



Univerzitet u Tuzli

Ekonomski fakultet

PODUZETNIŠTVO U TURIZMU

Školska 2019/2020 godina



Dr. sci. Bahrija Umihanić, red.prof.

- e-mail: bahrija.umihanic@untz.ba i bahrijau@bih.net.ba
- Kabinet: Ekonomski fakultet – kabinet broj 309
- **KONSULTACIJE**
- Utorak : **10:15 -12:00**



Dr. sci. Selma Smajlović

- e-mail: selma.smajlovic@untz.ba i selmasmajlovic12@gmail.com
- Kabinet: Ekonomski fakultet – kabinet broj 26B
- **KONSULTACIJE**
- Utorak : **10:15 -11:00**

Sadržaj nastavnog programa

- Uvod i teoriju i praksu poduzetništva
- Područja poduzetništva u turizmu



- Proces poduzetništva u turizmu (Uvod u poduzetništvo)
- Razvijanje uspješne poslovne ideje u turizmu (Prepoznavanje prilika i generiranje ideja)



- Razvijanje uspješne poslovne ideje u turizmu (Analiza izvodljivosti; Analiza privredne grane i konkurencije)



- Razvijanje uspješne poslovne ideje u turizmu (Razvijanje efikasnog poslovnog modela; Pisanje poslovnog plana/ poduzetničkog projekata)



- Pokretanje poduzetničkog poduhvata u turizmu



- Poduzetništvo u turističkoj destinaciji
- Poduzetništvo i inovacije u turizmu



- Trendovi od interesa za razvoj poduzetništva u turizmu
- Institucionalni okvir za razvoj poduzetništva u turizmu



- Karakteristike turističke ponude poduzetništva u turizmu
- Posjeta turističkoj destinaciji



- Posjeta preduzećima koja posluju u području turizma



Proces poduzetništva u turizmu

Koraci poduzetničkog procesa

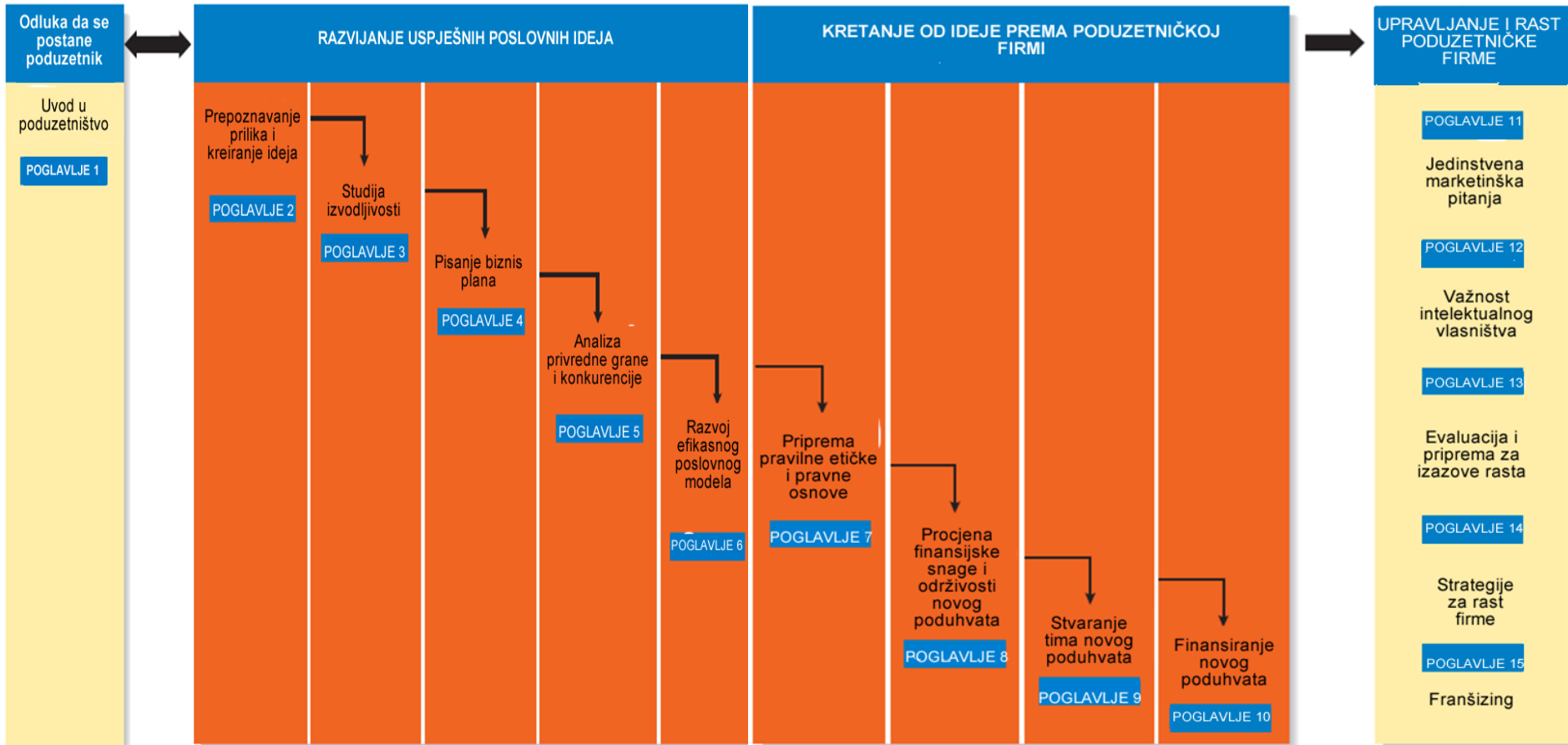
1 od 2

Korak 1

Korak 2

Korak 3

Korak 4



Uvod u poduzetništvo

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

Ciljevi poglavlja

1 od 2

1. Objasniti šta je poduzetništvo i diskutovati o njegovom značaju
2. Opisati korporativno poduzetništvo i njegovo korištenje u etabliranim preduzećima
3. Raspraviti tri glavna razloga zbog kojih se ljudi odlučuju da postanu poduzetnici
4. Identificirati četiri glavne karakteristike uspješnih poduzetnika
5. Objasniti pet najčešćih mitova o poduzetništvu

Ciljevi poglavlja

1 od 2

6. Objasniti na koji način se poduzetničke firme razlikuju od *salary-substitute* firmi i *lifestyle* firmi
7. Raspraviti uticaj poduzetničkih firmi na ekonomije i društva.
8. Identificirati načine na koje velike firme imaju koristi od prisustva manjih poduzetničkih firmi.

Klasična poduzetnička priča

Klymit BS, NATE ALDER



NATE ALDER

Osnivač, Klymit BS, Univerzitet Brigham Young, završava u proljeće 2010.

Upoznavanje

sa Nateom Alder-om

TRENUTNO NA MOM IPOD-U

MOTAB, Goldfinger, Cake, King Floyd
NAJBOLJI SAVJET KOJI SAM DOBIO

„Nijedan uspjeh u životu ne može kompenzirati neuspjehe kod kuće.”
(David O. McKay)

MOJA NAJVEĆA BRIGA KAO PODUZETNIKA

Rapidni rast

PREDNOSTI STUDENTA

Stručni profesori kao mentori, podrška zajednice, učenje

MOJE NAJVEĆE IZNENAĐENJE KAO
PODUZETNIKA

Biti u centru pažnje zbog ranog uspjeha

MOJ SAVJET BUDUĆIM PODUZETNICIMA

Nađite mentore koji su to već prošli; oni će Vam pomoći pronaći najbolji put do uspjeha.

GiftZip.com, SAM HOGG

A photograph of Sam Hogg, founder of GiftZip.com, sitting in an office and holding a laptop displaying the GiftZip.com website.

Founder:
SAM HOGG
MBA, Michigan State University, 2008

Dialogue with Sam Hogg

MY BIGGEST WORRY AS AN ENTREPRENEUR
Cash flow

WHAT I DO WHEN I'M NOT WORKING
Get outside

MY FAVORITE SMARTPHONE APP
Yelp!

MY FIRST ENTREPRENEURIAL EXPERIENCE
Selling wholesale sporting goods on eBay

BEST PART OF BEING A STUDENT
Your classmates

FAVORITE PERSON I FOLLOW ON TWITTER
My social media manager, Mallory. She's hilarious and a great writer.

https://www.google.ba/?gws_rd=ssl#q=Klymit+BS+NATE+ALDER

Indikatori povećanog interesa za poduzetništvo

- Mnogi ljudi vide poduzetništvo kao privlačnu karijeru. Zašto?
- Knjige
 - Amazon.com nudi preko 45.000 knjiga o poduzetništvu i 118.000 knjiga fokusiranih na mali biznis.
- Univerziteti i kursevi
 - 1985. godine postojalo je oko 250 poduzetničkih kurseva u svim koledžima u SAD-u.
 - Danas postoji više od 5.000 poduzetničkih kurseva nuđenih u dvogodišnjim i četverogodišnjim koledžima i univerzitetima širom SAD-a.

Šta je poduzetništvo?

- Akademska definicija (Stevenson i Jarillo)
 - Poduzetništvo je proces iskorištavanja prilike od strane pojedinaca bez obzira na resurse kojima trenutno raspolažu.
- Venture kapitalist (Fred Wilson)
 - Poduzetništvo je umjetnost pretvaranja ideje u biznis.
- Objašnjenje onoga što poduzetnici rade
 - Poduzetnici prikupljaju a zatim integrišu sve potrebne resurse – novac, ljude, poslovni model, strategiju – potrebne za pretvaranje pronalaska ili ideje u održivi biznis.

Zašto postati poduzetnik?

Tri glavna razloga zbog kojih se ljudi odlučuju da postanu poduzetnici i pokrenu vlastito preduzeće



Želja da postanu vlastiti šef
(Želja za neovisnošću)

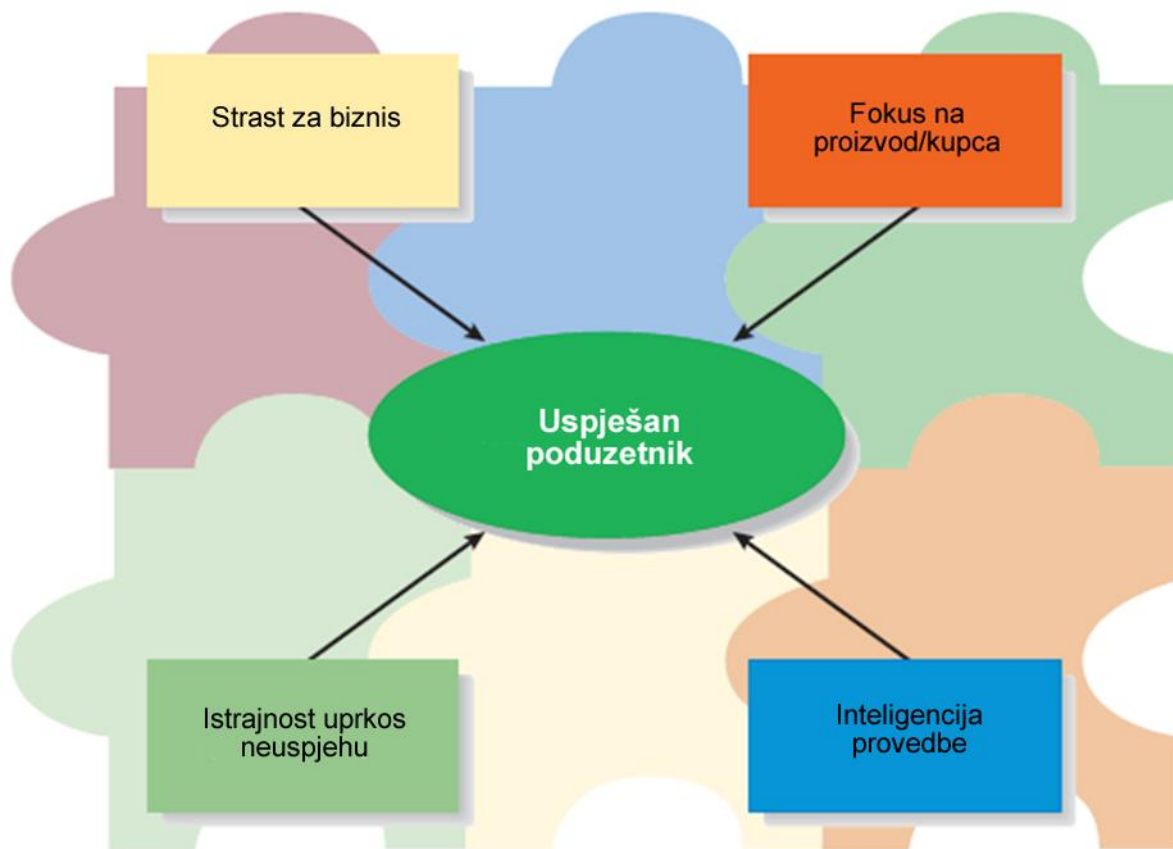
Želja za ostvarivanjem
vlastitih ideja

Finansijska
nagrada

Karakteristike uspješnih poduzetnika

1 od 3

Četiri glavne karakteristike



1-12

Karakteristike uspješnih poduzetnika

Strast za biznis

- Prva i najznačajnija karakteristika koju posjeduju svi uspješni poduzetnici je strast za biznisom.
- Ova strast uglavnom proizilazi iz uvjerenja poduzetnika da će biznis pozitivno uticati na živote ljudi.

Fokus na proizvod/kupca

- Druga značajna karakteristika uspješnih poduzetnika je fokus na proizvod/kupca
- Revnosni fokus poduzetnika na proizvode i kupce uglavnom proizilazi iz činjenice da su većina poduzetnika, u dubini duše, “zanatlije”.

Šta je pošlo krivo?

Kako nedostatak strasti može uništiti posao

ProtectMyPhotos

Kako nedostatak strasti može uništiti posao

Pokrenuta 2006., ProtectMyPhotos je bila online usluga čuvanja fotografija i imala je dosta dobrih strana. Bila je potpuno automatizovana, što je značilo da kada jednom učitate softver i namjestite svoje postavke (ponaša se kao željezni buvač), fotografije bi se automatski sačuvali bez Vaše intervencije. Većina sličica ova na kojima se razmjenjuju fotografije, kao Flickr i Zoomr, zahvaljujući da korisnici račun pregledaju fotografije. ProtectMyPhotos je također bio veoma pogodan u smislu da je omogućavao korisnicima da pretražuju, pregledaju i manipuliraju fotografijama. Tokom vremena, site je ponudio uslugu čuvanja i drugih vrsta fajlova osim fotografija. Korisnici usluge su bili izuzetno zadovoljni i CNET ju je prozvao "najboljom foto rezervom ikad". Koštala je 40 dolara godišnje za veoma odličnu količinu prostora. Ipak, krajem 2007., umjesto približavanja novih korisnika, osnivači su zatvorili vrata, što je pošlo krivo?

Tehnčki, ProtectMyPhotos je bila jaka, iako je tržište čuvanja fotografija bilo pretrpano, firma je imala dobre osobine proizvođača i zadovoljne korisnika. Razlogi zašto se propala, pisao Chris Shaw u, osnivajući kompaniju, su troškovi. Prvo, ProtectMyPhotos se agresivno promovirala Best Buy-u, nadajući se da će Best Buy licencirati njene proizvode ili da će uspjehi pripojiti svoju uslugu proizvođača Best Buy-a. Iako je ProtectMyPhotos primila mnogo pozitivne odgovore od Best Buy-a i njegovih rukovodilaca, kompanija se jednostavno nije mogla odvikati. Drugo, ProtectMyPhotos nije rasla kao što je bilo očekivano. Iako je istraživanja tržišta pokazala da bi 97% ljudi bilo izbezumljeno kad bi izgubilo svoje fotografije, Shaw i njegov tim su brzo shvatili da to što ljudi kažu da su zabrinuti zbog nečega ne znači da će potražiti novac kako bi nešto i poduzeli. Konkretno, u veoma iskrenom i otvorenom blog upisu (postu) o tome zašto je ProtectMyPhotos propala,

Shaw je priznao da su se on i njegov tim bili zasliili vođenja online kompanije. Shaw je napisao:

Na kraju smo shvatili da je naša kvaliteta gušila ideju koja nas je uspjela. Moj biznis partner i ja smo došli do spoznaje da je ono što nas potiče da dolazimo na posao svakog dana, osjećaj da možemo napraviti nešto do čega će ljudima biti stalo. Nažalost niko nije 'strastven' oko čuvanja fotografija.

Iako je bilo i drugih stvari koje su potroškovele propadanje ProtectMyPhoto-a, Shaw se ponovo vratio na raniji zaključak kako bi završio upis (post) na blogu. "Najveća lekcija koju smo naučili: Radite ono oko čega ste strastveni. U početničkom svijetu, ako vam je dosadno, to je isto kao da i ne postojite."

Pitanja za kritičko razmišljanje

1. Sta mislite, zašto Chris Shaw nije preokrenuo da bi njegova strast za ProtectMyPhotos mogla brzo raslati? Ogledite šta mislite da je ključno kako bi se utvrdilo da li je osoba istinski strastvena oko poslovne ideje, prije nego što se krene u njenu realizaciju.
2. Da li mislite da bi svakome bilo teško ostati strastveni oko ProtectMyPhotos i usluge koju je nudila?
3. Na koji način Chris Shaw i ProtectMyPhotos odlikuju Meksiko definiciju poduzetničke firme?
4. Kako je ProtectMyPhotos mogao biti spašen?

zven: C. Shaw, "Oh Show us Lessons Learned and Moving Forward," www.ondostartups.com/protectmyphotos-13-septemba-2006/, M. Knapčak, ProtectMyPhotos, www.cnet.com/protectmyphotos (13. septemba 2008.)

Ariel Diaz

WHAT WENT WRONG?

How a Lack of Passion and Too Few Customers Can Kill a Business

The idea for YouCast was hatched in mid-2006, during a road trip involving Ariel Diaz, Jay Peak, and Jeff Dwyer. Throughout the ride, the friends bounced business ideas off each other. One idea stuck: How about creating a platform for sporting events? It would be fun, the friends thought, for people to watch a sporting event, like a high school football game, and stream that live live commentary across the Web.

Diaz shared the idea with Jeff Hebert, a friend, and within a couple of months he, Hebert, Peak, and Dwyer started building an alpha version of the site. Initially, each member of the group kept his day job, working on the idea, which they dubbed YouCast, on nights and weekends. Eventually, each quit his job, and the four spent the next three years raising money, opening an office, hiring people, getting YouCast up and running and proving the business. (A pivot is when a business changes course.) Often, start-ups iterate or pivot based on user feedback. YouCast started as a virtual sports bar where people could come in audio commentary on televised sporting events. That approach didn't stick. It then pivoted to focusing on enabling people to provide commentary on sporting events that weren't televised, like high school football games. Its final pivot was to expand beyond sports, mainly by de-emphasizing the sports branding on its Web site, by adding a few features geared more toward video producers than ordinary sports enthusiasts. At this time, YouCast's revenue model called for the firm to take a commission on the sales its site generated. Each person who used the site to provide live commentary of a sporting event would sign up listeners, who would pay a small fee to listen to the event.

Ultimately, YouCast didn't work. In a blog post about YouCast's failure, Diaz provided five reasons that YouCast failed, three of which involved either a lack of passion or an absence of customers.

First, the company ran out of money. Despite operating in a very lean manner, toward the end there simply wasn't enough money to continue operating. Second, the market was not there. The underlying assumption of YouCast's business model is that people would pay for audio and video commentary of sporting events that weren't covered

on radio or TV. As it turned out, not enough people wanted it. YouCast did find some narrow markets where people would pay, such as high school sports, some boxing matches, and some mixed martial arts events. But these markets weren't large enough to build a sustainable company. Third, the team was ready to move on. The four cofounders started YouCast because they wanted to do something entrepreneurial—not because they loved broadcasting or loved sports. They weren't the core users of their own product. This made it hard to sustain effort when things got tough. Fourth, they saw no light at the end of the tunnel. They'd guessed wrong about people's willingness to pay to listen to live broadcasts of sporting events, and didn't see any prospects that would change. Finally, three and a half years after that car ride, it was time to call it quits. Although the founders considered themselves to be survivors, they made the tough decision to shut things down and move on.

Questions for Critical Thinking

1. Why do you think Ariel Diaz and his cofounders didn't realize that they were starting a business that they weren't really passionate about? Should that have been a warning sign to them? Describe what you believe are the keys to ensuring that a person is truly passionate about a business idea before moving forward with the idea.
2. Why is passion such a critical component of entrepreneurial success? If people are willing to work hard and dedicate themselves, do you think they can build a successful business without being passionate about their business idea?
3. How could YouCast's cofounders have better anticipated that people would be reluctant to pay to listen to or watch sporting events that weren't being covered on radio or TV?
4. Do you think YouCast could have been saved? If so, how?

Source: A. Diaz, "YouCast—A Post-Mortem," The Anxious Life Blog, <http://theanxiouslife.com/youcast-a-post-mortem>, June 3, 2015 (accessed February 24, 2017).

Karakteristike uspješnih poduzetnika

Istrajnost uprkos neuspjehu

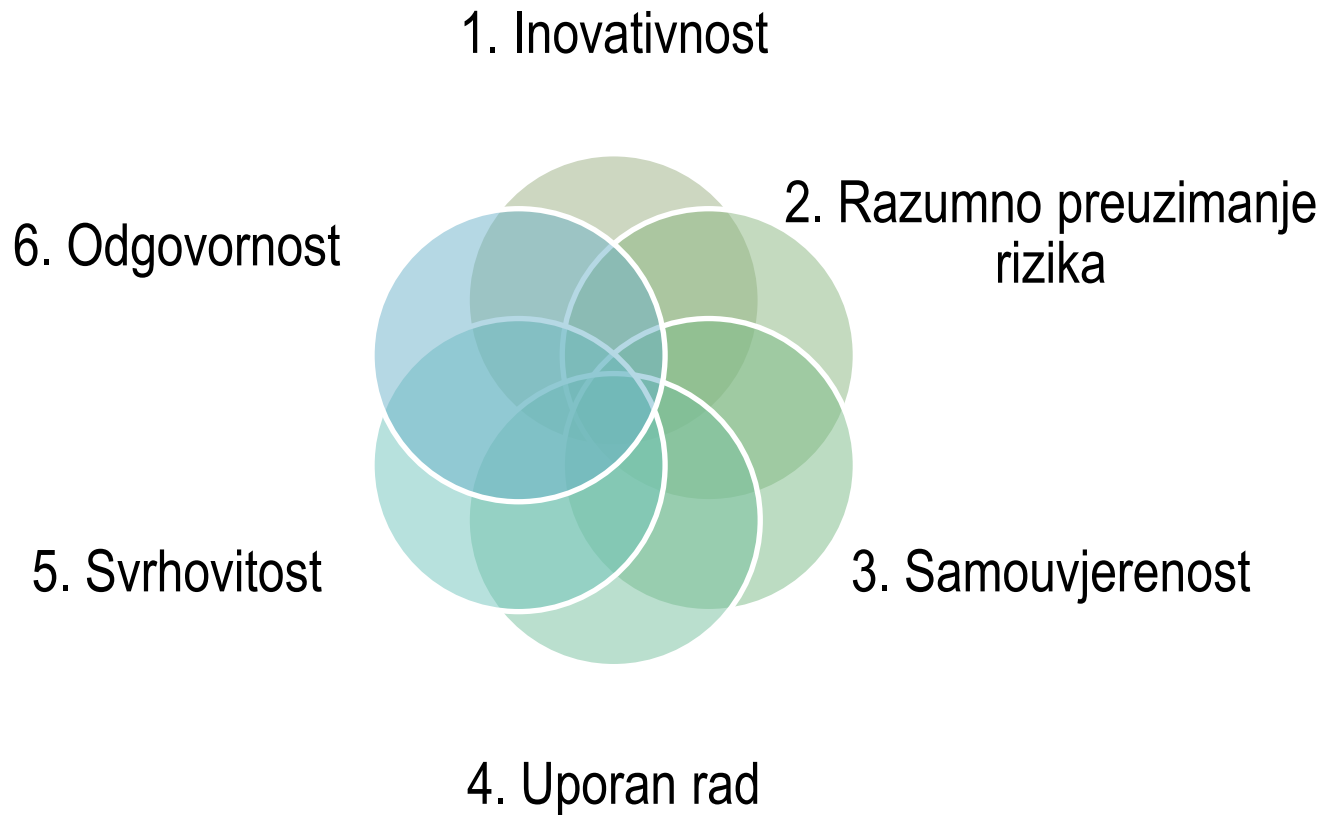
- S obzirom da poduzetnici uglavnom pokušavaju raditi nešto novo, prirodno je da je stopa neuspjeha visoka.
- Definirajuća karakteristika uspješnih poduzetnika je njihova sposobnost da prevaziđu prepreke i neuspjehe.

Inteligencija provedbe

- Sposobnost podešavanja i pretvaranja solidne poslovne ideje u održiv biznis je ključna karakteristika uspješnih poduzetnika.

Karakteristike uspješnih poduzetnika

[David C. McClelland; Nicholas C. Siropolis; Umihanić B.]



Definicija poduzetnika

[u knjizi Dedić, Umihanić: Osnove menadžmenta i preduzetništva]

- Poduzetnik je poslovno kreativan, inovativan, samouvjeren čovjek, koji je sposoban brzo uočiti pojave, probleme i mogućnosti, te spreman na razuman rizik i maksimalni napor da bi ostvario svoje ideje i ciljeve uz prihvaćanje pune odgovornosti za uspjeh i neuspjeh svog poduhvata.

William D. Bygrave

koncept „10 D“

1. Dream (**San**) - Preduzetnici imaju viziju budućnosti i sposobnost da krenu u ostvarenje svojih snova.
2. Decisiveness (**Odlučnost**) - Oni ne odugovlače, već brzo donose odluke.
3. Doer (**Radnik**) - Jednom kada odluče o planu akcije, sprovode ga u djelo što je brže moguće.
4. Determination (**Riješenost**) - Ideje se sprovode sa potpunom riješenosti. Preduzetnici ne odustaju, uprkos preprekama.
5. Dedication (**Posvećenost**) - Potpuno su posvećeni svom poslu.
6. Devotion (**Odanost**) - Preduzetnici vole ono što rade.
7. Details (**Detalji**) - Preduzetnici moraju kontrolisati sve kritične detalje.
8. Destiny (**Sudbina**) - Žele da sami odlučuju o svojoj sudbini.
9. Dollars (**Novac**) - Novac nije ono što ih motiviše, već nagrada za ono što rade. Novac je mjera njihovog uspjeha.
10. Distribute (**Distribucija**) - Preduzetnici su spremni da prenesu dio vlasništva na druge osobe

Poduzetnička firma za primjer

Zašto je istrajnost jedna od najvažnijih osobina poduzetnika

Guitar Hero i iRobot

Angry Birds and Zeo

Guitar Hero i iRobot: Zašto je istrajnost jedna od najvažnijih poduzetničkih osobina

www.guitarhero.com
www.irobot.com

Golemo svi znaju za Guitar Hero, najpopularniju popularnu seriju muzičkih video igara. Da biste igrali Guitar Hero, morate držati plastični uređaj u obliku gitare dok se sa ekranom ponaša jednako kao da odgovara stvarnim tipkama na uređaju, unki simulira je sviranje. Igra postavlja pojedinačno sviranje i kompetitivni način rada za dva igrača. Igra koristi niz lako koriscinskih balo i raznorazni rock muzara iz 1960-ih. Do sada je prodano preko 24 miliona kopija za više od milijardu dolara.

Imposibilno je reći ozi dji odstart prije tako je Guitar Hero poznati NeoClassice u potpunosti sa Activision-om (jedna velika kompanija za video igre), zapravo ga je nazvala Harmonix Music Systems, manje manje kompanija. Harmonix je osnovan 1995. Osnivači su se sastali u MIT Media Lab-u i kreirali Harmonix igru bi pronalazi način da pomogne naučnicima da razume uticak stvaranja muzike. Njihov trud je uglavnom bio u zasludu. Tokom tih godina, želili su se da se jedino što bi mogli prodati zapravo dionice kompanije. Kompanija je proizvela osam video igara prije Guitar Hero-a, ali sa skromnim rezultatima. Guitar Hero je bio Harmonix-ova deveta igra i izostala je deset godina nakon osnivanja kompanije. Nedavno je MTV Networks kupio Harmonix za 175 miliona dolara.

Istovremeno, najpopularniji robotični poduzetnički proizvod, ima skoro istu priču. Kompanija je pokrenuta 1999. sa ciljem da stvara robote koji će obavljati svakodnevne svakodnevne. Prva ideja je bio babini masazer koji bi sa svojim osjetilima na leđa sadržaj i pomogu korisnicima, doktorima i majkama bolno podrižati. Ideja je odobrena kao preokupat, tokom narednih 10 godina, kompanija je radila na velikom broju različitih proizvoda za kućnu, ali sa ograničenim uspjehom. Uspjela se oslužiti zahvaljujući upornosti sa specijaliziranim robotima za vojsku, kao što je katalan robot za brzoenje koji je korišten u Afganistanu. Krajem 1990-ih, kompanija se još više potrudila da bi se probila na tržište. Godine 2000, su kreirali robota pod nazivom My Roof Baby, koji se oslanjala kada bi je šakirali po tablerima i imala druge ljudske osobine. Roomba, robotični usisivač po kojem je kompanija sada poznata, se nije pojavio sve do 2001., 11 godina nakon osnivanja iRobota. Iki i

Robo, bila je potrebna ogromna količina rada da bi proizveli Roomba, opstao i razvio se. Uslijed je prodaja tak 20 verzija prije nego što je bio spreman za tržište. iRobot je sada uspješna kompanija čiji dionici su se mnoge izgovili na NASDAQ-u. U 2007. je imao 249.1 milion dolara prodaje i 19.1 miliona profita.

Često prije Vas nadjavu da stvarni i zapravo ista: iz istog društva sa Harmonix Music System-om i iRobot-om da su njihovi osnivači nastali nakon tri, pet ili deset godina njihovog postojanja? Nijedna kompanija je kroz historiju nje imala impresivan postotak njih je osnivača mnogo potopio. Ono što su obje imale, jesu osnivači sa jasnim vizijom i željom da se izađu sa svim dok se njihove vizije ne osvane. I Guitar Hero i uslijed Roomba su zapravo sveti što uspjeha postojeli. Da osnivači njihovih kompanija nisu imali istrajnost koja čini mnogo poduzetnika uspjehom, nijedan od ovih proizvodica danas ne bi postojao.

Pitanja za kritičko razmišljanje

1. Uporedite Guitar Hero-a i iRobota sa ProtodMyPhish, kompanijom u kojoj su govori i tekstovi "šta je postio istov?" Zašto su Guitar Hero i iRobot preživjeli (uspjehavši dok je ProtodMyPhish propao)?
2. Da li mislite da biste se mogli "održati" jednako dugo, koliko i osnivači Guitar Hero-a i iRobota, prije nego što su proizveli probničan proizvod? Šta mislite da je najvažnije da bi neko ostao imajun kada usvodi ideju svoje od planiranog?
3. Zašto mislite da je Guitar Hero tako uspješan? Koje okolnosti se pruže specifične informacije koje bi pomogle dati odgovore na ova pitanja, posebno iz područja? Zašto mislite da su osnivači Guitar Hero-a i iRobota ostali sa svojom firmama tako dugo? Ne bi li imalo smisla razmišljati da su osnivači ostali mnogo godina prije stvaranja probničan proizvoda?

Don't Sleep, Guitar Hero is a 16 Year Old Myth (2007) <http://www.venturebeat.com/2007/07/16/dont-sleep-guitar-hero-is-a-16-year-old-myth/>
Lizette, "The Robot Wars That Failed" (2008) <http://www.venturebeat.com/2008/02/26/robot-wars-that-failed/>

Angry Birds and Zeo

Rohto Mobile (maker of Angry Birds) Web: <http://www.rohtm.com>; Twitter: <http://twitter.com/rohtm>; Facebook: www.facebook.com/rohtm; Zeo Web: www.zeo.com; Twitter: <http://twitter.com/zeo>; Facebook: www.facebook.com/zeo

Most everyone is familiar with Angry Birds, the video game in which players use a slingshot to launch birds at pigs stationed on or within various structures. The goal is to destroy all the pigs on the platform. Inspired by a sketch of stylized wingless birds, the game was first released for the Apple iPhone in December 2009. Since then it has been widely popular and its creator, Finland-based Rovio Mobile, has created versions of Angry Birds for the Android operating system and other platforms. While it's hard to know for sure why Angry Birds has been such a success, it's been praised for its successful combination of addictive game play, comical style, and low price (99 cents per download). Across all platforms, Angry Birds has been downloaded more than 100 million times, making it one of the most successful electronic games in history. In fact, the birds in the game, outfitted with different colors and destructive capability, have become cultural icons. They have been made into plush toys, which sell for \$12 to \$15 each, and Rovio Mobile is thinking about creating a children's cartoon series focused on the birds.

Impressively, in 2011, the company behind Angry Birds, Rovio Mobile, was started in 2003 by three students, Niklas Tuck, Jarmo Ruuska, and Kim Dikert, from Helsinki University of Technology (now called Aalto University School of Science and Technology) in Finland. While still in school, the three entered a mobile game development contest sponsored by Nokia and HP. Their entry, a multiplayer game named "King of the Cabbage World," won the contest, which prompted the three to start a company to make mobile games. Incidentally, from 2003 until 2005, Rovio Mobile produced 21 electronic games, none of which were a hit. Angry Birds was its 30th release. To say that the three entrepreneurs were paranoid is a fair understatement!

The same year Rovio Mobile started, Jason Donohue and Zee Rubin, two students at Brown University, launched Zeo, formerly known as Aeon Labs. Looking for ways to fight procrastination and help people feel more alert, Donohue and Rubin found that the stress of sleep from which a person awakens has a major effect on how that person feels during the day. So Zeo was launched to help people track the quality of their sleep and awaken at the ideal time. To do this, Zeo created an alarm clock and related accessories that monitor sleep states. The state of sleep is detected by a headband that the user wears while sleeping. A bedside base unit monitors the state of sleep and awakens the sleeper during the last light sleep before the desired waking time. A complementary personal sleep coaching service, in the form of a Web-based platform, helps users measure and analyze

their sleep patterns, and makes recommendations for how to improve the quality of their sleep.

The Zeo system is dependent on both software and hardware, both of which were built from scratch by Donohue and Rubin. As a vital prototype was built, and the two then started cold-calling entrepreneurs in their area who had built a physical product to get their advice on how to proceed. One person they targeted was Colin Angle, the CEO of iRobot, the maker of the popular Roomba robotic vacuum cleaner. Getting Angle on the phone wasn't easy. Donohue and Rubin called a number of times and got to know Angle's secretary. They were repeatedly told he wasn't available, but were polite and always asked if it was okay to call again. One day, while driving home from a meeting, they tried again and found—much as was put through. They got five minutes of Angle's attention and convinced him to meet with them. Angle eventually became a Zeo adviser, and then a board member, and was instrumental in introducing Donohue and Rubin to Chinese manufacturers who now produce the hardware portion of Zeo's products. Donohue and Rubin have publicly commented that Zeo wouldn't have been possible without Angle's involvement and advice.

Questions for Critical Thinking

1. Contrast Rovio Mobile with YouDash: the company featured in this chapter's "Midnight Wrong" feature. Why do you think Rovio Mobile survived and is now thriving while YouDash failed?
2. Why do you think Angry Birds has been so successful?
3. Do you think you'd be able to "hang in there" as long as the founders of Rovio Mobile did? Would you have been able to keep picking up the phone and calling Colin Angle's office, even after being repeatedly told he wasn't available? What are the keys to retaining "tenacity" when things look longer than planned?
4. Although the case does not provide specific information to help you answer these questions, give them a stab anyway. Why do you think the founders of Roomba Mobile stuck with the company as long as they did? Wouldn't it have made perfect sense for them to throw in the towel before they got to release number 20, which turned out to be Angry Birds? Similarly, why do you think Donohue and Rubin kept calling Colin Angle?

SOURCE: A. WIRTH AND C. RUBIN, "DARWIN'S DREAM JOB," *MIT Sloan*, www.sloan.mit.edu, January 3, 2011 (accessed March 11, 2011); A. MOON AND S. WINGFIELD, "Angry Birds: Rovio's 34th Million," www.venturebeat.com, March 2, 2011, 91.

Najčešći mitovi o poduzetnicima

1 od 5

- **Mit 1:** Ljudi se rađaju kao poduzetnici, ne može se postati poduzetnikom
- **Mit 2:** Poduzetnici su kockari
- **Mit 3:** Poduzetnici su primarno motivirani novcem
- **Mit 4:** Poduzetnici trebaju biti mladi i energični
- **Mit 5:** Poduzetnici vole biti u centru pažnje

Najčešći mitovi o poduzetnicima

1 od 5

- **Mit 1: Ljudi se rađaju kao poduzetnici, ne može se postati poduzetnikom**
- Ovaj mit se bazira na pogrešnom uvjerenju da neki ljudi imaju genetske predispozicije da budu poduzetnici.
- Konsenzus mnogih studija je da niko nije rođen da bude poduzetnik i da svaki čovjek ima potencijal da postane poduzetnik.
- Ukoliko neko postane ili ne postane poduzetnik funkcija je okruženja, životnog iskustva i ličnih izbora.

Najčešći mitovi o poduzetnicima

1 od 5

Iako niko nije “rođen” da bude poduzetnik, ipak postoje zajedničke osobine i karakteristike uspješnih poduzetnika

- Motivirani postignućem
- Tragaju za prilikama
- Kreativni
- Odlučni
- Energični
- Imaju snažnu radnu etiku
- Umjereno preuzimaju rizik
- Rade na umrežavanju
- Imaju dugačak opseg pažnje

- Imaju optimističnu dispoziciju
- Uvjerljivi
- Promoteri
- Prikupljaju i unapređuju resurse
- Samopouzdana
- Podstiču sami sebe
- Uporni
- Toleriraju neopredijeljenost
- Vizionari

Najčešći mitovi o poduzetnicima

2 od 5

Mit 2: Poduzetnici su kockari

- Većina poduzetnika umjereno preuzimaju rizik.
- Ideja da su poduzetnici kockari proizilazi iz sljedećeg:
- U većini slučajeva poduzetnici imaju poslove koji su manje strukturirani, te se suočavaju sa nesigurnijim mogućnostima nego ljudi koji rade tradicionalne poslove.
- Mnogi poduzetnici imaju snažnu potrebu da postave i ostvare izazovne ciljeve – ponašanje koje se vrlo često izjednačava sa preuzimanjem rizika.

Najčešći mitovi o poduzetnicima

3 od 5

Mit 3: Poduzetnici su primarno motivirani novcem

- Iako je prilično naivno misliti da poduzetnici ne streme ka finansijskoj nagradi, ipak je novac rijetko razlog zbog kojeg poduzetnici osnivaju vlastita preduzeća.
- Zapravo, mnogi poduzetnici upozoravaju da težnja ka zaradi vrlo često može ometati prilikom dostizanja drugih ciljeva.

Najčešći mitovi o poduzetnicima

4 od 5

Mit 4: Poduzetnici trebaju biti mladi i energični

- Najaktivnije i najpodobnije doba za vlasništvo nad preduzećem je između 35 i 45 godina starosti.
- Iako je važno biti energičan, investitori često naglašavaju snagu poduzetnika kao najvažniji kriterij prilikom donošenja odluke o investiranju.
- Ono što u očima investitora čini poduzetnika “snažnim i jakim” je iskustvo, zrelost, solidna reputacija i put uspjeha.
- Ovi kriteriji favoriziraju starije u odnosu na mlađe poduzetnike.

Najčešći mitovi o poduzetnicima

5 od 5

Mit 5: Poduzetnici vole biti u centru pažnje

- Istina, neki poduzetnici vole da se pretjerano ističu, ipak, većina njih ne privlači pažnju javnosti.
- Na NESDAQ-u najvećoj i najrespektabilnijoj američkoj berzi se nalazi čak 3.200 uspješnoj kompanija. Koliko bi poduzetnika mogli imenovati čiji su biznisi na toj berze?

Tipovi Start-Up preduzeća

Firme koje se osnivaju radi samozaposlenja
(*salary-substitute firms*)

Firme koje u osnovi svom vlasniku ili vlasnicima omogućavaju približan nivo plaće koju bi inače zaradili radeći kao zaposlenici u nekoj drugoj firmi

Firme koje se osnivaju iz hobija ili zabave a koje upotpunjuju životni stil vlasnika
(*lifestyle firms*)

Firme koje svom vlasniku ili vlasnicima pružaju mogućnost da žive određenim životnim stilom i da zarađuju od toga

Poduzetničke firme
(*Entrepreneurial firms*)

Firme koje uvode nove proizvode i usluge na tržište stvarajući i iskorištavajući prilike uzimajući u obzir resurse kojima raspolažu

6. Objasniti na koji način se poduzetničke firme razlikuju od firmi koje ljudi osnivaju radi samozaposlenja (*salary substitute firm*) i firmi koje ljudi pokreću iz hobija ili zabave a koje upotpunjuju njihov životni stil (*lifestyle firm*)

Ekonomski uticaj poduzetništva na društvo

Inovacija

- je proces stvaranje nečeg novog, što je centralna tačka poduzetničkog procesa.
- Mala preduzeća iskazuju dvostruko veću inovativnost po zaposleniku u odnosu na velika preduzeća.

Nova radna mjesta

- U posljednje dvije decenije, ekonomska aktivnost se pomjerila u smjeru manjih poduzetničkih firmi, a jedan od razloga može biti njihova jedinstvena sposobnost za inovativnost i fokusiranje na specijalizirane zadatke.

Uticaj poduzetničkih firmi na društvo i veće firme

Uticaj na društvo

- Inovacije poduzetničkih firmi imaju izuzetan uticaj na društvo.
- Razmislite o svim novim proizvodima i uslugama koje čine naš život lakšim, unapređuju našu produktivnost na poslu, pospješuju naše zdravlje i zabavljaju nas na nove načine.

Uticaj na veće firme

- Mnoge poduzetničke firme su izgradile svoj poslovni model na proizvodnji proizvoda i usluga koje pomažu većim firmama da postanu efikasnije i efektivnije.