

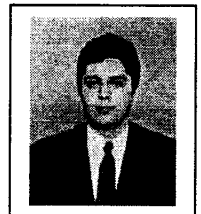
IDEJE ZA POČINJANJE PREDUZETNIČKOG BIZNISA

Mr Ilija ČUBROVIĆ, dr Todor KRALEV, dr Radmil POLENAKOVIĆ

Prof. dr Todor Krlev rođen je 1944. godine. Redovni je profesor Mašinskog fakulteta, Univerzitet Sv. Kiril i Metodij – Skopje. Diplomirao, magistrirao i doktorirao je na Mašinskom fakultetu u Beogradu. Autor je preko 170 bibliografskih jedinica, od kojih su 24 knjige, udžbenici skripte i sl. Profesor Krlev drži nastavu iz predmeta: Osnovi menadžmenta, Industrijski menadžment, Preduzetništvo i mali biznis i dr.



Doc. dr Radmil Polenaković rođen je 1967. godine. Radi kao docent na Katedri za industrijski inženjering i menadžment, na Mašinskom fakultetu u Skoplju. Diplomirao, magistrirao i doktorirao je na Mašinskom fakultetu u Skoplju. Autor je preko 60 bibliografskih jedinica, od kojih je više od polovine prezentirano u inostranstvu. Autor je 5 knjiga i skripti. Docent Polenaković drži nastavu iz predmeta: Menadžment čovekovih resursa, Projektovanje sistema u menadžmentu i dr.



Mr Ilija Čubrović rođen je 1964. godine. Diplomirao i magistrirao je na Mašinskom fakultetu u Skoplju. Vlasnik je privatne firme. Njegov interes je preduzetništvo i mali biznis. Objavio je nekoliko referata u zemlji i inostranstvu.



Kategorija rada: STRUČNI RAD
Recenzent: Prof. dr Tihomir PANTELIC
UDC: 334.722:65.011
Rad primljen: 15. 08. 2003.

ADRESA:
Mašinski fakultet
Univ. Kiril i Metodij
Skoplje

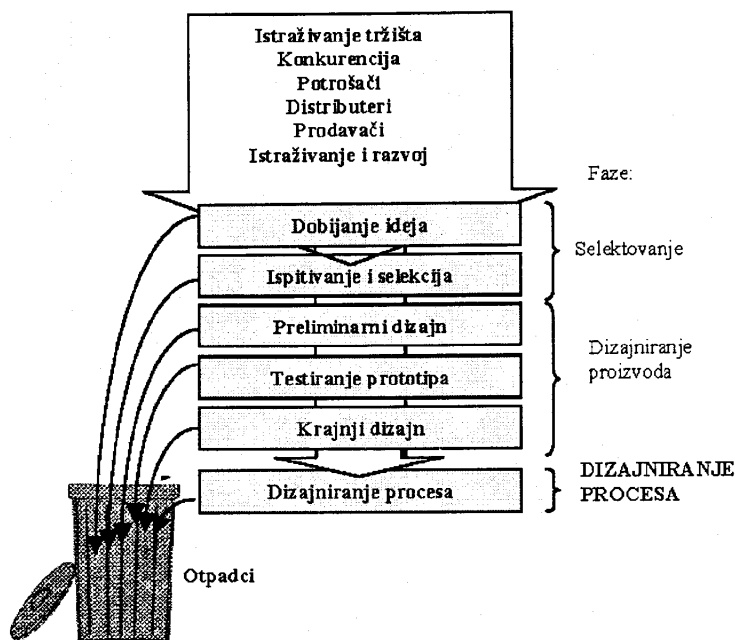
1. UVOD

Ideje su resurs sa kojima preduzetnik treba da je najbogatiji. Ne treba da se čeka da ideje dođu same od sebe, već treba sistematski da se sledi i istražuje ova problematika. U ovom radu analiziraćemo načine i metode za dobijanje ideja kako i njihovo korišćenje. Pri tome je potrebno istaći da preduzimač ne treba da preteruje sa velikim brojem ideja koje bi hteo da realizira, već da istraži koja ideja je najbolja i da tu

ideju realizira. Ukoliko pokuša da realizira više ideja može da dođe u situaciju da ne može da realizira ni jednu.

2. GENERIRANJE IDEJA

Sa slike 1 [1] može da se vidi da se izvor ideja za nov proizvod treba da se traži kod marketinga, konkurencije, potrošača, distributera, prodavača i kod sopstvenog istraživanja i razvoja.



Slika 1: Faze u dizajniranju proizvoda/usluga [1]

Treba da se koriste svi mogući izvori za dobijanje ideja za nove proizvode/usluge. Osim ovih spomenutih mogućnosti, potrebno je da se dodaju i izvori: nabavljači, novine, servisi, žalbe korisnika proizvoda i sl. Za razliku od malih firmi, velike kompanije najčešće dobijaju ideje iz svojih laboratorija ili istraživačkih centara.

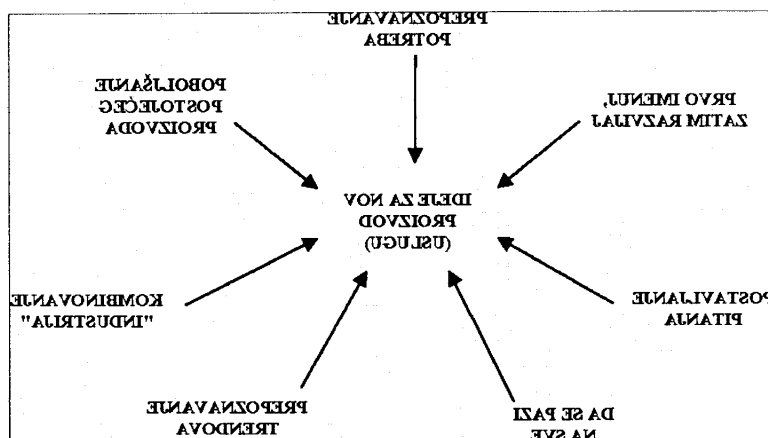
U razvijenim zemljama do ideja može da se dođe i preko svemirskih i vojnih istraživanja.

Svaka inovacija treba da se zaštiti u zavodu za patente kako ne bi došlo do zloupotrebe od drugih preduzimača.

Najčešći načini da se dobije ideja za nov proizvod/uslugu su:

- Da se prepozna potreba.
- Poboljšanje postojećih proizvoda/usluga.
- Kombiniranje različitih industrija.
- Prpoznavanje trendova.
- Da se pazi na sve.
- Postavljanje pitanja.
- Prvo da se imenuje pa onda da se razvija.

Ovi nabrojani načini za dobijanje ideja prikazani su na slici 2 [1].



Slika 2: Razvijanje novih ideja [1]

3. ANALIZA IDEJA

Ideje treba da se analiziraju od aspekta na: vreme, finansije, stepena stručnosti, rizika i poslovnih rezultata.

3.1. Vreme

Svaka ideja treba da se posmatra sa vremenskog aspekta. Pitanja koja trebaju da se postave su: Koliko vremena treba da se odvoji za realiziranje biznisa? Koliko vremena treba da prođe, pa biznis da počne da daje rezultate? Dali će se raditi samo u slobodnom vremenu?

Može se desiti da preduzimač računa da na početku radi samo u slobodnom vremenu, a da kasnije i 24 časa budu malo. Ukoliko on (ona) žele da zadrže državno radno mesto, a da u slobodnom vremenu realiziraju biznis ideju, tada može da dođe do preopterećenja.

Idilična porodična atmosfera, sa mnogo slobodnog vremena koje bi se posvetilo ženi i deci je nespojivo sa preduzetništvom. Ima slučaja kada preduzimači zbog preopterećenja nikad ne stupe u brak ili odlazu rađanje deteta, dok firma ne postigne sigurnost u radu.

Teško je da se usaglase interesi porodice i biznisa. Ima mnogo razorenih brakova, jer biznis traži da mu se posveti sva pažnja, a kategorija radno vreme ne postoji.

3.2. Finansije kao resurs

Finansije predstavljaju najograničujući faktor za razvoj biznisa. Pri analiziranju bilo koje biznis ideje mora da postoji pregled za potrebna finansijska sredstva. Potrebno je da se vidi sa koliko sredstva raspolaže preduzimač, kako i to dali postoji mogućnost za podizanje kredita. Preduzimač treba da zna da su potrebna veća finansijska sredstva za proizvodnju nego za trgovinu.

3.3. Stepen stručnosti i poslovnog iskustva

Stručnost i poslovno iskustvo su poželjni u radu, ali može i da ih nema, a firma uspešno da radi. Ukoliko preduzimač nije sam osposobljen onda mora da obezbedi ljude koji imaju znanje.

3.4. Stepen rizika

Preduzimač mora rizik da tretira kao prihvatljivu kategoriju. Rizik može da se javi u više oblika:

- koncepciski,
- proizvodni,
- marketing,
- finansijski,
- rizik rasta i razvoja.

3.5. Poslovni rezultati

Potrebno je svaka biznis ideja da se analizira od aspekta na to kakve poslovne (finansijske) rezultate obećava. Na početku u igri se nalaze više ideja. Zato treba da se radi na smanjenju liste sa idejama. Potrebno je da se ide korak po korak u razgledavanju ideja, kako i postavljanje kriterijuma za eliminaciju loših ideja.

Potrebni koraci za realiziranje ideja su:

1. Evidentiranje tržišnih potreba, kao i pronalaženje najboljih poslovnih šansi.
2. Utvrđivanje potrebnih resursa za realiziranje određenih poslovnih ideja.
3. Projekcija finansijskih potreba.
4. Rangiranje određenih poslovnih ideja na osnovu ličnih želja, finansijske isplativosti i nivoa rizika.
5. Izbor poslovnih ideja koji će biti realizirani u biznis planu.

Postoje veliki broj ljudi sa dobrim idejama, ali broj ljudi koji su sposobni, skupljajući potrebne resurse, te ideje da realiziraju su mnogo manji.

Ustvari to i jeste glavna karakteristika preduzimača - **realiziranje** zacrtanih ideja.

Ukoliko se utvrdi da postoji mogućnost razvoja određenog biznisa, onda mora da se požuri sa njegovom realizacijom. Ukoliko konkurencija utvrdi da je ideja dobra nastojeće da je preuzme. Sa druge strane i žurba može biti loša, pošto u žurbi može da se pogreši. Postoji mogućnost više preduzimača da započnu sa realiziranjem istog posla, pa sa ovim povećavaju konkurentnost, a mogućnost za uspeh se smanjuje.

Sa ulaskom više preduzimača u isti biznis, prozor mogućnosti se zatvara i sve manji broj preduzimača može da uđe u taj posao.

Pri realiziranju ideje potrebno je da se prođe ulazna barijera (ulazni prag), međutim i izlazna barijera je značajna pri razmatranju ideje za

počinjanje i realiziranje biznisa. Ukoliko su ulazne i izlazne barijere velike, preduzimač će se teže odlučiti za realiziranje biznis ideje.

Ulazne barijere mogu biti:

- Velika potreba za finansijskim sredstvima.
- Neznanje, kao i nemanje odgovarajuće tehnologije.
- Nepoznavanje tržišta.
- Zakonske prepreke.

Izlazne barijere mogu biti:

- Problem da se povrate uložena sredstva sa kojom je kupljena tehnologija, pošto novi kupac nema dovoljno sredstava ili hoće da otkupi sredstva po nižim cenama.
- Zakonodavac, da bi sprečio otpuštanje radnika, postavlja zakonske prepreke sa kojim onemogućuje lak izlazak iz započetog posla.

4. TEHNIKE ZA PODSTICANJE INTUITIVNOG RAZMIŠLJANJA

Postoje i drugi načini za dobijanje ideja i to tehnikama koji podstiču intuitivno razmišljanje:

- a) **Brainstorming** (moždana bura),
- b) **Delphi** metod,
- v) **Sinektički** metod,
- g) **Morfološki** metod,
- d) **Kreativan** udar,
 - preko umetnosti i zanata,
 - sa inovacijama,
 - preko ličnog iskustva,
 - preko hobija i sporta.

4.1. Brainstorming (moždana bura)

Ova tehnika se sastoji u organiziranju kreativnih sastanaka određenih stručnih lica čij broj se najčešće kreće između 5-15. Na ovom sastanku se vrši skupljanje mišljenja i stavova kao i ideja odabrane grupe za konkretno pitanje za koje se organizira sastanak. Traži se da se ideje slobodno iznose. Kritika je isključena sa ciljem da se sakupi veći broj ideja bez obzira na njihov značaj i mogući uticaj pri rešavanju konkretnih problema. Zatim sledi ocenjivanje značaja svake ideje i njeno rangiranje. Posle rangiranja ideje ulaze u dalji tretman za njihovo realiziranje.

4.2. Delphi metod

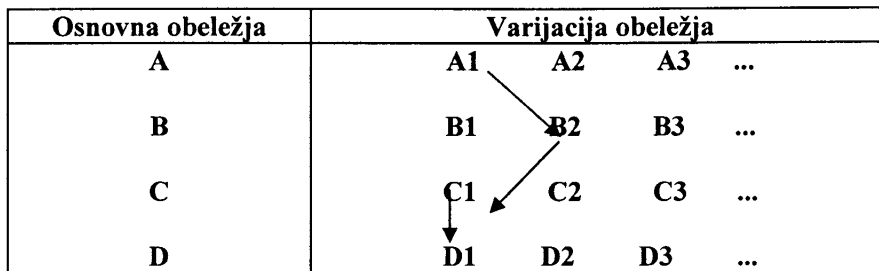
Ovaj metod se sastoji od pojedinih ispitivanja, najčešće preko upitnika. Pozivaju se eksperti, koji su nosioci ključnih radnih zadataka na više razgovora zbog utvrđivanja njihovog stava, ideja i predloga. Oni daju odgovore, navode fakte i predloge. U drugom krugu razgovora učesnici se izveštavaju za dotadašnje postignute rezultate, pa se od njih traži da brane svoje stavove. Postupak se po potrebi, ponavlja. Za to vreme, dolazi do rasčišćavanja problema, do kristalizacije konačnih stavova, ideja i predloga. Ukoliko se ne postigne rezultat, ispitivanje se prekida.

4.3. Sinektički metod

To je specifičan oblik diskusione metode za pronalaženje ideja, rešavanje određenih problema i dr. Tim za diskusiju sastoji se od 5-7 lica sa različitim stručnošću i obrazovanjem, lica koji su specijalno odabrani za tu prigodu. Problem, cilj i plan se razlažu toliko dugo sve dok svi članovi diskusionog tima ne sfate njihovu suštinu, značenje i ono što se želi postignuti timskim radom. Zatim se problem otuđuje, pa se nalazi sličnost u prirodata i sl. Pomoću takvog apstraktnog skretanja sa početnog problema, traži se i nalazi rešenje početnog problema. Rešenje može da pretstavlja ideja koja se graniči so fantazijom, što organizatoru diskusije ostavlja zadatak kasnije, kada se obrade rezultati, da izvuče korisna i potrebna saznanja i zaključke.

4.4. Morfološka metoda

Metoda je odgovarajuća za ideje za razvoj visoke tehnologije. Metoda obezbeđuje da se izbegnu bitne greške u pristupima od kojih se polazi u predviđanjima i omogućuje primenu principa višedimenzionalne klasifikacije, koja se svodi na rasčlanjivanju određenih celina na sastavne delove. Formira se matrica u kojoj, prva kolona pretstavlja osnovna obeležja, a druge kolone su varijacije osnovnih obeležja. Ovo je prikazano na sl.3.



Slika 3: Grafički prikaz morfološkog metoda

Pri primeni morfološkog metoda u prvom redu potrebno je da se utvrde sva postojeća obeležja i da se unesu u matricu. Na taj način, ovaj metod može da pomogne da se izvrši korektna klasifikacija novih tehnoloških rešenja. Pokraj toga, otvora se mogućnost za kombiniranje elementite koji daju nov pristup, nezavisno od toga koliko su takva rešenja momentalno moguća, izvodljiva i efikasna.

4.5. Kreativni udar

Ovoj termin je koristen od Tom Peters sa ciljem da opiše proces agresivnog otkrivanja znanja i interesa kod konkurencije. On predlaže da svi zaposleni budu preobraženi u "Vacuum cleaners" (usisivač) da bi razumeli što je najbolje što nude drugi. Tako je uradio Marriott pri dizajniranju svoje mreže hotela. Celi timovi koji su bili zapošljeni u marketingu, finansijama, kadrovskom sektoru i operativi, bili su poslani u približno 400 konkurentskih hotela da bi ispitali njihove karakteristike (krevete, veličina soba, debljina zidova, pratećih restorana i t.d.), njihove usluge (rezervacije, pažnja, personala, cena i dr.) i njihovog menadžmenta (rada, morala, i dr.). Rezultat ovog istraživanja je bio dobro dizajnirana mreža hotela sa pristupnim cenama namenjenim poslovnim ljudima koji često putuju.

4.6. Umetnost i zanat

To može da bude dobar put za razvoj sopstvenog biznisa. Ljudi koji su obrazovani ili imaju neki posebni talent ili zanat, normalno je da pri započinjanju biznisa, počnu od znanja koja poseduju. Na taj način su u mogućnost da spoje biznis i zadovoljstvo. Bilo kakav napor oko realiziranja ovakve biznis-ideje nema da predstavlja nesavladljivu prepreku. Osim zarade moguće je da se postigne i

velika umetnička vrednost (slikarstvo, izrada skulptura,...). Sa time se postiže i određena moralna nadoknada.

4.7. Inovacije

Preduzetnici nose neki vid inovacija. Inovacije predstavljaju aktivnost koja daje resursima nov kapacitet za stvaranje. Inovacije mogu da se tumače u smislu promena upotrebnih vrednosti i resursa, za zadovoljavanje neke potrebe potrošača. Uspešni preduzimači ne traže velike inovacije koje će razvijati revolucionernu industriju. Takvite pretpriemači se osudeni odnapred na neuspeh. Ogroman broj uspešni inovaciji koristat promena kao inovativnu mogućnost.

4.8. Preko ličnog iskustva

Ukoliko preduzimač ima lično iskustvo u određenom poslu, svakako da će to iskustvo primeniti za ostvarivanje ličnog interesa pretpriemača. Primer: Ako neko ima problema sa kompjuterskom obradom ili poznavanjem engleskog jezika, to može da se iskoristi i da se promovira davanje takvih usluga.

4.9. Preko hobija i sporta

Svi se trude svoj hobi ili neku aktivnost iz slobodnog vremena, da implementiraju u radu. Ovde se preduzimač oseća siguran, a sem toga gleda i mogućnost zarade kao i postizanje zadovoljstva. LJubitelji životinja će hteti da otvore prodavnicu za svoje miljenike. LJubitelji lova i ribolova, kao stručnjaci za sve probleme koji mogu nastati prilikom ovih aktivnosti, mogu da pruže potrebne informacije i da obezbede potreban pribor za nesmetano i kompletno bavljenjem ovim sportom. LJubitelji kola otvoriće servis ili prodavnicu auto delova.

Skupljači retkih kola, marki, starog nameštaja... logično je da to znanje naplate zainteresiranim kupcima.

Ovde se preporučuje opreznost. Biznis se ne otvara da bi se zadovoljilo težnja i potreba preduzimača za neki proizvodom i/ili uslugom, već treba pažnja da se posveti potrošaču. Na primer, ako preduzimač voli mačke i pse, toa ne znači da i veći broj ljudi iz njegovog reona ili grada vole životinje. Treba da se vidi koliko ljudi ima koji kao i preduzimač čuvaju životinje i koji bi kupili hranu za njih. To što voli preduzimač ne mora da vole i drugi ljudi.

5. ZAKLJUČAK

Informacije dobijene od preduzimača kao i od konsultacija učinjenih preko odgovarajuće literature utvrđeno je da su ideje resurs sa kojim su preduzimači najbogatiji. Nedostatak hrabrosti i finansija su ključni faktori koji sprečavaju realizaciju tih ideja. Svakako de se te ideje ne mogu koristiti "živi" već je potrebno pripremanje određenih strategija i taktika za njihovo ostvarenje.

LITERATURA

- [1] Todor Krlev, Ilija Čubrović: *Menadžment na pretpriemničkiot biznis*; Centar za internacionalen menadžment; Skopje, 2003.
- [2] Krlev T.: *Podgotovka na proizvodstvoto*: Prosvetno delo, Skopje, 1977.
- [3] Todor Krlev, Natasha Krleva, Radmil Polenakovic: *Operations managment Studies productions and/or services*, Proceedings of 3rd International Conference Research and Development in Mechanical Industry – RaDMI 2003, Volume 2, p. 1027-1031, Herceg Novi, Serbia and Montenegro, 19-23, September 2003.
- [4] Robins S.P.: *Organizational Theory: Structure, Design and Aplication*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1990.
- [5] Burton R.M., Obel B.: *Strategic Organizational Diagnosis and Design: Developing Theory for Application*, Boston, Kluwer Academic Publishers, 1995.
- [6] Polenakovic R.: *Factors That Determine Span of Managment in the Industrial Organizations (Doctoral Thesis)*, Faculty of Mechanical Engineering, University Ss. Cyril and Methodius, Skopje, 2001.

IDEJE ZA POČINJANJE PREDUZETNIČKOG BIZNISA

Rezime: Ovaj rad analizira način dobijanja ideja kao ključan element uspeha svakog preduzimača. Svaka ideja treba da bude analizirana preko sledećih aspekata: vreme, finansije, stepen stručnosti, rizik i poslovni rezultati. Autori navode pet tehnike za potsticanje intuitivnog razmišljanja.

Ključne reči: ideja, vreme, finansije, rizik

IDEAS FOR STARTING ENTREPRENEURIAL BUSINESS

Summary: In this paper authors analysed methods for generating ideas as a key success factor for each entrepreneur. Every idea should be analyzed according to several aspects: time, finances, competence degree, risk and business performances. Authors explain five techniques for initiating intuitive thinking.

Key words: idea, time, finances, risk