



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

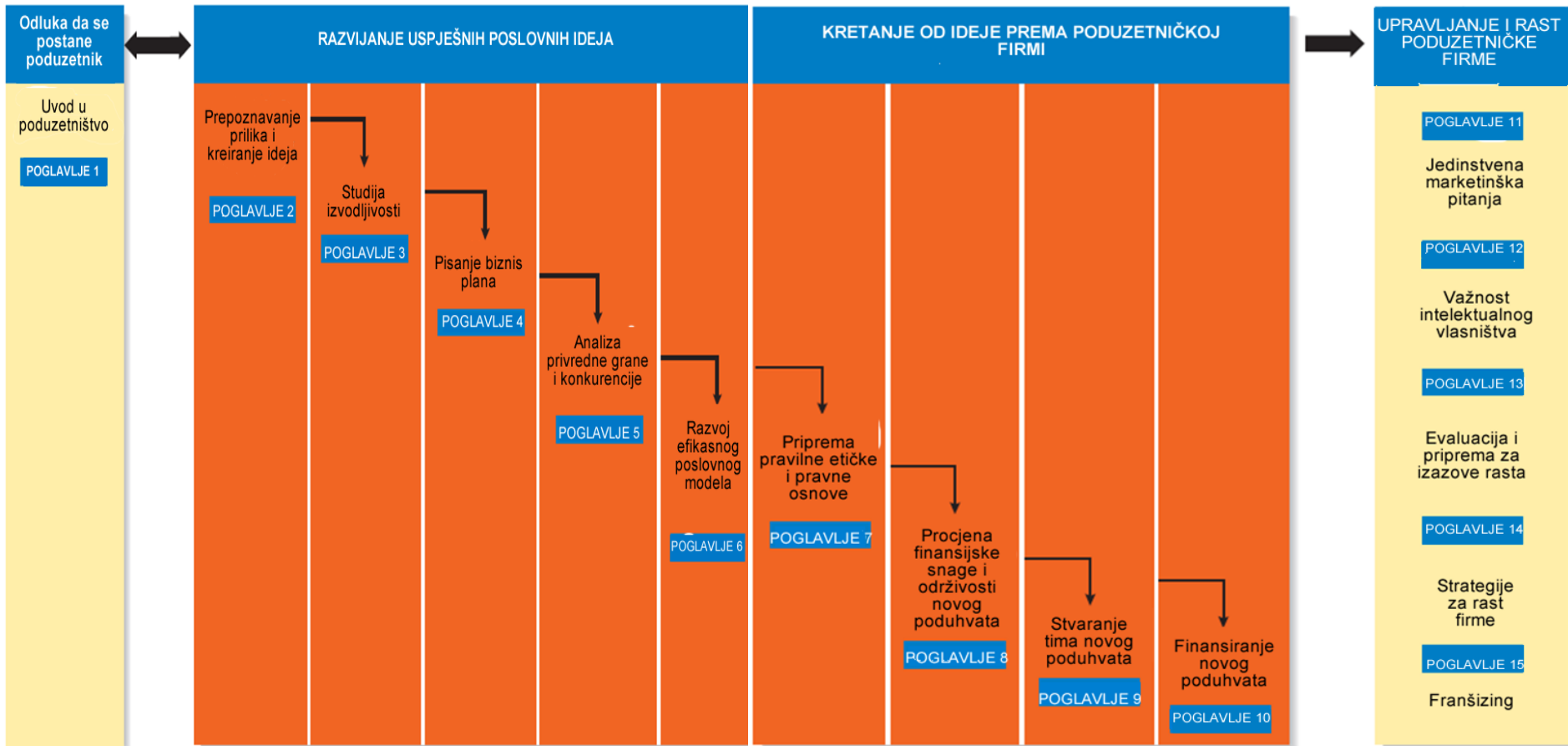
1 od 2

Korak 1

Korak 2

Korak 3

Korak 4



Analiza izvodljivosti

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

Klasična poduzetnička priča

Think Gum LLC.

Matt Davidson



Upoznavanje sa Mattom Davidson-om

NAJBOLJI SAVJET KOJI SAM IKAD DOBIO

Ne možeš postići pogodak ako ne šutneš na gol

ŠTA BI ŽELIO RADITI ZA 10 GODINA

Olakšavati život ljudima

MOJE NAJVEĆE IZNENAĐENJE KAO PODUZETNIKA

Do koje mjere su ljudi spremni pomoći ukoliko vjeruju u tvoju ideju

NAITEŽI DIO VEZAN ZA FINANSIRANJE PODUZETNIČKOG PODUHVAȚA

Pronaći nekoga ko može dati više od novca

MOJ SAVJET BUDUĆIM PODUZETNICIMA

Nemojte se obeshrabriti kada čujete „ne“ jer ćete ga čuti svo vrijeme

Žvakaća guma je sadržavala šest sastojaka: **pepermint** (za svijesnost), **ružmarin** (za energiju i poboljšanje memorije), **vinpocetine** (za jačanje kratkotrajne memorije), **bacopa** (za brži kognitivni proces), **gingko biloba** (za poboljšanje memorije) i **guarana** (sadrži prirodni kofein za dodatnu energiju).

Getting Personal with MORPHOLOGY

A photograph of Kate Ryan Reiling, a woman with dark curly hair, wearing a brown cardigan over a teal shirt. She is smiling and sitting at a table. In front of her is a box of Morphology and a purple circular board game with colorful pieces. The background is a blurred indoor setting with blue lighting.

Getting Personal *with* MORPHOLOGY

Founder:
KATE RYAN REILING
MBA, The Tuck School at Dartmouth College, 2009

Dialogue with
Kate Ryan Reiling

FIRST ENTREPRENEURIAL EXPERIENCE
Selling friendship bracelets when I was younger

BEST ADVICE I'VE RECEIVED
Believe in yourself (from my dad).

MY FAVORITE SMARTPHONE APP
Zillow

WHAT I DO WHEN I'M NOT WORKING
Go biking, cross country skiing or do something active

MY BIGGEST SURPRISE AS AN ENTREPRENEUR
How many decisions I have to make on a daily basis with little historical data to help guide me

BEST PART OF BEING A STUDENT
Time to think with friends

<http://thinkgum.com/>

www.morphologygames.com

Šta je analiza izvodljivosti?

Analiza izvodljivosti

- Analiza izvodljivosti je proces određivanja da li je poslovna ideja održiva.
- Radi se o preliminarnoj evaluaciji poslovne ideje, provedenoj iz razloga da se utvrdi da li se isplati ideju sprovesti u djelo.

Kada sprovesti analizu izvodljivosti

- **Vrijeme sprovođenja analize izvodljivosti**
 - Najpogodnije vrijeme za sprovođenje analize izvodljivosti jeste rana faza promišljanja o planovima za Vaš novi biznis.
 - Bit je imati nacrt ideja prije nego se previše resursa utroši na njih.
- **Komponente analize izvodljivosti izvršene na pravilan način**
 - Pravilno izvršena analiza izvodljivosti sadrži četiri odvojene komponente, prezentirane na sljedećim slajdovima.

Analiza izvodljivosti

-potpuni pregled procesa prepoznavanja prilike – veza sa Poglavljem 2



Analiza izvodljivosti

Uloga analize izvodljivosti u razvoju poslovne ideje



Forme analize izvodljivosti

Izvodljivost
proizvoda/usluge

Izvodljivost u
privrednoj grani/ciljnom tržištu

Organizaciona izvodljivost

Finansijska izvodljivost

Nacrt sveobuhvatne analize izvodljivosti

Tabela 3.1. Analiza izvodljivosti

Dio 1: Izvodljivost proizvoda/usluge

- A. Poželjnost proizvoda/usluge
- B. Potražnja za proizvodom/uslugom

Dio 2: Izvodljivost u privrednoj grani/ciljnom tržištu

- A. Atraktivnost privredne grane
- B. Atraktivnost ciljnog tržišta

Dio 3: Organizaciona izvodljivost

- A: Sposobnost menadžmenta
- B: Dostatnost resursa

Dio 4: Finansijska izvodljivost

- A. Ukupna finansijska sredstva potrebna za pokretanje preduzeća
- B. Finansijska performansa sličnih biznisa
- C. Sveukupna finansijska atraktivnost predloženog poduzetničkog poduhvata

SVEUKUPNA PROCJENA

“Prva procjena”

APPENDIX 3.1 FIRST SCREEN

- Prikazana u dodatku 3.1, je obrazac za sprovedbu analize izvodljivosti.
- Nosi naziv “prva procjena” zbog toga što predstavlja inicijalni korak pri određivanju izvodljivosti poslovne ideje.
- Ukoliko poslovna ideja ispuni očekivanja u ovoj fazi, sljedeći korak je izrada biznis plana.

APPENDIX 3.1 FIRST SCREEN

Part 1: Strength of Business Idea

For each item, circle the most appropriate answer and make note of the (-1), (0), or (+1) score.

	Low Potential (-1)	Moderate Potential (0)	High Potential (+1)
1. Extent to which the idea: • Takes advantage of an environmental trend • Solves a problem • Addresses an unfilled gap in the marketplace	Weak	Moderate	Strong
2. Timeliness of entry to market	Not timely	Moderately timely	Very timely
3. Extent to which the idea "adds value" for its buyer or end user	Low	Medium	High
4. Extent to which the customer is satisfied by competing products that are already available	Very satisfied	Moderately satisfied	Not very satisfied or ambivalent
5. Degree to which the idea requires customers to change their basic practices or behaviors	Substantial changes required	Moderate changes required	Small to no changes required

Part 2: Industry-Related Issues

	Low Potential (-1)	Moderate Potential (0)	High Potential (+1)
1. Number of competitors	Many	Few	None
2. Stage of industry life cycle	Maturity phase or decline phase	Growth phase	Emergence phase
3. Growth rate of industry	Little or no growth	Moderate growth	Strong growth
4. Importance of industry's products and/or services to customers	"Ambivalent"	"Would like to have"	"Must have"
5. Industry operating margins	Low	Moderate	High

Part 3: Target Market and Customer-Related Issues

	Low Potential (-1)	Moderate Potential (0)	High Potential (+1)
1. Identification of target market for the proposed new venture	Difficult to identify	May be able to identify	Identified
2. Ability to create "barriers to entry" for potential competitors	Unable to create	May or may not be able to create	Can create
3. Purchasing power of customers	Low	Moderate	High
4. Ease of making customers aware of the new product or service	Low	Moderate	High
5. Growth potential of target market	Low	Moderate	High

Analiza privredne grane i konkurencije

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

Klasična poduzetnička priča

BUSINESSES AtoZ



AMY SHUKLA
Suosnivač, BusinessesAtoZ
BS, Informatika, Chapman University
Očekuje da diplomira 2010. godine

BHAVDIP BHAYANI
Suosnivač, BusinessesAtoZ
BS, Informatika i inženjstvo,
Fullerton College, očekuje da diplomira 2010. godine

Upoznavanje

sa Amy Shukla-om

TRENTNO NA MOM IPOD-U
Kanje West, T-plain, L&W Wayne

ŠTA RADIM U SLOBODNO VRIJEME
*Gledam filmove zajedno sa svojim
poredovim partnerom*

**MOJ SAVJET BUDUĆIM
PODUZETNICIMA**
*Ne dopusti da te kritike odrenu s tvog
puta*

PREDNOSTI STUDENATA
Znati da su moje mogućnosti besplatne

**NAJBOLJI SAVJET KOJI SAM IKADA
DOBILA**
*Moj tata me naučio „Obećaj manje a
ispuni više“ (P.K. Shukla)*

PRVO PODUZETNIČKO ISKUSTVO
*Prodaja naručica sa mojom sestrom u
petom razredu*

Getting Personal with ELEMENT BARS

A photograph of Jonathan Miller, the founder of Element Bars, smiling and standing behind a counter in a warehouse. He is wearing a yellow polo shirt. In front of him are several cardboard boxes filled with Element Bars. The background shows industrial shelving and equipment.

Getting Personal *with* ELEMENT BARS

Founder:
JONATHAN MILLER
MBA, Northwestern University, 2008

**Dialogue with
Jonathan Miller**

**WHAT I DO WHEN I'M NOT
WORKING**
Woodworking, golf, flying

**CURRENTLY IN MY
SMARTPHONE**
The Rolling Stones, Howlin' Wolf,
Phish

**MY ADVICE FOR NEW
ENTREPRENEURS**
You're never the number one with
an idea—and that's OK. Check out
the competition, buy their product,
and figure out how you can do it
better.

**FIRST ENTREPRENEURIAL
EXPERIENCE**
Back in middle school, I wrote and
sold games for my TI programmable
calculator. We called the company
Mildewsoft.

BEST ADVICE I'VE RECEIVED
Ready. Fire. Aim. You often have to
take action in entrepreneurship
before you have all of the facts.
The trick is to be able to correct
along the way.

**MY FAVORITE SMARTPHONE
APP**
Chase app—I can direct deposit
checks right from the phone.

Šta je analiza privredne grane?

- Privredna grana
 - je grupa preduzeća koji proizvode isti ili sličan proizvod ili uslugu, kao što su avioni, sportska pića, namještaj ili elektronske igre.
- Analiza privredne grane
 - je poslovna pretraga koja se fokusira na potencijal privredne grane.

Zašto je značajna analiza privredne grane?

Analiza privredne grane

Značaj

- Kada se utvrdi da je novi poduhvat izvodljiv u pogledu privredne grane i tržišta na kojem će poslovati, potrebno je izvršiti detaljniju analizu kako bi se stekao uvid u nedostake i prednosti privredne grane.
- Ova analiza pomaže preduzeću da utvrdi da li je tržišna niša identificirana tokom analize izvodljivosti pogodna za novo preduzeće.

Tri ključna pitanja

Tokom proučavanja privredne grane, poduzetnik mora odgovoriti na tri pitanja prije nego započne sa sprovođenjem ideje o pokretanju preuzeća.

Pitanje 1

Da li je privredna grana pristupačna— drugim riječima, da li je realno za novo preduzeće da uđe na tržište u toj privrednoj grani?

Pitanje 2

Da li u dotičnoj privrednoj grani postoje neopslužena tržišta ili pak tržišta kojima su inovacije neophodne?

Pitanje 3

Postoje li pozicije unutar privredne grane koje omogućavaju izbjegavanje nekih od negativnih aspekata dotične privredne grane?

Na koji način faktori na nivou privredne grane i faktori na nivou preduzeća utiču na performansu?

- Faktori na nivou preduzeća
 - Uključuju imovinu preduzeća, proizvode, kulturu, timski rad zaposlenika preduzeća, ugled i ostale resurse.
- Faktori na nivou privredne grane
 - Uključuju prijetnju od ulaska novih konkurenata, suparništvo među postojećim preduzećima, pregovaračku moć kupaca, i ostale slične faktore.
- Zaključak
 - Kroz sprovedbu različitih studija, istraživači su dokazali da je od 8% do 30% varijacija u profitabilnosti preduzeća direktno povezano sa karakteristikama privredne grane u kojoj preduzeće posluje.

Tehnike za procjenu atraktivnosti privredne grane

Procjena atraktivnosti privredne grane

Proučavanje trendova okruženja i poslovnih trendova

Model pet snaga konkurentnosti

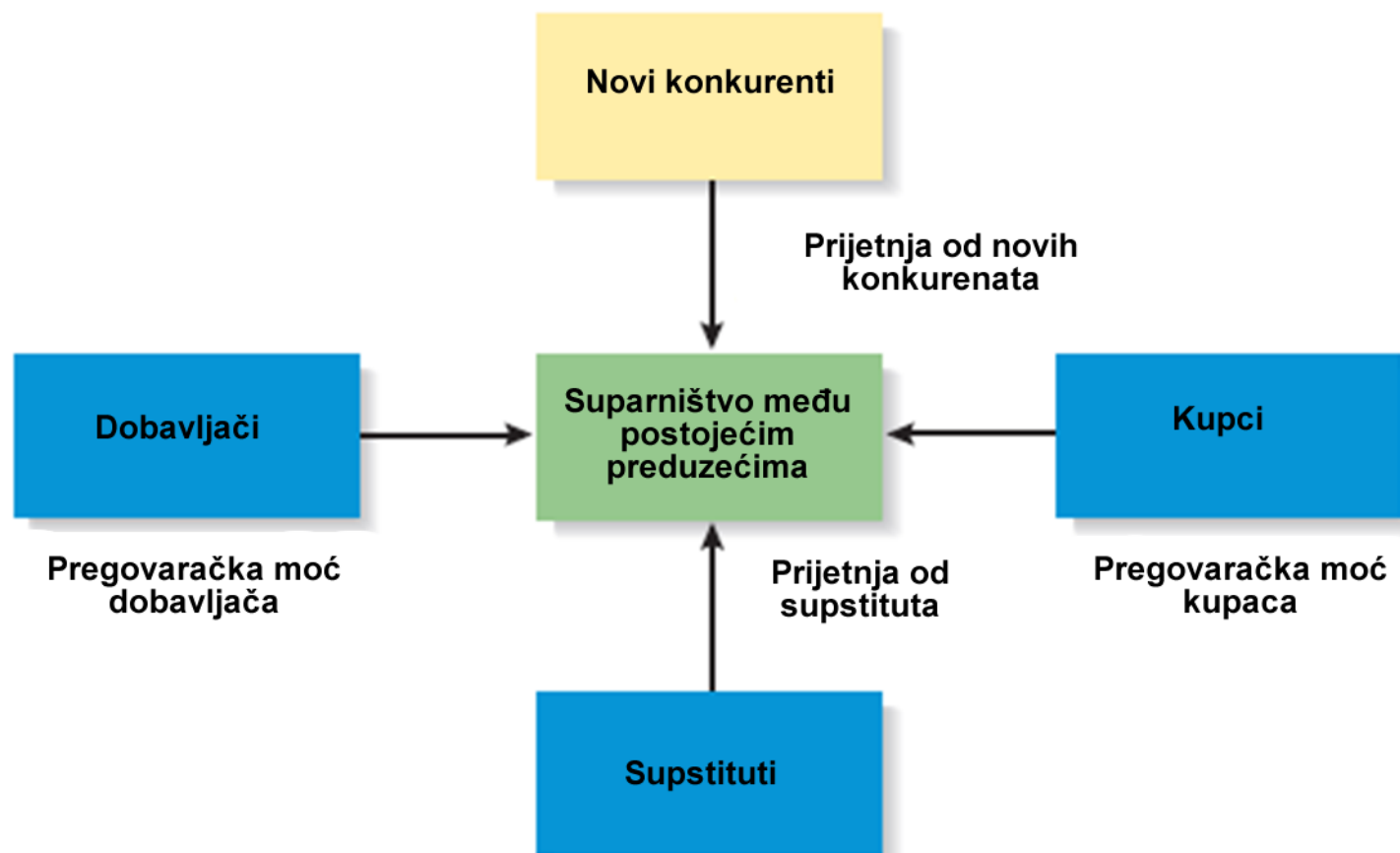
Model pet snaga konkurentnosti

2 od 3

- **Objašnjenje Modela pet snaga konkurentnosti (nastavak)**
 - Svaka od pet snaga, stvaranjem pritiska na profitabilnost privredne grane, utiče na prosječnu stopu profitabilnosti preduzeća koja posluju u dotičnoj privrednoj grani.
 - Kvalitetan menadžment tim preduzeća će nastojati pozicionirati svoje preduzeće na način kojim se izbjegava ili smanjuje uticaj navedenih snaga-u pokušaju da ostvari veću stopu profitabilnosti u odnosu na prosjek privredne grane u kojoj posluje.

Model pet snaga konkurentnosti

3 od 3



Prva primjena Modela pet snaga konkurentnosti

1 od 2

- Prva primjena modela
 - Model pet snaga konkurentnosti se može iskoristiti za procjenu atraktivnosti privredne grane određivanjem nivoa prijetnje profitabilnosti privredne grane koja dolazi od svake snage pojedinačno.
 - Ukoliko preduzeće ispuni formu prikazanu na sljedećem slajdu i uoči da je nekoliko prijetnji na izuzetno visokom nivou, preduzeće će vjerovatno željeti ponovo razmotriti ulazak u privrednu granu ili pažljivo razmisliti o poziciji koju bi moglo zauzeti unutar privredne grane.

Prva primjena Modela pet snaga konkurentnosti

2 od 2

Procjena atraktivnosti privredne grane korištenjem Modela pet snaga konkurentnosti

Snage konkurentnosti	Nivo prijetnje profitabilnosti grane		
	Nizak	Umjeren	Visok
Prijetnja od supstituta			
Prijetnja od novih konkurenata			
Suparništvo među postojećim preduzećima			
Pregovaračka snaga dobavljača			
Pregovaračka snaga kupaca			

Upute:

-
- Korak 1:** Odaberite privrednu granu
Korak 2: Procjenite nivo prijetnje profitabilnosti privredne grane za svaku od pet snaga (nizak, umjeren, visok).
Korak 3: Iskoristite tabelu za procjenu sveukupne atraktivnosti privredne grane.
Korak 4: Iskoristite tabelu za identifikaciju prijetnji koje su u najvećem broju slučajeva relevantne za profitabilnost privredne grane

Druga primjena Modela pet snaga konkurentnosti

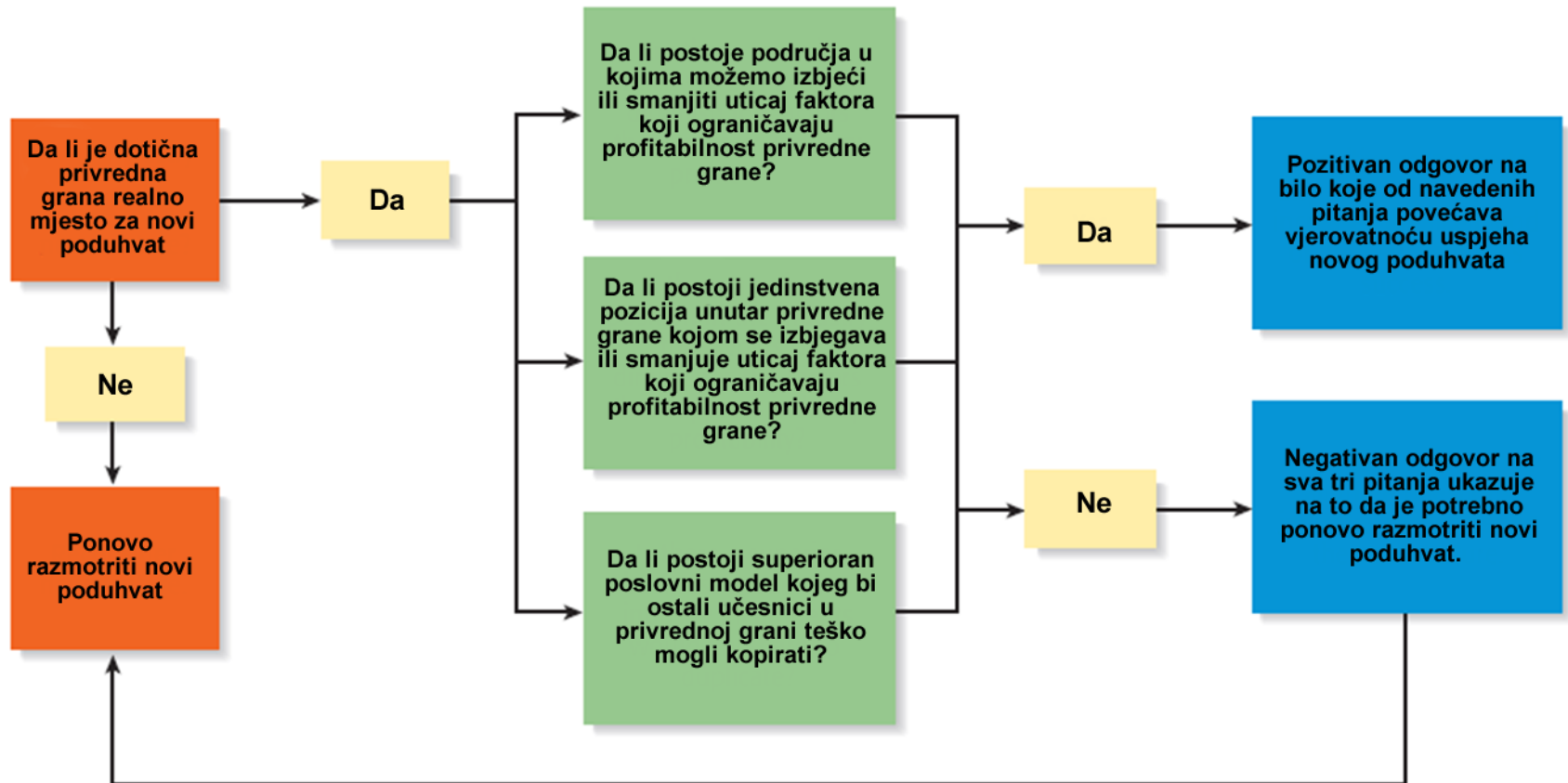
1 od 2

- Druga primjena Modela
 - Korištenjem Modela pet snaga konkurentnosti za odgovaranje na nekoliko ključnih pitanja može pomoći novom preduzeću da odredi da li treba ući u određenu privrednu granu.
 - Pitanja su prikazana na slici koja se nalazi na sljedećem slajdu. Ova pitanja mogu pomoći preduzeću da predvidi potencijalni uspjeh novog poduhvata u određenoj privrednoj grani.

Druga primjena Modela pet snaga konkurentnosti

2 od 2

Upotreba Modela pet snaga u svrhu postavljanja pitanja koji pomažu određivanju potencijalnog uspjeha novog poduhvata u određenoj industriji



Vrste privrednih grana i mogućnosti koje nude

1 od 4

- Privredne grane u nastanku
 - Privredne grane u kojima standardne operativne procedure tek trebaju biti razvijene.
 - Mogućnost: Prednost “prvog” na tržištu
- Fragmentirane privredne grane
 - Privredne grane koje karakteriše veliki broj preduzeća slične veličine.
 - Mogućnost: Konsolidacija.

Vrste privrednih grana i mogućnosti koje nude

2 od 4

- Zrele privredne grane

- Privredne grane koje ne bilježe rast potražnje, ili je taj rast izuzetno spor.

- Mogućnosti: Inovacije procesa i inovacije postprodajnih usluga.

- Opadajuće privredne grane

- Privredne grane koje bilježe smanjenje potražnje.

- Mogućnosti: Liderstvo, uspostavljanje tržišne niše i sprovođenje strategije sniženja troškova.

HVALA NA PAŽNJI



Dr.sc.Bahrija Umihanić, red.prof.

- e-mail: bahrija.umihanic@untz.ba i bahrijau@bih.net.ba
- Kabinet: Ekonomski fakultet – kabinet broj 309