

intervju: **Joan Gibb**

Poslijediplomski  
studij  
Poduzetništvo  
je pionir u učenju  
poduzetništva  
kroz dramu

intervju:  
**dr. Joseph  
Lapalombara**

“Egzistencijalni  
uvjeti ne mogu  
biti izlika za  
neetično  
ponašanje”

Zvonko Popović:  
“Nisam htio  
Kanaan prodati  
Lorenzu”

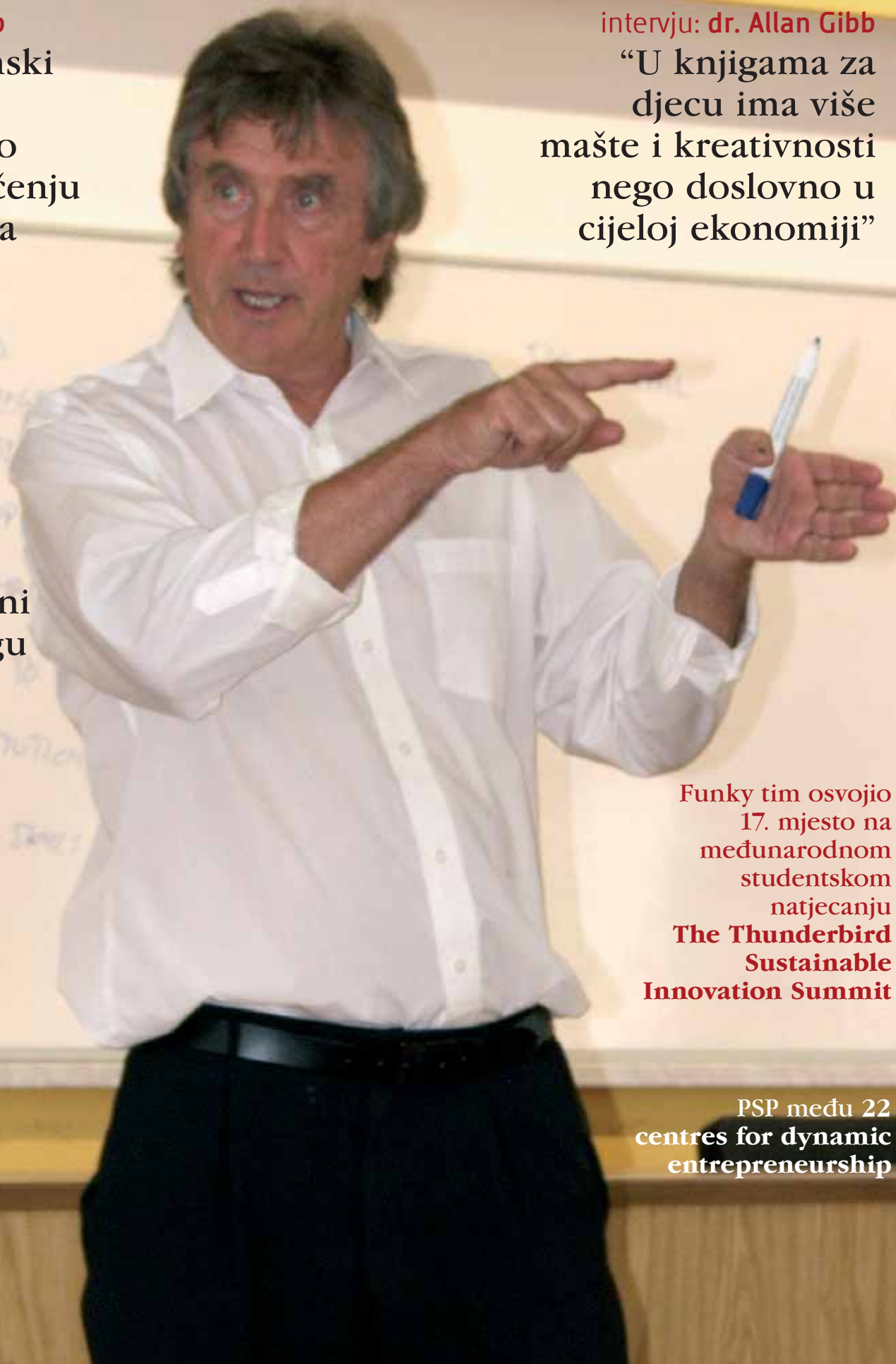
Ortopedska  
cipela s modnim  
potpisom  
**Damira Kolarić**

intervju: **dr. Allan Gibb**

“U knjigama za  
djecu ima više  
mašte i kreativnosti  
nego doslovno u  
cijeloj ekonomiji”

Funky tim osvojio  
17. mjesto na  
međunarodnom  
studentskom  
natjecanju  
**The Thunderbird  
Sustainable  
Innovation Summit**

PSP među 22  
**centres for dynamic  
entrepreneurship**





Nekoliko riječi dr. Slavice Singer,  
voditeljice poslijediplomskog studija Poduzetništvo...



## Dragi Alumni, poslijediplomci, profesori i prijatelji poslijediplomskog studija Poduzetništvo

ovim PSP newsom započinjemo još jednu nit kojom izgrađujemo **genom** poduzetničkih studija na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomskom fakultetu u Osijeku, a to je komunikacija. Kada smo 2000. godine upisali prvu generaciju poslijediplomaca svi smo znali sve: znali smo što naši studenti rade, što im se događa s karijerama, kakvi su im životni planovi i očekivanja. Dijelili smo radost zbog beba koje su se rađale između semestara (nekada nije bilo baš sasvim planski, pa su dolazile i tokom semestra, ali i onda smo se radovali) pa su mame i tate nastavljali sa studijem, s malo manje sna. Dijelili smo i tugu: naši studenti Zoran Krampač, Ljiljana Nemaz i Stefan Trošt umrli su prije nego što su ostvarili svoje snove.

Sada s jedanaest generacija studenata poslijediplomskog studija **Poduzetništvo**, od kojih je devet upisano u Osijeku i dvije u Poreču, želimo djelotvornije komunicirati međusobno i graditi sebe (studente i profesore) i studij na iskustvima i znanjima svih nas. Ono što smo zajednički izgradili je prepoznatljivost Osijeka

i našeg Sveučilišta kao mjesta izvrsnosti u poduzetničkim studijima: European Foundation for Entrepreneurship Research (EFER) uključila nas je u svoj popis od 22 centra dinamičnog poduzetništva u svijetu. Na taj se način još više priključujemo elitnoj skupini sveučilišta koja žele mijenjati sebe da bi bila dio budućnosti. Bez svakoga od vas to ne bi bilo moguće.

Poslijediplomski studij **Poduzetništvo** nas je povezao, a PSP news će pomoći (dva puta godišnje) da se naša povezanost pretoči u zajednički poduhvat prerastanja u Međunarodni centar za poduzetničke studije. Vaša iskustva, znanja i vještine potrebni su da nadvladamo kulturu čekanja kroz zajedničko stvaranje poduzetničke kulture činjenja.

Javite nam se – kritikom, prijedlogom ili samo nazovite, pošaljite informaciju o sebi - tome se uvijek veselimo.

*Slavica Singer*

## Mr.sc. Željko Čović novi član Poslovnog savjetodavnog odbora Međunarodnog centra za poduzetničke studije



**Mr.sc. Željko Čović, predsjednik Uprave Plive d.d. i glavni operativni direktor, novi je član Poslovnog odbora Međunarodnog centra za poduzetničke studije.**

Mr. Čović je 5. lipnja 2007. zainteresiranim studentima preddiplomskog i poslijediplomskog studija Poduzetništvo, gospodarstvenicima i profesorima Ekonomskog fakulteta u Osijeku održao predavanje na temu: **Korporacijsko poduzetništvo kao pretpostavka inovativnosti i konkurentnosti velike kompanije.** Čović je ispričao poduzetničku priču tvrtke Pliva i način na koji je, zajedno sa svojim menadžmentom, njegovim riječima rečeno - promijenio "krvnu sliku" Plive, nakon što je 1993. postao predsjednik Upravnog odbora i glavni direktor Plive.

Ovim je predavanjem mr. Čović istaknuo vrijednosti koje se njeguju u Plivi, prije svega međuovisnost i umrežavanje, a potom sinergija, učenje na greškama, inovativnost i poduzetništvo u istom omjeru, uz nužno razvijenu potrebu za napretkom i timskim radom. Upravo se ovakve vrijednosti sustavno njeguju i razvijaju i na poslijediplomskom studiju Poduzetništvo, što je bila osnovna pretpostavka za zajedničku suradnju.

Poslovni savjetodavni odbor osim mr.sc. Željka Čovića čine još i Darko Marinac, predsjednik Uprave Podravke, Marko Pipunić, direktor i vlasnik tvrtke Žito i Franjo Luković, predsjednik Uprave Zagrebačke banke. Osim Poslovnog, djeluje još i Akademski savjetodavni odbor koji pod vodstvom How-

arda Stevensona, prorektora Sveučilišta Harvard čine još i Robert Brockhaus (St. Louis University, SAD), Joan F. Gillman (University of Wisconsin, Madison, SAD), Antti Paasio (University of Turku, Finska), Deirdre Hunt (University College Cork, Irska), Raphael Cohen (University of Geneva, Švicarska), Sankarann Venkata-

raman (University of Virginia, SAD), Piotr Korynski (Open Society Institute, New York, SAD), Allan Gibb (Velika Britanija), Harold P. Welsch (De Paul University, SAD), Jerome Katz (Saint Louis University, SAD). Oba odbora, dr. Singer okupila je s ciljem stvaranja Međunarodnog centra za poduzetničke studije.



# Funky tim osvojio 17. mjesto na međunarodnom studentskom natjecanju

## The Thunderbird Sustainable Innovation Summit

The Thunderbird Sustainable Innovation Summit u organizaciji Thunderbird school of global management, međunarodno je studentsko natjecanje studenata poslijediplomskih studija iz cijelog svijeta s ciljem kreiranja inovativnog i održivog rješenja nekog zadanog problema globalnih razmjera.

Ove godine, na Thunderbird natjecanju sudjelovalo je 84 tima poslijediplomaca iz cijelog svijeta, među kojima je Funky Team poslijediplomskog studija Poduzetništvo osvojio 17. mjesto. Šesteročlani tim pod vodstvom **Katarine Špoljarić**, činili su još **Zorislav Kalazić**, **Dragan Kopecki**, **Mirjana Nedović**, **Antonio Pejak** i **Oto Wilhelm**.

- Osnovna nam je misao vodilja bila pokazati i dokazati svoju sposobnost i primijeniti znanje stečeno na PSP-u. Imenom tima Funky team htjeli smo pokazati da smo drugačiji od drugih, ali isto tako ravnopravni u odnosu na kolege s drugih svjetskih poslovnih škola. - kaže Katarina. - Motivacija je bila želja da postanemo vidljivi, da podignemo rejting PSP-a i da se na neki način odužimo profesorima koji su radili s nama dvije godine. Htjeli smo im pokazati da “znamo kako” jer su nas oni tome naučili. - nadovezala se Mirjana.

Cilj je ovog natjecanja bio razviti inovativno i održivo rješenje nekog globalnog problema, konkretno: “How might Johnson & Johnson respond to human health care needs resulting from pandemic diseases in emerging and developed economies worldwide?”

„Kad bi znali odgovor na takvo pitanje, sigurno bi bili milijarder!“

To nam je prvo palo na pamet kad smo pročitali pitanje. – s osmijehom je rekla Mirjana. Kako bi došli do odgovora na ovo složeno pitanje, Funky team je prvo primijenio znanja stečena na kolegiju Business intelligence kako bi se što bolje upoznali s kompanijom Johnson&Johnson. Zatim su brainstorming metodom generirali ideje, a nakon izbora ideje nezaobilazna je bila Scamper metoda. - Iako je u uži izbor ušlo nekoliko zanimljivih ideja, odlučili smo se usmjeriti na gripu zbog koje je u 20. stoljeću umrlo oko 50 milijuna ljudi. Ključno rješenje ove pandemične bolesti je prevencija, pa je stoga naš prijedlog bio četkica sa sustavom senzora koji detektiraju postojanje virusa i bakterija u slini korisnika.

Zubna četkica sa sustavom senzora

Kako funkcionira ova zubna četkica detaljno objašnjava Katarina: - Zubna četkica bežično komunicira sa baznom stanicom i odmah upozorava korisnika o potrebi posjeta liječniku. Jedna bazna stanica dovoljna je za cijelu obitelj. Cilj implementacije ove inovativne ideje je na jednostavan način osvijestiti ljude kako je prevencija presudna u sprječavanju pandemije. Osnovni uvjet za implementaciju ove ideje je otkup prava za korištenje senzora koji otkriva patogene organizme u slini. Senzor su izradili istraživači iz Biološke tehničke grupe sa Sveučilišta Twente iz Nizozemske. Tehnologija je već prilagođena za minijatu-



Katarina Špoljarić

“Funky team se zahvaljuje svim profesorima koju su nam kroz dvije godine studiranja prenijeli znanja koje svaki poduzetnički orijentiran čovjek mora imati. Hvala profesorici Singer na trudu jer se moto PSP-a ‘neka znanje bude vaša konkurentna prednost’ – ostvaruje svaki dan.”



Mirjana Nedović

“Funky tim zahvaljuje svima koji su nam dali podršku i vjerovali u nas. Zahvaljujemo svim profesorima koji su nam omogućili da na tržištu rada budemo konkurentni.”

rizaciju i masovnu proizvodnju. Postojeći strojevi za proizvodnju četkica za zube lako se mogu prilagoditi za novu proizvodnju.

Natjecanje se odvijalo u dva dijela. U razdoblju od 12. do 20. veljače 2007. timovi su razvijali svoja inovativna i održiva rješenja na zadani problem. - Timski je rad bio na zavidnoj razini. Tih tjedan dana u kojem smo kreirali rješenje doslovno smo danonoćno razmišljali i komunicirali. Živjeli smo za naše rješenje i dali smo sve od sebe. Znanja koja smo dobili na PSP-u praktično su upotrebljena. – kaže Katarina. - Suradnja je bila izvrsna. Uzbudjenje je bilo neopisivo kada su počele dolaziti prve ocjene sudaca. Taj osjećaj je bio fantastičan. – nadovezala se Mirjana. Naime, Funky team je do predzadnjeg dana natjecanja bio plasiran na visoko drugo mjesto, da bi na kraju prvog dijela ocjenjivanja, na razočaranje svih koji su pratili ovo natjecanje, dospjeli na 17. mjesto.

Ipak, Katarina je ostala optimistična: - Sedamnaesto mjesto je izvrstan rezultat. Iskreno, nismo očekivali da ćemo zauzeti tako dobru poziciju jer činjenica je da je Hrvatska mala zemlja i u odnosu na renomirane poslovne škole i sveučilišta bilo smo potpuno nepoznati. No, to nam je bila dodatna motivacija – pokazati kvalitetu poslijediplomskog studija Poduzetništvo. Primjena svih znanja dobivenih na PSP-u uz profesionalna iskustva svih članova tima bio je ključ uspjeha.

Funky team je zadovoljan s natjecanjem koje smatraju dobrim i korisnim iskustvom, a ukoliko bude prilike, namjeravaju se prijaviti

Osim Funky Teama, natjecali su se još i tim Gazele u sastavu: Igor Čizmadija, Gordana Čorić, Zoran Ivanović, Iva Podgorčić, Nevenka Pulfer i Siniša Veselović. Tim Žirafe činili su Marija Birtić, Anita Grabić, Monika Maković, Branko Mikez, Sanja Vujnovac i Dario Vuković.

Pitanje za tim Gazele glasilo je: “How might Bill Matrix offer innovative mobile solutions to meet the recurring payment needs of end consumers?”. Žirafe su dobile isto pitanje kao i Funky team. Timovi Žirafe i Gazele ostvarili su solidan plasman.

i sljedeće godine. - Bilo je to vrijeme ispitivanja naše izdržljivosti i sposobnosti. Većina poslijediplomaca sa svjetskih poslovnih škola su *full-time* studenti. Mi nažalost nemamo tu privilegiju, tako da smo uz polaganje ispita i svih ostalih obveza na PSP-u i našeg redovnog posla u tvrtkama zaista dali svoj maksimum. 17. mjesto je dokaz naše kvalitete. – kaže Katarina i nastavlja - Bili smo sudionik međunarodnog natjecanja na kojem smo rješavali problem svjetske kompanije. Velika je stvar što smo imali priliku uopće sudjelovati u svemu tome. To je jedno jako dobro iskustvo. Deset najboljih timova, u drugom se krugu natjecalo za naslov “Global Champions of Sustainable Innovation”, nagradu od 20.000\$ i posao u tvrtkama koje su bile sponzori natjecanja. Kotizaciju u iznosu od 100\$ svim timovima sponzorirao je poslijediplomski studij Poduzetništvo.



Nevenka Pulfer



Dragan Kopecki



Antonio Pejak



Oto Wilhelm



Zorislav Kalazić



Zoran Ivanović



Igor Čizmadija



Gordana Čorić



Iva Podgorčić



Siniša Veselović

## Disruptive Thoughts s madridskog Instituto de Empresa nositelji naslova “2007 Global Champions of Sustainable Innovation”

Multikulturni tim MBA studenata iz Njemačke, Meksika i Makedonije pod nazivom Disruptive Thoughts s madridskog Instituto de Empresa nositelji su naslova “2007 Global Champions of Sustainable Innovation” i dobitnici su prve nagrade u iznosu 20.000\$.

Izazov timovima u završnoj fazi natjecanja bio je razviti što je moguće inovativniji i održivi poslovni plan s rješenjima problema s kojima se suočavaju Johnson&Johnson i Merck&Co. Inc. Merckov problem za MBA timove bio je razviti plan za tvrtku kojim će se oblikovati cjelokupni nastup brige za zdravlje na tržištima Kine i Indije kako bi se mogla

stvoriti održiva tržišta za njihove proizvode. Problem Johnson&Johnsona bio je kako bi tvrtka svoja visoko tehnološka rješenja za brigu o zdravlju mogla učiniti dostupnima po pristupačnim cijenama na tržištima srednje i niže kupovne moći razvijenih i ekonomija u razvoju kako bi povećali prihode u tim segmentima.

Pobjedničko rješenje za Mercks bilo je da bi tvrtka trebala postati lider u znanju na ruralnim tržištima koristeći povezivanje tehnologije kako bi educirala potrošače s ruralnih tržišta o mogućnostima i rješenjima na području brige o zdravlju koja su dostupna za njihove nezadovoljene potrebe.

Pobjednički tim Disruptive Thoughts za Johnson&Johnson razvio je rješenje putem kojeg bi tvrtka trebala zatvoriti gap dostupnosti tako što će se povezati putem partnerstva s drugim velikim tvrtkama kako bi omogućili prihvatljive planove plaćanja za djelatnike na tržištima srednje i niže kupovne moći.

Drugo mjesto i nagradu u iznosu od 5.000\$ podijelili su MBA tim iz poslovne škole Fuqua sa Sveučilišta Duke i tim diplomiranih studenata sa Sveučilišta Johns Hopkins. Treće mjesto i nagradu u iznosu od 3.000\$ osvojili su studenti Paul H. Nitze School of Advanced International Studies.



Monika Maković



Branko Mikez



Sanja Vujnovac



Marija Birtić



Anita Gabrić



Dario Vuković

## Upoznajte stvarni svijet

Projekt pod nazivom “Upoznajte stvarni svijet” nastao je s ciljem povezivanja preddiplomskih i poslijediplomskih studenata smjera Poduzetništvo, u skladu s vizijom stvaranja Međunarodnog centra za poduzetničke studije.

- Na preddiplomskom studiju Poduzetništvo imamo grupu studenata koji slušaju nastavu po novom programu, u skladu s Bolonjskim procesom. Kroz nastavu na predmetu “Korporacijsko poduzetništvo” su imali priliku čuti primjere poduzetničkog ponašanja naših poslijediplomaca - menadžera u velikim poduzećima kojima su bili oduševljeni, a **Oliver Klesinger, Aleksandar Erceg, Boris Lauc, Mirna Balkić i Robert Vučković** postali su njihovi uzori. Tako smo došli na ideju da im damo priliku da izbliza vide kako stvari funkcioniraju u praksi. - govori



**mr.sc. Mirela Alpeza**, voditeljica projekta.

Projekt podrazumijeva odlazak preddiplomaca na praksu u poduzeća poslijediplomaca koji će im biti mentori, što znači da će im dati konkretne zadatke, pratiti njihov rad i dati povratnu informaciju o njihovim rezultatima tijekom prakse. Praksa neće biti plaćena. Jedina “plaća” je preporuka mentora ukoliko oni budu smatrali da su njihovi praktikanti uistinu odradili dobar posao, a koja će im kasnije pomoći prilikom zapošljavanja. Glavni motivi za pohađanje prakse kod preddiplomaca, prema provedenoj anketi, su stjecanje iskustva, povezivanje teorije i prakse, novi kontakti, uvid u pravi svijet poduzetništva sa svim manama i vrlinama te

bolje upoznavanje sebe i svojih mogućnosti. Svoj interes za sudjelovanje u ovom projektu pokazali su mnogi poslijediplomci, no poziv za uključivanje u ovaj projekt i dalje je otvoren. Realizacija projekta kreće već u srpnju kada će prva grupa studenata krenuti na praksu u Transcom, Esseker centar i Heos. **Mirta Šulmajster**, studentica 2. gene-



racije Poduzetništva, direktorica Esseker centra među prvim je podržala ovaj projekt. - Inicijativa je više nego odlična. Veza između teorije i prakse, koja je izuzetno važna, treba se njegovati od samog početka. Od takve simbioze svi sudionici profitiraju - studenti upoznaju realan svijet koji je često znatno drugačiji od onoga koji tijekom studentskih dana zamišljaju i očekuju, a s druge strane ‘tvrtke mentori’ dolaze u kontakt sa svježim idejama te ujedno imaju priliku upoznati potencijalne buduće djelatnike. U svakom slučaju ovakva suradnja predstavlja pozitivnu kombinaciju učenja, rada i svojevrsne zabave. – rekla je Šulmajster. **Mr.sc. Larisa Medić**, studentica 1. gene-



racije Poduzetništva, direktorica Transcoma praksu je osmislila kao upoznavanje studenata sa svim odjelima u poduzeću i asistiranje menadžerima pojedinih odjela u rješavanju svakodnevnih zadataka. - Studenti će proći realan Assasment Centar koji prolaze svi djelatnici međunarodnih

kompanija za menadžerske pozicije. Na taj će način već na samom početku vidjeti kako bi bili ocijenjeni da se odluče za posao izvan granica Hrvatske. U Transcomu će imati priliku i osjetiti pravo međunarodno poslovno okruženje sa svim izazovima i pogodnostima koje ono nosi. Sigurna sam da će nakon ovakvog iskustva biti izuzetno motivirani što prije završiti studentske obveze i početi se što prije dokazivati u stvarnom poslovnom svijetu. – rekla je Medić.

**Mr.sc. Natalija Pekić**, studentica 2. generacije Poduzetništva, direktorica tvrtke Heos, smatra kako je ideja za pokretanje ovog projekta izvrsna i ističe korist za studente.



- Naime, sasvim je izvjesno da će se pojavom ovih mladih ljudi na tržištu rada pojaviti veliki raskorak između njihovih očekivanja i onoga što im tržište rada može ponuditi bez stečenog radnog iskustva. Poštujem njihovo obrazovanje, ali je činjenica da niti velike tvrtke, niti had hunting agencije, niti u konačnici poduzetnici, na visoke pozicije ne “kupuju” ljude bez iskustva. To je neugodna istina, ali je tako. Stoga je ideja o uvođenju studenata u stvarni svijet poduzetništva dakako za svaku pohvalu. – govori Pekić i nastavlja - U procesu razvoja projekta možda ne bi bilo zlogorega studente u praktičan rad uključivati od prve godine studija i naravno na duži period od četiri tjedna, što bi svakako rezultiralo i zapošljavanjem nekih od njih u sustave u kojima su radili. Natalija Pekić je praksu u Heosu organizirala na način da će studenti svoje prvo iskustvo o načinu rada poduzetnika steći u segmentu financijske operative. - Pokušat ćemo im pokazati proces nabave, distribucije, kalkuliranje, prodaju i fakturiranje i neke elemente financijskog menadžmenta. – kaže Pekić s nadom da će to iskustvo studentima barem malo otvoriti vrata svijeta poduzetništva.



**Mr.sc. Igor Medić, student 1. generacije Poduzetništva, direktor je poduzetničkog inkubatora Bios od 2002. g. Karijeru je započeo 1996. g. na poziciji direktora u poduzeću Eurolink d.o.o.**

Mr.sc. Igor Medić, direktor poduzetničkog inkubatora Bios zajedno sa Slavonskom televizijom i Centrom za poduzetništvo Osijek, inicijator je i voditelj projekta „Prvi korak u poduzetništvo - poduzetnički DVD set“.

- Ovim projektom želimo otvoriti vrata u poduzetništvo onima koji razmišljaju o ulasku u poduzetničke vode, ali i onima koji trenutno možda uopće ne razmišljaju o tome. Cilj nam je podići poduzetničku svijest u okruženju i utjecati na kvalitetniju informiranost šire društvene populacije. – kaže Medić.

Ovaj multimedijalni projekt nastavak je zajedničkog projekta poduzetničkog inkubatora Bios, Centra za poduzetništvo Osijek i Grada Osijeka pod nazivom Prvi korak u poduzetništvo, čiji je rezultat 2004. bio izdavanje Poduzetničke bilježnice koja sadrži osnovne informacije neophodne poduzetnicima početnicima pri pokretanju poduzetničkog poduhvata.

- Slijedom dobrih rezultata i uspjeha Poduzetničke bilježnice u pomoći poduzetnicima, u razgovoru sa Sašom Uranjekom, direktorom Slavonske televizije, nastala je ideja o izradi Poduzetničke emisije i DVD seta. Htjeli smo ovaj tiskani medij proširiti, unaprijediti i dodati vizualnu komponentu. Rezultat će biti jedan multimedijalni sadržaj, jednako atraktivan koliko i jednostavan kao alat poduzetnicima prilikom ulaska u poduzetnički poduhvat. – objašnjava Medić.

## Mr.sc. Igor Medić i Saša Uranjek, suradnici na projektu “Prvi korak u poduzetništvo - poduzetnički DVD set”

### U emisiji Od ideje do uspjeha

Poduzetnički DVD set – Prvi korak u poduzetništvo, sadržavat će deset modula - video emisija u trajanju od 15 minuta koje će obrađivati pojedine segmente, odnosno teme ulaska u poduzetnički poduhvat. Svih deset emisija emitirat će se na Slavonskoj televiziji u sklopu poduzetničke emisije “Od ideje do uspjeha” od rujna 2007. Nakon toga, sve će emisije uz dodatne materijale kao što su različiti dokumenti, formulari, zakoni, propisi, poduzetnički alati i slično, pronaći svoje mjesto na DVD setu. Velika pomoć potencijalnim poduzetnicima bit će na jednom mjestu predstavljene sve institucije i njihovi direktori i treneri kojima se poduzetnici mogu obratiti za pomoć i informacije, kao i programi koje provode.

- U sklopu ovog DVD seta, bit će obrađene teme Kreiranje i provjera poslovne ideje, zatim Osnivanje obrta/tvrtke uz mogućnosti ulaska u posao osnivanjem, kupovinom, kupnjom franšize ili licence. U okviru teme Financiranje projekta, prvi ćemo put do detalja razotkriti kako izgleda proces podizanja kredita i u banci proći apsolutno cijelu tu proceduru kako bi se poduzetnici s tim procesom mogli upoznati. Obradit ćemo teme Lokacija i poslovni prostor, Zapošljavanje djelatnika, i što je poduzetnicima jako bitno, točno ćemo definirati kako se prijavljuje za razne Poduzetničke potpore. Zatim su tu teme: Poduzetnički marketing, Priprema i izlaganje na sajmovima, Obveze prema državi i Međunarodno poslovanje. - govori Medić i nastavlja - Centar za poduzetništvo Osijek nedavno je pod pokroviteljstvom USAID-ovog projekta Poduzetna Hrvatska izdao Vodič za sve koji razmišljaju o ulasku u poduzetničke vode pod nazivom Osmislite i provjerite svoju poslovnu ideju. Poduzetnički DVD set – Prvi korak u poduzetništvo u folderu koji govori o temi Kreiranje i provjera poslovne ideje sadržavat će i ovaj vodič u pdf formatu. Uz video emisiju koja obrađuje pojedine od tema, na DVD setu će biti priloženi svi potrebni i korisni materijali, kao i cjelokupna papirologija vezana uz proceduru pokretanja poduzetničkog poduhvata. – objašnjava Medić.

### Sve na jednom mjestu

- Glavni nam je cilj ovim poduzetničkim DVD setom privući što veći broj potencijalnih poduzetnika. Primarna ciljna skupina su učenici završnih razreda srednje škole na području Osječko-baranjske županije i studenti apsolutno Sveučilišta J.J. Strossmayer u Osijeku, no isto tako i svi ostali zainteresirani za ulazak u poduzetničke vode. U svim institucijama direktno i indirektno uključenim u ovaj projekt, svi zainteresirani moći će dobiti svoj besplatni primjerak poduzetničkog DVD-a. Na taj način poduzetnicima ćemo znatno skratiti put dolaženja do potrebnih informacija i znanja potrebnih za ulazak u poduzetništvo, jer će na ovom poduzetničkom DVD setu imati sve na jednom mjestu. – ističe Medić.

Generalni pokrovitelj projekta Prvi korak u poduzetništvo – poduzetnički DVD set je Grad Osijek, a od ostalih pokrovitelja ističu se Osječko-baranjska županija i USAID-ov projekt Poduzetna Hrvatska. - Ovaj projekt je zamišljen kao pilot-projekt koji će biti osnova za multipliciranje na području cijele Hrvatske uz sufinanciranje USAID-a. – kaže Medić. Svečana promocija projekta Prvi korak u poduzetništvo – poduzetnički DVD set održat će se 13. rujna 2007. u sklopu Međunarodne konferencije o održivom razvoju poduzetničkih inkubatora i tehnoloških parkova koju poduzetnički inkubator Bios organizira u suradnji s Centrom za poduzetništvo Osijek.

Saša Uranjek, student 2. generacije Poduzetništva, predsjednik je Uprave Televizije Slavonije i Baranje d.o.o. gdje je idejni pokretač i voditelj poduzetničke emisije Od ideje do uspjeha koja svaki tjedan sve većem broju gledatelja donosi novu poduzetničku priču i aktualnosti s područja poduzetništva i poslovanja



**Mr.sc. Sunčica Oberman Peterka, studentica 1. generacije Poduzetništva, voditeljica Programa Rast i Razvoj Vašeg Poduzeća i asistentica dr. Slavice Singer na Ekonomskom fakultetu u Osijeku**

## Program Rast i Razvoj Vašeg Poduzeća Centra za poduzetništvo Osijek

Program Rast i Razvoj Vašeg Poduzeća Centra za poduzetništvo Osijek namijenjen je donositeljima ključnih odluka u rastućim poduzećima i rasterećen suvišne teorije, Program Rast i Razvoj Vašeg Poduzeća Centra za poduzetništvo Osijek namijenjen je donositeljima ključnih odluka u rastućim poduzećima i rasterećen suvišne teorije, fokusiran je upravo na ona znanja i vještine potrebne poduzetnicima pri donošenju svakodnevnih poslovnih odluka u poslovanju koje raste i razvija se.

Program Rast i Razvoj Vašeg Poduzeća osigurava znanja i vještine, koje pomažu u vođenju rasta poduzeća, tako da on ne postane traumatično iskustvo za poduzetnika. Program se sastoji iz 14 jednodnevnih radionica, koje pokrivaju osnovna područja poslovanja: strategiju, marketing, financije i operacije, te osnovne vještine: komunikaciju, prezentaciju, pregovaranje, zapošljavanje i motiviranje zaposlenih, te stvaranje kvalitetnih i uspješnih timova. Upravo su adekvatna znanja s tih područja neophodna za opstanak svakog poduzeća na tržištu. Program u sebi uključuje i deset sati besplatnog savjetovanja u kojima se raspravlja o individualnim problemima i situacijama svakog pojedinog poduzetnika, sudionika programa.

Program Rast i Razvoj Vašeg Poduzeća u Centru za poduzetništvo Osijek provodi se tri godine i kroz Program je do sada prošlo više od 100 poduzetnika s područja Osijeka, Vinkovaca, Đakova, Šibenika...

Mr.sc. Sunčica Oberman-Peterka, voditeljica je Programa Rast i Razvoj Vašeg Poduzeća u Centru za poduzetništvo Osijek uz koju su predavači na ovom Programu predavači i bivši studenti s poslijediplomskog studija Poduzetništvo: mr.sc. Mirela Alpeza, Predrag Dotlić, mr.sc. Aleksandar Erceg, mr.sc. Darija Krstić, mr.sc. Boris Lauc, mr.sc. Anamarija Mandić, mr.sc. Igor Medić, mr.sc. Natalija Pekić i mr.sc. Gordan Šestić. Od profesora, na ovom Programu predaju dr.sc. Slavica Singer i mr.sc. Ljerka Sedlan Konig.

Više informacija o Programu pronađite na [www.razvoj.biz](http://www.razvoj.biz)

Vaš partner za uspjeh

# CENTAR<sup>za</sup>

## PODUZETNIŠTVO

[www.poduzetnistvo.org](http://www.poduzetnistvo.org)

**seminari / poslovno savjetovanje / pružanje informacija**

Šetalište kardinala F. Šepera 13/2 · Tel. 031 283 820 · Fax. 031 283 623 · Besplatni info telefon: 0800 345 345



## Poslijediplomski studij Poduzetništvo je pionir u učenju poduzetništva kroz dramu



intervju: **Joan Gibb**

Poduzetništvo iz *policy* perspektive

Dr. Allan Gibb profesor je, suradnik i prijatelj poslijediplomskog studija Poduzetništvo od samog njegovog osnivanja. Uz kolegij Strategije rasta na četvrtom semestru, od šeste generacije predaje i kolegij Poduzetništvo iz *policy* perspektive na prvom semestru. Ovaj kolegij usmjeren je na potrebe poduzetničkog ponašanja u različitim okolnostima, izvore kompleksnosti i nesigurnosti u društvu i utjecaj globalizacije na državu, organizaciju i pojedinca. Studenti nakon interaktivnog predavanja s dr. Gibbom imaju zadatak napisati esej o dioniku po izboru i opisati kako se on nosi s promjenama u kompleksnom i nesigurnom okruženju. Nakon eseja, u kolegij se uključuje neponovljiva Joan Gibb, profesorica drame koja svaku sljedeću generaciju osvoji šarmom, originalnošću i energijom. Joan Gibb uvodi studente u osnove drame, a zatim se studenti stavljaju u ulogu dionika o kojem su pisali i zajedno s nasumično izabranim timom studenata imaju zadatak osmisliti kratki dramski prikaz koji metaforički prikazuje utjecaje nesigurnosti i kompleksnosti iz okoline na poduzetnika i načine kako se on bori protiv njih. Koristi ovog kolegija su višestruke: od rješavanja treme i nelagode javnog nastupa, stavljanja u 'tuđu kožu' do kreiranja predstave u izuzetno kratkom roku, što predstavlja istovremeno veliki izazov i veliki stres. Ovaj kolegij samo je jedna u nizu potvrda da je poslijediplomski studij Poduzetništvo originalan, inovativan, autentičan i jedini u ovom dijelu Europe kada je u pitanju poduzetničko obrazovanje.

O koristima drame i ovog kolegija, razgovarali smo s Joan Gibb.

**U koliko mjeri drama može pomoći u prevladavanju straha od javnog nastupa ukoliko je osoba introvertna i/ili stidljiva?**

- Drama je jedan od najboljih načina, to je početak. Vi ste u ulozi, nekoj radnji i niste sami. Stećete samopouzdanje u ulogu koju tada možete prenijeti na svoj stvarni život. Jednom sam predavala dječaku koji je jako mucao. Imao je ulogu u predstavi u kojoj je glumio ravnatelja i začudo, na pozornici nije nimalo mucao. Kad je predstava završila, nije više mucao ni u stvarnom životu. Ulazak u različitu ulogu mu je pomogao steći samopouzdanje i sposobnost govoriti bez mucanja u životu.

**Što ako se ne možete uživiti u drugu ulogu, ako vas ometa razmišljanje da vas ljudi ne promatraju u ulozi koju glumite već vide vas?**

U tom slučaju nemate dobrog profesora drame.

**Znate li u kojem omjeru u Velikoj Britaniji**

**ili drugdje u inozemstvu poslovni ljudi idu u škole za dramu ili uzimaju satove drame kako bi poboljšali svoju kvalitetu performance?**

Vrlo malo ljudi. To postaje popularno u poslovnoj školi na Durham sveučilištu gdje je Allan radio. Oni uvode drama case-studyje kako bi mogli raspravljati o stvarima. To pomaže. Profesori koji imaju problema u školi mogu ići na dramske radionice što im pomaže razumjeti drugačije poglede ljudi. To je jako bitno za razumijevanje. Zato se drama sve više i više koristi kao način pomaganja, razumijevanja i izgradnje povjerenja u poslovanju i u profesijama.

**Dakle, to nije uobičajeno, nego je u razvoju?**

Hrvatska je pionir! Poslijediplomski studij Poduzetništvo prvi je uveo dramu u svoj program. Trebali bi biti ponosni.

**Koliko je svakodnevno poslovanje i ponašanje u javnosti gluma?**

Svaka osoba ima puno strana karaktera i svaki čovjek u svom životu glumi razne uloge. Ljudi su kompleksni. Na poslu ste različiti nego kod kuće. Svi su cjelina koja je sastavljena od puno različitih dijelova. Drama pomaže spojiti sve te dijelove zajedno, čime postanete kompletna osoba.

**Imate li Vi koji od standardnih simptoma prije javnog govorenja?**

Uvijek sam nervozna prije govorenja u javnosti. Svi bi trebali biti. Ako niste nervozni, nemate adrenalin kako bi zainteresirali ljude.

**Kako se borite protiv toga?**

Snagom volje. No, bitna je i reakcija publike. Morate biti nervozni kako biste potakli adrenalin, a zatim imate potrebu komunicirati s ljudima. Čim publika počne reagirati, nervoza počne opadati i prava svrha zašto ste tamo dolazi na vidjelo.

**Koji je Vaš savjet ljudima koji su jako nervozni i blokirani pred publikom?**

Radite više drame!

Ima nas toliko mnogo ali samo neki dolaze do vrha.

**Lider** poslovni tjednik

# Pretplatite se na Lider

Godišnja pretplata 10 brojeva gratis

Polugodišnja pretplata 3 broja gratis

Provjereno >> Kvalitetno

Svakog četvrtka na vašem radnom stolu

Tel.: 01/ 63 33 519  
01/ 63 33 536

[www.liderpress.hr](http://www.liderpress.hr)





# “U knjigama za djecu ima više mašte i kreativnosti nego doslovno u cijeloj ekonomiji”

intervju: **dr. Allan Gibb**



Svojedobno savjetnik Margharet Thatcher, dr. Allan Gibb stručnjak je zaslužan za razvoj širokog spektra inovativnih pristupa u menadžmentu i razvoju malih i srednjih poduzeća u Velikoj Britaniji, ali i diljem svijeta. Sedamdesetih i osamdesetih vrlo je prisno surađivao s britanskom vladom i gospodarstvom u razvijanju lokalnog poduzetništva, za što mu je britanska kraljica dodijelila titulu časnika u Odredu Britanskog Carstva. Osmislio je i vodio cjelokupni trening za konzultantske usluge DTI malim poduzećima i bio je nezamjenjiv u treningu i razvoju direktora i ključnog osoblja doslovno svih britanskih lokalnih razvojnih agencija. Svoje znanje i iskustvo prenio je dalje kao konzultant za malo poduzetništvo u Europskoj komisiji, Svjetskoj banci, UNIDO, ILO, ITC i u vladama Velike Britanije, Kanade, Nigerije, Malezije, Rusije i Ukrajine. Bio je član malog tima koji je postavio temelje osnivanju Direktorata Europske unije za mala poduzeća - DG XX11. Kao savjetnik, predavač i trener radio je u više od 80 zemalja, od zemalja u razvoju i zemalja u tranziciji do razvijenih ekonomija.

Njegovo iskustvo, interesi i publikacije pokrivaju razvoj poduzetničke kulture na svim razinama, od pokretanja poslovnog poduhvata, opstanka na tržištu, rasta i razvoja do restrukturiranja velikih kompanija, treniranja i razvoja svih sudionika koji utječu na razvoj poduzetništva. Dr. Gibb je bivši profesor menadžmenta i razvoja malih i srednjih poduzeća i predsjednik Zaklade za razvoj malih i srednjih poduzeća na Sveučilištu Durham u Velikoj Britaniji. Zaklada, prvobitno Centar za malo poduzetništvo, koji je osnovao upravo dr. Gibb 1971. godine, ima međunarodnu reputaciju. Danas je najveća takva zaklada u Europi.

Cjelokupni rad, znanje i iskustvo dr. Gibba vrijedno spomena zauzelo bi znatno više prostora nego što je cijeli ovaj newsletter. U ovom kratkom uvodu, spomenut ćemo još da dr. Gibb ima počasni doktorat ekonomije Ekonomskog fakulteta Turku u Finskoj, a njegov najveći interes je premošćivanje jaza između teorije i prakse.

U ovom broju PSP NEWSa za vas izdvajamo razmišljanja dr. Gibba o poduzetništvu, edukaciji i poslijediplomskom studiju Poduzetništvo.

## Koliko je formalna edukacija važna za poduzetništvo?

- Mislim da je važna. U protivnom ne bih bio ovdje. No, jako je važno educirati na pravi način. Većina poduzetnika želi učiti o temama koje se vežu na sljedeću fazu razvoja njihovih poduzeća ili sljedeći poslovni problem koji će imati na bazi *know-how* i *know-who*. Oni žele konkretna znanja o tome kako pronaći kupce koji će plaćati, kako raditi istraživanje tržišta, kako organizirati odnose s javnošću, kako efektivnije pakirati svoj proizvod i tako dalje. Žele znati kako izabrati dobre ljude s kojima će raditi. Drugim riječima, poduzetnici ne žele općenite priče, trebaju znanje i programe koji se temelje na prodaji, trebaju konkretna znanja kako prepoznati priliku i riješiti stvarnu krizu. Ne znam puno poslovnih škola koje to dobro rade. Dakle, kad podučavate, empirijsko znanje mora biti dodano eksplisnom znanju, stoga je i dobar učitelj poduzetništva onaj koji će omogućiti spajanje teorije s mnogo poduzetničkog iskustva.

## Zašto su teorija i praksa u tolikom nesrazmjeru? Što je osnovni problem u premošćivanju jaza između teorije i prakse?

- Jedan od najvećih razloga je činjenica da u poslovnim školama predajemo strategiju, marketing ili operacije, a trebali bi predavati holistički. Problem je u tome što se većina profesora svrstala u ladice, unutar kojih se razvijaju i objavljuju svoje radove. Ako želite objaviti članak, to mora biti u određenoj publikaciji unutar određene ladice, što ljude odvlači još dublje u ladicu. Trebamo publikacije koje su holističke i koje izlažu ideje koje imaju praktičnu i konceptualnu vrijednost. Imamo premalo publikacija kao što je Harvard Business Review u kojem pišu konceptualno orijentirani poslovni ljudi. Sudeći po onome što pišu, oni su ekstremno dobri profesori. Greška je misliti da samo profesori mogu i znaju misliti. Trebamo više časopisa koji se holistički bave problemima u poslovanju, a ne pojedinim područjima. Trebamo profesore koji će otići na tržište i raditi s poduzetnicima kako bi

Imali smo moto u poslovnoj školi Durham koji dolazi od engleskog pjesnika T.S. Eliota i ide otprilike ovako: moguće je imati iskustvo ali promašiti značenje. Naš zadatak je dati značenje iskustvu poduzetnika. Kad god sam radio s poduzetnicima u učionici, uvijek sam bio svjestan da su oni kolektivno imali puno više iskustva od mene.

No, moj posao je bio dati koncept i značenje njihovom iskustvu, kako bi taj problem kad se idući put pojavi mogli spriječiti ili vidjeti i druge aspekte tog problema, radije nego da im predajem teoriju. Zato je davanje značenja iskustvu veliki izazov u našoj edukaciji s poduzetnicima, ali je također i veliki izazov studentima.

## intervju: dr. Allan Gibb

stekli iskustvo, *know-how* i *know-who*. Trebamo imati sposobnosti i vještine i zaista razumjeti kako se poduzeća razvijaju i vode. Imamo previše ljudi koji pišu o poduzetništvu bez da su ga iskusili. To je problem.

**Dakle, prvi korak je da profesori izađu na tržište, iskuse praksu i steknu iskustvo...**

- Mislim da moraju otići na tržište i biti sigurni da vrednuju empirijsko znanje jednako visoko koliko i eksplicitno znanje iz knjiga. Ako čitate mnogo akademske literature, očito je da profesori citiraju druge akademske publikacije i članke, ali nikada ili rijetko citiraju ono što bi se u akademskim krugovima zvalo siva literatura. To je literatura u poslovnim časopisima, dnevnim novinama ili novinama koje možete kupiti na aerodromu. Oni to rijetko citiraju, jer se to ne smatra respektabilnim, što je glupo, jer su mnoge od tih članaka napisali ljudi s mnogo praktičnog znanja i razumijevanja. Oni ne čitaju dovoljno široko da bi citirali praktične časopise u svojim radovima, što je znak problema, a to je zbog toga što za to ne dobiju bonus. I moje vlastito iskustvo je kad sam pisao članke za časopise koji imaju praktičnu vrijednost da nisam bio citiran od strane drugih profesora. Drugim riječima, ako pišem za akademske časopise mogu biti citiran, što je zaista glupost, jer su neke stvari koje se mogu reći u praktičnim časopisima korisnije nego one iz akademskih publikacija.

**Generalno, mislite li da mladi ljudi trebaju započeti vlastiti posao odmah nakon završenog školovanja ili mislite da se prvo trebaju negdje zaposliti?**

- Oklijevao bih dati konačni recept što se tiče toga. U pravilu većina ljudi započinje uspješno poslovanje na način da rade u poduzeću i vide zapostavljenu mogućnost ili uoče neke mogućnosti kroz svoje prijateljske veze. Dakle, identificiranje mogućnosti dolazi iz iskustva, a studenti nemaju puno iskustva. U postizanju uspješnog poslovanja također je zaista važno poznavati prave ljude na pravim mjestima koji te mogu podržati. Isto tako je važno imati li kredibilitet. Ljudi samostalno počinju vlastiti posao od nule, ali to su često mikro poduzeća. U početku rade nešto vrlo jednostavno a zatim to nadograđuju. No, mislim da to nije odgovor. Pravi odgovor je

Zapanjen sam količinom kreativnosti u knjigama za djecu. Imam unuku i jedna od njenih najdražih malih knjiga je o Bobu, čovjeku s mjeseca. Bob živi na zemlji ali njegov posao je držati mjesec čistim. Svaki dan ide u svojoj raketi na mjesec i čisti smeće koje su ostavili turisti. Ima malu trgovinu za

turiste na mjesecu i jako se trudi sve turiste koji dolaze na mjesec u turama odvesti u razgledavanje. Ima male mape i vodiče i traži načine kako poslovati. Na kraju dana sjeda u svoju raketu i odlazi kući. U knjizi kao što je ta ima više mašte nego što doslovno ima u cijeloj ekonomiji.

da mladi ljudi diplomiraju i napuste svoja sveučilišta u 21. godini, ali s bistrom vizijom kako u budućnosti mogu ostvariti ono što žele za sebe. Trebaju imati *know-how* o tome kako to napraviti, tako da kad uđu u posao počnu tražiti mogućnosti u poslu, stvarati vlastite mreže i akumulirati odgovarajuće iskustvo kako bi ostvarili ciljeve. Trebaju imati viziju koja im pomaže stvoriti neki kapacitet za razmišljanje o tome. To je najvažnija stvar za ljude koji tek završe fakultet.

**Koliko je formalna edukacija a koliko iskustvo važno za inovacije u poduzetništvu?**

- Mislim da je iskustvo važno. Jedna od najvažnijih karakteristika dobrog poduzetnika je sposobnost da uoči prilike i uvijek vidi mogućnosti i probleme. Vrlo je važno iskustvo viđenja svijeta u terminima prilika koje dolaze iz problema. Možete educirati ljude da misle na taj način. Jedan od problema u edukaciji je da su mnoga pitanja u testovima 'kritički razmotrite' umjesto 'kreirajte nešto iz toga što ste naučili i kritički to analizirajte'. Previše je analize i premalo kreacije iz stvari jer je jednostavnije ocijeniti analitički odgovor nego kreativnost. Suštinska komponenta je tražiti

nove načine kako raditi stvari i uvidati prilike. To je za mene ključ za bolju poduzetničku budućnost i kulturu.

**Koji je Vaš savjet studentima ovog programa?**

- Cijelo vrijeme mislite svojom glavom i vrijedno radite na tome. Tjerajte profesore i predavače da vam daju posla, materijala i dodatnih čitanja koja su zaista istinski korisna i iz kojih možete izgraditi mentalne mape kako raditi stvari, kako bi stekli što više iskustva iz onoga što ste naučili. Drugim riječima, nakon predavanja odete i napravite nešto, tako da učite iz iskustvenog znanja jednako kao i iz eksplicitnog. Moj savjet studentima je da gurate te vrste promjena koje se ovdje svejedno događaju, i da ne budete sretni s malo rada, ocjenama i diplomom. Diplome su samo certifikati i mogu vam donijeti poslove. Pravo pitanje je jeste li naučili nešto što možete koristiti u svom životu i što vas je potaklo na razmišljanje o svojoj budućnosti. Jeste li stvorili male mentalne mape u svojim glavama kao rezultat učenja na poslijediplomskom studiju Poduzetništvo?



## HOME SOLUTION PROVIDER

- najveći izbor na jednom mjestu
- kompletna stručna usluga
- optimalan omjer cijene i kvalitete




**JELOVICA** *Osijek*  
*Vaš pouzdan partner u izgradnji i opremanju doma*

DC OSIJEK - Ulica ariša bb, tel: +385(0)31/297-101, 297-255; tel-fax: 297-256



# Popović: Nisam htio Kanaan prodati Lorenzu



PSP sam upisao iz dva razloga. Prvi je što me profesorica Singer nagovorila, na čemu sam joj neizmjereno zahvalan, a drugi je potraga za ljudskim potencijalima. Smatram da je ovaj studij dovoljno snažan da mi omogući kvalitetan izbor djelatnika, jer ima kvalitetnih i ambicioznih ljudi. Tražim ljude za visoke razine menadžmenta, a na PSP-u kolege s kojima studiram u kontinuitetu mogu promatrati i vidjeti na koji način donose odluke u različitim situacijama, kako razmišljaju i koliko imaju znanja.

- Volio bih da ima puno manje manekena u poslu a više ljudi koji su spremni odraditi posao. - rečenica je, odnosno moto po kojem je Zvonko Popović poznat među kolegama 10. generacije Poduzetništva. Popović, omiljen u "razredu", od prvog semestra poznat je po stalnom iniciranju žustrih rasprava i držanju dugih monologa iz bogate poduzetničke prakse koji su izuzetno korisni kolegama s generacije i vrijedan izvor učenja i razumijevanja poduzetništva.

Zvonko Popović, osnivač je i direktor tvrtke Kanaan d.o.o. koju je kroz razdoblje od 16 godina izgradio u vodećeg proizvođača snack proizvoda na području Republike Hrvatske. Prema neovisnom istraživanju, tvrtka Kanaan trenutno ima 38% hrvatskog tržišta snack proizvoda.

Popović se 1989. nakon završenog Agronomskog fakulteta u Zagrebu, unatoč uspješnoj karijeri na području fotografije, vraća u svoje rodno mjesto – Radikovce – selo bez ceste i telefona. S ocem počinje proizvoditi tjesteninu, uz smijeh na licu nam je rekao - uz dnevni promet od 50 eura. 1993. na valu trenda ulazi u proizvodnju jumbo flipsa, a 2004. prelazi u poduzetničku zonu Donji Miholjac, točnije na oranicu predviđenu za poduzetničku zonu. Naime, Zvonko Popović je s buldožerom preko kanala prvi došao na tu oranicu i počeo ju ravnati kako bi pripremio teren za gradnju hale. Do oranice je vodila makadam cesta, vodom su se opskrbljivali putem bunara, umjesto kanalizacije iskopali su septičku jamu, a za telefon su se borili do 2006.

- To je bilo zaista teško razdoblje za tvrtku Kanaan. Imali smo mobitele preko kojih je poslovanje bilo izuzetno skupo. Jedno vrijeme smo od susjedne tvrtke imali dovučenu žicu koju bi jači vjetar svako malo prekinuo. Nemam drugu riječ osim katastrofa. Ono što je bilo najgore u svemu tome je što sam vjerovao da mogu riješiti telefon. Mislio sam da to nije problem. Probavao sam na doslovno sve moguće načine, od razgovora s raznim ljudima, lobiranja do pokušavanja da mi priključu telefon na "bilo koji način". No, nije ni tako išlo. – prisjeća se Popović jednog od najtežih razdoblja poslovanja tvrtke Kanaan i nastavlja - No, kada sam nazvao kao dogradonačelnik u ime Grada, odmah smo dobili termin za razgovor. Iz te pozicije, bilo mi je puno lakše pregovarati, tako da su nam telefon uveli u ekspresnom roku i to besplatno. Nakon svih tih godina, telefon je uveden u siječnju 2006.

## Popovićeva ideja rezultirala smanjenjem nezaposlenosti u Donjem Miholjcu od 22 posto

Naime, 2005. grupa od 18 poduzetnika iziritiranih neuspješnom borbom za osnovne uvjete poslovanja u Donjem Miholjcu udružila se i predložila Popovića za nositelja nezavisne liste na lokalnim izborima. – Dobar rezultat koji smo ostvarili omogućio nam je da možemo određivati tko će biti na vlasti. Doslovno smo rekli da onaj tko podržava naš program može biti uključen u podjelu funkcija. – govori Popović. Program nezavisne poduzetničke liste bio je fokusiran na aktiviranje industrijske zone i time smanjenje nezaposlenosti na način da se investitorima omoguću kupnja zemljišta po cijeni od jedne kune po kvadratu

i plaćanje jedne kune po kubiku komunalnih doprinosa, što je također bila Popovićeva ideja. Ova odluka 19 poduzetnika na vlasti u Donjem Miholjcu rezultirala je investiranjem dvadesetak poduzeća u industrijsku zonu Janjevci i smanjenjem nezaposlenosti s ukupnih 1200 u 2005. kada su došli na vlast na 931 u 2007. – Nisam htio biti gradonačelnik Donjeg Miholjca jer želim razvijati Kanaan. – kaže Popović koji je prihvatio funkciju dogradonačelnika zaduženog za gospodarstvo koju i danas obnaša.

## “U flipsu smo definitivno najbolji u Hrvatskoj”

Kanaan je počeo proizvoditi robnu marku Grandi za trgovački lanac Getro još u 1997. godini. 2001. počinje proizvoditi Kiki flips za Podravku s kojom suradnja traje do početka 2004. Nakon toga Kanaan nastavlja suradnju s Podravkom na način da za nju obavlja uslugu prženja kikirikija od kojeg Podravka zatim proizvodi premaz za flips. 2004. Kanaan ulazi u proizvodnju čipsa. Flips Vic tvrtke Kraš također je Kanaanov proizvod. - Što se tiče kvalitete, u flipsu smo definitivno najbolji u Hrvatskoj. – samouvjeren i s osmijehom govori Popović, a potvrda za tako smionu tvrdnju je prodaja flipsa i ostalih proizvoda tvrtke Kanaan u većini trgovačkih lanaca u Hrvatskoj. Naime, robna marka Grandi trgovačkog lanca Getro najprodavanija je robna marka u Hrvatskoj. - Ono što mnogi ne znaju, a što je vrlo interesantno je da se dva najjača brenda u Hrvatskoj – Vic i Kiki, zajedno prodaju tri puta manje nego Grandi. Toliko o brendu i robnoj marki. – kaže Popović. Kanaan puni i robnu marku za trgovačke lance: CBA, NTL, Ultragros, Presoflex i Kaufland. - Možete nas pronaći u svim trgovačkim lancima u Hrvatskoj, osim u Konzumu. Zašto nas nema u Konzumu, saznat ćete ako pogledate tko sve proizvodi čips za Konzum. – provokativan je Popović.

Tijekom 2007. i 2008. tvrtka Kanaan će ući u proizvodnju pire krumpira. Poslovni plan za ulazak u tu djelatnost, Popović je izradio zajedno s kolegama s generacije Zoranom Mlinarevićem i Dariom Vukovićem u sklopu kolegija Pokretanje poslovnog poduhvata. Poduzetničku priliku za proširenje djelatnosti, Popović je odlučio iskoristiti zbog činjenice da Hrvatska cjelokupnu potrebu za pire krumpirom zadovoljava uvozom. - Osim toga, to je vrlo efektan način rješavanja problema krumpira druge kvalitete koji mali poljo-

privrednici ne mogu prodati. – kaže Popović, koji je već ugovorio prodaju cjelokupne godišnje proizvodnje krumpir pirea u Italiju. Prihodi tvrtke Kanaan su od 2003. kada su iznosili 8 milijuna kuna, godišnje rasli po ubrzanoj stopi, zbog čega je Kanaan u 2005. ušao u hrvatske gazele. U 2006. tvrtka Kanaan ostvarila je 18 miliona kuna prihoda. U 2007. tvrtka Kanaan će ostvariti prihod u iznosu od 27 milijuna kuna. Trenutno zapošljava 54 djelatnika i prema procjeni veličine Zavoda za poslovna istraživanja, svrstana je u velike poslovne subjekte. - Cilj je po zaposlenome ostvarivati prihod od 100.000 eura. Kada Kanaan postigne godišnji prihod u iznosu od 35 milijuna kuna, to će biti dobro, a iduće godine ćemo to postići. – siguran u svoju prognozu najavljuje Popović.

Do ove godine, Popović je imao nekoliko domaćih i inozemnih dobavljača krumpira. No, kako se radi o sezonskoj sirovini koja k tome mora zadovoljavati relativno visoke standarde kakvoće, Popović želi kontrolirati proizvodnju i time osigurati neovisnost i maksimalnu moguću kvalitetu. Kanaan je od ove godine počeo s uzgojem vlastitog krumpira na površini većoj od 200 hektara nedaleko tvornice, a trenutno je u procesu izgradnja hladnjače. – Na taj ćemo način riješiti cjelokupnu potrebu za krumpirom kako za proizvodnju snack proizvoda za potrebe hrvatskog tržišta, tako i za izvoz. – govori Popović.

## Ulazak u trgovački lanac Tesco, jedan od najvećih u Europi

Tvrtka Kanaan godišnje proizvede oko 1600 tona čipsa i flipsa, dok je ukupna hrvatska potrošnja oko 3500 tona godišnje. - U ovom trenutku, glavni konkurent Kanaanu je Franck, dok tri najjača svjetska igrača u proizvodnji snack proizvoda: Lays, Chio i Lorenz zajedno na hrvatskom tržištu prodaju svog brenda u količini u kojoj Kanaan sam proda robne marke. Toliko o robnim markama i teoriji brenda. – ističe Popović. Zvonko Popović osnovao je i tvrtku u mađarskom Pečuhu koja se bavi distribucijom Kanaanovih proizvoda. - Nedavno smo ušli u trgovački lanac Tesco, jedan od najvećih u Europi. Po istom modelu s kojim smo osvojili hrvatsko tržište počinjemo raditi i na mađarskom. Model koji pobjeđuje ne treba napuštati. – naglašava Popović i dodaje kako idući tjedan kreće isporuka čipsa u sve velike trgovačke lance



u Mađarskoj s količinom koja će povećati ukupnu prodaju Kanaana za oko 30 posto. U sljedećih mjesec dana Kanaan će također kretnuti s isporukom snack proizvoda u Albaniju i Grčku.

## Svjetski igrači Lorenz i Chio u borbi za Kanaan

Ekskluzivno za PSP NEWS, Zvonko Popović nam je otkrio da je godinu dana vodio pregovore s europskim liderom na području snack proizvoda – multinacionalnom kompanijom Lorenz Snack World koja je nastojala postići dogovor o bilo kakvom obliku preuzimanja Popovićevog Kanaana. Lideri Lorenca, Popoviću su nudili tri opcije: mogućnost stopostotnog preuzimanja, mogućnost preuzimanja udjela od 50 posto i na kraju o mogućnosti da Kanaan samo proizvodi čips pod Lorenzovim brendom. – Kanaan nije na prodaju. Ako netko ponudi nebuloznu cifru, što znači realna cijena puta dva, spreman sam prodati tvrtku, ali za normalnu cifru, nema šanse. – odlučno govori Popović i nastavlja – Naš glavni problem je bila kvalitetna sirovina koju ćemo riješiti vlastitom proizvodnjom krumpira, što znači da će već od srpnja kvaliteta Kanaanovog čipsa biti ravnopravna svjetskim proizvođačima. S ovogodišnjim ulaskom u proizvodnju krumpir pirea tržišni potencijal tvrtke Kanaan je izuzetno velik. Pregovori su nakon pune godine dana završili u veljači ove godine.

Na pitanje hoće li u tom slučaju cijena robne marke porasti, Popović odgovara - Moja politika o robnim markama se malo razlikuje od uvrježene. Kanaan puni robne marke koje su po kvaliteti jednake brendovima. Zahvaljujući činjenici da imamo 40 posto nižu cijenu u odnosu na brendove, rezultati govore sami za sebe.

Popović je trenutno u pregovorima s tvrtkom Chio, čiji su lideri čekali završetak pregovora s tvrtkom Lorenz jer su očekivali da će Popović prodati Kanaan. No Popović kaže - S Chiom ćemo zastupati identičnu priču u pregovaranju. Prodat će Kanaan jedino ako ponude toliko da ne mogu odbiti. - govori uz zadovoljan smijeh na licu.



# Ortopedska cipela s modnim potpisom

Damir Kolarić nominiran za najboljeg mladog poduzetnika Hrvatske u 2007. godini

Kada su diljem Hrvatske, a posebno u Osijeku počeli nicati veliki trgovački lanci te tržište, u sve većoj mjeri preplavljivati jeftina roba iz azijskih zemalja, posebno iz Kine, Damir Kolarić je nakon analize obiteljskog obrta, imao dvije alternative: prodaju tvrtke ili novi početak.

- Sjećam se da nam je profesor Tim Baye na kolegiju Financijski menadžment rekao: 'Bez emocija!' Pošto je riječ o tvrtki koju su moji roditelji stvarali više od 20 godina, upravo to je najteže - izdići se iznad situacije. - prisjeća se Damir kako je započinjala nova epoha obiteljske tvrtke Galanterija Kolarić za proizvodnju obuće, konfekcije i galanterije te nastavlja - Razmišljao sam što bih mogao raditi s postrojenjem za proizvodnju obuće i kakvu bih cipelu trebao izraditi da ju mogu dobro prodati bez problema s naplatom. U to je vrijeme razvoj svijesti o važnosti zdravlja bio u porastu, što mi je bio signal za istraživanje toga područja. Nekoliko mjeseci sam surfao po internetu i istraživao. Potkraj 2003. počeo sam razmišljati o ortopedskoj obući. – govori Damir.

Obiteljska tvrtka Galanterija Kolarić do tog je prijelomnog trenutka prošla dugi razvojni put bogat usponima i padovima. Počevši 1982. s proizvodnjom remenja, s vremenom se nadovezala proizvodnja torbi i kožnih jakni. Godine 1996. obitelj Kolarić počela je proizvoditi cipele putem lohn-poslova, a cjelokupnu zaradu ulagala je u razvoj vlastite proizvodnje i otvaranje maloprodajnih dućana. Od samog početka u proizvodnji je sudjelovala cijela obitelj: supružnici Nikola i Elizabeta Kolarić, sin Damir i kćerka Đurđica.

## Tri radna sata laganja

Damir Kolarić, koji je od malena 'pekao zanat' cjenkajući se s trgovcima na sajmovima u Italiji, službeno je ušao u obiteljski posao 2000. nakon što je diplomirao. Od samog početka, njegova se vizija razvoja obiteljske tvrtke razlikovala od očeve. - Otac je stalno radio za stariju ciljnu skupinu, dok sam se ja želio orijentirati na mlade. Kreirao sam nekoliko modela obuće koji su se izvrsno prodavali, što je rezultiralo stvaranjem vlastite robne marke Leks koju smo uspješno prodavali u desetak svojih dućana

po cijeloj Hrvatskoj. – govori Damir. Upravo je robna marka Leks, moderna obuća za mlade, poslije rezultirala sinergijom modnih modela s ortopedskim potencijalom Galanterije Kolarić i nove tvrtke Ortostep. Osim poplave cipela iz azijskih zemalja i velikih trgovačkih lanaca, na koje je odgovor Kolarića bio gašenje vlastitih dućana i ulazak u veleprodaju, Damir je za alternativu: prodaja ili novi početak imao još nekoliko razloga. Naime, i veleprodaja je neslavno završila, jer su mnoge male obiteljske tvrtke, kaže Damir, radile na crno. - Od osam sati radnog vremena, tri sam morao lagati gdje je novac. Dobavljači su zvali, a meni kupci nisu plaćali. Bilo je to razdoblje dizanja kredita, a bili smo u branši koja je kompletna tonula. Jedni drugima ne plaćamo i svi zajedno tonemo još dublje. – govori Damir.

Osim toga, početkom 2003. Galanterija Kolarić imala je zaliha u vrijednosti 55% ukupne imovine. - Sav novac investirali smo u džonove koje nismo mogli prodati. Pritiskao sam oca da snizi cijene kako bi rasprodao zalihe, a njegova je prva reakcija bila da će radije sve to zajedno zapaliti nego prodati za 50 kuna par. Ali kad sam sve izvukao na papir, shvatio je da ne ide dalje. Bili smo dužni na sve strane, a novac je bio vezan u repromaterijalu. Bilo je evidentno da nedostaje strateško odlučivanje. – objašnjava Damir. Cjelokupna problematika obiteljske tvrtke Kolarić kulminirala je očevim akutnim infarktom u 2004. - Čovjek koji 40 godina radi dvije smjene i prijeđe više od dva milijuna kilometara potroši se. Sve to ima svoje posljedice. – govori Nikola.

## Preusmjeravanje poslovanja

Egzistencija obitelji Kolarić u razdoblju očeve rehabilitacije postala je Damirova odgovornost. U tom emotivno izuzetno teškom razdoblju za cijelu obitelj, situaciju je još više potencirala činjenica da je lider i glavni pokretač ove obiteljske firme od samog njezina osnivanja bio upravo Nikola. Damir je u tom razdoblju osim vođenja Galanterije Kolarić istovremeno radio na otvaranju nove tvrtke - Ortostepa. Preusmjeravanje poslovanja na proizvodnju

anatomske i ortopedske obuće, Damir je vidio kao najbolje rješenje. Strojeve, tradiciju, znanje i iskustvo u proizvodnji obuće su već imali, a konkurentsku prednost tvrtke Ortostep Damir je osigurao kroz sinergiju modernih modela obuće Galanterije Kolarić s ortopedskim potencijalom. - Za razliku od ostalih proizvođača koji ortopedske cipele izrađuju vrlo staromodno, mi imamo moderne modele. Moja je *credo*: ako imaš neku deformaciju, trebaš cipelu 24 sata dnevno: za posao, u slobodno vrijeme, za sport. Zato proizvodimo moderne cipele prikladne za sve te aktivnosti. – ponosno ističe Damir. I otac Nikola slaže se da je ulazak u proizvodnju ortopedske obuće – kao što kaže, 'bio pun pogodak'. - Kožna galanterija Kolarić na tržištu je postala na neki način zastarjela, dok je ortopedija medicinski program za zdravlje. Obuću prilagođavamo zahtjevima kupca: nozi, otisku i svemu potrebnom. Obuća u velikom dijelu zadržava svoj oblik i manje je prepoznatljiva kao ortopedska. To je naša prednost. – govori Nikola.

Novo poduzeće Ortostep d.o.o., čiji je direktor i osnivač Damir Kolarić, osnovano je u lipnju 2004. Ortostep proizvodi mušku, žensku i dječju ortopedsku obuću, ortopedske uloške i obuću za dijabetičare, obuću za hallux valgus, anatomsku obuću, zdravu dječju obuću i radnu zaštitnu odjeću.

## Dvije godine čekanja na pravilnik

Iskustvo sa zalihama u vrijednosti 55 posto ukupne imovine koje nisu mogli prodati Damir nipošto nije želio ponoviti. Rješenje je vidio u suradnji s HZZO-om i proizvodnji po narudžbi. No, HZZO je nakon sedam godina trebao donijeti novi pravilnik o ortopedskim pomagalicama i cipelama koji su Kolarići čekali dvije godine. U razdoblju čekanja pravilnika radili su na razvoju anatomske i ortopedske obuće u koju je uloženo preko 200.000 eura. - U svibnju 2005. potpisali smo ugovor s HZZO-om. Do tada nismo prodali niti jedan par cipela već smo samo istraživali, razvijali i testirali. To je bio krvnički posao. Ortopedska cipela jest cipela, ali je riječ o potpuno novoj branši, novom tržištu, novim kupcima i dobavljačima, novoj bazi resursa... to je bio novi početak. Imali smo zgradu i 80 posto

## Poslijediplomski studij

### Poduzetništvo me promijenio

Poslijediplomski studij Poduzetništvo me promijenio, jer sam shvatio važnost postavljanja nekih vrlo teških pitanja o budućnosti tvrtke: Kako uspješno, pravno i ekonomski ugasiti tvrtku Kolarić? Što s viškom djelatnika, imovinom, resursima? Kako ne uzrokovati obiteljsku krizu?...

Profesor Tim Baye naučio me da je prvo pravilo dobrog menadžera isključivanje svih emocija iz procesa donošenja poslovnih odluka. Ovo je velika stvar, jer 20 godina upravljajući obiteljskom tvrtkom stvara snažne emocije koje te ponekad odvuku u drugom smjeru. - podijelio je s nama svoja razmišljanja Damir.



Damir Kolarić, student 6. generacija Poduzetništva

strojeva koji su nam trebali za početak proizvodnje, a sve ostalo je bilo novo. – pripovijeda Damir.

Galanterija Kolarić i Ortostep d.o.o. povezana su poduzeća koja trenutačno zapošljavaju 40 djelatnika. Uvozni brendovi su, kaže Damir, znatno skuplji, a nisu ništa kvalitetniji. Konkurencijom smatra nekoliko njemačkih tvrtki s proizvodima visoke kvalitete i nekoliko slovenskih s nižom kvalitetom. - Mi smo se pozicionirali negdje između, ali više prema njemačkim standardima. U ponudi imamo oko 70 posto ortopedskih cipela visoke kvalitete i oko 30 posto niže kvalitete za ljude s plićim džepom. – kaže Damir. U prvoj godini rada, Ortostep je ostvario više od milijun kuna prometa, u drugoj iznad tri

milijuna. - Predviđamo rast prema istoj stopi. Iako je to teško, nekoliko projekata su naši aduti. Jedan od njih je cipela za paraplegičare, a na tom projektu surađujemo sa Stanislavom Peharcem iz Pule. – kaže Damir.

## Različite vizije oca i sina

Otac i sin Kolarić i dalje imaju različite vizije razvoja, sada nove tvrtke Ortostep. Nikola je, kaže Damir, zaljubljenik u maloprodaju koju opet želi pokrenuti, dok je Damirov koncept veleprodaja. Osim toga, otac i sin Kolarić svoje kupce doživljavaju kao različite ciljne skupine. - Išao je na Narodni radio raditi promociju. Ja sam bio protiv toga i pokušao mu objasniti da se brend ne gradi u populaciji slabijeg imov-

inskog stanja a to su u pravilu ljudi starije životne dobi, nego u populaciji od 17 do 49 godina. Niti jedan naš sukob nije nepremostiv, ali kad bismo išli u Zagreb, on bi krenuo magistralom, ja autoputom. – uz osmijeh govori Damir.

- Želimo stvoriti brend i krenuli smo u vrlo agresivnu promociju preko Narodnog radija, što Damir baš ne podržava. Naši proizvodi su za ljude od 50 godina nadalje. Zaključio sam da je to moja klijentela.– objašnjava svoje stajalište Nikola.

Autoritativni otac pokretač je, lider i neumorni kritičar. Iako se sa sinom razilazi u viziji razvoja obiteljske tvrtke, njih se dvojica dobro nadopunjuju.

# Postanite poduzetnik!

Vaša ideja ovdje

Pomoć ovdje

**BIOS**  
Poduzetnički Inkubator  
www.inkubator.hr



## Krešimir Šimac

pokrenuo BIZdirekt, prvi osječko-baranjski  
beplatni gospodarski časopis



Izuzetno mi je pomoglo studiranje na poslijediplomskom studiju Poduzetništvo na kojem sam stekao znanja i vještine o pokretanju poslovnog poduhvata, anticipiranju problema i načinu njihovog rješavanja. Druga

prednost mog studiranja Poduzetništva je činjenica da sam najviše suradnika okupio upravo s različitih generacija studija, a također smo dobili kvalitetnu savjetodavnu pomoć od dr. Singer i njenog tima.

Krešimir Šimac, student 7. generacije Poduzetništva, osnivač je i glavni urednik prvog osječko-baranjskog besplatnog gospodarskog časopisa BIZdirekt. Dosada je izdano šest brojeva ovog časopisa, a reakcije čitatelja i oglašivača su jako dobre.

Šimac svoju ljubav prema časopisima, koje je u srednjoj školi intenzivno počeo čitati, smatra svojevrsnim začetkom motiva pokretanja ovog poduzetničkog poduhvata. Uočio je da poduzetnici i poslovni ljudi u Slavoniji i Baranji nemaju adekvatan izvor informacija njima interesantnih i bitnih za posao, a tvrtke koje posluju s drugim tvrtkama mogućnost međusobne komunikacije putem medija. - Odlučio sam iskoristiti tu poslovnu priliku i zadovoljiti tržišnu nišu koja vapi za kvalitetnim proizvodom za čitatelje i oglašivače. Čvrsto smo vjerovali u ovu ideju i odlučili riskirati. - komentirao nam je Šimac svoj početak.

Početkom rujna 2006., zajedno sa svojom djevojkom Bojanom Zabrđac, studenticom 11. generacije, krenuo je u konkretnu realizaciju projekta za koji im je bilo potrebno cca 100.000 kn. - Troškovi objavljivanja časopisa po broju premašuju 70.000 kn. Srećom, od prvog broja pokrivamo troškove, tako da nismo imali potrebe posezati za drugim izvorima finan-

ciranja. Još uvijek poslujemo bez zarade, ali mislim da idemo u dobrom smjeru. - kaže Šimac.

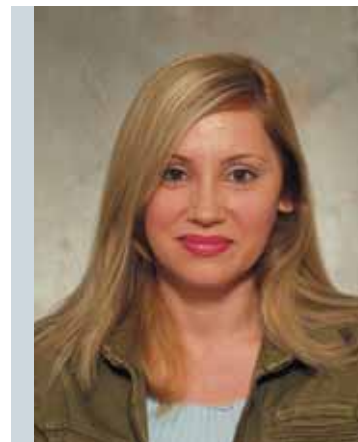
Časopis BIZdirekt besplatno se distribuira poduzetnicima i poslovnim ljudima na području Slavonije i Baranje. Veliki broj čitatelja časopis dobiva poštom na ime i prezime, dok BIZdirekt isto tako možete pronaći u Centru za poduzetništvo Osijek, Poduzetničkom inkubatoru BIOS, kao i svim ostalim punktovima s velikom frekvencijom poduzetnika i poslovnih ljudi.

Tijekom pokretanja časopisa BIZdirekt Krešimir Šimac i Bojana Zabrđac susretali su se s raznim problemima, uglavnom zbog toga što su o svim sastavnicama izdavanja časopisa imali vrlo malo znanja. - Iako sam točno znao što želim, nisam znao kako to izvesti, budući da sam o tisku, prijelomu časopisa i općenito novinarstvu znao vrlo malo. Srećom, uspio sam okupiti izvrsne ljude oko sebe kojima se svidio ovaj projekt i koji su vjerovali u njega kao i ja, tako da sam uz njihovu pomoć i stručna znanja relativno bezbolno savladao probleme. Ovom prilikom još jednom svima zahvaljujem jer su bili zaista spremni maksimalno pomoći, vjerovatno i sami svjesni koliko je teško pokrenuti poduzetnički poduhvat, pogotovo ovako velik i složen. Bez njihove podrške bilo bi nam

neusporedivo teže. Što se tiče motivacije, od samog početka smo vjerovali u naš projekt tako da nije bilo problema s motivacijom, čak i u najtežim trenucima kad smo izbezumljeno gledali u zid ne znajući kako dalje. - govori Šimac.

Povodom izlaska svakog novog broja BIZdirekta, Krešimir i Bojana organiziraju BIZdirekt party u Old Bridge Pubu s ciljem umrežavanja poduzetnika i poslovnih ljudi. Osim izdavanja časopisa BIZdirekt, imaju u planu organizaciju specijalističkih konferencija i seminara namijenjenih prvenstveno poslovnim ljudima.

## Napredak u karijeri PSP studenata



**Andrea Mandić**  
direktorica Osječkog sajma

Andrea Mandić, studentica 1. generacije Poduzetništva, direktorica je Osječkog sajma od 1. srpnja 2007. Mandić je na tu poziciju prešla s pozicije direktorice u tvrtki Anela Export d.o.o. Osijek, poduzeća za vanjsku i unutarnju trgovinu i međunarodno otpremništvo u kojoj je bila od 1993. Od 1995. do 1996. radila je kao voditeljica i novinarka na Televiziji Slavonije i Baranje, a karijeru je započela 1991. na poslovima uvoza i izvoza u tvrtki MERK Kft Mohacs, Mađarska, Predstavništvo Osijek.

Andrea Mandić rođena je 29. rujna 1967. u Osijeku gdje je završila Ekonomski fakultet, smjer marketing i tržište.



**Oliver Klesinger**  
direktor Sektora poslovanja sa stanovništvom u Hypo Alpe Adria Bank d.d.

Oliver Klesinger, student 7. generacije Poduzetništva, od 1. lipnja 2007. novi je direktor Sektora poslovanja sa stanovništvom u Hypo Alpe Adria Bank d.d. u Zagrebu. Klesinger je u Slavonskoj banci od 2002. gdje je počeo kao voditelj Odjela poslovanja sa stanovništvom u podružnici Požega. Godinu dana kasnije prelazi u Osijek na mjesto direktora u istom Sektoru, da bi od lipnja 2007. postao direktor Sektora poslovanja sa stanovništvom u Hypo Alpe Adria Bank d.d. u Zagrebu.

Oliver Klesinger rođen je 6. listopada 1974. u Požegi. 1999. diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu - smjer financije.



**Dario Vuković**  
direktor tehnike za regiju istok Metronet telekomunikacija d.d.

Dario Vuković, student 10. generacije Poduzetništva, novi je direktor tehnike za regiju istok Metronet telekomunikacija d.d. Vuković je na to mjesto prešao iz Financijske agencije, Regionalni centar Osijek, s mjesta regionalnog voditelja Odjela prodaje i organizacije poslovnih procesa.

Dario Vuković rođen je 17. prosinca 1971. u Našicama. Diplomirao je na Elektrotehničkom fakultetu u Osijeku.

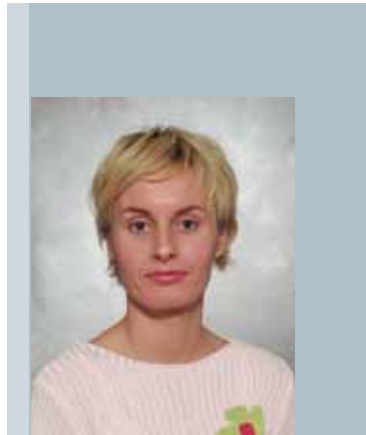


Mr.sc.  
**Anamarija Mandić**  
asistentica dr. Singer

Mr.sc. Anamarija Mandić, studentica 4. generacije Poduzetništva, asistentica je dr. Singer na Katedri za menadžment Ekonomskog fakulteta u Osijeku.

Mr. Mandić je prešla na Ekonomski fakultet u Osijeku s mjesta direktorice Centra za poduzetništvo Osijek u kojem je i započela karijeru 2002. na mjestu koordinatorice programa. Krajem 2005. godine napredovala je na mjesto direktorice Centra za poduzetništvo Osijek.

Mr.sc. Anamarija Mandić rođena je 22. ožujka 1975. u Osijeku gdje je diplomirala na Ekonomskom fakultetu u Osijeku – smjer financijski menadžment i magistrirala na poslijediplomskom studiju Poduzetništvo.



**Mirta Šulmajster**  
direktorica Esseker centra

Mirta Šulmajster, studentica 2. generacije Poduzetništva, direktorica je Esseker centra, stambeno-poslovno-trgovačkog kompleksa.

Šulmajster je na to mjesto prešla iz Ustanove za zdravstvenu njegu Jadranka Plužarić, gdje je obavljala dužnost ravnateljice. Prije toga, tri je godine radila kao Program Support Manager za jugoistočnu Europu u okviru norveške organizacije Business Innovation Programs u suradnji s Centrom za poduzetništvo Osijek.

Mirta Šulmajster rođena je 6. kolovoza 1976. u Osijeku, gdje je diplomirala na Ekonomskom fakultetu - smjer financije.



**Alen Varenina**  
direktor financija u Karolini d.o.o.

Alen Varenina, student 9. generacije Poduzetništva, financijski je direktor tvrtke Karolina d.o.o. za proizvodnju kekisa, vafla i slanica.

Varenina je karijeru u sadašnjoj Karolini d.o.o. započeo kao pripravnik 2003. u tadašnjoj Luri d.d. Od 2004. je na funkciji planer-analitičar u Odjelu kontrolinga, a početkom 2006. napreduje na mjesto voditelja računovodstva. Od 2007. direktor je financija.

Alen Varenina mnogima je poznat kao osnivač i vlasnik pekarnice Kiflić pored Ekonomskog fakulteta u Osijeku. Rođen je 10. rujna 1976. u Osijeku, gdje je završio Ekonomski fakultet – smjer financijski menadžment.

## Gostovanje stranih profesora u akademskoj godini 2006./2007.



**Dr. Allen Bures**  
održao kolegij Crosscultural  
Organizational Behavior

Dr. Allen Bures, bivši dekan Katredre za menadžment na Sveučilištu Radford, SAD, po drugi put je Fullbrightov stipendist koji od veljače do lipnja 2007. boravio na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Dr. Bures je studentima 10. generacije Poduzetništva održao kolegij "Crosscultural Organizational Behavior", a također je pomagao u izvođenju programa poslijediplomskog studija Poduzetništvo. Razgovor sa dr. Buresom najavljujemo u sljedećem broju PSP newsa



**Richard Hanage**  
na kolegiju  
Operativni menadžment

Richard Hanage od 7. generacije studentima poslijediplomskog studija Poduzetništvo na 3. semestru predaje kolegij Operativni menadžment. Hanage je surađivao s dr. Gibbom u Centru za poduzetništvo pri Durham Business School, UK, do 2003. Nakon što je napustio Durham, Hanage je osnovao konzultantsku agenciju "Richard Hanage associates" koja se većinom bavi održavanjem radionica o razvoju malih i srednjih poduzeća. U 2007. slušali su ga studenti 10. generacije Poduzetništva.



**Dr. Allan Gibb i Joan Gibb**  
na kolegiju Poduzetništvo  
iz policy perspektive

Dr. Gibb i njegova supruga Joan, profesorica drame, 11. generaciji studenata održali su kolegij Poduzetništvo iz policy perspektive u okviru kojeg su timovi studenata kreirali kratke drame.

Više o ovom kolegiju, kao i razgovor s dr. Allanom i Joan Gibb možete pročitati u rubrici Predstavljamo kolegij.





## Gdje su bili naši profesori i predavači

### Dr. Singer, dr. Pfeifer i mr. Oberman Peterka

na ICSB konferenciji u  
finskom Turkuu

U razdoblju od 13. do 15. lipnja 2007. u organizaciji Turku school of Economics u finskom gradu Turku, održana je 52. međunarodna ICSB (The International Council of Small Business) konferencija. Tema ovogodišnje konferencije bila je "At the Crossroads of East and West: New Opportunities for Entrepreneurship and Small Business". Na konferenciji su, među više od 700 sudionika iz cijelog svijeta, sudjelovale i dr. Slavica Singer, voditeljica poslijediplomskog studija Poduzetništvo, prof. dr.sc. Sanja Pfeifer i mr.sc. Sunčica Oberman Peterka.

**Prof. Singer** je bila *key note speaker* konferencije i održala je izlaganje na temu "Entrepreneurship Education and Regional Development - Accountability Test for the University and Local Government" (Poduzetničko obrazovanje i regionalni razvoj – test odgovornosti za sveučilište i lokalnu vladu), dok su dr. Sanja Pfeifer i mr. Sunčica Oberman Peterka na konferenciji prezentirale rad pod nazivom "Assessing entrepreneurship education programmes in Croatian higher education area" koje su napisale u koautorstvu s Marinom Jeger, studenticom 11. generacije poslijediplomskog studija Poduzetništvo.

### Mr. Mirela Alpeza i mr. Sunčica Oberman Peterka na Harvardu slušale Portera

Mr. Mirela Alpeza i mr. Sunčica Oberman Peterka od 13. do 14. prosinca 2006. sudjelovale su na seminaru Microeconomics of Competitiveness (MOC), održanom na Harvard Business School na Institute for Strategy and Competitiveness koji se redovito organizira za sve nove i postojeće članove MOC mreže. Seminar je vodio Michael Porter, svjetski poznati ekonomist, posebno poznat i priznat po svojim istraživanjima na području strategije i konkurentnosti (Porterov model konkurentskih prednosti, Porterov model konkurentskih snaga). Na seminaru je sudjelovalo 70 sveučilišta iz svih dijelova svijeta, koji u svojim programima već nude ili žele imati kolegij iz konkurentnosti (prema curriculumu Instituta za strategiju i konkurentnost, pri Harvard Business School). Poslijediplomski studij Poduzetništvo dio je MOC mreže od 2003. godine i u svom programu nudi kolegij Konkurentnost.

### Mr. Mirela Alpeza, mr. Erceg i dr. Mirna Leko- Šimić

na 7. međunarodnoj konferenciji  
Enterprise in Transition u Splitu

Mr.sc. Mirela Alpeza, mr.sc. Aleksandar Erceg i prof.dr.sc. Ilan Allon sudjelovali su s radom na temu "Opportunities and threats regarding the development of the franchising business model in Croatia" na 7. međunarodnoj konferenciji "Enterprise in Transition" održanoj od 24. do 26. svibnja 2007. na Ekonomskom fakultetu u Splitu. Mr. Alpeza izložila je ovaj rad koji je nastao kao rezultat boravka dr. Ilana u Osijeku u rujnu prošle godine, kada je kao konzultant Centra za franšizu Centra za poduzetništvo Osijek surađivao na projektu razvijanja hrvatskih franšiznih mreža. Na konferenciji su također sudjelovale i prof.dr.sc. Mirna Leko-Šimić, profesorica na kolegiju Međunarodno poslovanje i logistika PSPa, prof.dr.sc. Jasna Horvat, profesorica na kolegiju Statistika Ekonomskog fakulteta u Osijeku i njena asistentica Josipa Forjan, studentica 10. generacije Poduzetništva s radom na temu "Entrepreneurial characteristics of Croatian exporters".

### Mr.sc. Aleksandar Erceg

u Rotterdamu na trećoj  
međunarodnoj konferenciji  
"EMNet – Economics and Management of Networks"

Mr.sc. Aleksandar Erceg, student 1. generacije Poduzetništva, predavač na kolegiju Franšiza, od 28. do 30. lipnja 2007. sudjelovao je na trećoj međunarodnoj konferenciji "EMNet – Economics and Management of Networks" održanoj na Rotterdam School of Management, Erasmus University Rotterdam. Na konferenciji je bilo riječi o svim vrstama mreža, koje između ostalog uključuju i franšize. Mr. Erceg je prezentirao rad "Opportunities and threats regarding the development of the franchising business model in Croatia" koji su zajedno napisali prof.dr.sc. Ilan Allon (Associate Professor of International Business at Crummer Graduate School of Business, Rollins College, Florida USA), mr.sc. Mirela Alpeza (predavačica na kolegiju Business Intelligence poslijediplomskog studija Poduzetništvo i voditeljica Centra za franšizu Osijek) i mr. sc. Aleksandar Erceg.

### Mr. Julia Škaro

u Berlinu na konferenciji  
za mala poduzeća Conference on the European  
Charter for Small Enterprises

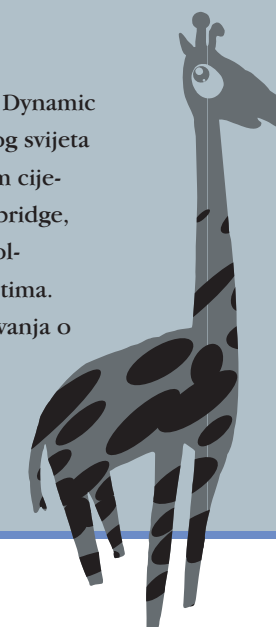
Mr.sc. Julia Škaro, studentica 2. generacije Poduzetništva, koja predaje na kolegiju Mala i srednja Poduzeća u Europskoj uniji, sudjelovala je na konferenciji za mala poduzeća Conference on the European Charter for Small Enterprises održanoj od 4. do 5. lipnja 2007. u Berlinu. Cilj ove konferencije, koja se svakih šest mjeseci održava pod pokroviteljstvom zemlje predstavnice Europske unije, ima cilj predstaviti zemlje s najboljim primjerima smanjivanja administrativnih i financijskih prepreka za mala poduzeća.



## Još jedan dokaz kvalitete poslijediplomskog studija Poduzetništvo

### PSP među 22 Centres for Dynamic Entrepreneurship

Poslijediplomski studij Poduzetništvo nalazi se među 22 Centres for Dynamic Entrepreneurship koja uključuju sveučilišta i poslovne škole iz cijelog svijeta gdje se može učiti o poduzetništvu i za poduzetništvo. PSP je u ovom cijelom društvu zajedno sa Sveučilištem Harvard, Sveučilištem Cambridge, London Business School, MIT-om (Massachusetts Institute of Technology), Sveučilištem Stanford i mnogim drugim renomiranim sveučilištima. To je još jedna u nizu potvrda kvalitete PSP-a koji je na polju obrazovanja o poduzetništvu i za poduzetništvo međunarodno prepoznat.



## Studenti-vijesti

### PODUZETNIČKI BRAK

#### Emilija Ignatova i Petar Leko

Poslijediplomski studij Poduzetništvo mjesto je novih poznanstava, prijateljstava i istinskih ljubavi. Dokaz tome su Emilija Ignatova i Petar Leko koji su se upoznali upravo na poslijediplomskom studiju Poduzetništvo, kao studenti 7. generacije. Emilija i Petar 14. listopada 2006. ušli su u najveći životni poduzetnički poduhvat - brak.

#### Sanja Putar i Slavko Vulić

Sanja Putar i Slavko Vulić također su se kao i Emilija i Petar upoznali nakon što su upisali poslijediplomski studij Poduzetništvo, također 7. generaciju. Svoju "studentsku vezu" prošle su godine okrunili brakom.

#### Mirjana Viduka i Alen Varenina

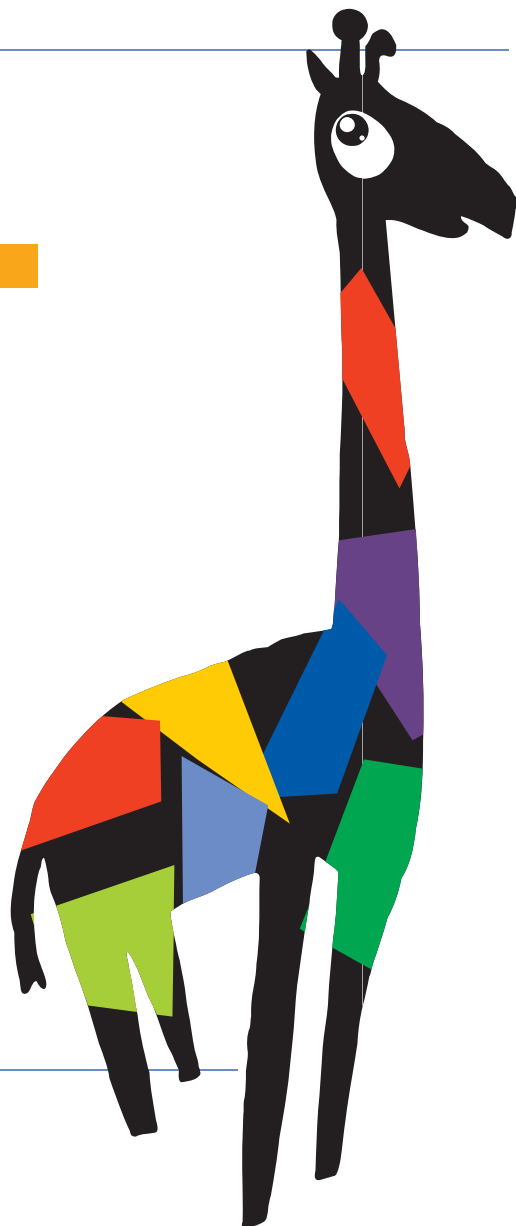
Mirjana Viduka i Alen Varenina bili su par i prije upisivanja poslijediplomskog studija Poduzetništvo. Oboje su upisali 9. generaciju, no Mirjana zbog puno poslovnih obveza nije stizala i studirati pa se zato priključila 10. generaciji. Svoju dugogodišnju vezu, prošle su godine okrunili i brakom.

## PSP vrtić trenutno broji 181 poduzetničku bebu

Krajem 2006. rodila se Jana Gita, kćer Vladimira Kovačevića, studenta 1. generacije Poduzetništva. Početkom 2007. godine poduzetnički vrtić dobiva još četiri nova člana: Mare i Matko, blizanci Ines Heke, studentice 4. generacije, Mihaela, kćer Zvonimira Vakanjca, studenta 3. generacije, te Karla, kćer Domagoja Karačića, studenta 2. generacije. U 2006. rodila se Marija, beba poduzetničko-studentskog para Igora i Željke Ljekar. Sretni roditelji inače su studenti 6. generacije Poduzetništva. Kristina Bilandžić, studentica 9. generacije, rodila je kći Katju, Darija Krstić, studentica 1. generacije, rodila je

kći Magdalenu. Ljubica i Igor Matek, studenti 3. generacije Poduzetništva, u poduzetnički su vrtić "učlanili" svog sina Frana. Nisveta Osmić, studentica 7. generacije po drugi je put postala ponosna majka kćerkice Adne. Najnoviji član poduzetničkog vrtića je mala Klara, kći Antonije, rođene Matić, studentice 4. generacije Poduzetništva i Tomislava Matića.

**Još jednom svima čestitamo i ujedno Vas molimo: *Javite nam što ima novo!***



## Novi magistri Poduzetništva u 2007. godini

#### Ivan Ružić

student 3. generacije Poduzetništva, 9. siječnja 2007. uspješno je obranio magistrski rad pod nazivom "Upravljanje odnosima s klijentima u tvornici ambalaže Belišće d.d." i tako postao prvi magistar Poduzetništva u 2007. godini.

#### Anita Zelić Gereč

studentica 4. generacije Poduzetništva, uspješno je obranila magistrski rad pod nazivom "Utjecaj Basela 2 na financiranje malih i srednjih poduzeća".

#### Miljenko Pekić

student 7. generacije Poduzetništva, magistrirao je na temu: "Business Intelligence u funkciji kontrole rizika u strateškom odlučivanju malog poduzeća".

#### Snežana Janeska

studentica 6. generacije Poduzetništva, magistrirala je na temu: "Postavljanje poduzetničke strategije samofinanciranja neprofitne organizacije".

#### Maja Tomišić (Marković)

studentica 5. generacije Poduzetništva, 1. generacije u Poreču magistrirala je na temu: "Razvojni potencijal visoke poslovne škole "S.J.P. "Višnjan""

#### Mirna Balkić

studentica 4. generacije Poduzetništva obranila je rad pod nazivom: "Nužnost poduzetništva u velikim poslovnim sistemima - slučaj Hrvatske pošte d.d."

#### Biljana Đanković

studentica 7. generacije Poduzetništva uspješno je obranila magistrski rad pod nazivom: "Primjena Value based managementa u stratejskom odlučivanju".

#### Zoran Ivanović i Siniša Veselović autori Vodiča kroz burzovne pojmove

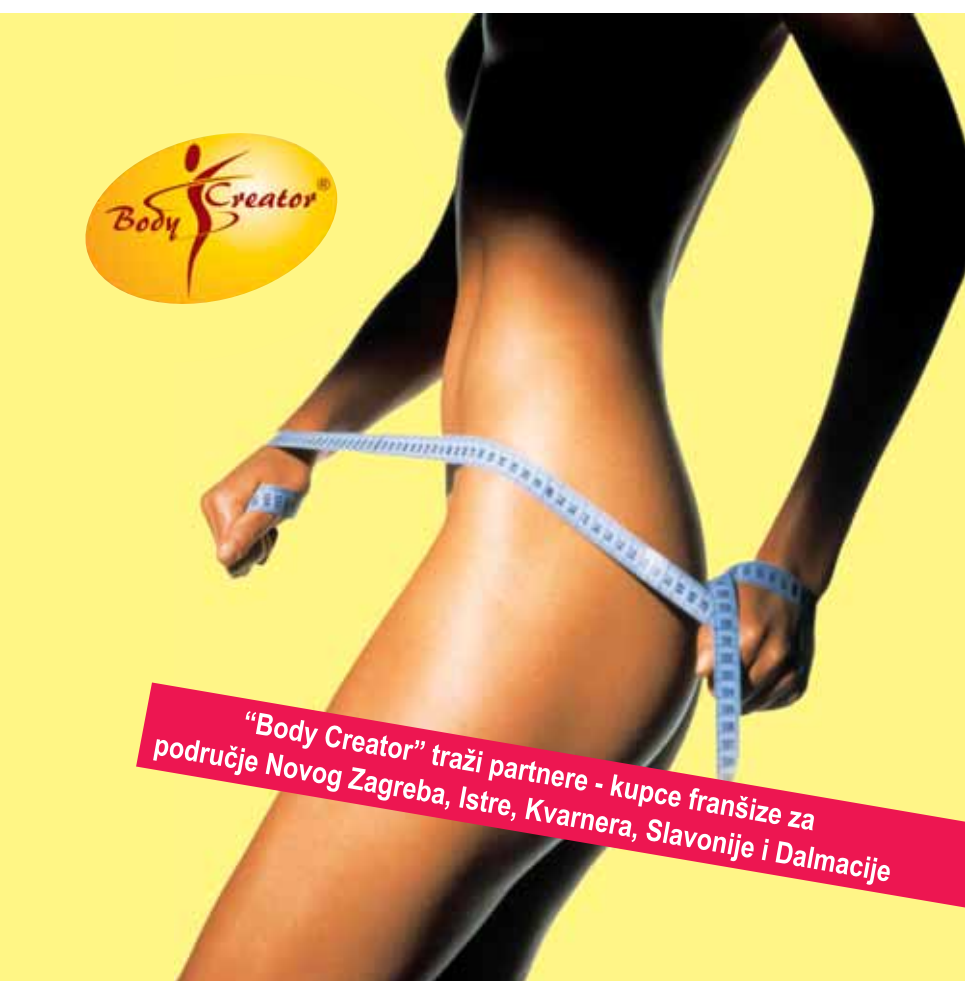
Zoran Ivanović i Siniša Veselović, studenti 9. generacije Poduzetništva, jedni su od autora novog naslova: "Vodič kroz burzovne pojmove".

- Projekt je započeo prije četiri godine, kada je skupina prijatelja odlučila istražiti kako trgovati dionicama na burzi. Pokušavajući pronaći domaću literaturu o ovom izazovnom području našli smo se zbunjeni. Naime, literature je bilo vrlo malo i pisana je za ekonomiste, a ne za laike. U tome smo prepoznali poslovnu priliku i odlučili napisati priručnik, u kojemu će biti objašnjeni osnovni pojmovi o dionicama i burzama, na jednostavan i razumljiv način. Projektni tim se sastojao od pet članova: troje ekonomista, jedne pravnice i jednog inženjera. Istražujući strane i domaće web stranice, literaturu i trgovanje na virtualnim burzama, prikupili smo materijale za naš vodič i počeli raditi na sadržaju. – za **PSP news**, objasnili su nam Ivanović i Veselović.

Prošle godine projekt je priveden kraju, a prvo izdanje publikacije „Vodič kroz burzovne pojmove“ distribuirano je u obliku poklona. - Željeli smo od naših prijatelja i poslovnih partnera dobiti konstruktivne kritike, kako bi unijeli poboljšanja u drugo izdanje, koje će izaći na izdavačko tržište. – razlog tome objasnili su autori.

Svima zainteresiranima, Vodič je na raspolaganju u knjižnici poslijediplomskog studija Poduzetništvo





**“Body Creator” traži partnere - kupce franšize za područje Novog Zagreba, Istre, Kvarnera, Slavonije i Dalmacije**

## OTVORITE BODY CREATOR CENTAR U VAŠEM GRADU

Specijalizirani centri za prirodno mršavljenje i preoblikovanje ženske figure 'Body Creator' nude formulu **'ključ u ruke'** koja obuhvaća sve tehničke i strukturalne aspekte vezane za pripremu centra, opremu marketinške i promotivne usluge, pomoć pri stavljanju u pogon, početnu obuku i stalno usavršavanje, održavanje itd. Radi se o jasnoj i učinkovitoj formuli koja omogućava dobru zaradu primaocima franšize i odlične rezultate krajnjim korisnicima, a sve to zahvaljujući odličnoj metodi i pouzdanosti marke **Body Creator** koja je ojačana jakom institucionalnom reklamom u medijima.

### Što nudi franšiza Body Creator ?

- Vašu ekonomsku neovisnost
- uhodani posao i poznatu marku
- ekskluzivnost na određeni teritorij
- znanje, iskustvo i know-how
- povrat ulaganja unutar 18 mjeseci
- software za rukovođenje poslovanjem u centru
- savjetovanje pri svakom aspektu Vašeg poslovanja
- obuku Vašeg osoblja u trajanju od mjesec dana
- najsvremeniju opremu za mršavljenje i preoblikovanje figure

Franšiza ima nekoliko formata: **'mono'**, **'mini'** i **'optima'**, a dostupna je za mjesta sa i više od 20 000 stanovnika. Cijene franšize po principu 'ključ u ruke' su od 37 000 € do 58 000 € (uključujući potrebnu opremu), ovisno o veličini centra i broju stanovnika koji gravitiraju području za koje se daje ekskluzivnost.

Sve informacije o franšizi 'Body Creator', tel: 01 - 49 20 625, 098 22 83 80 ili [info@bodycreator.com](mailto:info@bodycreator.com) [www.bodycreator.com](http://www.bodycreator.com)



**Simona Goldstein**  
studentica 9. generacije  
Poduzetništva, urednica  
publikacije Indeks otvorenosti  
društva - Hrvatska 2006.

**Simona Goldstein**, studentica 9. generacije Poduzetništva, urednica je publikacije Indeks otvorenosti društva – Hrvatska 2006.g. Instituta za demokraciju iDEMO. Institut je osnovan s ciljem razvijanja projekata javnih politika i unaprjeđivanja demokracije, a projekt osmišljavanja metodologije, odnosno načina ispitivanja otvorenosti društva jedan je od važnih aspekata postizanja ciljeva Instituta za demokraciju iDEMO.

Inicijativu za osmišljavanje projekta Indeks otvorenosti društva pokrenula je upravo voditeljica poslijediplomskog studija Poduzetništvo dr. Slavica Singer, inače i dugogodišnja članica Upravnog odbora Instituta Otvoreno društvo Hrvatska.

Dr. Singer također je uz grupu autora zaslužna za identificiranje i kreiranje metodologije Indeksa otvorenosti društva.

Uz dr. Singer, autori su: Aida Bagić, Dragan Bagić, Žarko Bajić, Ivan Burić, Davor Gjenero, Vesna Kesić, Dražen Lalić, Tihomir Ponoš, Zrinjka Peruško, Tomislav Rešković, Marina Škrabalo, Velimir Šonje, Aleksandar Štulhofer, Ksenija Turković i Nenad Zakošek.

Ova publikacija osim u biblioteci poslijediplomskog studija Poduzetništvo, dostupna je na [www.idemo.hr](http://www.idemo.hr).

## “Egzistencijalni uvjeti ne mogu biti izlika za neetično ponašanje”



### Dr. Joseph Lapalombara sa Sveučilišta Yale predavao na kolegiju Poslovna etika (Ethical approach to business problems)

Dr. Joseph LaPalombara, emeritus na Sveučilištu Yale, profesor političkih znanosti i menadžmenta, čiji su studenti bili Robert Putnam, Hugh Heclo i Sidney Tarrow, konzultant je brojnim poduzećima i organizacijama od kojih su samo neke Carnegie Corporation, Rockefeller fondacije Ford i Olivetti, U.S. Department of State, Alcoa, Citicorp, Exxon International, Fiat, General Electric i IBM.

Dr. LaPalombara u okviru svog kolegija o ulaganju

krupnog kapitala širom svijeta na Sveučilištu Yale predaje sedam različitih tema od kojih je jedna poslovna etika, no na poslijediplomski studij Poduzetništvo je 10. generaciji došao cijeli kolegij održati upravo na tu temu zbog dugogodišnjeg visokog indeksa korupcije u Republici Hrvatskoj.

S dr. LaPalombarom razgovarali smo o etici u poslovanju.



intervju: **dr. Joseph Lapalombara**

**Neki smatraju da je etično ponašanje u biznisu luksuz u državama kao što je Hrvatska, gdje je visoka stopa nezaposlenosti, nizak BNP i gdje osnovne egzistencijalne potrebe nisu zadovoljene. Kako to komentirate?**

- Naišao sam na taj argument mnogo puta. Mnoge zemlje u razvoju smatraju, ne bez osnove, da je uvođenje kod njih istog seta etičkih poslovnih principa koji trenutačno vrijede u razvijenim ekonomijama nepravedno i nerealno. Neki smatraju da takvi zahtjevi nisu ništa drugo nego još jedan primjer ekonomskog imperijalizma zapadnog tipa. To mišljenje je snažno potkrijepljeno činjenicom da je u danas visoko razvijenim, bogatim društvima, još takoreći nedavno u poslovanju vladao zakon džungle. Oni koji se služe takvim argumentima jednostavno bacaju dimnu zavjesu. Pokušavaju izbjeći prihvaćanje odgovornosti za svoje postupke i neetično ponašanje u poslovanju.

**Kada je život ili opstanak organizacije u pitanju, na koji se način oduprijeti neetičnom ponašanju?**

- Uprava i menadžeri moraju naći vremena i istražiti alternative koje će proizvesti isti poslovni rezultat ili blizu toga, a neće se morati žrtvovati etičnost. Egzistencijalni uvjeti ne mogu biti izgovor za neetične odluke kojima će se ugroziti zaposleni, okoliš, poslovni partneri. Ako budemo kultura u kojoj se smatra da za tvrtku postoji jedan i samo jedan motiv, a to je maksimizacija profita pod svaku cijenu, tada smo u bezizlaznoj situaciji. Nadam se da ova bolest, toliko raširena u američkoj poslovnoj zajednici, neće posve zahvatiti Europu. Nažalost, čini mi se da u sve većoj mjeri američki model kapitalizma, neobuzdan starijim, dubljim i humanijim europskim stanovištima tržišta i kolektiviteta, pronalazi svoj put i s ove strane oceana. To neće biti dobitna kombinacija za Europljane.

**Koliko je poslovna zajednica kriva za korupciju u društvu?**

- U SAD-u kažemo: za tango je potrebno dvoje. Ako je netko iz biznisa upleten u korupciju, s druge strane je netko iz državnim struktura. No, mislim da su stvari otišle dalje i dublje od toga. U SAD-u je, primjerice, korupcija počela prodirati u cijelo društvo. Institucije koje su kroz povijest bile neposredno uključene u kreiranje osjećaja pojedinca, degeneriraju već

Ne znam dovoljno o situaciji u Hrvatskoj da bih mogao razumjeti s kakvim okruženjem se poduzetnici ovdje suočavaju. Trebao bih znati postoje li određene dimenzije ovog društva, njegove ekonomije, aspiracija i stvarnog razvojnog potencijala, koje bi učinile logičnijim, ili zaista prijeko potrebnim ne zahtijevati od hrvatskih poduzeća da se ponašaju etično koliko bi se ponašala na nekom drugom mjestu. Ne isključujem mogućnost da

pod određenim okolnostima, kao što su ove koje egzistiraju u Hrvatskoj, može biti važno za vas u sljedećih pet ili deset godina da se ne pridržavate specifičnih principa etičnog ponašanja kakav bi bio slučaj da ste razvijeni kao napredne industrijske zemlje. Mislim da bi bilo šteta da je to neophodno, ali ostavljam kao otvoreno pitanje postoje li takve okolnosti ili ne. Voljan sam slušati. Ali slušao bih sa skeptičnim uhom!

dugo vremena. Riječ je o obitelji, selu, crkvi, o sustavu školstva. Budući da te institucije više nisu sposobne kreirati moralnu bazu društva u cjelini, ljudi se kreću u manje moralnom i etičnom, a više korumpiranom smjeru. Danas je na našim sveučilištima u SAD-u glavni problem plagiranje. Činjenica je da naši studenti ne rade svoj posao, već predaju radove koje su drugi napravili i koje ironično prezentiraju kao svoje. Ako imate kulturu u kojoj ljudi misle da je u redu ukrasti nečije ideje ili nečije zasluge, ako se neki oblici laganja i varanja smatraju normalnim i prihvaćeni su u obitelji, ma, školama, nekim drugim dimenzijama ljudskih i socijalnih veza, zašto od poslovne zajednice očekivati da bude drugačija?

**Sugerirate povećanu regulaciju od strane države ?**

- Upravo tako. Glupost je vjerovati da će industrija biti samoregulirajuća u moralnom smjeru. To generalno vrijedi. Predajem na Sveučilištu Yale kolegij koji se odnosi na protok direktnog stranog kapitala širom svijeta. Pošto sam bio savjetnik mnogim tvrtkama, mislim da znam vrste razmatranja prilikom donošenja odluke o tome gdje investirati

izvan vlastitih granica. Država s visokom razinom korupcije, u kojoj se razumna količina predvidivog etičnog poslovnog ponašanja ne podrazumijeva, plaća kaznu, a to je manje stranog direktnog ulaganja nego što bi bilo da su etički standardi viši. Šteta za takvu državu je da će njen cjelokupni ekonomski razvoj sigurno biti usporen.

**Što je s Hrvatskom, u kojoj je vrlo često biti neetičan i korumpiran ekonomski isplativije nego biti etičan?**

- Mi to zovemo problemom cinkaroša. Spomenuo sam plagiranje među studentima. Na Yaleu imamo kod časti koji nalaže studentu koji zna da se neki drugi student ponaša neetično da ga prijavi sveučilišnim vlastima. To se, međutim, rijetko događa, jer je studentska kultura takva da će cinkaroša kolege izbjegavati i bojkotirati. Ako je to slučaj među studentima, možemo zamisliti što se takvim cinkarošima događa u državnim birokracijama ili tvrtkama. U tvrtkama će cinkaroš mnogo češće završiti tako da izgubi posao, neće biti promoviran ili će dobiti najgori mogući posao. Dva su moguća rješenja te vrste problema u poslovnom svijetu. Jedan je

da vodstvo tvrtke uspostavi drugačije norme, drugi da država na neki način ekonomski nadoknadi štetu onome tko otkrije ozbiljno neetično ponašanje u svojoj tvrtki.

**A što ako je vodstvo također korumpirano, vodstvo u organizaciji i vodstvo u državi? Ne svi, ali većina?**

- Ako imate takvu vladajuću i korporativnu kulturu, vrlo ste blizu zakona džungle. U takvim okolnostima država ne može intervenirati, jer se njeni sustavi ili moralnost i etički kod ne razlikuju od poslovne zajednice. To bi zaista bilo vrlo blizu bespomoćnoj situaciji. Ono što ću pokušati napraviti sa studentima 10. generacije poslijediplomskog studija Poduzetništvo jest razviti nešto poput profila situacije u Hrvatskoj. Velike tvrtke ne izrađuju više profil države u koju će ulagati samo na osnovi ekonomskih varijabli. Pokušavaju ocijeniti granicu do koje su i neekonomski aspekti države transparentni, stabilni i dovoljno sigurni da jamče riskiranje direktnog ulaganja. Ako je jedina pretpostavka do koje će investitori doći o poslovanju i poslovno

orijentiranim aspektima lokalnog okruženja da su u suštini korumpirani i nepredvidljivi, tada će jedino budale odlučiti riskirati u takvo okruženje potopiti kapital.

**Kako netko može biti siguran da se ljudi u poslovanju ponašaju etički?**

- Istina, nemoguće je brojčano dokazati da etično ponašanje u biznisu donosi dividende i više materijalnih dobara nego kada ga nema. No, primjetno je da strani kapital lakše i s manje zahtjeva za premijom visokog rizika dolazi u okruženja koja se drže zakona, koja su poštenija i pouzdanija u svojim poslovnim vezama.

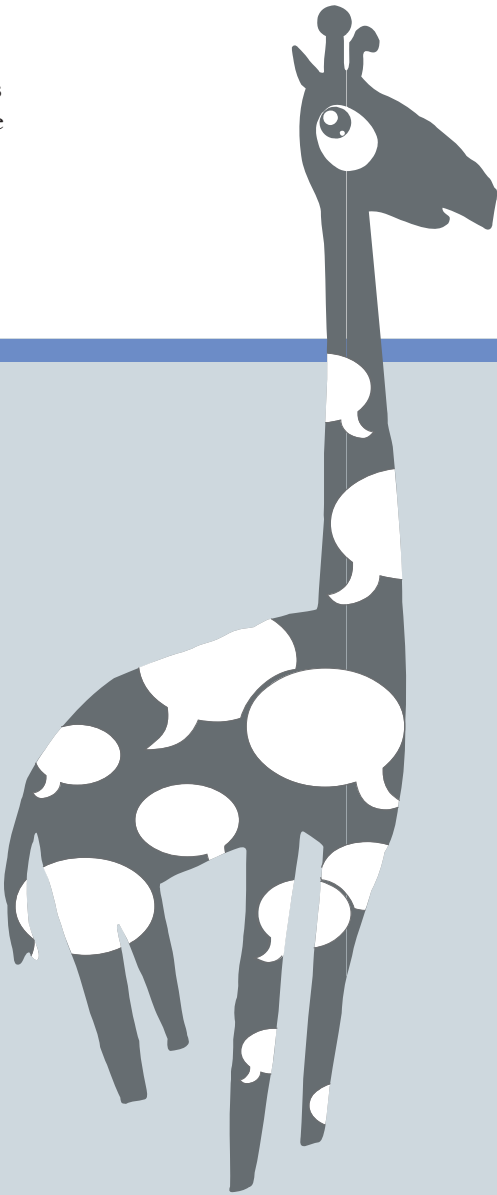
**Koje vrste poslovnih situacija mogu poduzetnike u malim poduzećima dovesti do teških i loših moralnih odluka?**

- Za mala poduzeća etičke odluke imaju veze s ekonomijom gotovine. Pred male poduzetnike često se postavlja jedno pitanje: do koje granice žele prijaviti koliko novca zarađuju. S druge strane, mala i srednja poduzeća su u

boljoj poziciji da uspostave etičnije ponašanje nego velike korporacije, jer su najčešće potpuno ili dijelom u vlasništvu jednog vlasnika, koji može uspostaviti standarde ponašanja. Za njih su dva problema vrijedna pažnje. Prvi je država, koja od nacionalnih do regionalnih i lokalnih razina može opteretiti ta poduzeća velikom količinom odredbi, pa je neki oblik utaje ili nedostatka etike za njih zaista jedina opcija opstanka. To implicira više socijalno-političku nego striktno ekonomsku diskusiju. Drugi, a povezan s prvim, vjerojatnost je da lokalni poduzetnici sklope tajni sporazum s lokalnim vladajućim autoritetima i zajedno konstituiraju neetično okruženje i za biznis i za vladu.

Nisam došao ovdje studentima poslijediplomskog studija Poduzetništvo propovijedati o tome kako bi trebali biti dobri kao mi. Dolazim iz države gdje smo u posljednjim godinama imali primjere zaprepasćujućeg neetičnog ponašanja koje se može zamisliti od strane nekih prethodno najrespektabilnijih industrijskih i financijskih poduzeća, od kojih su mnoga dugi niz godina

tvrdila da vjeruju i slijede moralne i etičke principe poslovanja. Umjesto toga, mnogi menadžeri i članovi uprave ovih istih firmi nisu nimalo oskudijevali u raskalašenosti svog lošeg ponašanja. Nisam jedan od ljudi koji vjeruju da su financijske i industrijske zajednice tzv. naprednih industrijskih zemalja po definiciji superiorne poslovnoj praksi tzv. nerazvijenih ili zemalja u razvoju. Upravo suprotno.





## Osobitosti za uspješno poslovanje

prvi naslov u nakladi poslijediplomskog studija Poduzetništvo

Osobitosti za uspješno poslovanje podnaslova Praktični vodič za uspješan poslovni razvoj, čiji su autori David Hall i Dinah Bennet, prvi je naslov objavljen u nakladi poslijediplomskog studija Poduzetništvo, zahvaljujući dugogodišnjoj suradnji s dr. Allanom Gibbom, emeritusom poslovne škole Durham iz Velike Britanije.

Ovaj je vodič nastao kao rezultat istraživanja njegovih autora kojem je povod bio pretpostavka da poduzetnici najradije uče od drugih uspješnih poduzetnika. Istraživanje provedeno na 30 Osobitih poduzeća potvrdilo je ovu tezu, a nakon izdavanja Osobitosti za uspješno poslovanje, stotine poduzeća koristilo je ovaj vodič u svom poslovanju. Cilj je ove knjige „Pomoći poduzećima preživjeti, promijeniti se i rasti prenošenjem Osobitosti za uspjeh određenog broja uspješnih poduzeća.“ Osim u poduzećima, vrlo praktično i uspješno se može koristiti i primjenjivati na svakom radnom mjestu uz poduzetnički način razmišljanja

Ovaj praktični vodič za uspješan poslovni razvoj, studenti 10. i 11. generacije koristili su kao literaturu u sklopu predmeta Prepoznavanje poslovnih prilika na 1. semestru. Knjiga je prevedena i objavljena uz dozvolu autora i izdavačke kuće Management Books 2000 Ltd iz Velike Britanije.

Knjigu možete kupiti u kabinetu poslijediplomskog studija Poduzetništvo po cijeni od 50 kuna.



## Promovirano 16. novih magistara znanosti

poslijediplomskog studija Poduzetništvo



Petra Brljafa Tomčić  
Aleksandra Cibreva  
Sunčana Čorić Dundović  
Nataša Dimovska  
Ljiljana Dragišić  
Ljubica Hristovska  
Domagoj Karačić  
Maja Karić

Željko Klepo  
Anamarija Mandić  
Dalibor Pudić  
Sandra Senčar  
Milena Škoro  
Antonija Vujnović Matić  
Jelena Verner Legčević i  
Mirna Weiss,

magistri su znanosti iz Poduzetništva promovirani na 4. promociji poslijediplomskog studija Poduzetništvo. Ova promocija imala je međunarodni predznak jer su promovirane tri studentice iz Makedonije. Promocija je održana na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, a gost promocije bio je Goran Radman, član Nacionalnog vijeća za konkurentnost i predsjednik korporacije Microsoft za jugoistočnu Europu.

Novu promociju najavljujemo za jesen 2007.

**spin studio**

**CENTAR ZA  
OBRAZOVANJE ODRASLIH**  
Škola sa tradicijom

**UPIS ZVANJA U  
RADNU KNJIŽICU**

Kada učite - učite od najboljih : IT certificirani predavači, jedini Microsoft Autorizirani Training Centar, šesnaest godina s Vama sa preko 10000 zadovoljnih polaznika, i preko 380 tvrtki sa ukazanim povjerenjem

WEB DIZAJNER  
SISTEMSKI I MREŽNI ADMINISTRATOR  
RAČUNALNI PROGRAMER VB.NET  
GRAFIČKI DIZAJNER  
AutoCAD OPERATER  
RAČUNALNI OPERATER  
SAMOSTALNI KNJIGOVOĐA  
ECDL OPERATER

**UPISI I INFORMACIJE**  
županijska 15, osijek  
www.spin.hr • studio@spin.hr  
tel: 031 / 20 30 20

**Centar za obrazovanje odraslih - Spin Studio** ← **Vaš put za uspjeh!**

 Autorizirani Training Centar

 ECDL European Computer Driving Licence

 ALGEBRA



Najave događanja za jesen 2007.:

Promocija magistara  
Poduzetništva

Proslava deset godina  
postojanja Centra  
za poduzetništvo Osijek

Upis 12. generacije studenata  
poslijediplomskog  
studija Poduzetništvo

dobre ljudske osobine

snaga senzualnost mudrost  
intuicija pouzdanost ljepota

www.jupiter-software.com

software za unapređenje poslovanja

Kestlin dicentra IREKS AROMA velekem

spin INFORMATICA  
www.spin.hr  
tel: +385 31 20 30 20

ugrađene u jupiter software

# Zadruga **PODUZETNIČKA MREŽA**

Centar za promicanje i razvitak poduzetništva

Obratite nam se s punim povjerenjem  
i postanite jedan od uspješnih  
poduzetnika u našoj  
**PODUZETNIČKOJ MREŽI**

• Knjigovodstvene usluge • Informatička edukacija za  
poduzetnike • Seminari za poduzetnike • Poduzetničke tribine •  
Poslovni planovi • Investicijski elaborati • Gospodarski  
programi • Promocija poduzetništva

Kralja Zvonimira 10 • 31327 Bilje  
tel: 031 75 14 80 • fax: 031 75 14 81  
www.zpm.hr • zpm@zpm.hr



# FLIPS

KIKIRIKI



**30g**

[www.kanaan.hr](http://www.kanaan.hr)