

Што е претприемништво?

Терминот претприемништво е поврзан со поимот претприемач **бидејќи претприемништво е процес започнат од претприемач**. Претприемништвото е процес во кој се адресираат неисполнетите потреби и во кој одредени пазарни проблеми се решаваат со користење на ресурси на претприемач, со цел да се оствари профит. Неисполнетите потреби и нерешените проблеми се решаваат со нудење производ или услуга. **Производ** е нешто што постои во природата и/или е направено од луѓе. Можеби е опипливо, што значи дека може да се допре. Сепак, особено во последните години, многу производи не можат да се допрат како што може физички производ. Примери за нематеријални производи се софтверот, електронските книги и скоро се што е дигитално. **Услугата** обезбедува време, вештини или експертиза во замена за пари. Услугите се нематеријални по природа; тие не можат да се допрат, но придобивките се чувствуваат со задоволување на вашите потреби. Некои примери на услуги се обезбедување превод на книга или градинарски услуги во дворот на вашиот сосед¹.

Претприемништво е капацитет и подготвеност за развој, организирање и управување со бизнис потфат, заедно со кој било од неговите ризици, со цел да се оствари профит². Најочигледен пример за претприемништво е започнување нов бизнис. Според економијата, претприемништвото во комбинација со земја, работна сила, природни ресурси и капитал може да произведе профит. Претприемничкиот дух се карактеризира со иновација и преземање ризик и тоа е суштинска способност со цел да се успее на постојано менувачки и сè повеќе конкуритивниот глобален пазар³.

Како што претходно рековме, претприемништвото е процес во кој се адресираат неисполнети потреби и одредени проблеми на пазарот се решаваат со користење ресурси на претприемач со цел да се оствари профит. *Меѓутоа, кога станува збор за социјални претпријатија создадени од претприемнички процес, фокусот не е на профитот, туку напротив, на социјалните придобивки што ќе се создадат и испорачаат.*

Претприемничкиот процес започнува со претприемачот, кој ги контролира движењето и насоката на процесот. Претприемачот е секогаш почетокот на претприемничкиот процес. Без претприемачот, нема бизнис и нема претприемништво. Претприемачите имаат свои идеи, карактеристики, знаење, искуство, светогледи, способности, креативност, итн. Основните дилеми се поврзани со клучните прашања на кои претприемачот мора да одговори. Тие прашања се:

Дали да започнам бизнис?

- Ако основам компанија, дали можам да ја основам сам? Откако ќе одговорите на ова прашање, мора да одлучите дали да започнете бизнис сами или да побарате

¹ Проф. Радмил Поленаковиќ *Иновации и претприемништво*, Том 1, Националниот центар за развој на иновации и претприемничко учење - Скопје, 2017

² <http://www.businessdictionary.com/definition/entrepreneurship.html>

³ (<http://www.businessdictionary.com/>)

партнери од самиот почеток. Самоанализата ќе ги идентификува потенцијалните слабости на бизнисот. Ако е неопходен бизнис партнер, каков партнер ќе му треба на стартапот? Партнерите можат да помогнат да се соберат средства за стартап или да внесат знаење, вештини и искуство што може да му недостасуваат на еден претприемач.

- Ако имам соосновачи, каков ќе биде нивниот однос кон бизнисот? Која ќе биде нивната улога? И кои ќе бидат нивните награди? Каков вид врска ќе постои меѓу соосновачите? Кој ќе биде одговорен за бизнисот? Кој ќе добие поголеми награди од основањето на компанијата?

Имање една или повеќе бизнис идеи и нивните одлуки за започнување бизнис не значи дека ќе има бизнис. Бизнисите постојат само кога има потрошувачи за неговите производи и услуги, или ако е сигурно дека има потенцијални купувачи за производот или услугата кои се подготвени да го платат она што претприемачот сака да го наплати. Затоа, следниот дел од претприемничкиот процес ќе биде генерирање бизнис модели. Бизнис моделот треба да го содржи следново⁴:

1. Вредноста и придобивките од производот/услугата, за корисниците.
2. Корисник: идентификувајте кои ќе бидат корисниците и кои проблеми ги решава производот/услугата.
3. Канали за дистрибуција: како производот/услугата ќе му бидат доставени на корисникот.
4. Односи со корисниците: како ќе се создаде побарувачката.
5. Клучни бизнис активности: што мора да стори бизнисот за да успее бизнис моделот.
6. Клучни ресурси (како што се сировини, гориво итн.) кои ќе обезбедат функционирање на бизнисот.
7. Клучни партнери: други компании кои ќе бидат важни за бизнисот.
8. Приход: потенцијална заработка на бизнисот.
9. Трошоци: кои ќе бидат најзначајните трошоци за бизнисот?

Штом претприемачот е сигурен во можностите на бизнис моделот, следната фаза од процесот е започнување на самиот бизнис. Ова значи дека бизнисот ќе влезе во правниот систем на државата и ќе почне да работи. Во оваа фаза од процесот се подготвуваат документи, се отвораат сметки и се добиваат потребните дозволи и одобренија. Конечно, бизнисот може да ги отвори вратите. По отворањето на бизнисот, следниот чекор е финансирањето; месечни трошоци, пари за плати, плаќања придонеси, трошоци за изнајмување канцеларии, изнајмувања за организирање продажба, сировини, опрема за производство и сè што е потребно за компанијата да работи непречено. Со обезбедување финансии за нормално работење на бизнисот, претприемачот влегува во следната фаза на претприемничкиот процес, а тоа е производството, т.е. осигурување дека производите и/или услугите се достапни на корисниците на пазарот. Сè што е дефинирано претходно, во смисла на вредност за корисниците, мора да се реализира и интегрира во производот или услугата.

Следната фаза на претприемничкиот процес е важноста на маркетингот. Маркетингот е постојано активен во бизнис циклусот и во одлуките поврзани со работата на бизнисот. Маркетинг фазата на претприемничкиот процес се однесува и на функцијата на работењето на претпријатието, т.е. на сè што треба да се направи за да се испорача производот и/или услугата. Оваа фаза е еден од најважните елементи во

⁴ <https://www.entrepreneur.com/article/38308>

обезбедувањето успех на бизнисот во иднина. Постојана анализа на пазарот, стекнување нови клиенти, развој на нови производи, контактирање со корисниците, одржување врски со корисниците, слушање на корисниците итн., се некои од активностите на бизнисот и тие спаѓаат во категоријата маркетинг.

Рапануи облека (Rapanui)

Овој еко-моден бренд изработува органска облека за мажи и жени направена од природни ткаенини во етичка фабрика што работи на ветер. Сите операции на Рапануи можат да се следат по принципот „од семе до продавница“, односно, од потеклото на производите до тоа како и каде се произведуваат. Сер Дејвид Атенборо го опишува Рапануи како „многу интересен и вреден проект“. Минатата година компанијата потроши 16,000 фунти за да им помогне на младите да најдат работа и да отпочнат нови компании.

Извор: <https://rapanui clothing.com/our-story/>

Во следниот дел од процесот, целиот фокус е ставен на продажбата, што обезбедува позитивен приход за компанијата и ќе ѝ овозможи да функционира нормално.

Како што бизнисот и побарувачката растат, претприемачот влегува во нова фаза од претприемничкиот процес: градење тим. Луѓето се од клучна важност во водењето на бизнисот; претприемачот и основачите не можат самите да направат сè. Бројот на вработени мора да се зголеми, со цел понатамошен развој на бизнисот. Неколку прашања на кои мора да се одговори во оваа фаза: кои вработени ќе бидат дел од претпријатието? Кои вештини се потребни? Како ќе бидат избрани вработените? Од кои извори ќе бидат избрани потенцијалните вработени?

Зголемувањето на бројот на вработените и растот на деловната активност го доведува претприемачот во следниот дел од претприемничкиот процес: потребата за управување. Оваа фаза интегрира повеќе претходни фази на процесот: планирање, организирање, управување, вработување, мотивирање и надзор. Претприемачот мора да започне да ги делегира своите претходни одговорности на другите со цел да продолжи со растот на бизнисот. Една од примарните задачи на еден претприемач е постојано да иновира и да го подобрува неговиот бизнис, со цел да остане на патот што ќе доведе до успех.

Кога се влегува во бизнис, мора да се има предвид дека постојат ризици во секоја одлука и секое дејствие кое е резултат на таа одлука. Затоа, ризикот е неизбежен.

Catchafire

Оваа организација со седиште во Сан Франциско им помага на професионалците да ги користат своите вештини за волонтирање за добротворни цели. Социјалното претпријатие им наплаќа на хуманитарните организации и фондации мал хонорар како компензација за времето на волонтерите. Досега, организацијата бележи огромен успех. Професионалците добиваат можност да ги усовршат своите вештини и да работат за големи организации, кои што инаку можеби немало да ги ангажираат. А, непрофитните организации и фондациите имаат можност да ангажираат врвен талент за мал дел од вообичаената цена.

Извор: <https://www.catchafire.org/>