

## Klasifikacija poduzetništva-tradicionalno poduzetništvo

- Poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima poznato je i kao tradicionalno poduzetništvo.
- Mala i srednja poduzeća su samostalne gospodarske jedinice koje otvaraju radna mjesta, potiču samoodgovorno djelovanje i razvoj ljudskih potencijala.
- Mala i srednja poduzeća onemogućavaju stvaranje monopola, potiču konkurenciju, diferenciraju ponudu, potiču slobodu izbora potrošača te osiguravaju bržu prilagodbu promjenama potražnje.
- U RH malo gospodarstvo obuhvaća obrte, zadruge, mala i srednja trgovačka društva i druge oblike privatne poduzetničke aktivnosti.
- Subjekti malog gospodarstva su pravne i fizičke osobe koje samostalno i trajno obavljaju dopuštene djelatnosti radi ostvarenja dobiti.



## Klasifikacija poduzetništva-tradicionalno poduzetništvo

Subjekti malog i srednjeg gospodarstva dijele se na:

- a) **Mikrosubjekte** (manje od 10 zaposlenih);
- b) **Male subjekte** (manje od 50 zaposlenih, ukupni godišnji promet manji od 16 milijuna kuna ili imaju zbroj bilance ako su obveznici poreza na dobit, odnosno imaju dugotrajnu imovinu ako su obveznici poreza na dohodak u vrijednosti do 8 milijuna kuna)
- c) **Srednje subjekte** (pravne i fizičke osobe koje zapošljavaju prosječno u godini manje od 250 zaposlenika, u poslovanju su neovisni te ostvaruju ukupni godišnji promet do 60 milijuna kuna ili imaju zbroj bilance ako su obveznici poreza na dohodak u vrijednosti od 30 milijuna kuna).



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

## Poslovne odrednice razvoja poduzetništva

**1. Poduzetnička djelatnost**-najvažnija odluka koju treba donijeti je odluka o glavnoj djelatnosti poduzeća.

Poduzetničke djelatnosti svrstavaju se u nekoliko skupina:

- a) Primarne;
- b) Sekundarne;
- c) Tercijarne ili uslužne djelatnosti;
- d) Kvartarne

Poduzetnik-početnik mora detaljno ispitati tržište prodaje i nabave prije nego donese odluku o djelatnostima kojima će se baviti.

Preporuka: početi od djelatnosti koja je deficitarna na tržištu, tj. djelatnosti u kojoj je tržišna potražnja veća od ponude.



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

## 1. Poduzetnička djelatnost

Da bi poduzetnik mogao slobodno odabrati djelatnost, nužna je poduzetnička sloboda.

Za ostvarenje poduzetničke slobode potrebno je zadovoljiti sljedeće uvjete:

- Slobodan pojedinac (sloboda izbora);
- Poštovanje vlasničkih prava/privatno vlasništvo;
- Zakonska mogućnost obavljanja odabrane djelatnosti (sloboda rada);
- Slobodno tržište (sloboda razmjene).



Projekt je sufinancirala Eurooska unija iz Euroskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

## 1. Poduzetnička djelatnost

Poduzetnici u okviru poduzetničke strategije mogu:

- Prodavati stare proizvode starim kupcima;
- Prodavati nove proizvode starim kupcima;
- Prodavati stare proizvode novim kupcima;
- Prodavati nove proizvode novim kupcima.

Diverzifikacija proizvodnje je ujedno i odrednica konkurentnosti-omogućuje stabilnije i sigurnije poslovanje, povećava opseg poslovanja, prihoda, profita, smanjuje tržišni rizik te stvara povoljnije prilike za gospodarski rast.



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

## 1. Poduzetnička djelatnost

Proizvod se može diverzificirati na tri načina:

- a) **Koncentrična diverzifikacija**-novi proizvodi s tehnološkim ili marketinškim sinergijskim efektima;
- b) **Horizontalna diverzifikacija**-novi proizvodi za nove potrošače;
- c) **Konglomeratska diverzifikacija**-poduzeće traži nove proizvode, a da ne postoji povezanost s već postojećom tehnologijom, proizvodima ili tržištima poduzeća.

**VAŽNO: Bilo poduzeće staro ili novo, pruža li stare ili nove proizvode i usluge, mora voditi računa o shvaćanju kupaca što vrijedi, a što ne vrijedi kupiti.**



Projekt je sufinancirala Euroopska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije



## 2. Konkurentska prednost

Konkurentska prednost se definira kao posebno obilježje prema kojem se poduzeće razlikuje od svojih konkurenata.

Primjer:

- Niska cijena uz prihvatljivu kvalitetu;
- Visoka kvaliteta proizvoda i usluga (najčešće se zaštićuje markom).

Osnovni cilj konkurentске prednosti: zadovoljiti potrebe potrošača u većoj mjeri od konkurenata

Što je konkurentska prednost veća, veći je i profit poduzeća.

Održiva konkurentska prednost: konkurentska prednost koja se može održati na dulje razdoblje, tj. prednost koja je toliko značajna da se ne može lako limitirati ili preuzeti.



Projekt je sufinancirala Euroopska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

## 2. Konkurentska prednost

Najkompleksnije područje poslovne strategije svakog poduzeća je politika cijena. Prilikom određivanja cijena poduzeće uzima u obzir tri osnovna elementa, tj. **3C**:

1. Troškovi (**C**osts);
2. Konkurenciju (**C**ompetition);
3. Potrošači (**C**ustomers).

Troškovi poslovanja određuju minimalnu razinu cijene, a najvišu razinu cijene određuje procjena kupaca o karakteristikama proizvoda poduzeća.

Na cijenu utječu i konkurentske cijene, cijene supstituta i platežna moć potrošača.



Projekt je sufinancirala Euroopska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije



## 2. Konkurentska prednost

Tri su strategije prilikom određivanja cijene:

1. **Strategija penetracije:** pridobiti ciljano tržište da u što kraćem roku isproba i prihvati proizvod te je cijena niža od njegov vrijednosti i konkurentskih cijena, posebno u uvjetima visoke elastičnosti potražnje.
2. **Strategija „pobiranja vrhnja“:** što prije pokriti nastale troškove prilikom razvoja proizvoda (R&D troškovi). Odredi se visoka cijena koja se smanjuje s vremenom, a naglasak je na kvaliteti proizvoda. Uglavnom poduzeća s privremenim monopolom za kojim je potražnja neelastična.
3. **Strategija neutralnih cijena:** uloga cijene se minimalizira, a prednost za potrošača su promocija proizvoda, distribucija i sl.



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

## 2. Konkurentska prednost

Ekonomska znanost razlikuje četiri tipa konkurencije:

- *Savršena konkurencija;*
- *Monopolistička konkurencija;*
- *Oligopol;*
- *Savršeni monopol.*



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

### 3. Ljudski potencijali

Ključni aspekt poduzetničkog uspjeha nije samo imovina poduzeća, oprema, tehnologija jer ona ne može stvoriti trajnu konkurentsku prednost.

Ključni aspekt su ljudski potencijali, tj. zaposlenici.

Stoga poduzeća stvaraju sustav vrijednosti koji se sastoji od sljedećih elemenata:

- ✓ Zajedništva;
- ✓ Poslovne etike;
- ✓ Usredotočenosti na kupce;
- ✓ Usredotočenosti na djelatnike;
- ✓ Kvalitete proizvoda i usluga;
- ✓ Zaštite okoliša;
- ✓ Poduzetnost.



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

## 4. Raspoloživa sredstva

Imovina poduzeća može biti **materijalna** i **nematerijalna**.

Nematerijalna imovina: trgovačke marke, znanje, vještine, informacije...

Materijalna imovina: zemljište, građevinski objekti, postrojenja, zalihe robe, materijala i dr.

Sredstva poduzeća dijele se na dugotrajna (vijek trajanja duži od jedne godine) i kratkotrajna (obrtna, tekuća i cirkulirajuća koja će se pretvoriti u novac tijekom jedne godine)

Raspoloživa sredstva poduzeća su u funkciji poboljšanja poslovanja, a trendovi ukazuju na sve veći značaj tehnologije koja povećava stopu produktivnosti i ekonomičnosti.

Neprihvatanje tehnoloških rješenja znači tehnološko i ekonomsko zaostajanje pri čemu je ekonomsko zaostajanje opasnije jer izravno utječe na poslovne rezultate.

Tehnološka rješenja omogućuju proizvodnju većeg broja proizvoda u jedinici vremena te snižavanje troškova te u konačnici i cijene.



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

## 5. Organizacijska kultura

Pod organizacijskom kulturom podrazumijeva se poseban sustav vrijednosti, uvjerenja, normi i običaja koji utječu a ponašanje i aktivnosti pojedinca i grupa.

Organizacijska kultura: sustav mišljenja koje međusobno dijele pripadnici organizacije i koji razlikuje jednu organizaciju od druge.

Razlikuje se:

- Kultura moći;
- Kultura uloga;
- Timska kultura.



Projekt je sufinancirala Euroopska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije

## 6. Lokacija

Lokacija je vezan uz određeno fiksno mjesto provedbe poslovne aktivnosti, a izbor lokacije znači optimalno prostorno uklapanje poduzeća u gospodarsku cjelinu.

Lokacija nema jednak značaj za sve vrste poduzeća-za poduzeća poput maloprodaje ona ima ključnu ulogu, dok za druga poduzeća ona ima manji značaj.

Razlikujemo **mikrolokaciju** i **makrolokaciju**.

*Najčešći kriterij kod odabira mikrolokacije je frekventnost potrošača.*

Lociranje se može promatrati s:

- Ekonomskog aspekta (lociranje uvjetovano prodajnim i nabavnim tržištima);
- Tehničko-tehnološkog aspekta (lociranje uvjetovano pojedinim komponentama proizvodnog ili uslužnog procesa u sklopu odabrane mikrolokacije);
- Tehno-ekonomskog aspekta



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije



## 6. Lokacija

Kod odabira lokacije u obzir treba uzeti:

- ✓ Demografske čimbenike;
- ✓ Ekonomske čimbenike;
- ✓ Čimbenici infrastrukture;
- ✓ Čimbenici odnosa konkurencije;
- ✓ Čimbenici vrednovanja objekta;
- ✓ Čimbenici troškova koji ovise o lokaciji;
- ✓ Čimbenici ograničenja.



Projekt je sufinancirala Eurooska unija iz Euroskog socijalnog fonda.



Partnersko vijeće  
za tržište rada  
Krapinsko-zagorske županije