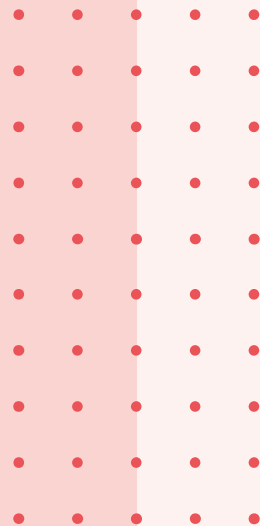




M A G E N T A

Centar za obrazovanje i razvoj MAGENTA

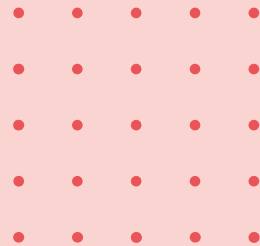


Osnovne aktivnosti Centra MAGENTA



- Centar za obrazovanje i razvoj **MAGENTA** je nevladino i neprofitno udruženje, osnovano radi ostvarivanja ciljeva u oblasti obrazovanja.
- **MAGENTA** pruža podršku zajednici, partnerima, pojedincima i drugim zainteresovanim stranama nudeći inovativna i kreativna rešenja zasnovana na potrebama u obrazovanju i istraživanju.
- OBRAZOVANJE
- MLADI
- OSNAŽIVANJE, JEDNAKOST, LJUDSKA PRAVA
- DRUŠTVENO-EKONOMSKI RAZVOJ
- PREDUZETNIŠTVO
- DIGITALIZACIJA
- EVROPSKE INTEGRACIJE

Podsticanje socijalnog preduzetništva mladih u cilju održivog razvoja lokalnih zajednica



Република Србија

Министарство
туризма и
омладине

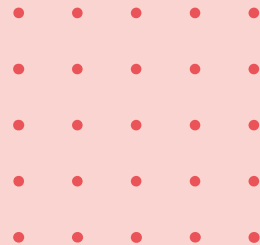
01.

Unapređenje znanja i veština
mladih u oblasti preduzetništva,
socijalnog preduzetništva i
održivog razvoja.

02.

Projekat se fokusira na inkluziju
mladih, na održiv i uravnotežen
regionalni razvoj.

Socijalno preduzetništvo i održivi modeli poslovanja



M1: Razumevanje
koncepta
preduzetništva

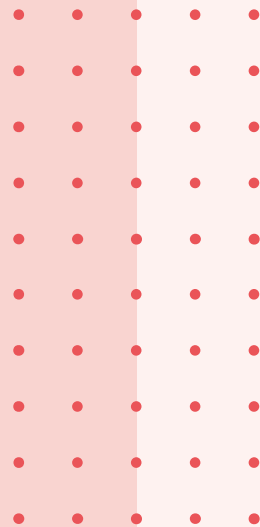
M2: Liderstvo &
Menadžment

M3: Koncept socijalnog
preduzetništva

M4: Održivo poslovanje
&
M5: Održivi modeli
poslovanja

Razumevanje koncepta preduzetništva

MODUL 1



Razumevanje pojma preduzetništva

1. Teoretičari uglavnom definišu pojam preduzetnik u smislu individualnih karakteristika ili poslovnih aktivnosti osobe koja se može nazvati **preduzetnikom**, dok samu definiciju preduzetništva izvode iz pojma preduzetnik.
2. Termin **preduzetnik** u našoj zemlji se koristi i u širem smislu, odnosno predstavlja svako fizičko lice koje se bavi nekom delatnošću sa ciljem ostvarivanja dobiti.
3. Irski teoretičar Richard Cantillon se smatra tvorcem **teorije preduzetništva**. Prema Cantillon-u, preduzetnici ostvaruju varijabilni prihod, oni posluju u uslovima poznatih troškova proizvodnje i neizvesnih prihoda.
4. Cantillon deli radno sposobno stanovništvo na one koji ostvaruju fiksna i one koji ostvaruju varijabilna primanja.

Razumevanje pojma preduzetništva



1. Jednu od prvih definicija preduzetnika dao je Kirzner. On preduzetnika definiše kao **osobu koja otkriva prethodno neopažene profitabilne prilike**.
2. Preduzetnik na osnovu novih profitabilnih prilika pokreće preduzetničku aktivnost, sve dok to dozvoljava konkurencija na tržištu.
3. Kirzner **naglašava značaj znanja** koje preduzetnik poseduje, definišući ga kao najviši nivo znanja, koji podrazumeva ne samo puko raspolaganje informacijama, već i sposobnost korišćenja informacija koje su već dostupne ili koje mogu biti otkrivene kako bi se došlo do novih, korisnih znanja

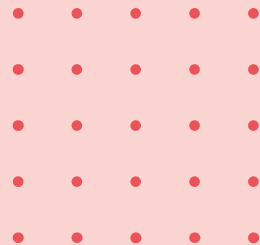
Razumevanje pojma preduzetništva



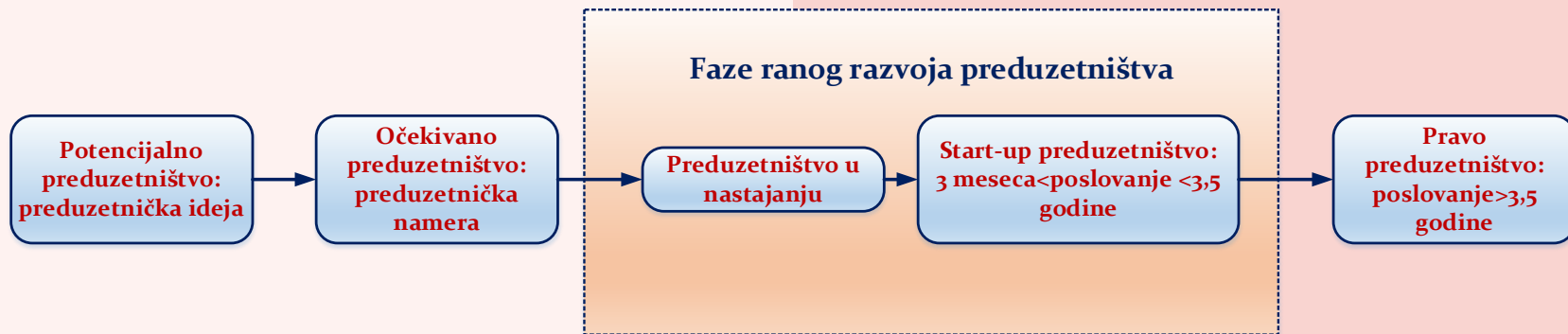
Sedam karakteristika koje određuju preduzetništvo

Stvaranje bogatstva	Preduzetništvo predstavlja preuzimanje rizika u obavljanju određene delatnosti radi ostvarivanja profita.
Stvaranje novih preduzeća	Preduzetništvo podrazumeva osnivanje novog preduzeća koje nije postojalo ranije.
Stvaranje inovacija	Preduzetništvo se bavi jedinstvenim kombinovanjem resursa koji dovode do zastarelosti postojećih metoda i proizvoda.
Stvaranje promena	Preduzetništvo podrazumeva uvođenje promena kroz podešavanje, prilagođavanje i modifikovanje ličnih sposobnosti, pristupa i veština, da bi se iskoristile različite šanse u okruženju.
Stvaranje radnih mesta	Preduzetništvo podrazumeva upošljavanje, upravljanje i razvoj faktora privrednih delatnosti, uključujući radnu snagu.
Stvaranje vrednosti	Preduzetništvo je proces kreiranja vrednosti za kupce eksploatacijom neiskorišćenih šansi.
Stvaranje rasta	Preduzetništvo podrazumeva snažnu pozitivnu orijentaciju ka ostvarenju rasta prodaje, prihoda, imovine i zaposlenosti.

Vrste preduzetništva



1. Različite vrste preduzetništva
2. Kriterijumi klasifikacije : faza preduzetničkog procesa, motiv za započinjanje preduzetničke aktivnosti, individualne karakteristike preduzetnika, i sl.
3. Jedna od podela se bazira na fazama preduzetničkog procesa



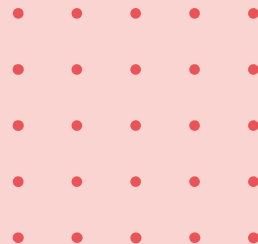
Vrste preduzetništva



Podela na osnovu faza preduzetničkog procesa:

1. **Potencijalno preduzetništvo.** Karakteristično je za fazu u kojoj se javlja preduzetnička ideja. Potencijalno preduzetništvo obuhvata buduće, odnosno potencijalne preduzetnike, koji su uvideli priliku u nekoj oblasti, veruju da je mogu realizovati i ne boje se neuspeha. Potencijalno preduzetništvo podrazumeva postojanje preduzetničke namere.
2. **Očekivano preduzetništvo.** Ovo je faza koja neposredno prethodi započinjanju preduzetničke aktivnosti. Očekivano preduzetništvo može trajati i do tri godine.
3. **Preduzetništvo u nastajanju.** Vrsta preduzetništva koja podrazumeva prvih 3 meseca poslovanja novoosnovanog preduzeća.
4. **Start-up preduzetništvo.** Nakon preduzetništva u nastajanju nastupa faza start-up preduzetništva. Novoosnovano preduzeće nakon faze nastajanja nastavlja da se razvija. Vrsta start-up preduzetništva obuhvata preduzeća koja posluju duže od tri meseca, ali kraće od tri i po godine.

Vrste preduzetništva



Podela na osnovu motiva za započinjanje posla :

1. **Preduzetništvo iz nužde (Push preduzetništvo).** Kod ove vrste preduzetništva motiv za započinjanje posla je nezadovoljstvo trenutnim statusom, ili potreba da se obezbede prihodi kada ne postoji nijedna druga mogućnost.
2. **Preduzetništvo iz mogućnosti (Pull preduzetništvo).** Ovaj tip preduzetništva se bazira na inovativnoj ideji. Motiv za započinjanje preduzetničke aktivnosti na osnovu mogućnosti je kreativna ideja koja se na tržištu može realizovati zahvaljujući individualnim karakteristikama preduzetnika.

Preduzetničke strategije – studija slučaja

Pri implementaciji nove ideje, preduzetnik može poći od dve različite paradigme.

1. **Prema prvoj paradigmi**, treba započeti od zbira svih potencijalnih klijenata (kupaca, mušterija, partnera, itd), drugim rečima, od tržišta i njegovih karakteristika
2. Polazište **prema drugoj paradigmi** je u istraživanju mogućnosti koje se nude u vidu raspoloživih sredstava

Preduzetničke strategije – studija slučaja



Studija slučaja 1:

Želite da otvorite restoran kineske hrane u centru vašeg grada.

Tom prilikom biće vam potrebne višestruke informacije: demografski podaci, etničko poreklo stanovništva, bračni status, nivoi raspoloživog dohotka, kao i obrasci ponašanja za ishranu van kuće. Korišćenjem upitnika dobijate potrebne informacije, a njihovom obradom i analizom utvrđujete ciljni segment potrošača – npr. imućnije porodice koje se hrane van kuće barem puta nedeljno.

Zadatak:

1. Definišite svoju ciljnu grupu i objasnite zašto je to vaša ciljna grupa.
2. Odredite izbor jelovnika, način uređenja restorana, radno vreme i ostale operativne detalje (prilagodite ih ciljnoj grupi).
3. Kreirajte marketinške i prodajne kanale kako bi animirali svoj ciljni segment da isproba vašu hranu.

Preduzetničke strategije – studija slučaja

Studija slučaja 2:

Raspolažete sa 2.000 EUR i želite da otvorite restoran kineske hrane u centru vašeg grada. Međutim, taj novac nije dovoljan. Imate nekoliko mogućnosti:

1. Da uzmete dodatna sredstva od poslovne banke i otvorite restoran
2. Da uverite vlasnika nekog postojećeg restorana da postanete strateški partneri
3. Da pozovete svog prijatelja koji ima višak sredstava, da mu iznesete vašu ideju, pripremite kineske obroke kod kuće koje će on probati, zatim da otvorite restoran zajedno ukoliko mu se dopadne ideja i hrana

Zadatak:

1. Izaberite jednu od ponuđenih opcija
2. Definišite prednosti i nedostatke vašeg izbora
3. Objasnite zašto ste se opredelili za tu opciju

Hvala na pažnji !



magenta.serbia@gmail.com

+381 63 8027 647

www.magenta.edu.rs



Stavovi izraženi u ovoj publikaciji isključiva su odgovornost autora i njegovih saradnika i ne predstavljaju zvaničan stav Ministarstva turizma i omladine.

