



Univerzitet u Tuzli

Ekonomski fakultet

PODUZETNIŠTVO

Školska 2019/2020 godina

Dr.sc.Bahrija Umihanić, red.prof.



- e-mail: bahrija.umihanic@untz.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

<ul style="list-style-type: none">• Uvodno predavanje• Poduzetništvo u 21.stoljeću <p>Odluka da se postane poduzetnik</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Uvod u poduzetništvo <p>Odluka da se postane poduzetnik</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Prepoznavanje prilika i generiranje ideja <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Analiza izvodljivosti <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Analiza privredne grane i konkurencije <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>
<ul style="list-style-type: none">• Razvoj efikasnog poslovnog modela <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Pisanje poslovnog plana <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Pripremanje pravilne etičke i pravne osnove <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Procjena financijske snage i održivosti novog poduhvata <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Stvaranje tima novog poduhvata <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>
<ul style="list-style-type: none">• Financiranje novog poduhvata <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Temeljni oblici započinjanja biznisa <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Tradicionalno, korporativno i socijalno poduzetništvo <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Infrastruktura za razvoj poduzetništva <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none">• Omladinsko poduzetništvo;• Žensko poduzetništvo; <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>

Razvoj efikasnog poslovnog modela

U pripremi prezentacije korišteni su, uz dopuštenje izdavača , predlošci originalnih prezentacija autora Barringer, R. Duane Ireland.

Ciljevi poglavlja

1 od 2

1. Opisati šta je to poslovni model
2. Objasniti inovaciju poslovnog modela
3. Diskutovati o značaju posjedovanja jasno artikulisanog poslovnog modela
4. Diskutovati o konceptu lanca vrijednosti
5. Identifikovati dvije potencijalne fatalne greške poslovnog modela

Ciljevi poglavlja

2 od 2

6. Identifikovati četiri glavne komponente poslovnog modela
7. Objasniti značenje pojma slijepa tačka poslovnog koncepta
8. Definisati ključne kompetencije i opisati njihov značaj
9. Objasniti koncept menadžmenta lanca nabave
10. Objasniti koncept ispunjenja i podrške

Klasična poduzetnička priča

AMIE STREET

Prevazilaženje jaza u muzičkoj industriji



JOSHUA BOLTUCH
Suosnivač, Amie Street
BA, Koleđić umjetnosti i nauka, Brown univerzitet, 2006

ELLIOTT BREECE
Suosnivač, Amie Street
BA, Koleđić umjetnosti i nauka, Brown univerzitet, 2006

ELIAS ROMAN
Suosnivač, Amie Street
BA, Koleđić umjetnosti i nauka, Brown univerzitet, 2006

Upoznavanje

Š. Zehraem Bolnichom

NAJBOLJI SAVJET KOJI SAM DOBIO

"Prisao stani u njihov položaj, a onda složaj dogovor."

MOJ SAVJET BUDOĆIM PODUZETNICIMA

Nije nužno biti savršeni, samo pokušajte i neka vam se nešto nauči.

MOJE NAJVIŠE IZHINADENJE KAO PODUZETNIKA

Uvijek postajete nešto ako čega se trudaš biti.

ŠTA RADIM U SLOBODNO VRIJEME

Odlično na koncerte, vidim se sa prijateljima, gledam televiziju i volim sam. Imao sam A i B, odlična, fantastna, ljubav, i tani i pišam.

PREDNOSTI STUDENTA

Stvarno misla odgovornosti i obaveza. (To se nikada kasnije ne dogodi)

ŠTA BIH ŽELIO RADITI ZA 10 GODINA

Pokrenuti brend svijeća.

STROOME

Working to Find a Viable Business Model for an Exciting New Web-Based Service for Editing and Remixing Video



Cofounders:

NONNY DE LA PEÑA

Master's in Communications,
University of Southern California, 2009

TOM GRADY

Master's in Communications,
University of Southern California, 2009

Dialogue with Nonny de la Peña

BEST ADVICE I'VE RECEIVED
Solve a problem

MY ADVICE FOR NEW ENTREPRENEURS
"No" often means "not now"

FIRST ENTREPRENEURIAL EXPERIENCE
Selling my Wacky-Packey card collection to my brother

MY FAVORITE SMARTPHONE APP
Newsy

MY BIGGEST WORRY AS AN ENTREPRENEUR
Timing

MY BIGGEST SURPRISE AS AN ENTREPRENEUR
People want you to succeed

<http://www.amazon.com/gp/feature.html?ocId=1000545341&tag=amistr-20>

Web: www.stroome.com

Twitter: Stroome Facebook: Stroome

Šta je poslovni model?

- Model
 - Model je plan ili dijagram koji se koristi kako bi se nešto izradilo ili opisalo.
- Poslovni model
 - Poslovni model firme je plan ili dijagram koji pokazuje kako će se ona takmičiti, koristiti svoje resurse, strukturirati odnose, odnositi prema kupcima i stvarati vrijednost kako bi opstala na osnovu svog profita.
 - Pojam “poslovni model” se koristi kako bi se obuhvatile sve aktivnosti koje definišu način na koji se firma takmiči na tržištu.

Dell-ov poslovni model

1 od 2

- Važno je razumjeti da poslovni model obuhvata područja izvan samih granica firme.
- Gotovo sve firme sklapaju partnerstva sa drugima kako bi poslovni model funkcionisao.
- U slučaju Dell-a, kompaniji je bila potrebna saradnja njenih dobavljača, kupaca i mnogih drugih kako bi njen poslovni model mogao funkcionisati.





Dell inc - Michael Dell

Dell inc.(ranije poznat pod imenom Dell Computers) je jedan od najboljih primjera i dobre priče i dobrog biznisa.

Još dok je bio u srednjoj školi, **Michael Dell** je kupio Apple II računar, potpuno ga rastavio i otkrio kako da ga prilagodi svojim potrebama.

Ovaj način prilagođavanja računara svojim potrebama mu se učinio kao zanimljiv pristup pa je reklamirao svoje usluge i počeo dodatno zarađivati prilagođavajući računare potrebama svojih prijatelja.

Kao student na fakultetu, Dell je počeo prodavati računare iz svoje studentske sobe. Shvatio je da je **računarska industrija veoma neefikasna** jer, po načinu na koji su računari prodavani, dok bi stigli do radnji, ono što vrijedi 600\$ bi mušteriju koštalo oko 2000\$. Također je shvatio da je nemoguće kupiti računar sa najnovijom tehnologijom jer je za integriranje najnovije tehnologije u računare koji se prodaju trebalo oko godinu dana.



Dell inc - Michael Dell

Sjećajući se frustriranosti koju je tada osjećao, Dell je kasnije napisao: « **Čitao bi u novinama kako Intel ima neki najnoviji, super-brzi procesor, ali je najbolji koji sam mogao kupiti bio duplo sporiji sve zbog velikih nedostataka u lancu nabavke i materijala**».

Osnova na kojoj je počivao njegov posao bila je savršeno racionalna - umjesto da predviđa potražnju, sastavlja računare i šalje ih prodavcima u nadi da će se prodati. Dell je preuzimao narudžbe, kupovao i ugrađivao dijelove i onda slao proizvod direktno na potrošačev prag. Nisu mu bili potrebni fabrika i oprema da bi ugradio komponente kao ni velika ulaganja u istraživanje i razvoj te što je najvažnije, klijent je dobivao što bi tražio, uključujući dijelove izrađene po najnovijoj tehnologiji.

Praveći proizvod po narudžbi, Dell je eliminirao troškove i rizik u vezi sa gotovim proizvodom. Za razliku od konkurencije, nije se morao brinuti hoće li neko kupiti njegov proizvod jer su njegovi računari bili prodani prije nego su napravljeni. Komentirajući početne godine Dell Computers i ovaj pristup direktne prodaje, Michael Dell je napisao: “ **Pogriješili smo u mnogim stvarima ali je ono što smo radili bilo veoma važno samo po sebi tako da su te greške bile nekako skrivene. i naravno, nismo napravili mnogo istih grešaka već smo shvatali u čemu je problem i kako nastaviti dalje.**”

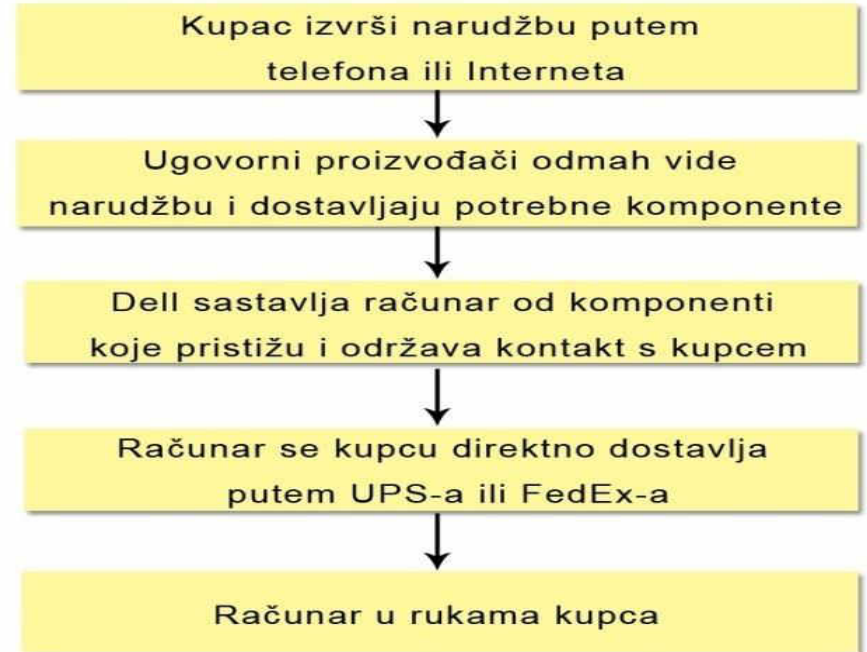
Dell-ov poslovni model

2 od 2

Tradicionalni proizvođači (npr., Hewlett-Packard ili IBM)



Dell



Dell-ov poslovni model

Michael Dell, danas – 31 godinu nakon osnivanja kompanije



#47 Michael Dell

+ Follow (326)

Real Time Net Worth As of 4/12/15

\$18.5 Billion

Chairman and CEO, Dell

Age 50

Source Of Wealth Dell, Self Made

Self-Made Score 8

Residence Austin, TX

Citizenship United States

Marital Status Married

Children 4

Education Drop Out, The University of Texas at Austin

Michael Dell on Forbes Lists

#47 Billionaires (2015)

#26 in United States

#48 in 2014

Forbes The World's Billionaires

<http://www.forbes.com/profile/michael-dell/>

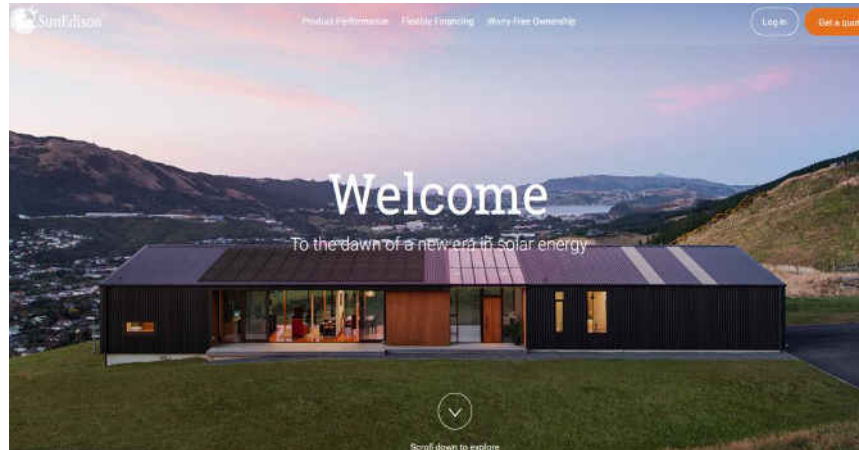
Michael Dell says his computer company is thriving since he took it private in October 2013. The business no longer has to disclose its financials, but Dell claims it is growing faster than its rivals Oracle, IBM, Cisco and Hewlett-Packard. **At age 19 he started the business in his Texas dorm room with \$1,000 in 1984. Four years later, it went public with a market capitalization of \$85 million.** By the time Dell took it private again in **2013, the company was worth \$25 billion.** He still holds a 70% stake in the company, but he keeps most of his fortune in his private investment firm MSD Capital, whose wide array of investments includes the the Four Seasons in Maui, PVH Corp. (parent to Tommy Hilfiger and Calvin Klein), and DineEquity (operator of IHOP and Applebee's). **Dell and his wife started the Michael & Susan Dell Foundation in 1999 and have since given away more than \$1 billion, putting most of their money toward promoting education in the United States, South Africa and India.**

Poduzetnička firma za PRIMJER

Tri privredne grane, tri inovatora poslovnog modela

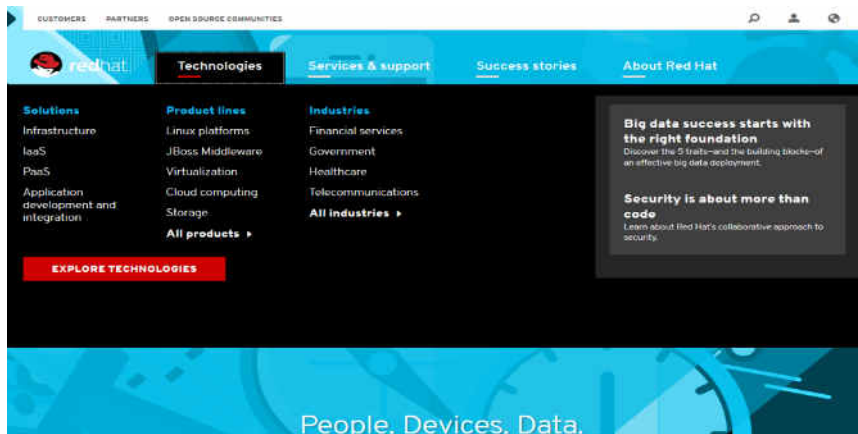
SunEdison

<http://sunedison.com/home-solar-systems>



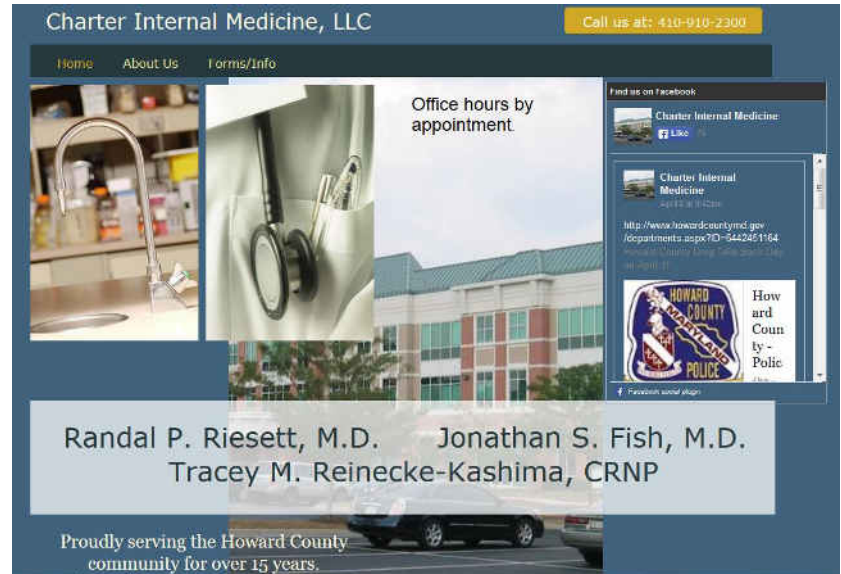
Red Hat

<http://www.redhat.com/en>



Charter Internal Medicine

<http://www.cimdocs.net/>

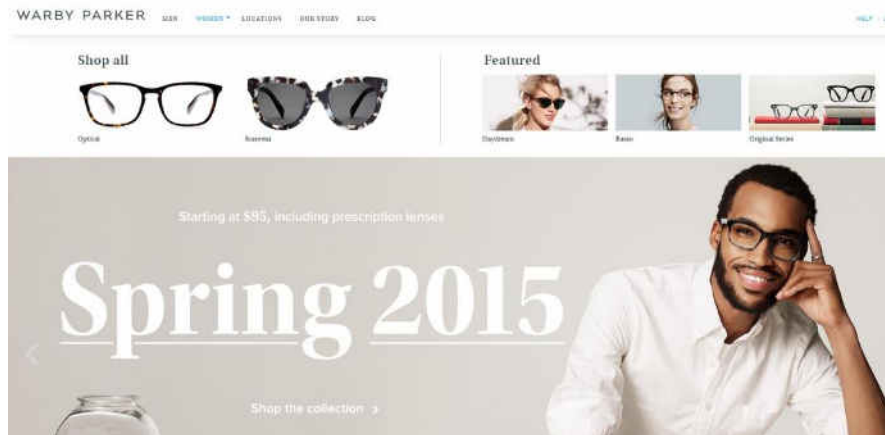


Poduzetnička firma za PRIMJER

Three Industries, Three Business Model Innovators

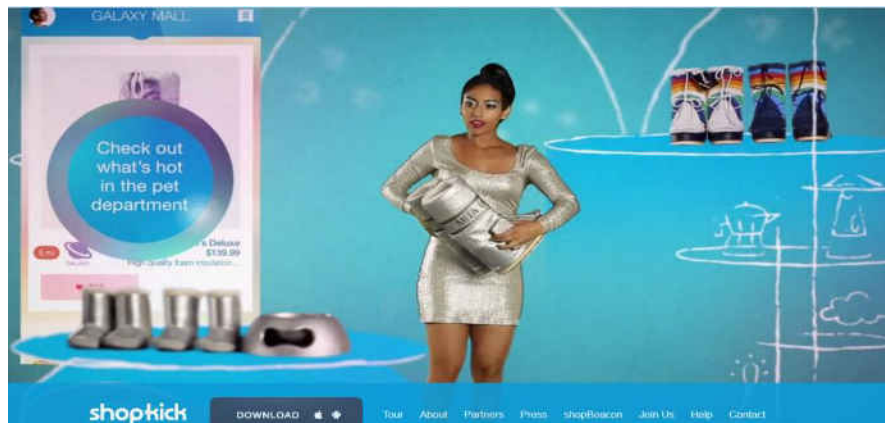
Warby Parker

<https://www.warbyparker.com/spring-2015>



Shopkick

<http://www.shopkick.com/>



SunRun

<http://www.sunrun.com/>



Značaj poslovnih modela

Veoma je važno imati dobro osmišljen poslovni model iz sljedećih razloga:

- Koristi se kao **tekući nastavak analize izvodljivosti**. Poslovni model kontinuirano postavlja pitanje: “Da li posao ima smisla?”
- **Fokusira pažnju** na to kako se elementi posla međusobno uklapaju da bi stvorili radnu cjelinu
- **Opisuje zašto bi mreža učesnika**, potrebnih da bi poslovna ideja bila održiva, bila voljna raditi zajedno
- **Opisuje temeljnu politiku kompanije** prema svim interesnim stranama, uključujući zaposlenike firme

Raznolikost poslovnih modela

Raznolikosti u poslovnim modelima

- Ne postoji standardni oblik poslovnog modela za određenu privrednu granu ili pak za ciljno tržište unutar privredne grane.
- Međutim, tokom vremena, uspješni poslovni modeli počinju dominirati privrednom granom.
- Uvijek postoje prilike za inovaciju poslovnog modela.

Način na koji on-line kompanija zarađuje novac uveliko definiše njen poslovni model

Metoda zarađivanja novca	Opis
Udruženi programi	Udruženi program je način da se online trgovci, kao 1-800-FLOWERS, još više eksponiraju nudeći proviziju Web site-ovima i blogovima koji su voljni reklamirati njihove proizvode ili usluge. Trgovac im <i>isplaćuje</i> malu proviziju svaki put kada neko klikne na reklamu ili kupi neki proizvod.
Pay-per-click programi	Web site ili blog dozvoli da se oglašivačev link postavi na njegov site a zatim mu se <i>plati</i> mala provizija svaki put kada neko klikne na reklamu. Primjeri su Google AdSense i Yahoo? Search Marketing. Vidjeli ste mnoge reklame Google AdSense-a. Lako ih je uočiti jer se ispod nalazi znak koji kaže Ads by Google“ (Google reklame).
Direktne reklame	Ovdje spadaju baneri (i sve reklame koje se pojavljuju sa strane na Web stranici), ili reklame sa slikama smještenim u sadržaj Web site-a. Web site-ovima, blogovima i drugim online kompanijama se <i>plaća</i> da ovakve reklame postavе na svoje Web site-ove.
Elektronska trgovina	Direktna online prodaja proizvoda (na primjer, Amazon.com, Dell.com). Online kompanijama direktno <i>plaćaju</i> pojedinci i kompanije koje kupe njihove proizvode.
Pretplatničke usluge	Ove online kompanije pružaju usluge koje imaju dovoljnu vrijednost za ljude iz njihovog ciljnog tržišta, a za koju su spremni <i>plaćati</i> jednom godišnje ili mjesečno. Na primjer, eHarmony naplaćuje godišnju članarinu za pristup svojim uslugama pronalaska životnog partnera.

Inovacija poslovnog modela



Primjer inovatora
poslovnog modela je
Netflix.

- Primjer inovacije poslovnog modela je Netflix, kojeg je 1997. osnovao Reed Hastings.
- **Netflix je uveo potpuno novi način iznajmljivanja DVD-ova.**
- Za mjesečnu paušalnu članarinu, pretplatnik dobije do tri DVD-a odjednom, koja može zadržati koliko god želi ili ih zamijeniti za druge DVD-e.
- DVD-ovi se dostavljaju poštom kako bi se pretplatnici poštedjeli dolaska u videoteku.

Kako nastaju poslovni modeli

1 od 3

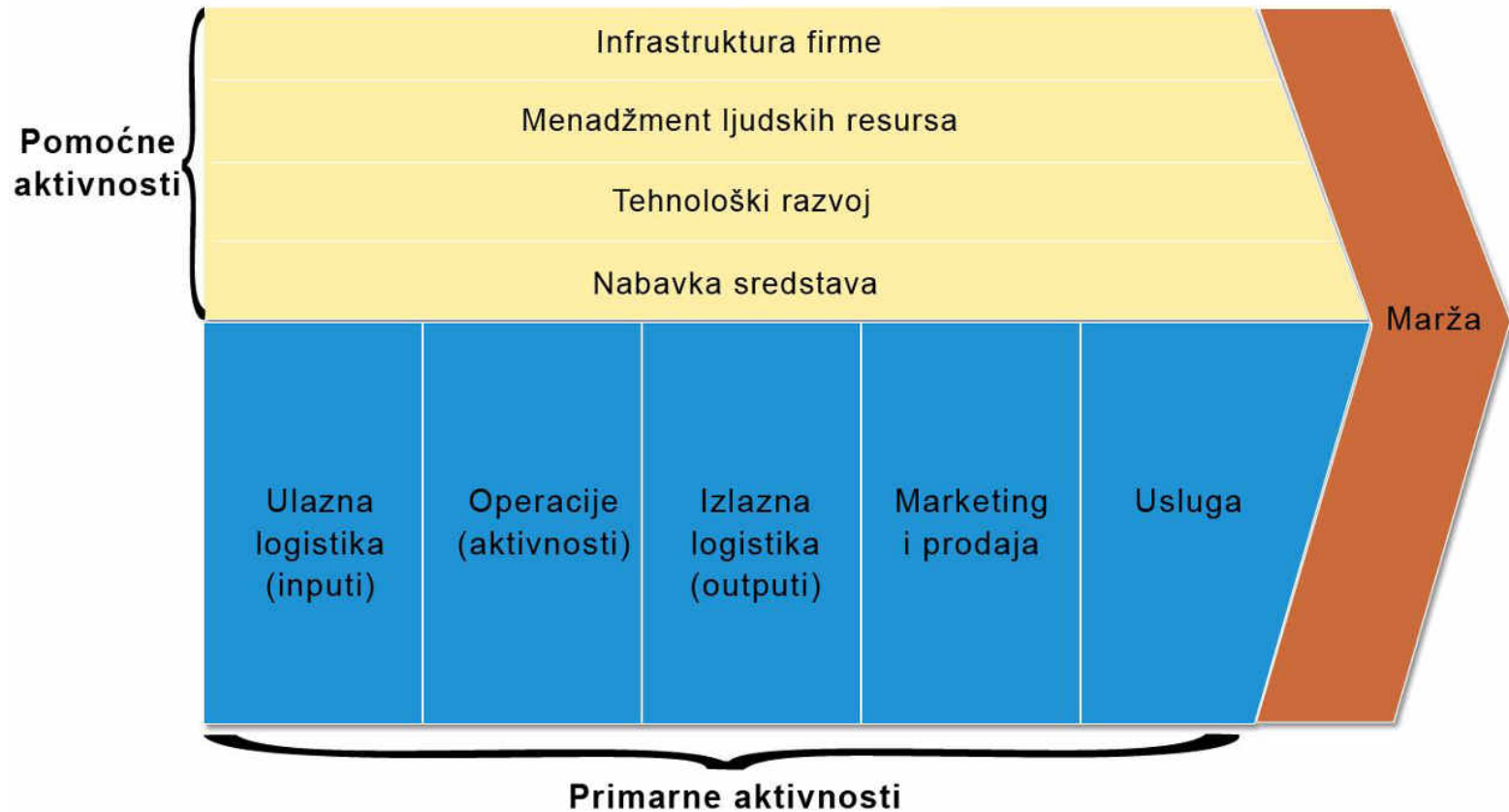
- **Lanac vrijednosti**

- Lanac vrijednosti je niz aktivnosti koje vode proizvod od sirovine, kroz proizvodnju i distribuciju do krajnjeg korisnika.
- Proučavajući lanac vrijednosti proizvoda ili usluge, organizacija može identifikovati načine da stvori dodatnu vrijednost i ocijeniti da li posjeduje sredstva da bi to ostvarila.
- Analiza lanca vrijednosti takođe može pomoći i pri identificiranju prilika za nove poslove i poduhvate kao i pri razumijevanju načina na koji poslovni modeli nastaju.

Kako nastaju poslovni modeli

2 od 3

Lanac vrijednosti



Kako nastaju poslovni modeli

3 od 3

- Lanac vrijednosti (nastavak)

- Poduzetnici posmatraju lanac vrijednosti proizvoda ili usluge da bi ustanovili gdje bi lanac vrijednosti mogao postati još efikasniji ili da bi uočili gdje se može ostvariti značajna dodatna „vrijednost“.

- Ova vrsta analize se može fokusirati na:

- jednu primarnu aktivnosti u lancu vrijednosti kao što su marketing i prodaja
- vezu između dvije faze lanca vrijednosti, kao što je veza između operacija, što su aktivnosti potrebne da bi se proizveo proizvod, i izlazne logistike
- jednu od pomoćnih aktivnosti, kao što je menadžment ljudskih resursa.

Firme koje su osnovane kako bi poboljšale lanac vrijednosti postojećeg proizvoda ili usluge

Naziv nove firme	Dio lanca vrijednosti	Razlog za pokretanje novog preduzeća
Primarne aktivnosti		
Maersk, Viking Logistics	Ulazna logistika	Da bi omogućilo valjano upravljanje materijalom, skladištenje i kontrolu zaliha
Celestica, Flexotronics	Operacije	Da bi omogućilo valjane usluge ugovorne proizvodnje (CM) za kompanije kao što su IBM, Microsoft i Ericsson
FedEx, UPS	Izlazna logistika	Da bi omogućilo nove načine skladištenja i
Naziv nove firme	Dio lanca vrijednosti	Razlog za pokretanje novog preduzeća
Primarne aktivnosti		
Maersk, Viking Logistics	Ulazna logistika	Da bi omogućilo valjano upravljanje materijalom, skladištenje i kontrolu zaliha
Celestica, Flexotronics	Operacije	Da bi omogućilo valjane usluge ugovorne proizvodnje (CM) za kompanije kao što su IBM, Microsoft i Ericsson
FedEx, UPS	Izlazna logistika	Da bi omogućilo nove načine skladištenja i dostave dobara do krajnjih korisnika

Potencijalno fatalne greške u poslovnim modelima

- Fatalne greške

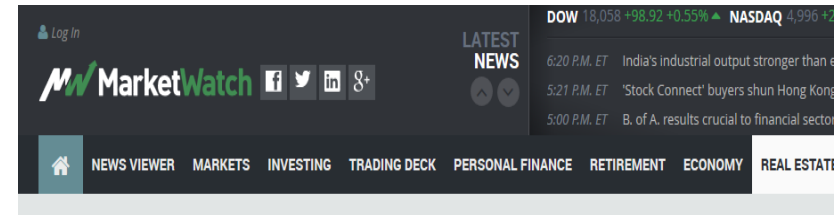
Dvije fatalne greške mogu učiniti poslovni model neodrživim od samog početka :

1. Pogrešna procjena kupaca
2. Potpuno pogrešno ekonomisanje.



Pets.com sproveo je potpuno pogrešan poslovni model i propao.

Pets.com nije shvatao da je brza dostava bitna za njegove kupce.



TECHWATCH GET EMAIL ALERTS

Pets.com killed by sock puppet

Published: Nov 8, 2000 3:32 a.m. ET



By
MIKE
TARSALA

SAN FRANCISCO, Calif. (CBS.MW) - Pets.com is dead, and investors can lay a good part of the blame on the company's sock-puppet mascot.

The company's fun-loving sock-puppet puppy's been living the good life. He rode in Macy's Thanksgiving Day Parade last year. He's appeared during the Super Bowl. And in his spare time, he's gained additional notoriety by sparring with TV host Conan O'Brien's mascot dog Triumph.

To investors chagrin, most of the little mutt's exploits have been very costly to investors. The dog-puppet was by far Pets' most expensive employee. Pets.com IPET spent about \$17 million in the June quarter on sales and marketing, according to a report by Pegasus Research in New York: Much of it was on the pooch.

But in that quarter, the company reported nearly half that amount -- \$8.8 million -- in total revenue.

<http://www.marketwatch.com/story/sock-puppet-kills-petscom>

Komponente poslovnog modela

Četiri komponente poslovnog modela

Temeljna strategija

- Misija preduzeća
- Domet proizvoda/tržišta
- Osnove za diferencijaciju

Strateški resursi

- Ključne kompetencije
- Strateške prednosti

Mreža partnerstva

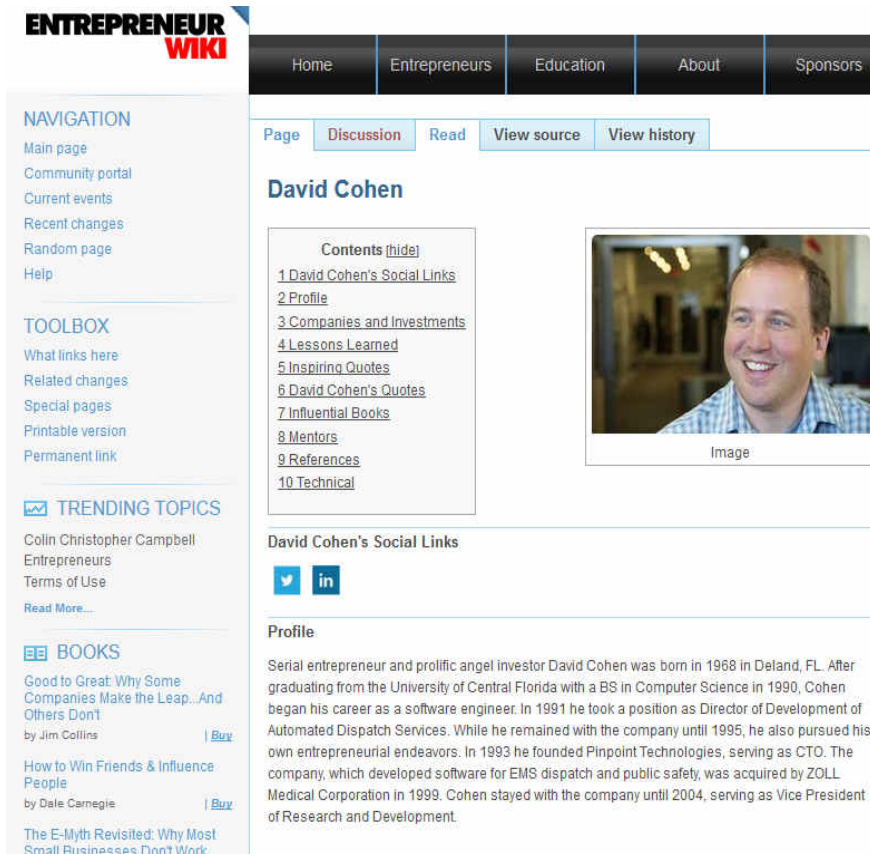
- Dobavljači
- Partneri
- Drugi ključni odnosi

Odnos prema kupcima

- Ciljni kupci
- Ispunjenje i podrška
- Struktura određivanja

Šta je pošlo KRIVO?

iContact: Šta se desi kada jedna od četiri komponente u poslovnom modelu start-up preduzeća nije dobro oblikovana?



The screenshot shows the Entrepreneur Wiki page for David Cohen. The page has a dark navigation bar with links for Home, Entrepreneurs, Education, About, and Sponsors. Below the navigation bar, there are tabs for Page, Discussion, Read, View source, and View history. The main content area features a profile picture of David Cohen, a list of contents (1. David Cohen's Social Links, 2. Profile, 3. Companies and Investments, 4. Lessons Learned, 5. Inspiring Quotes, 6. David Cohen's Quotes, 7. Influential Books, 8. Mentors, 9. References, 10. Technical), and a section titled "David Cohen's Social Links" with icons for Twitter and LinkedIn. The profile section includes a detailed biography of David Cohen, mentioning his birth in 1968 in Deland, FL, his education at the University of Central Florida, and his career as a software engineer and entrepreneur, including his role as CTO of Pinpoint Technologies and his work at ZOLL Medical Corporation.

http://entrepreneurwiki.com/EW/David_Cohen

<http://outliermagazine.co/techstars-david-cohen-interview/>

microFAILURE: iContact (David Cohen of TechStars)

More Videos by New Tech



New Tech
May 5 2009

Shared with: Public

David talks about some of the lessons he learned from a previous attempt to launch a new company.

Embed Video
Embed Post

June 3, 2009

Bill Green, Greg Spiegelberg and 2 others like this.

New Tech New Tech's first micrFailure was a big hit thanks David
June 3, 2009 at 1:21pm

John Coonen Informative. The Gatekeeper can be your best ally or worst nightmare. Of course, today's more open distribution infrastructure may get you past

<https://www.facebook.com/video/video.php?v=90337590697>

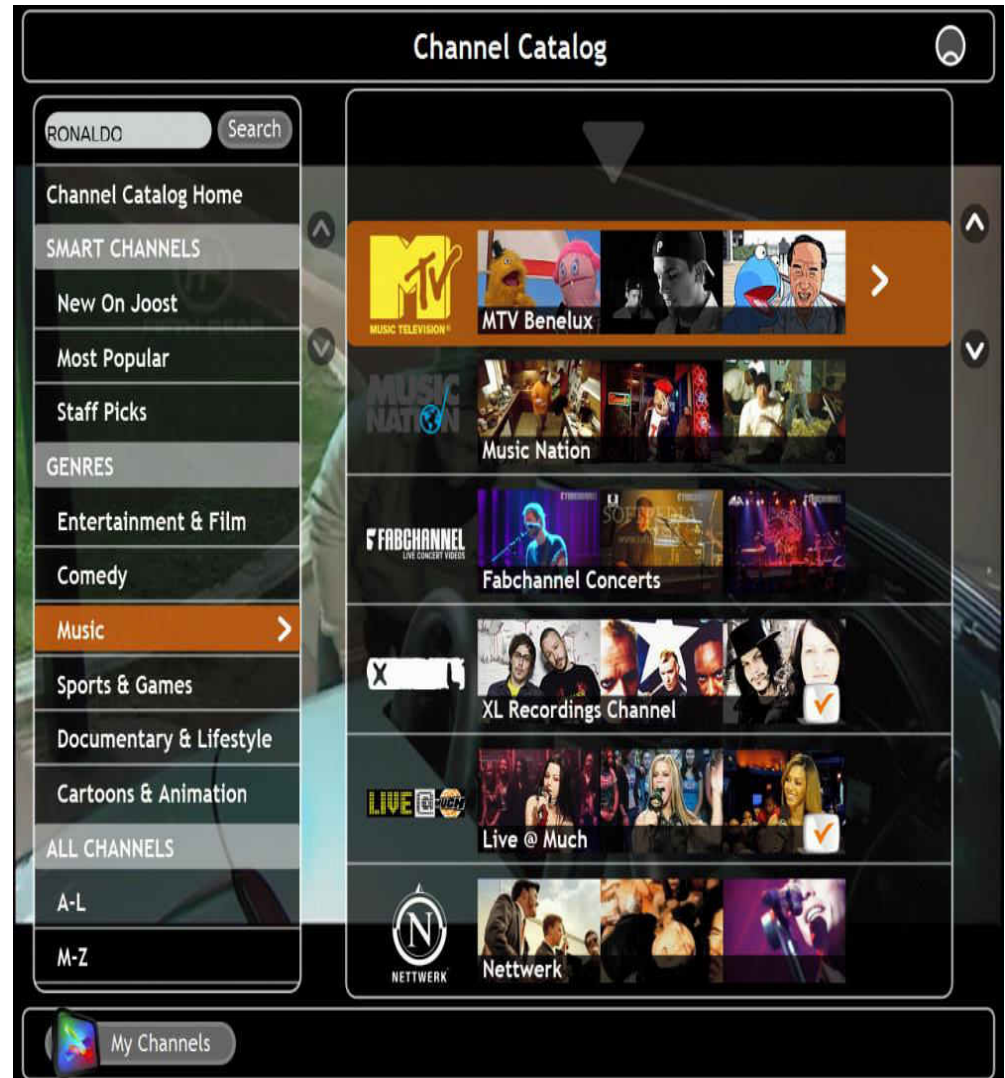
Šta je pošlo KRIVO?

Joost: Why Its Important to Be Sensitive to All Aspects of Your Business Model?



The Joost homepage in May 2009

Developer(s)	Joost N.V.
Stable release	none (n/a) [±]
Preview release	1.1.7 / June 18, 2008; 6 years ago
Development status	Suspended (2012)
Operating system	Windows XP, Vista ; Mac OS X (x86 only) , iOS , PlayStation 3
Available in	English
Type	P2PTV
License	Freeware
Website	www.joost.com



Temeljna strategija

1 od 3

- Temeljna strategija
 - Prva komponenta poslovnog modela je temeljna strategija, koja opisuje na koji način se kompanija takmiči u odnosu na svoje konkurente.
- Osnovni elementi temeljne strategije
 - Izjava o misiji
 - Domet proizvoda/tržišta
 - Osnove za diferencijaciju

Temeljna strategija

Osnovni elementi temeljne strategije

<p>Izjava o misiji</p>	<p>Misija firme ili izjava o misiji opisuje zašto firma postoji i šta bi njen poslovni model trebao ostvariti.</p> <p>Primjr izjave o misiji, Google: Organizovati cjelokupne svjetske informacije i učiniti ih univerzalno dostupnim i korisnim.</p> <p>Slijepa točka poslovnog koncepta. Primjer Xerox koji je sebe vidio kao kompaniju koja kopira već postojeće dokumente i nije ulazio u privrednu granu proizvodnje štampača – koji štampaju orginalne dokumente</p>
<p>Domet proizvoda/tržišta</p>	<p>Domet proizvoda/tržišta firme definiše proizvode i tržišta na koja će se ona koncentrisati.</p> <p>Amazon com je započeo biznis sa online knjižarama ali je svoju ponudu proširio i na druge linije proizvoda kao što su: CD, DVD, nakit, odjeća pa čak i prehrambeni proizvodi.</p> <p>Priča o Dell-u (Direktno iz Della) i brzom rastu. Kako kontrolisati godišnji rast od 127%? Mora li se svaka prilika koristiti?</p>

Temeljna strategija

Osnovni elementi temeljne strategije

Osnove za diferencijaciju

Važno je da se novi biznis razlikuje od svojih konkurenata po nečemu što je važno njegovim kupcima. Ako se proizvodi ili usluge nove firme ne razlikuju od konkurentskih, zašto bi ih iko koristio?

Firme obično koriste jednu od **dvije strategije da bi zauzele pogodno mjesto na tržištu**:

1. Strategija cjenovnog vodstva
2. Strategija diferencirana

Druga strategija je prikladnija za novoosnovana preduzeća, jer prva strategije pretpostavlja postojanje ekonomije obima.

Strateški resursi

1 od 3

- **Strateški resursi**

- Firma neće biti u mogućnosti implementirati strategiju bez odgovarajućih resursa, što znači da resursi firme značajno utiču na to kako se njen poslovni model koristi.

- Za novi poduhvat, njegovi strateški resursi mogu prvobitno biti ograničeni na kompetencije njegovih osnivača, prilike koje su oni identifikovali, i jedinstven način na koji planiraju opsluživati tržište.

- **Dva najvažnija strateška resursa su:**

1. Ključne kompetencije preduzeća
2. Strateške prednosti

Strateški resursi

2 od 3

Osnovni elementi strateških resursa

Ključne kompetencije	<p>Ključna kompetencija je sredstvo ili sposobnost koja služi kao izvor konkurentske prednosti firme.</p> <p>Primjeri ključnih kompetencija su Sony-jeva kompetencija u minijaturizaciji i Dell-ova kompetencija u menadžmentu lanca nabavke</p>
Strateške prednosti	<p>Strateške prednosti su bilo šta rijetko i vrijedno što firma posjeduje.</p> <p>To uključuje pogone i opremu, lokaciju, brend, patente, podatke o kupcima, visoko kvalifikovano osoblje i različita partnerstva.</p>

Strateški resursi

3 od 3

- **Važnost strateških resursa**
 - Novi poduhvati nastoje kombinirati svoje ključne kompetencije i strateške prednosti kako bi postigle održivu konkurentsku prednost.
 - To je faktor na kojeg investitori obraćaju osobitu pažnju pri procjeni firme.
 - Održiva konkurentska prednost se postiže primjenom strategije stvaranja vrijednosti koja je jedinstvena i koju je teško oponašati.
 - Takva vrsta prednosti se postiže kada firma ima strateške resurse i sposobnost da ih koristi.

Mreža partnerstva

1 od 3

- Mreža partnerstva

- Mreža partnerstva firme je treća komponenta poslovnog modela. Nova preduzeća, naročito, nemaju resurse za obavljanje ključnih uloga.
- U većini slučajeva, firma ne želi sve da obavlja sama, jer većina zadataka koje je potrebno obaviti da bi se stvorio proizvod ili usluga ne spada u ključne konkurentske prednosti kompanije.
- Na primjer, **Boing prestižna kompanija za proizvodnju aviona** proizvodi avione zahvaljujući “dobrovoljnim dogovorima” i saradnji hiljada kompanija koje funkcionišu na globalnom tržištu
- **Mreža partnerstva firme uključuje:**
 1. Dobavljače
 2. Ostale ključne odnose.

Mreža partnerstava

2 od 3

Osnovni elementi mreže partnerstva

Dobavljači

Dobavljač je kompanija koja neku drugu kompaniju snadbijeva dijelovima ili uslugama. Na primjer, Intel je Dell-ov glavni dobavljač računarskih čipova. **Dell u jednom prosječnom danu proda od 140 do 150.000 računara.**

Lanac nabave je mreža svih kompanija koje učestvuju u proizvodnji nekog proizvoda, od nabave sirovina do konačnog proizvoda. [Dell 60 minuta prima narudžbe + 30 minuta obavještava partnere (NLC) + 90 minuta doprema komponenti iz NLC u Dell-ovo skladište +30 minuta pakovanje računara]

Ostali ključni odnosi

Firme sklapaju partnerstva sa drugim kompanijama kako bi njihovi poslovni modeli mogli funkcionisati. Poduzetnikova sposobnost da pokrene firmu koja ostvaruje konkurentsku prednost može ovisiti kako o sposobnostima partnera tako i o sposobnostima unutar same firme.

Mreža partnerstava

3 od 3

Najčešći oblici poslovnih partnerstava

Oblik partnerstva	Opis
Zajedničko ulaganje	Subjekt stvoren od strane dva ili više preduzeća, koja udružuju dijelove svojih sredstava, i stvaraju zasebnu organizaciju u zajedničkom vlasništvu.
Mreža	Osovinasta konfiguracija sa lokalnom firmom kao osovinom koja upravlja međusobnim odnosima cijelog spleta manjih firmi
Konzorcij	Grupa organizacija sa sličnim potrebama koje se uvezuju kako bi stvorile novu jedinicu koja će te potrebe zadovoljiti
Strateški savez	Dogovor između dvaju ili više preduzeća koja uspostavljaju odnos razmjene, ali nemaju zajedničkog vlasništva

Partnerstvo za USPJEH

Cameron Hughes Wine i Partsearch: Stvaranje dragocjenih poslovnih odnosa obogaćivanjem izvedbe njihovih partnera

Cameron Hughes Wine

<https://chwine.com/>



We Make The World's Best Wine Affordable

- Cameron Hughes travels the globe, building relationships with top wineries and producers.
- We buy super high-end wine/grapes, then sell wines under the Cameron Hughes label.
- Our sources are kept "secret", so we can release \$100+ retail wines for a fraction of the price.
- Each new release gets a "Lot" number, starting way back with Lot 1.
- 10 years later, we've passed Lot 500 - you're invited to join us on our journey!

[Learn More >](#)



Partsearch Technologies

<https://partsearch.com/>

PARTSEARCH TECHNOLOGIES Solutions About Us Careers Contact Us

11 Million Parts Under 1 Roof
The largest single source solution for consumer replaceable and service parts across multiple categories

Appliances

What We Do Service Retailers Consumers

Partsearch maintains a fast growing catalog for purchase by aggregating the supply of over 11,400,000 parts and accessories across categories such as electronics, major and small appliances, computers, wireless, outdoor power equipment and home improvement products.

With the largest supply network in the industry, Partsearch's availability and selection is unparalleled. Our vendor supply database is extensive and we offer our customers a variety of price points. By offering the largest catalog of parts in each of our markets and building sales channels to ensure that the parts can be found easily, Partsearch has established the premier way for organizations, professionals and consumers to find a part to fix their broken items.

Top Headlines

- 10/24/2009 [Winterize your home to save money, prevent damage](#)
- 9/18/2009 [Partsearch Technologies enters Canadian market with a new e-commerce site](#)
- 7/29/2009 [Times are good for PartStore.com as more consumers fix instead of buy](#)
- 7/20/2009 [CW Channel 6 News features Partstore.com lifestyle segment](#)

PARTSEARCH Goes Green Partsearch Technologies helps our customers and the environment by keeping millions of products up and running and out of the landfills. Last year our customers kept more than **200,000** devices out of the trash.

Partnerstvo za USPJEH

99designs: Making Partnering with Freelancers the Essence of Its Disruptive Business Model

99designs

<http://99designs.com/launch>



QUESTIONS? CALL US 1 800 513 1678 CHAT LOG IN

What kind of design do you need?

Logo & Identity

Kick your business off right with a unique, memorable design.



Save \$90

Logo & hosted website

New

Get your business up and running with a logo and matching website... from \$499

- ✓ Logo
- ✓ Jimdo website & editing tool
- ✓ Domain, email & hosting for 1 year



Save 29%+

Brand Identity Pack

Logo and essentials to establish your brand... from \$599

- ✓ Logo
- ✓ Business card
- ✓ Letterhead
- ✓ Envelope

Get a brochure design you'll love — guaranteed

Let our community of 1,002,214 designers create dozens of designs for you

GET STARTED NOW ▶ SEE HOW IT WORKS ⌚



Get a logo design you'll love — guaranteed

Let our community of 1,002,214 designers create dozens of designs for you

GET STARTED NOW ▶ SEE HOW IT WORKS ⌚



Odnos sa kupcima

1 od 3

- Odnos sa kupcima

- Način interakcije s kupcima zavisi od načina na koji se firma želi takmičiti.

- Na primjer, Amazon.com prodaje knjige isključivo putem Interneta, dok Barnes & Noble prodaje i putem svojih tradicionalnih knjižara i putem Interneta.

- Tri elementa koji čine sastavne dijelove odnosa firme sa kupcima su:

1. Ciljno tržište.
2. Ispunjenje i podrška.
3. Cjenovna struktura.

Odnos sa kupcima

2 od 3

Osnovni elementi odnosa sa kupcima

Ciljno tržište	Ciljno tržište je ograničena grupa pojedinaca ili preduzeća na koje je firma usmjerena i čiju pažnju pokušava privući.
Ispunjenje i podrška	Ispunjenje i podrška opisuju način na koji proizvodi firme „izlaze na tržište“ i dolaze do svojih kupaca. Također se odnose i na kanale koje firma koristi i nivo podrške za kupce koji pruža.

Odnos sa kupcima

3 od 3

Osnovni elementi odnosa sa kupcima

Cjenovna struktura

Treći element odnosa preduzeća s kupcima jeste cjenovna struktura. Struktura cijena varira u zavisnosti od ciljnog tržišta firme i njene filozofije određivanja cijena.

Sažetak: Važnost poslovnih modela

- Poslovni modeli

- Jako je važno za nove poslovne poduhvate da sagledaju sami sebe na sveobuhvatan način i da razumiju da moraju izgraditi efikasan poslovni model kako bi bili uspješni.
- Svaki subjekt koji posluje sa firmom, od njenih kupaca do partnera, to čine na dobrovoljnoj osnovi. Zbog toga firma mora motivisati svoje kupce i partnere da i dalje posluju sa njom.
- Posvećivanje izuzetne pažnje svakom od osnovnih elemenata poslovnog modela je od ključnog značaja za uspjeh novog poslovnog poduhvata.

Budi i ti ulagač rizičnog kapitala 6.1.

Kompanija: ReadySolar

<http://readysolar.com/>



Home Solar in a Box™ Resources Company News / Media Contact Us Partner Login



FOR HOMEOWNERS FOR CONTRACTORS FOR DISTRIBUTORS VIEW VIDEOS

Solar in a Box™

Ready Solar is changing the way solar electric systems are designed and installed.

Our mission is to broaden the solar installation network throughout North America and increase the availability of high performance solar power to homeowners.

Our groundbreaking product, Solar in a Box™, is the next step in solar power.

[Read More](#)

Photo Gallery



News

Solar in a Box™ Named ED+C Reader's Choice. [Read more](#)

Ready Solar Develops Ground Mount Option for Solar in a Box™. [Read more](#)

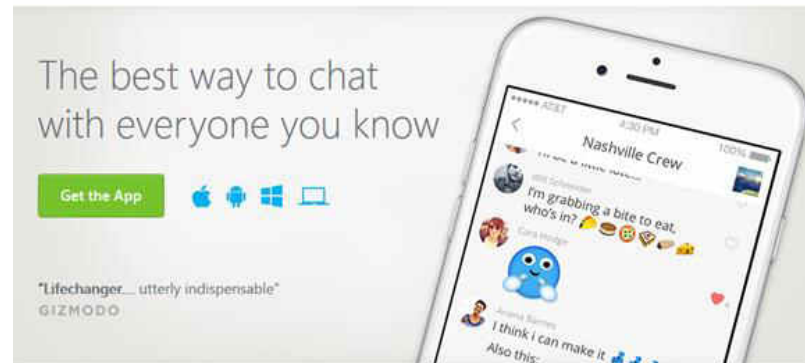
Solar in a Box™ Approved by PSEC for Florida Installations. [Read more](#)

Company: GroupMe

<https://groupme.com/>



Chat with your groups online Log in



Free group messaging

It's like a private chat room for your small group. Have as many

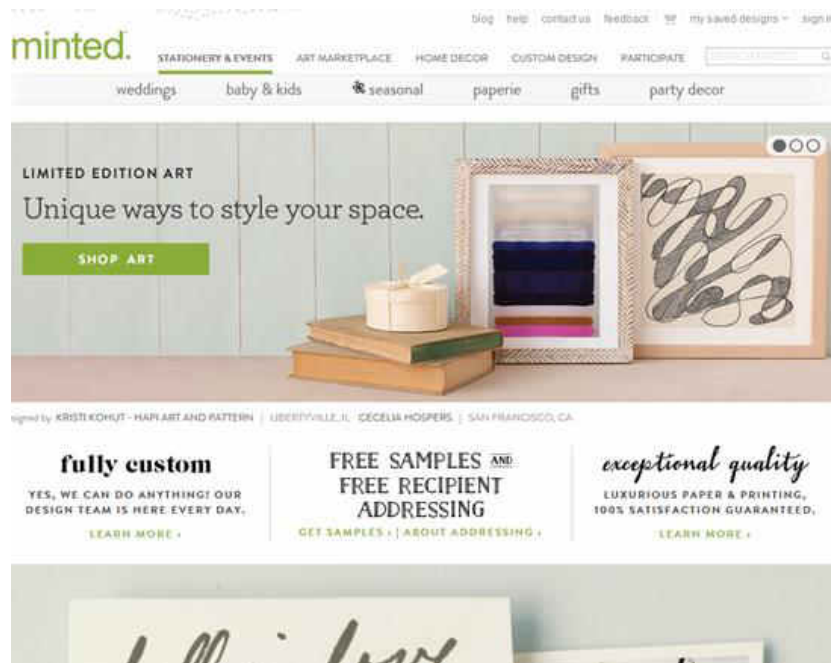
Poslovna ideja: Značajno smanjenje troškova instalacije stambenih solarnih ploča poput IKEA-inog rješenja „solarna (energija) u kutiji“ (solar-in-a-box) gdje sistem dolazi već spreman i upakovan i zbog toga se lakše i jeftinije postavlja nego konkurentski sistemi.

Poslovna ideja: Kreirati aplikaciju za telefon koja omogućava grupno slanje poruka na bilo koji telefon koji može slati poruke bez obzira na marku telefona ili koji operativni sistem telefon koristi.

Budi i ti ulagač rizičnog kapitala 6.2.

Kompanija: Minted

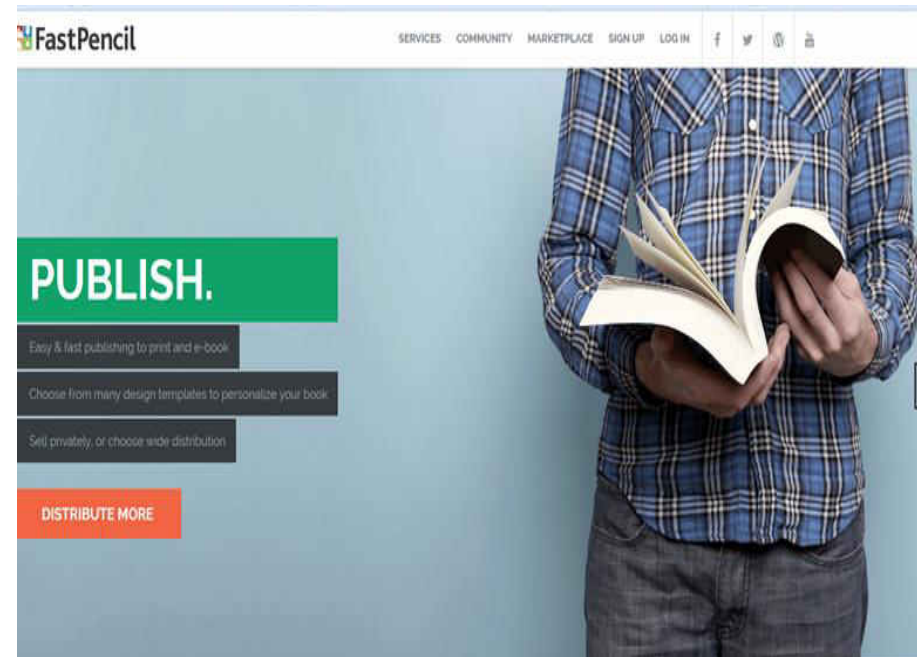
<http://www.minted.com/>



Poslovna ideja: Osnovati online trgovinu uredskog materijala, pomoću koje bi kupci imali pristup novom, modernom uredskom materijalu i pozivnicama

Company: FastPencil

<http://www.fastpencil.com/>



Poslovna ideja: Osigurati korisniku – prijateljsku, pristupačnu i učinkovitu platformu za autore koji pišu o svojoj biografiji i dobiti u stvarnom vremenu povratne informacije o knjigama na kojim ti autori trenutno rade..