EUROPE“ „THINK SMALL FIRST“

ZAKON O MALIM PREDUZEĆIMA „PRVO MISLI NA MALE“

10 PRINCIPA

1. Stvoriti okruženje u kojem poduzetnici i obiteljska preduzeća mogu napredovati i u kojem se poduzetnička inicijativa cijeni i nagrađuje
2. Omogućiti poduzetnicima koji su suočeni sa stečajem da brzo dobiju drugu priliku
3. Dizajnirati pravila prema načelu "Prvo misli na male"
4. Prilagoditi javnu administraciju potrebama malih i srednjih preduzećima
5. Prilagoditi instrumente javnih politika potrebama MSP-a
6. Omogućiti malim i srednjim preduzećima pristup izvorima finansiranja i razviti pravno i poslovno okruženje koje osigurava pravovremeno plaćanje u poslovnim transakcijama
7. Pomoći malim i srednjim poduzetnicima da koriste više od mogućnosti koje nudi jedinstveno tržište (odnosi se na EU)
8. Promicati nadogradnju vještina u malim i srednjim preduzećima i svih oblika inovacija
9. Omogućiti malim i srednjim preduzećima da ekološke izazove pretvore u poslovne prilike
10. Ohrabrivati i podržavati mala i srednja preduzeća da koriste mogućnosti rasta tržišta

Tradicionalno poduzetništvo-Poduzetištvo u sektoru MSP-a

Stanje i preporuke za razvoj MSP-a u F BiH i TK

(Bahrija Umihanić, Adil Kurtić)



Korporativno poduzetništvo - Poduzetištvo u velikim preduzećima

Korporativno poduzetništvo-Intrapoduzetništvo-Unutarnje poduzetništvo

- Korporativni poduzetništvo o nije posebna vrsta poduzetništva već sadrži iste osnovne elemente kao i tradiciono poduzetništvo, a razlika je u kontekstu.
- Ovisno o pojedinom autoru u opisu koncepta poduzetništva u preduzeću koriste se različiti nazivi, kao što su:
 - *poduzetnička orijentacija*,
 - *korporativno poduzetništvo*,
 - *intrapoduzetništvo*,
 - *poduzetničko ponašanje*.

Korporativno poduzetništvo-Poduzetništvo u velikim preduzećima

Korporativno poduzetništvo-Intrapoduzetništvo-Unutarnje poduzetništvo

- Pojam poduzetništva u klasičnom smislu vežemo za osnivanje novog preduzeća. **Koncept korporativnog poduzetništva se razlikuje od klasičnog po tome što se poduzetnički proces odvija unutar postojećeg preduzeća.**
- Posmatrano sa jedne strane preduzeće sa svojom organizacijskom strukturom predstavlja okvir i stvara klimu koja potiče inovativnost i razvoj poduzetničkih inicijativa, dok sa druge strane **postojeće preduzeće raspolaže sa odgovarajućim sredstvima koje lahko može namijeniti za razvoj i izvođenje poduzetničkih ideja.**

Korporativno poduzetništvo-Poduzetništvo u velikim preduzećima

Korporativno poduzetništvo-Intrapoduzetništvo-Unutarnje poduzetništvo

- Izraz intrapoduzetništvo se vezuje za ime *Gifford Pinchot*, koji je ovim imenom počeo opisivati menadžere velikih korporacija koji su početkom osamdesetih godina počeli shvatati da poduzetničke ideje pozitivno utječu na profitabilnost preduzeća
- Intrapoduzetništvo *označava razvoj poduzetničkog duha i kulture u preduzećima*, te pomoć inovativnim poduzetnicima pri razvoju njihovih poslovnih ideja, pri čemu im je na raspolaganju infrastruktura preduzeća što čini izvjesnu prednost u poređenju sa samostalnim poduzetnicima.

Korporativno poduzetništvo-Poduzetništvo u velikim preduzećima

Korporativno poduzetništvo-Intrapoduzetništvo-Unutarnje poduzetništvo

- Korporativno poduzetništvo podrazumijeva unutrašnji razvoj relativno manjih i samostalnih organizacijskih jedinica koje imaju za cilj stvaranje, unutrašnje preispitivanje, te u slučaju potvrde uspješnosti uvođenje novih usluga, tehnologija ili metoda. (*Nielsen, Peters i Hisrich*)
- Korporativno poduzetništvo podrazumijeva širenje kompetentnosti preduzeća koje time povećava potencijalne mogućnosti, uslovljene novim kombinacijama već postojećih izvora u preduzeću. (*Covin i Slevin*)
- Korporativno poduzetništvo podrazumijeva zbir inovativnosti, preнове i poduzetničkih napora (*Zahra, S. A.*)

Korporativno poduzetništvo-Poduzetištvo u velikim preduzećima

Korporativno poduzetništvo-Intrapoduzetništvo-Unutarnje poduzetništvo

- Ukoliko sumiramo navedene definicije, odnosno poimanja korporativnog poduzetništva možemo zaključiti da *korporativno poduzetništvo predstavlja poduzetništvo velikih i postojećih preduzeća i obuhvata:*
 1. stvaranje novog posla, odnosno aktivnosti pod okriljem postojećeg preduzeća,
 2. transformaciju preduzeća promjenom ključnih poslovnih područja,
 3. stvaranje i inoviranje.

Korporativno poduzetništvo-Poduzetništvo u velikim preduzećima

Tri kategorije razloga zbog kojih su velika preduzeća s primorana uvoditi intrapoduzetništvo

1. **Globalizacija**, te njom uslovljena svjetska konkurencija, raspon tržišta, te pritisak za očuvanjem konkurentnosti, razvoj kvaliteta, snižavanje troškova, te fleksibilno prilagođavanje zahtjevima sve zahtjevnijih potrošača;
2. **Zbog tehnološkog pritiska**, kao posljedica znanstveno-tehničke i informatičke revolucije u zadnjih dva desetljeća prošlog vijeka, koji zahtijevaju nove tehnologije, nove proizvode i usluge, te sa njima povezane poslovne procese i organizacijske pristupe;
3. **Zbog promjene očekivanja zaposlenih**, kao posljedice povećanog znanja i stvaralaštva

Korporativno poduzetništvo-Poduzetništvo u velikim preduzećima

Dva ključna elementa korporativnog poduzetništva

- **Inovativnost:** unutarnje poduzetništvo je inovacijski duh i stvaralaštvo, razvijeno unutar zidova postojeće korporacije. (*International Management, 1987.*)
- **Autonomnost djelovanja:** unutar velikih korporacija razvija se malo, izdvojeno (autonomno) poslovanje; korporacija to razvija kako bi nadareni pojedinci mogli slijediti svoje snove. (*R. Rowan, The Intuitive Manager, 1986.*)

Korporativno poduzetništvo-Poduzetništvo u velikim preduzećima

Orientacija korporativnog poduzetništva

- Umjesto neposrednog upravljanja svim poslovnim funkcijama orijentira se na:
 - trajno poticanje poslova na stvaranju novih ideja,
 - neprestano razmatranje novih ideja i raspoređivanje raspoloživih izvora na ideje,
 - podršku razvoju novih ideja s alokacijom izvora, vremena i novca,
 - poticanje fleksibilnosti,
 - odgovarajuće nagrađivanje poduzetnika i aktivno vođenje, dakle podrška inovacijama i unutarnjem poduzetništvu.

Korporativno poduzetništvo-Poduzetištvo u velikim preduzećima

Korporativni poduzetnici - Intrapoduzetnici

- **Intrapoduzetnici** su pojedinci koji stvaraju poduzetničke ideje i pri tome razmišljaju kako te ideje preobraziti u poduzetničke mogućnosti. (*Gifford Pinchot*)
- **Intrapoduzetnici** su **najkvalitetniji ljudi svake kompanije** koji uspijevaju pretvoriti svoje ideje u dodanu vrijednost za poduzeće.
- **Intrapoduzetnik** je **osoba koja je većim dijelom vizionar**, te je iznutra motiviran samim izazovom snažnim osjećajem što je potrebno poduzeću, a kroz hijerarhiju poduzeća.
- **Intrapoduzetnik** **preuzima veliki osobni rizik u smislu propuštenog vremena i plaće** u nastojanjima da prebrodi prepreke postavljene u samoj organizaciji

Korporativno poduzetništvo-Poduzetništvo u velikim preduzećima

Sedam karakteristike korporativnog poduzetnika - intrapoduzetnika

Karakteristika	Opis karakteristike
Stručno i poslovno znanje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ potrebna znanja sa područja marketinga, tehnološkog procesa, pripreme i predstavljanja poslovnog plana ▪ sposobnosti vođenja, osjećaj izbora pravih ljudi
Vizionarstvo i sposobnost ubjeđivanja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mora biti vizionar (osoba koja sanja velike snove i zna druge ubijediti u vrijednost tih snova)
Razumijevanje prednosti i slabosti intrapoduzetništva	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zna iskoristiti prednosti koje omogućava matično preduzeće, te se stalno boriti sa skrivenim slabostima ▪ mora poznavati potrebe i probleme preduzeća unutar kojeg djeluje ▪ mora biti svjestan da je dio sistema
Sposobnost timskog rada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poticanje timskog rada upotrebom multidisciplinarnog pristupa (proizvodnja, marketing, finansije)
Spretnost pregovaranja i rješavanja konfliktnih situacija	<ul style="list-style-type: none"> ▪ potiče otvorene rasprave, sposoban je pregovarač; za rješavanje konflikata mora biti dobar diplomat
Gradnja koalicije istomišljenika	<ul style="list-style-type: none"> ▪ otvorenost vodi ka stvaranju moćne koalicije koja podupire i podstiče ▪ mora znati identificirati potencijalne saveznike i protivnike, analizirati njihove potrebe, te pronaći načine da ih potakne na djelovanje ili neutralizira njihov mogući negativni uticaj ▪ razviti networking preko koje će lahko i brzo doći do informacija potrebnih za ostvarenje postavljenih ciljeva
Ustrajnost	<ul style="list-style-type: none"> ▪ pri novim poslovima pojavljuju se mnogobrojne frustracije koje se prevazilaze ustrajnošću ▪ pri dvoumljenju veoma je bitna potpora skupine i vodstva

Korporativno poduzetništvo-Poduzetištvo u velikim preduzećima

Poređenje karakteristika tradicionalnog menadžera, samostalnog poduzetnika i intrapoduzetnika

Karakteristike	Tradicionalni menadžer	Poduzetnik	Intrapoduzetnik
Primarni motivi	želi promociju i ostale tradicionalne nagrade koje daje preduzeće; motivira ga moć	želi slobodu; orijentisan na cilj, samopouzdan i samomotiviran	želi slobodu i pristup resursima preduzeća; orijentisan na cilj i samomotiviran, ali reagira i na nagrade i priznanja koje daje preduzeće
Orijentacija na vrijeme	djeluje na budžet kroz tjedno, mjesечно, kvartalno i godišnje planiranje	koristi ciljeve petogodišnjeg do desetogodišnjeg rasta	ciljevi se odnose na vrijeme od 3 do 15 godina ovisno o poduvatu
Odnos prema aktivnostima	delegira aktivnosti; nadzor i izvještavanje uzimaju najviše energije	"zaprljat će ruke"; može uznemiriti zaposlenike radeći iznenada njihov posao	"zaprljat će ruke"; zna kako delegirati, ali kada je potrebno posao će napraviti sam
Vještine	profesionalni menadžment; često formalno obrazovan; koristi analitičke alate, upravljanje ljudskim potencijalima i političke vještine	dobro poznaje posao; posjeduje u većoj mjeri poslovnu oštroumnost nego menadžerske i političke vještine	ima karakteristike poduzetnika, ali situacija zahtijeva veću sposobnost razvitka unutar organizacije
Stav prema hrabrosti i sudbini	ostale promatra kao upravljače njegovom sudbinom	samopouzdan, optimističan i hrabar	samopouzdan i hrabar; mnogi su cinični u pogledu sistema, ali optimistični u pogledu sposobnosti da nadmudre sistem
Fokus djelovanja	primarno na događaje unutar preduzeća	primarno na tehnologiju i tržišne potrebe	jednako na unutarnju i vanjsku okolinu (potrebe poduhvata i tržišne potrebe te potrebe kupaca)
Odnos prema riziku	oprezan	preferira umjeren rizik; značajno investira, ali očekuje uspjeh	preferira umjeren rizik; u pravilu se ne boji otkaza stoga je osobni rizik mali
Korištenje istraživanja tržišta	studije tržišta utvrđuju potrebe kupaca i definišu oblikovanje proizvoda	stvara potrebe; kreira proizvode koji se često ne mogu testirati istraživanjima tržišta	samostalno istražuje tržište i intuitivno evaluira; slično kao poduzetnik

Socijalno poduzetništvo

Razgraničenje termina socijalno i društveno

- Pojam socijalnog izaziva različite konotacije u našem jeziku te se društveno i socijalno mogu tretirati kao sinonimi, ali ipak se radi o specifičnim značenjima ova dva pojma.
- Naime, potreba za njihovim diferenciranjem proizilazi iz činjenice da je društveni uvijek širi okvir od socijalnog u smislu činjenice da se društvo javlja kao relativno autonomna cjelina u odnosu na svoja okruženja (prirodu, druga društva i slično), dok se socijalno tretira kao specifični vid te društvenosti na jednoj, a u "tehničkom" značenju na drugoj strani da tu specifičnost učini posebnim predmetom teorijskog posmatranja.

Socijalno poduzetništvo

Bill Drayton – prvi definirao pojam socijalnog poduzetništva

- Socijalno poduzetništvo (*eng. Entrepreneurship*) kao koncept koji **integrira stvaranje ekonomske i socijalne vrijednosti**, prisutan je u teoriji i u praksi već jedno stoljeće, i to na globalnoj razini.
- Sam pojam prije nekoliko desetljeća definirao je [Bill Drayton](#), koji je ujedno zaslužan i za osnivanje prve organizacije s ciljem promoviranja koncepta pod imenom *Ashoka: Inovatori za javnost* (*eng. Innovators for the Public*).
- Drayton na socijalno poduzetništvo gleda kao na poduzetništvo s etičkim integritetom u cilju maksimiziranja društvene vrijednosti, a ne privatne vrijednosti ili profita.

Socijalno poduzetništvo

Socijalno poduzetništvo mijenja društvene obrasce

- „Kad god društvo „zaglavi“ ili ima priliku da iskoristi nove mogućnosti, ono treba preduzetnika/preduzetnicu da uvidi priliku, da svoju viziju pretvori u realnu ideju, potom u stvarnost i u konačnom u novi obrazac širom društva... Mi trebamo takvo preduzetničko vođstvo ... To je posao socijalnih preduzetnika.“

Bill Drayton,
osnivač prve globalne organizacije za
socijalnopreduzetništvo „Ashoka”

Socijalno poduzetništvo

Odabrane definicije socijalnog poduzetništva

- **Socijalno poduzetništvo** je umjetnost simultanih težnji ka finansijskom i socijalnom povratu investicija (*Definicija Instituta za socijalno poduzetništvo*).
- **Socijalno poduzetništvo** predstavlja stvaranje socioekonomskih struktura, veza, institucija, organizacija i mjera koje rezultiraju održivim društvenim koristima (*Fowler, 2000.*).
- **Socijalno poduzetništvo** predstavlja korištenje poduzetničkog ponašanja više za društvene, a ne toliko profitne ciljeve, drugim riječima, generirani profiti koriste se za dobrobit određenih "potlačanih" društvenih skupina (*Hibbert, Hogg, 2002.*)

Socijalno poduzetništvo

Odabrane definicije socijalnog poduzetništva

- **Socijalno poduzetništvo** je umjetnost simultanih težnji ka finansijskom i socijalnom povratu investicija (*Definicija Instituta za socijalno poduzetništvo*).
- **Socijalno poduzetništvo** predstavlja stvaranje socioekonomskih struktura, veza, institucija, organizacija i mjera koje rezultiraju održivim društvenim koristima (*Fowler, 2000.*).
- **Socijalno poduzetništvo** predstavlja korištenje poduzetničkog ponašanja više za društvene, a ne toliko profitne ciljeve, drugim riječima, generirani profiti koriste se za dobrobit određenih "potlačanih" društvenih skupina (*Hibbert, Hogg, 2002.*)

Socijalno poduzetništvo

Pogledi na socijalno preduzetništvo i shvatanje pojma

1. **Neprofitne inicijative** u pronalaženju alternativnih strategija finansiranja (*Austin, Stevenson & Wei-Skiller, 2003; Boshee, 1998*)
2. **Socijalno preduzetništvo kao društveno odgovorna praksa komercijalnih preduzeća**, u međusektorskim partnerstvima (*Sagawa & Segal, 2000; Waddock, 1988*)
3. **Socijalno preduzetništvo kao katalizator društvene transformacije** (*Alvord, 2004; Ashoka Innovators, 2000*)

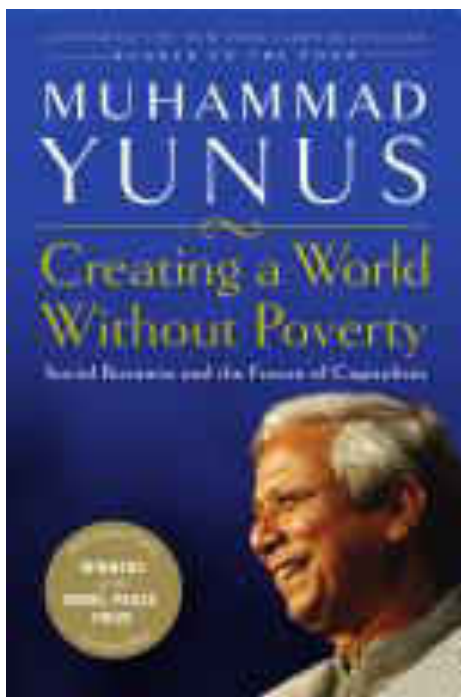
Socijalno poduzetništvo

Na temelju navedenih definicija možemo zaključiti da:

- **Socijalno poduzetništvo predstavlja primjenu poduzetničkih načela**, kao što su: inovativnost, razumno preuzimanje rizika, samouvjerenost, uporan rad, jasno postavljanje ciljeva i odgovornost u društvenom sektoru s ciljem unaprjeđenja kvalitete življenja te da **ono istodobno teži ostvarivanju i financijske i društvene vrijednosti i kao takvo predstavlja umjetnost simultanog ostvarivanja financijskih i društvenih povrata na investicije.**
- **Socijalno poduzetništvo je način razmišljanja, odnosno proces stvaranja i razvijanja ekonomskih aktivnosti** kombiniranjem rizika, kreativnosti i/ili inovativnosti uz pouzdanu upravljačku strukturu unutar nove ili postojeće organizacije **čiji je prioritetni cilj stvoriti nove društvene vrijednosti, a ako u tom procesu dođe do stvaranja profita onda se on koristi za ostvarenje misije organizacije.**

Socijalno poduzetništvo

Muhammad Yunus – dobitnik Nobelove nagrade za mir za doprinos socijalnom poduzetništvu



- **Muhammad Yunus**, dobitnik Nobelove nagrade za mir 2006. godine, na osnovu *razvijenog koncepta inovativnog bankarskog programa - mikrokredita za siromašne – Grameen banka*
- **Socijalno preduzetništvo** definiše kao bilo koje nastojanje da se pomogne drugim ljudima. Ta inicijativa može biti ekonomskog i neekonomskog, profitnog i neprofitnog karaktera

- **Socijalno preduzetništvo** se bavi **prepoznavanjem i rješavanjem socijalnih problema** kao što su **socijalna isključenost, siromaštvo, nezaposlenost i dr.** primjenjujući **inovativne metode i strategije.**

Socijalno poduzetništvo

Socijalno preduzeće – objekt prakticiranja socijalnog poduzetništva

- **Socijalna preduzeća** su preduzeća koja se osnivaju da bi se ostvario neki društveni cilj.
- Socijalno preduzeće je organizacija primarno orijentisana na postizanje socijalnih ciljeva, koja svoju dobit (višak prihoda nad rashodima) reinvestira u dalji razvoj aktivnosti definisanih statutom ili u zajednicu
- Najprihvaćenija definicija socijalnog preduzeća je definicija Evropske istraživačke mreže:
- ***Socijalno preduzeće je neprofitna privatna organizacija koja se bavi proizvodnjom roba i pružanjem usluga, što je direktno povezano sa jasnim ciljem organizacije da zajednica ima koristi od njenih aktivnosti.***

Socijalno poduzetništvo

Karakteristike socijalnih preduzeća – ekonomski i socijalni kriterijumi

1. Ekonomski kriterijumi

- Kontinuirana aktivnost na proizvodnji robe i/ili pružanju usluga
- Visok nivo autonomije
- Preuzimanje ekonomskog rizika za svoje inicijative
- Kombinacija volonterskog i plaćenog rada

2. Socijalni kriterijumi

- Inicijativa pokrenuta od grupe građana
- Preduzimanje poslovnih aktivnosti sa jasnim ciljem ostvarivanja socijalnog učinka i koristi za društvo ili određenu marginalizovanu grupaciju
- Upravljanje preduzećem zasnovano na principu „jedan član – jedan glas“
- Participativna priroda
- Ograničena raspodjela profita

Socijalno poduzetništvo

Socijalna preduzeća u Europskoj Uniji

- Značajni akteri socijalnog i ekonomskog razvoja
- Čine 10% od ukupnog broja preduzeća na nivou Evropske unije
- Većinom mikro, mala i srednja preduzeća
- Prisutna su u skoro svim sektorima: bankarstva, osiguranja, poljoprivrede, raznih komercijalnih usluga, zdravstva i socijalnih usluga itd.
- Zaposleni u socijalnim preduzećima EU čine oko 6% od ukupnog broja zaposlenih u EU

Socijalno poduzetništvo

Socijalna preduzeća – Trendovi u razvoju

- Unapređenje pravnog okvira za poslovanje socijalnih preduzeća, počev od italijanskog zakona o socijalnim kooperativama 1991. godine
- U Evropi prisutne različite pravne forme socijalnih preduzeća (Italija, Belgija, Finska, Velika Britanija, Francuska, Slovenija i dr.)
- Među najzastupljenijim organizacionim oblicima socijalnih preduzeća su udruženja građana, fondacije, zadruge, preduzeća koja osnivaju NVO, društva uzajamne pomoći i dr.
- Radna integracija - ključno područje aktivnosti za evropska socijalna preduzeća

Socijalno poduzetništvo

Socijalni poduzetnici- definicija

- **Socijalni preduzetnici** su osobe koje prepoznaju socijalne probleme, koriste tradicionalne preduzetničke principe za organizovanje, kreiranje i upravljanje poduhvatima koji donose društvene promjene.
- **Socijalni preduzetnici** kombinuju oportunistički, optimizam i snalažljivost poslovnih preduzetnika, sa posvećenošću i težnjom za ostvarivanjem “društvenog profita” , prije nego poslovnog dobitka”

Socijalno poduzetništvo

William Drayton o socijalnim poduzetnicima

- *Postoji mnogo kreativnih, altruističnih, etičnih ljudi s inovativnim idejama. No samo jedan od hiljadu posjeduje i poduzetničku kvalitetu potrebnu za pokretanje velikih društvenih promjena,*
- **Socijalni poduzetnik** ne daje nekome ribu ili kruh, niti uči nekoga kako se riba lovi ili kruh peče, **nego mijenja i unapređuje ribolov i pečenje kruha**, nadilazeći tako sve ranije pristupe poslovanju.
- **Socijalni poduzetnik** se **ne zadovoljava se trenutačnim rješenjem problema** nego pokušava promijeniti svoje okruženje: lokalnu zajednicu, društvo i čitav svijet.

Socijalno poduzetništvo

Dees J.G o socijalnim poduzetnicima kao „agentima promjena”

- **Socijalni poduzetnici** igraju ključnu ulogu "agenata promjene" unutar socijalnog sektora tako što:
 - usvajaju misiju koja će kreirati i održati socijalne vrijednosti (a ne samo privatne),
 - prepoznaju i stranstveno slijede nove mogućnosti kako bi ispunili misiju,
 - uključuju se u kontinuirane procese inovacije, adaptacije i sticanja znanja,
 - djeluju posvećeno svom cilju bez obzira na ograničenost trenutno dostupnih sredstava,
 - iskazuju veliku odgovornost prema investitorima i rezultatima koje kreiraju

Socijalno poduzetništvo

Brinckerhoff P.C. o karakteristikama uspješnih poduzetnika

- **Uspješan socijalni poduzetnik** može identificirati kroz **sljedeće karakteristike**:
 - konstantno traže nove načine da zadovolje investitore i stvore nove vrijednosti postojećim uslugama
 - razumije da je svako alociranje sredstava ustvari investicija "stipendiranja"
 - mjere nivo socijalnog i finansijskog povrata uložених sredstava
 - misija je uvijek na prvom mjestu ali su svjesni potrebe za finansiranjem; bez finansiranja nema ni misije
 - voljni su preuzeti razuman rizik u ime ljudi koje njegova orgaizacija opslužuje

Socijalno poduzetništvo

Bosanskohercegovački kontekst razvoja socijalnog poduzetništva

- Nedovoljno istraživanja o socijalnom preduzetništvu
- Koncept socijalnog preduzetništva se često pogrešno pogrešno razumije i interpretira
- Ogroman broj socijalno isključenih i nezaposlenih
- Javne politike nedovoljno tretiraju pitanja socijalnog preduzetništva

Socijalno poduzetništvo

FONDACIJA TUZLANSKE ZAJEDNICE – primjer uspješe organizacije koja razvija socijalno poduzetništvo

<http://www.fondacijatz.org/>



FONDACIJA
TUZLANSKE
ZAJEDNICE

Darujte zajednici, darovali ste sebi!

Darujte zajednici,
darovali ste sebi!

NASLOVNICA

O NAMA

PROGRAMI

RAZVOJ FILANTROPIJE

DOMIRAJTE

FONDOVI

PARTNERI I DONATORI

NOVOSTI

KONTAKT

KAMPANJA NAMICANJA SREDSTAVA ZA OPREMANJE
MULTIFUNKCIONALNE TRENING KUĆE ZA MLADE

LABIRINT

KONTAKTIRAJTE NAS:
Kancelarija: 035 362 830
Fax: 035 362 831
Koordinatorica: 062 145 929
Mail: osmijeh@osmijeh.org



AKO STE POJEDINAC
I VOLINI STE POMOĆI, MOŽETE
DONIRATI 10KM, 20KM, 50KM
ILI KOLIKO SMATRATE DA JE
U SKLADU S VAŠIM BUDŽETOM.
Klikni i saznaj više!

AKO STE BIZNIS,
A VOLINI STE POMOĆI,
MOŽETE PODRŽATI MLADE
TUZLE NA 3 NAČINA.
Klikni i saznaj više!



Naslovnica

Nastavak Registracije vlasničkih pasa: pokretne ambulante na tri lokacije u Tuzli



g+1 5

Registracija vlasničkih pasa u okviru Projekta „Program kontrole populacije pasa u Gradu Tuzla“ kontinuirano se obavlja, a kako bi bili bliži građanima Tuzle doktori veterinarske medicine JP Veterinarska stanica d.o.o. Tuzla u narednom periodu planiraju vršiti registraciju u pokretnim ambulantomama, i to:

19. maja 2015. godine, od 16 do 19 časova, na Stupinama - igralište iza zgrade B8

20. maja 2015. godine, od 16 do 19 časova, na Sjenjaku - travnjak preko puta [bingo](#) d.o.o.

21. maja 2015. godine, od 16 do 19 časova, na Slatini - travnjak preko puta JP Pošte BiH.

[Opširnije...](#)



Projekat
“Zbrinjavanja pasa
u Gradu Tuzla”



PRAVI
PRIJATELJI

BUDI JUNAK
SVOJE ZAJEDNICE



Activate Windows now

The activation period has expired.