



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ  
UNIVERSITY OF BANJA LUKA  
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ  
FACULTY OF ECONOMICS



# DRUGO POGLAVLJE – KREATIVNI PREDUZETNIČI PROCES – DRUGI DIO START PROCES - POKRETANJE POSLA OD NULE I KREIRANJE POSLOVNIH MODELA

**III godina: Preduzetnička ekonomija/Preduzetništvo i inovacije**

**Prof. dr Saša Petković**

**[sasa.petkovic@ef.unibl.org](mailto:sasa.petkovic@ef.unibl.org)**



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ  
UNIVERSITY OF BANJA LUKA  
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ  
FACULTY OF ECONOMICS



## II SEDMICA : KREATIVNI PRTEDUZETNIČI PROCES

Petković, S. (2021). *Preduzetništvo i inovacije u digitalnoj eri*. Banja Luka: Univezitet u Banjoj Luci, Ekonomski fakultet i Udruženje ekonomista Republike Srpske SWOT.



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ  
UNIVERSITY OF BANJA LUKA  
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ  
FACULTY OF ECONOMICS



## *Ishodi učenja*

Nakon interaktivnog učestvovanja na predavanjima, vježbama i samostalnog i grupnog rada na analizi studija slučaja, bićete u mogućnosti da:

- Razumijete prednosti i nedostatke pokretanja preduzetničkog poduhvata od nule.
- Objasnite i primijenite kanvas (platno) poslovni model.
- Znate korake u Lean startup procesu.



## 2.5. Startup proces - pokretanje biznisa od nule



- Na ovakav korak se uglavnom odlučuju preduzetnici kojima je osnivanje i oblikovanje preduzeća mnogo veći i značajniji izazov u odnosu na kupovinu postojećih preduzeća ili kupovinu franšize.
- Ovi preduzetnici imaju **veliku želju za stvaralačkim zadovoljenjem** koje polazi od „usađivanja“ ideje, zatim **rasta** i prerastanja u jako i stabilno preduzeće. Startapi su preduzeća sa brzim rastom koja su i dalje **krhka i zavisna** od ljudskih, pravnih, poreskih i finansijskih faktora (Heller et al., 2019).

# Pokretanje preduzetničkog poduhvata od nule (strating from scratch, engl)



- Pokretanje preduzetničkog poduhvata od nule (strating from scratch, engl) je čin kreacije poslovnog modela.
- Međutim, ovdje treba da napomenemo da su u ovom slučaju **rizici mnogo veći** od kupovine postojećeg preduzeća, kupovine franšize, ili nasljeđivanja porodičnog preduzeća, jer tek novouvedeni poslovi **imaju manji izgled na uspjeh od postojećeg preuzetog biznisa.**



# Pokretanje preduzetničkog poduhvata od nule (strating from scratch, engl)

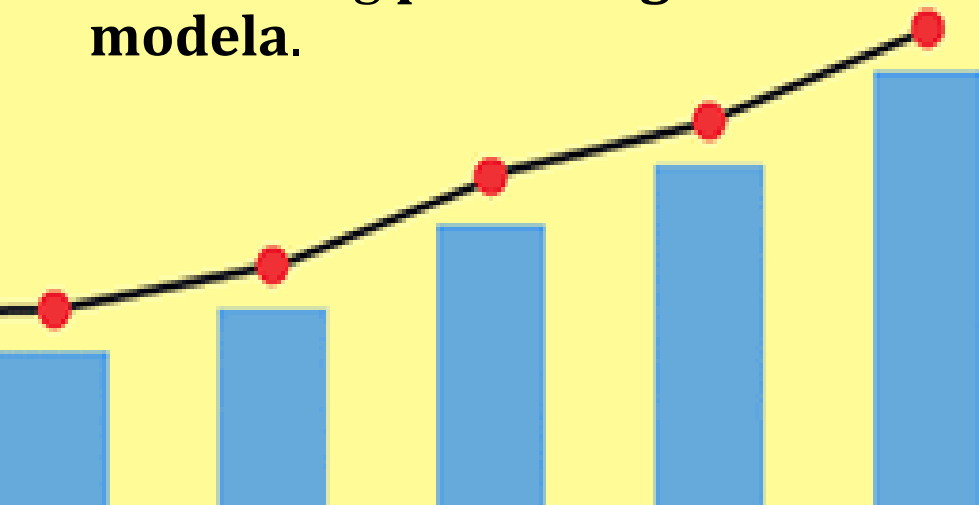
## Zašto?

- ✓ Nepoznavanje ključnih karakteristika novog proizvoda ili usluge od strane maloprodavaca i kupaca, dobavljača i distributera,
- ✓ pogrešno targetiranje kome je namijenjen novi proizvod ili usluga,
- ✓ nepovoljna lokacija biznisa,
- ✓ nebriga o zaštiti životne sredine i nedovoljan stepen društvene odgovornosti.

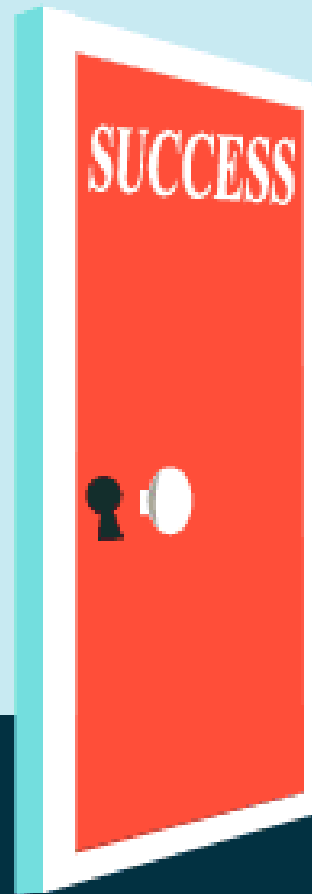


# Razlozi koji se mogu navesti zbog kojih preduzetnik preferira počinjanje posla od „nule“ mogu biti:

- Mogućnost **samostalnog definisanja vizije, misije i strateških ciljeva preduzeća**, vlastite kreacije asortimana proizvoda ili usluga, izgradnja organizacione kulture.
- Kreiranje vlastitog inovativnog **poslovnog modela**.



## Razlozi koji se mogu navesti zbog kojih preduzetnik preferira počinjanje posla od „nule“ mogu biti:



- Mogućnost **eliminisanja uočenih grešaka** direktne i indirektno konkurencije, kao rezultat benčmarking aktivnosti.
- **Vlastiti izbor** lokacije, tehnologije i opreme, strateških poslovnih partnera, kao što su dobavljači, banke, zaposleni, konsultanti, itd.
- **Stvaranje vlastitih lojalnih kupaca.**



Pri započinjanju biznisa od „nule“, preduzetnik mora imati sveobuhvatne informacije, naročito informacije o ciljanom tržištu. Prije procjene ukupnog prihoda i dobiti - profita, potrebno je da ima odgovore na pitanja:

- 📌 Postoji li tražnja za proizvodima i uslugama?
- 📌 Ko su potencijalni kupci?
- 📌 Gdje se oni nalaze?
- 📌 Koji je broj potencijalnih kupaca?
- 📌 Kakva je kupovna moć potencijalnih kupaca?
- 📌 U kojem će procentu kupovati proizvod - uslugu?
- 📌 U kojim količinama i koliko često bi kupovali proizvode - usluge?

Ali kako da dođemo do odgovora na ova pitanja ako se radi o potpuno novom proizvodu ili usluzi?

Nova paradigma (The Lean start up) polazi od pretpostavke da se **nema vremena za detaljna i formalna predviđanja budućih prihoda i troškova** u na primjer, za period od tri do pet godina, jer jednostavno niko ne posjeduje „čarobnu kuglu“ koja će dati precizne inpute za tako nešto, već se **MVP proizvod** (Minimum Viable Product) **lansira na tržište**, prikupljaju se povratne informacije sa tržišta, redefiniše se početni poslovni model, ako to tržište zahtijeva, i nudi se paleta proizvoda i usluga, od bazičnog do premium modela.

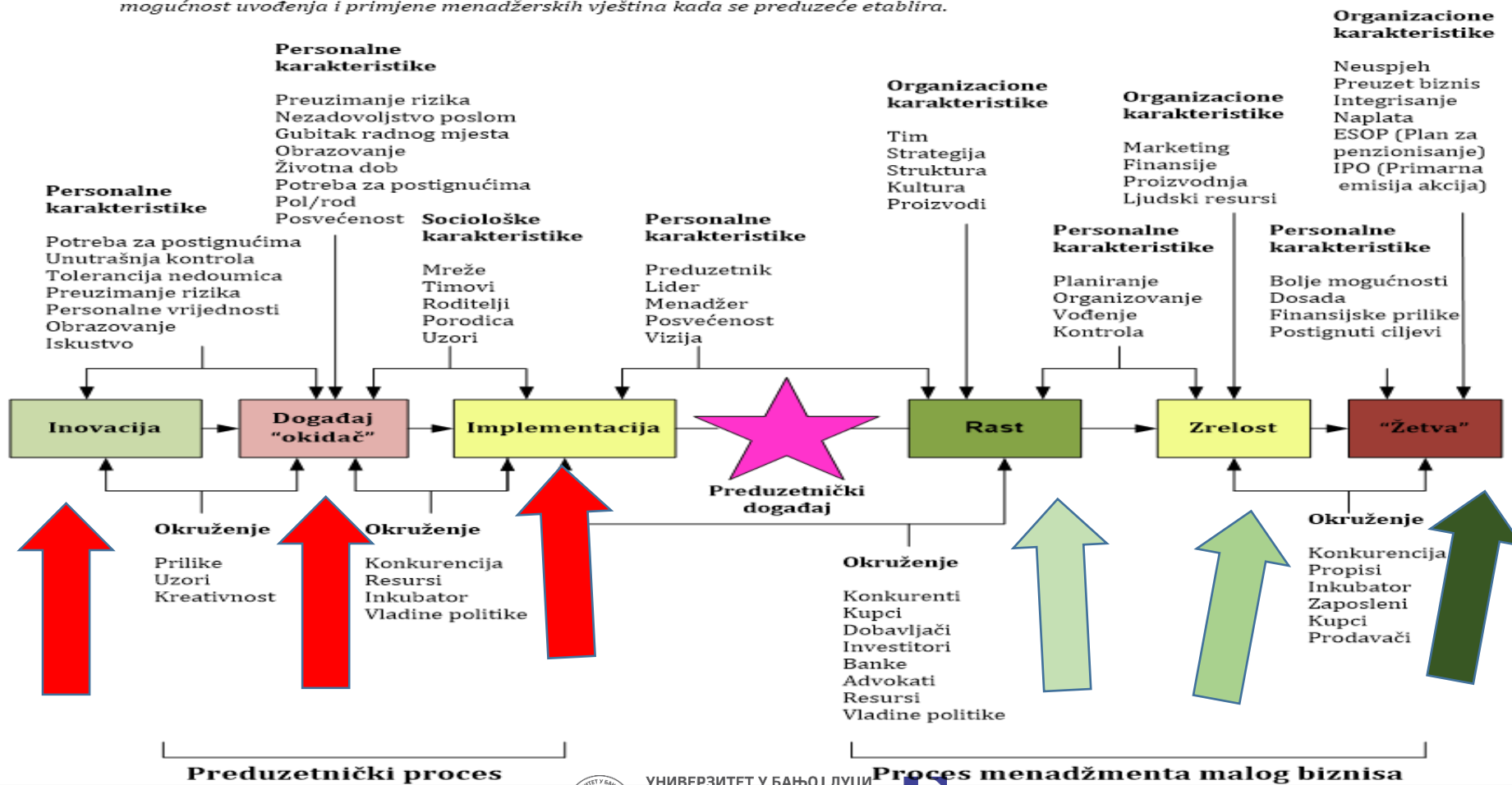


# MVP vs modeli sa više funkcija



Jedan od modela započinjanja biznisa od „nule“ je Model startup procesa američkog autora Hatena (Hatten, 2012). Suština modela je postojanje takozvanog *spektra procesa preduzetništva i menadžmenta malog biznisa koji se sastoje od šest različitih stadijuma*, kao što je predstavljeno na sljedećoj slici.

*U svakoj etapi start ap procesa, različite personalne karakteristike će biti značajnije za vlasnika kako biznis bude dobijao nove forme. Ovaj model pokazuje kako su preduzetničke vještine neophodne u ranim fazama procesa formiranja biznisa, a onda daje mogućnost uvođenja i primjene menadžerskih vještina kada se preduzeće etablira.*



# Kriterijumi za uspjeh startapa

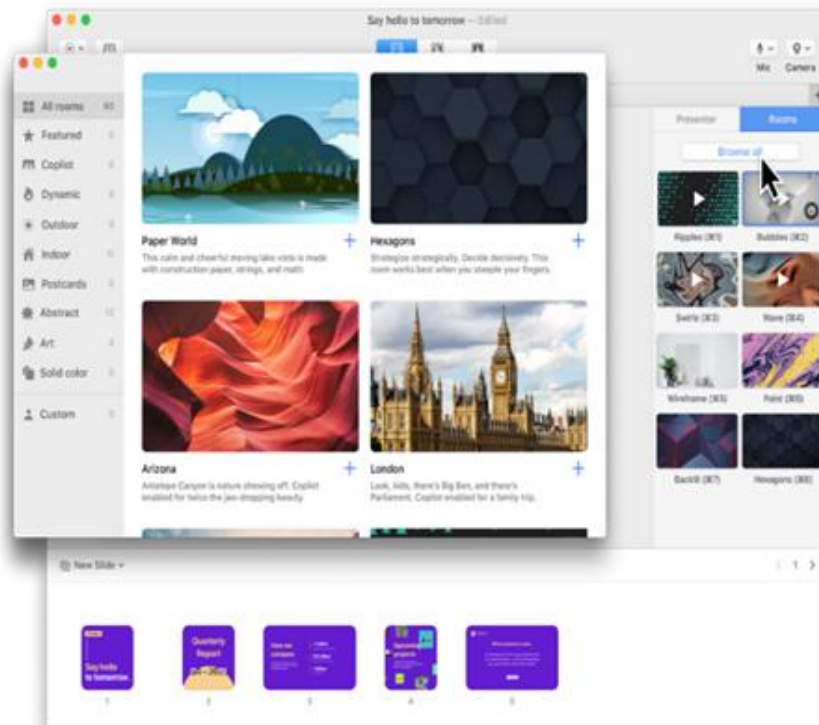
Bil Gros (Bill Gross Entrepreneur, 2016), multi-preduzetnik i američki finansijer, slaže se da se **kriterijumi za uspjeh startapa razlikuju u zavisnosti od projekta**, ali određeni kriterijumi su od suštinskog značaja, kao što su sljedeći:



- ideja ili koncept i potreba koju rješava;
- tim koji će realizovati ciljeve i sposobnost pronalaženja potrebnih vještina;
- poslovni model koji će učiniti investicije isplativim;
- finansiranje kao podrška razvoju poslovnog modela i troškovi razvoja; i
- vrijeme tržišne prilike. (Heller et al., 2019, str. 3-4)

# Studija slučaja 7

*„Mmhm“, petomjesečni Video startup koji virtuelne sastanke čini zabavnijim, prikupio 31 milion dolara prije lansiranja*



## 2.6. Inovativni poslovni modeli

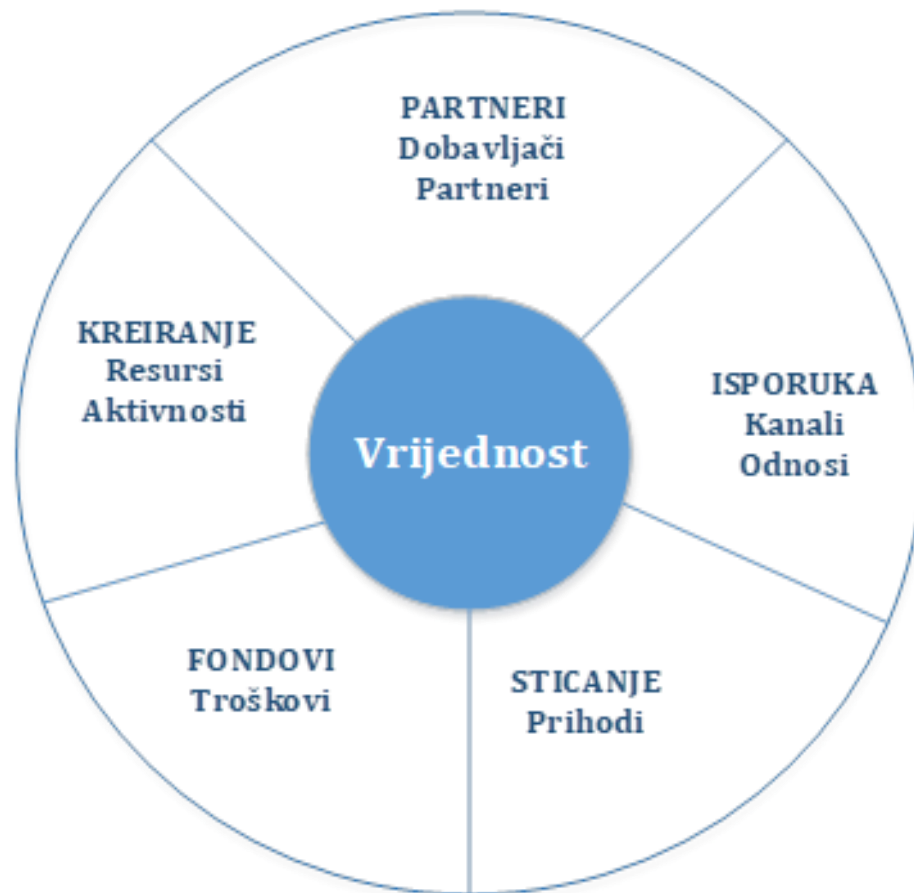
- ❑ Poslovni model je najvažniji i možda najteži dio dizajniranja preduzeća, i čini „srce“ **preduzetničkog procesa**.
- ❑ Poslovni model **otcrava logiku određenog preduzetničkog poduhvata**, kojim se rješavaju uočeni problemi ciljanih kupaca i partnera, kao što su dobavljači ili druga preduzeća uvezana u klastere, autsorsing odnose (outsourcing, engl. usluge izvan organizacije) ili strateška savezništva.



- ❑ Kompletan poslovni model odnosi se na jedno - na **vrijednost**.
- ❑ Poslovni model predstavlja **konceptualni alat** koji sadrži **set ciljeva, koncepata i njihovih odnosa**, s ciljem definisanja poslovne logike određenog preduzeća

# Poslovni model predstavlja konceptualni alat

“U slučaju startup preduzeća, odnosno preduzetnika početnika, ovaj alat može poslužiti za **procjenu preduzetničke ideje i kao temelj za izradu poslovnog plana u budućnosti.**” (Kolaković & Mihić, 2020, str. 296).



**Prijedlog vrijednosti** takođe se može smatrati osnovom svakog poslovnog modela. Prema Alamu (2019, str. 93) postoji šest ključnih komponenti poslovnog modela:

- **Prijedlog vrijednosti.** Prva komponenta o kojoj smo do sada razgovarali usredsređena je na razumijevanje problema koji se rješava, za koga i zašto vrijedi rješavati problem
- **Isporučka vrijednosti.** Kako će kupac znati za proizvod ili uslugu koji se nudi i kako će mu se isporučiti vrijednost?
- **Kreiranje vrijednosti.** Kako ćete izgraditi proizvod ili uslugu i koje su mogućnosti potrebne za izgradnju rješenja?
- **Vrednovanje partnerstva.** Na koga se treba oslanjati u lancu vrijednosti? Ko su spoljni igrači sa kojima trebate da se udružite u ovom poduhvatu i zašto bi željeli da se udružuju sa vama?

- **Prikupljanje vrijednosti.** Kako ćete generisati prihode od kupaca? Ko će platiti za vaše rješenje? Koliko ćete naplatiti?
- **Finansiranje vrijednosti.** Odakle ćete dobiti sredstva za podršku vašem poduhvatu kroz rane faze i aspekte skaliranja, odnosno povećanja aktivnosti?





# Inoviranje poslovnog modela

Iako je poslovni model **prezentacija trenutne poslovne logike preduzeća**, inoviranje poslovnog modela definiše se kao aktivnost ili proces u kojem se **osnovni elementi preduzeća i njegova poslovna logika transformišu** s namjerom postizanja operativnog i strateškog napretka.



# Inoviranje poslovnog modela

Preduzeća treba da reaguju na dinamične zahtjeve i promjene u svom poslovnom ekosistemu, na primjer zbog sve većeg ***pritiska na troškove, prijetnje lakom zamjenom i stalnom potrebom za diferencijacijom*** (Carayannis et al., 2015).



# Redizajniranje poslovnih modela



- Nove informacione tehnologije takođe omogućavaju **dizajniranje inovativnih i potpuno novih poslovnih modela**, koji često dovode do poremećaja u postojećim industrijama i tržištima (Bouwman et al., 2018; Pucihar et al., 2016). U takvim dinamičnim tržišnim uslovima ***nijedan poslovni model ne može biti statičan i trajati vječno.***
- Svako preduzeće mora **kontinuirano preispitivati, redizajnirati i razvijati svoj poslovni model**, kako bi vremenom ostalo **konkurentno!**



# Perspektive inovacije BM

Fos i Sabi (Foss & Saebi, 2017) sugerišu da literatura o inoviranju poslovnih modela pruža dvije različite perspektive inovacije poslovnih modela, uključujući ***promjene u arhitekturi poslovnog modela*** i ***promjene u jednoj ili više komponenti u BM.***



## Studija slučaja 8

*Šta toči gorivo u Uber-ov motor rasta?*

- ✓ Inovativni poslovni model koji je izazvao revoluciju u prevozu putnika lansiran je 2010. godine.
- ✓ Radi se o Uberu, koji je za samo 10 godina od osnivanja, u novembru 2020. godine dostigao tržišnu vrijednost 61,01 milijardi US\$.

U narednom videu i studiji slučaja posvećenoj Uberu, pogledajte, pročitajte i razmislite šta je to “što toči gorivo u Uberov motor rasta”?





УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ  
UNIVERSITY OF BANJA LUKA  
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ  
FACULTY OF ECONOMICS



# Uber Technologies, Inc. (UBER)

NYSE - NYSE Delayed Price. Currency in USD



☆ Add to watchlist

## 58.44 +1.28 (+2.24%)

At close: April 28 4:00PM EDT

[Summary](#) [Chart](#) [Conversations](#) [Statistics](#) [Historical Data](#) [Profile](#) [Financials](#) [Analysis](#) [Options](#) [Holders](#) [Sustainabil](#)

Previous Close	57.16	Market Cap	109.129B
Open	56.88	Beta (5Y Monthly)	N/A
Bid	0.00 x 800	PE Ratio (TTM)	N/A
Ask	0.00 x 1000	EPS (TTM)	-3.86
Day's Range	56.66 - 58.48	Earnings Date	May 04, 2021
52 Week Range	26.58 - 64.05	Forward Dividend & Yield	N/A (N/A)
Volume	9,201,732	Ex-Dividend Date	N/A
Avg. Volume	18,310,547	1y Target Est	69.99

1D 5D 1M 6M YTD 1Y 5Y Max   Full screen



Trade prices are not sourced from all markets



Uber Technologies Inc (UBER) [Add to Watchlists](#) [Create an Alert](#) [Quickflows](#)  
44.11 ▼ -1.65 -3.61% NYSE Nov 17, 16:00 44.27 ▲ +0.16 +0.36% After-Hours: 20:00 USD

[Quote](#) [Fundamental Chart](#) [Technicals](#) [Key Stats](#) [Financials](#) [Data](#) [Estimates](#) [News](#) [Events](#) [Y-Ratings](#) [Performance](#) [Valuation](#) [Multichart](#)

## Uber Technologies Market Cap: 85.58B for Nov. 17, 2021

View 4,000+ financial data types

### Market Cap Chart

[View Full Chart](#)

For advanced charting, view our full-featured [Fundamental Chart](#)



### Historical Market Cap Data



## 2.7. Kanvas poslovno modeliranje - The Canvas

- Praktična alatka za **skiciranje definisane strategije i njezinu implementaciju unutar organizacionih struktura**, procesa i sistema je Kanvas (Canvas, platno, slika) okvir za poslovno modeliranje.
- Poslovni model Kanvas predložio je Aleksandar Osterwalder u svojoj knjizi: *Stvaranje poslovnih modela* (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Upravo držite knjigu namijenjenu vizionarima, onima koji mijenjaju pravila igre i onima koji žele izazvati zastarjele poslovne modele te stvoriti tvrtke sutrašnjice. Ovo je knjiga za ...

### Stvaranje poslovnih modela

AUTORI

Alexander Osterwalder i Yves Pigneur

SUDJELOVALA JE

zadivljujuća skupina od 470 praktičara iz 45 zemalja

DIZAJN

Alan Smith, The Movement



# The Business Model Canvas

*Key Partners*



*Key Activities*



*Value Proposition*



*Customer Relationships*



*Customer Segments*



*Key Resources*



*Channels*



*Cost Structure*



*Revenue Streams*



# ПОСЛОВНИ МОДЕЛ „ПЛАТНО“ (ENG. THE BUSINESS CANVAS MODEL)

Израдили: Проф. др Саша Петковић и Јелица Растока, ма



**НАЗИВ ПОСЛОВНОГ МОДЕЛА:**

**АУТОР(И):**

## 1. КО СУ ВАШИ КУПЦИ?

*(описите профиле купаца по циљним група; ко су Ваши купци, а ко корисници; одлучите да ли ћете опслуживати масовно тржиште, нише, сегменте или др.)*

## 2. ШТА ПРОДАЈЕТЕ (НУДИТЕ) СВОЈИМ КУПЦИМА? КОЈЕ ПРОИЗВОДЕ/УСЛУГЕ И ВРИЈЕДНОСТИ?

*(објасните шта је конкретно Ваш производ/услуга, које потребе, жеље и преференције купаца ћете задовољити; коју вриједност нудите својим купцима кроз производни асортиман и као предузеће општено)*

## 3. КАКО ИЗГЛЕДА ПРОЈЕКЦИЈА ВАШИХ ПРИХОДА?

*(на основу купаца и вриједности који ћете им испоручивати, пројектујте и угрубо класификујте приходе по основама њиховог генерисања)*

## 4. КАКВИ ЋЕ БИТИ ВАШИ ОДНОСИ С КУПЦИМА?

*(описите како ћете водити пост-продајни сервис; како ћете градити лојалност Ваших купаца)*

## 5. КОЈЕ КАНАЛЕ ЋЕТЕ КОРИСТИТИ ЗА ИСПОРУКУ ВРИЈЕДНОСТИ КУПЦИМА?

*(описите канале дистрибуције и промоције које ћете користити; да ли ћете користити власите, туђе или партнерске канале)*

## 6. ШТА ЧИНИ ВАШЕ ОСНОВНЕ АКТИВНОСТИ?

*(наведите основне активности које ћете вршити у оквиру своје дјелатности, али и друге које су неопходне за Ваше пословање или којима ћете се бавити)*

## 7. КОЈИ СУ ВАШИ КЉУЧНИ РЕСУРСИ?

*(наведите кључне ресурсе за отпочињање бизниса и наставак пословања)*

## 8. КО СУ ВАШИ ПАРТНЕРИ?

*(наведите кључне partnere за реализацију и наставак Вашег пословања)*

## 9. КАКО ИЗГЛЕДА ПРОЈЕКЦИЈА ВАШИХ ТРОШКОВА?

*(на основу активности које ћете проводити и ресурса који ће Вам требати, пројектујте трошкове и прикажите их по групама; колико Вам је новца потребно за отпочињање бизниса)*

**Оцјена жирија:**

How can you  
**describe** your

Business Model?



# POSLOVNI MODEL KANVAS Uber

## Ključni partneri

- Vozači
- Lobisti
- Investitori
- Drugi partneri

## Ključne aktivnosti

- Razvoj i poboljšanje platforme (aplikacije)
- Marketing
- Promocija prodaje s ciljem privlačenja novih klijenata
- Komunikacija sa vozačima, klijentima i partnerima

## Ključni resursi

- Mreža (vozači i klijenti)
- Platforma
- Tehnološki talenti
- Poboljšanje algoritama i analiza podataka
- Imidž brenda

## Ključne vrijednosti

### Za vozače:

- lako započinjanje
- Mogućnost zarade
- Jednostavnost pristupa većem broju putnika
- Sloboda izbora radnih časova

### Za klijente:

- bezbjednost i sigurnost
- šansa da se koriste usluge po cijeni nižoj od taksi prevoza
- povoljan način plaćanja usluge

## Odnosi sa klijentima

- Korisnik usluge prevoza ključna je komponenta
- Isti slučaj je i sa vozačima
- Javnost
- Regulatori

## Kanali distribucije

- Od usta do usta
- Društvene mreže
- Vaučeri, digitalni oglasi, plaćeni oglasi
- Pokrivenost u medijima

## Segmenti kupaca

- Putnici
- Vozači

## Struktura troškova

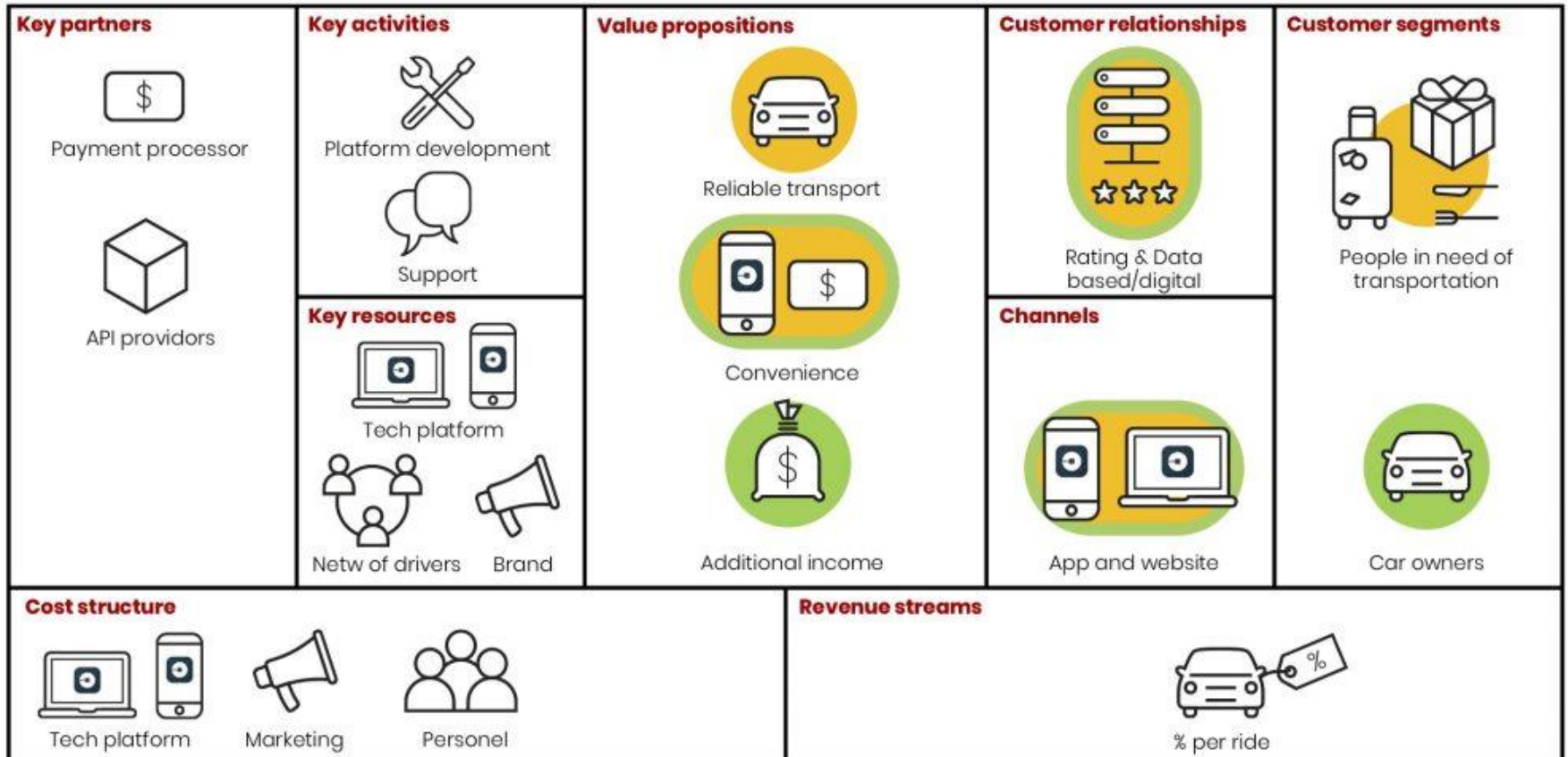
- Troškovi sticanja klijenata
- Pravni troškovi
- Troškovi osiguranja
- Istraživanje i razvoj
- Lobiranje i saglasnosti
- Održavanje platforme
- Infrastrukturni troškovi
- Podrška klijentima

## Tokovi prihoda

- Prihod od cijene usluge prevoze
- Naknada za licencu
- Oglašavanje, naknada za isporuku, udio u prihodu

# BMI • Business model canvas

# UBER



# Zašto je canvas široko prihvaćen model?

- ❑ Predstavljanje inovativnih poslovnih modela u formi canvasa, opšteprihvaćeni je način **skiciranja ključnih vrijednosti** za najbitnije stakeholdere i **strategija isporuke tih vrijednosti**.
- ❑ Takođe, koristi se i kao moćna prezentaciona alatka, pogotovo na sesijama predstavljanja poslovnog modela ili inovacije rizičnim kapitalistima **na pičing sesijama (pitching sessions)** ili drugim investitorima tokom poslovnih sastanaka



## 2.8. Lean startup proces – The Lean start up

Prema višedecenijskoj formuli, pišete poslovni plan, predstavite ga investitorima, okupite tim, predstavite proizvod i počnete da prodajete najjače što možete. I negdje u ovom nizu događaja **vjerovatno ćete pretrpjeti fatalni neuspjeh** (Blank, 2013).

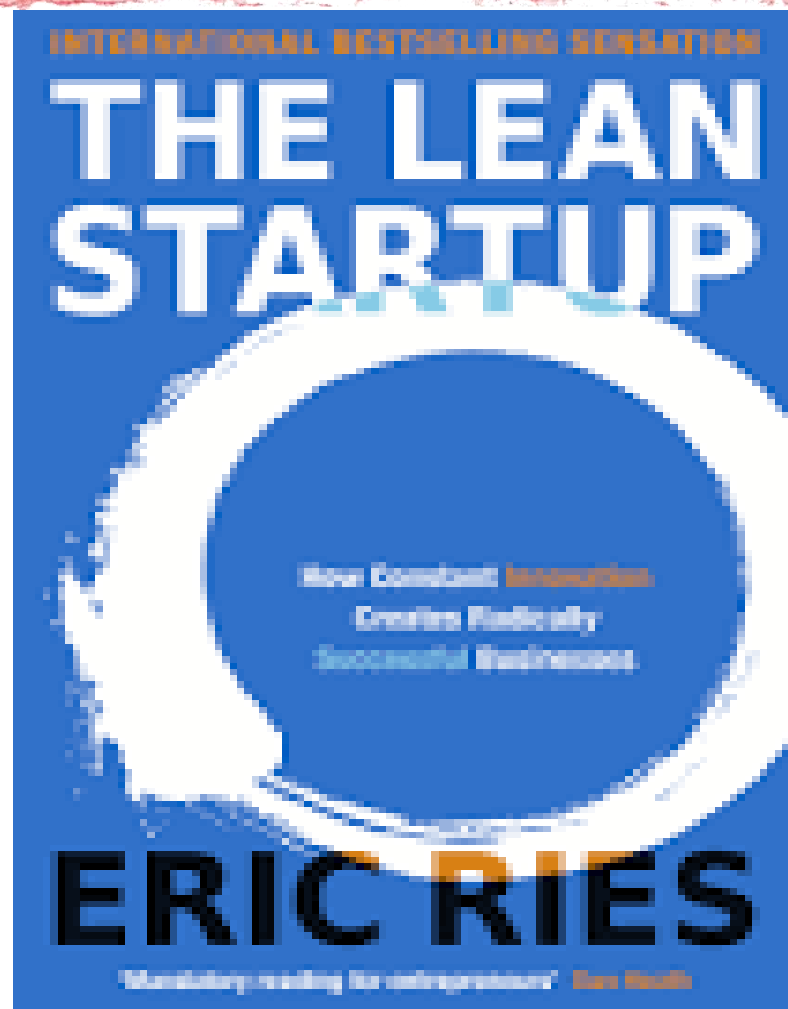
Na koji način **skratiti proces lansiranja novog preduzeća** ili novog proizvoda unutar postojećeg **preduzeća uz minimalne troškove i minimiziranje rizika od propasti**, bili su neki su od razloga koji su Erika Risa (Eric Reis), serijskog preduzetnika i rizičnog kapitalistu „natjerali“ na drugačiji pristup u razvoju startapa i proizvoda.





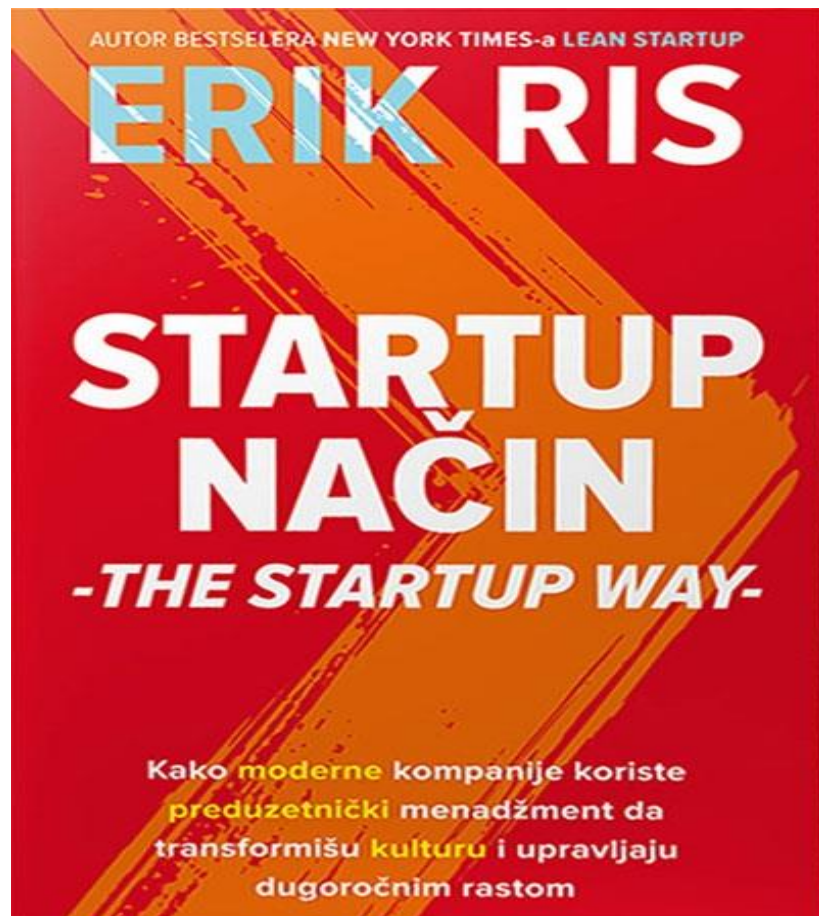
# The Lean Startup

- Autor je knjige *The Lean Startup* (Reis, 2011) koja je nedugo nakon objavljivanja postala manifest The Lean startap pokreta i modernog preduzetničkog menadžementa.
- Lin startap pokret uglavnom se pripisuje dvojici pojedinaca, **Eriku Risu i Stivu Blanku** (Steve Blank), mada su i drugi poput Boba Dorfa, Aleksandera Ostervaldera (Alexander Osterwalder) i Iva Pignjera (Yves Pigneur) takođe doprinijeli pokretu.



# Lin startup u velikim kompanijama

- ❑ 2017. godine Erik Ris objavio je knjigu *Start ap način* (The Startup Way), u kojoj objašnjava na koji način je primjena njegove metodolgije u velikim korporacijama, kao što je General Electrics, drastično smanjila vrijeme i troškove lansiranja novih proizvoda.
- ❑ Lin startup metodologija može biti posebno uspješna za stvaranje inovativnih proizvoda u velikim kompanijama (Nobel, 2013).

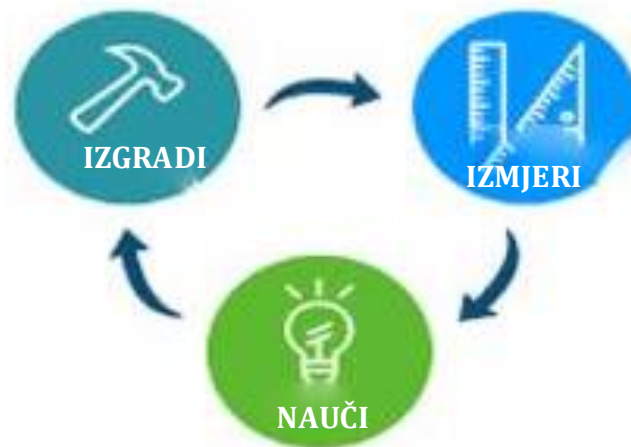


# Povratna informacija – pivotiranje – redefinisavanje početnih hipoteza

✓ Na osnovu **dobijenih povratnih informacija sa tržišta** kod *razvoja proizvoda u iterativnim koracima*, testira se opravdanost pretpostavke (početne hipoteze) **da li je proizvod** i u kojem obliku, i sa kojim funkcijama **potreban na tržištu?**

✓ Nakon dobijanja povratnih informacija, slijedi **pivotiranje**, odnosno okretanja u krug, kroz *redefinisavanje početnih hipoteza i poslovnog modela*, kreće se u realizaciju naprednijih i višefunkcionalnijih modela, ako je neophodno i na druga tržišta, nego što je to prvobitno zamišljeno.

- Veliki značaj ove nove paradigme preduzetničkog menadžmenta je da se **znatno skрати vrijeme lansiranja novog proizvoda**, koju možemo da sumiramo na sljedeći način:



# MVP - minimalno održivi proizvod

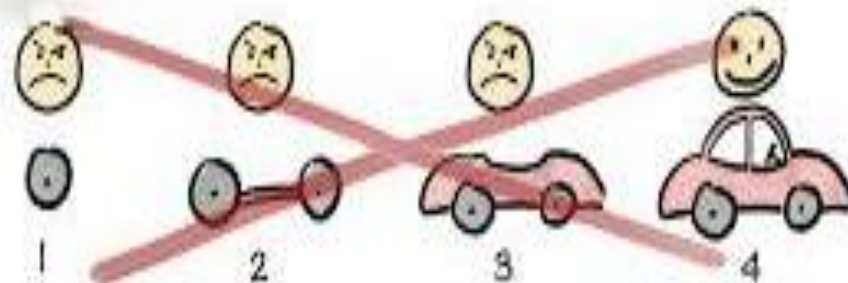
- Ne postavljajte pitanje: „Može li ovaj proizvod biti izrađen?“ već postavite pitanje: **“Da li ovaj proizvod treba da bude izrađen?”**
- MVP je ona verzija proizvoda koja omogućava potpuni zaokret petlje *Izgradi-Izmjeri-Uči* (Build-Measure-Learn loop) uz minimalnu količinu napora i najmanje vremena za razvoj (Reis, 2011, str. 82)



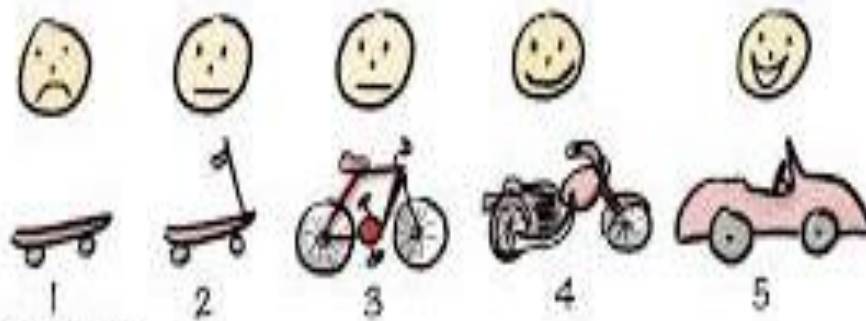
Važna kompenzaciona sila, koja proces osnivanja preduzeća može učiniti manje rizičnim pojavila se sa knjigom Rejsa.

- ❑ To je metodologija koja **favorizuje eksperimentisanje u odnosu na složeno planiranje, povratne informacije kupaca umjesto isključivo intuicije** i **iterativni dizajn u odnosu na tradicionalni razvoj „velikog dizajna unaprijed“**.
- ❑ Poslovno eksperimentisanje **favorizuje izvršenje u odnosu na planiranje**, olakšano testiranjem hipoteza i „izlaskom iz zgrade“ (get out of the building) postupkom radi procjene ideja sa stvarnim kupcima (Blank, 2005).

NE OVAKO!



VEĆ OVAKO!



by Henrik Kniberg

# Eksperimentisanje

- Akciono orijentisano, spretno i često **jeftino eksperimentisanje** može pomoći da se ideje brzo pokrenu i identifikuju i **privuku prvu grupu kupaca** (Bocken & Snihur, 2019).
- Iako je metodologija stara samo nekoliko godina, njeni koncepti - poput „**minimalno održivog proizvoda**“ i „**okretanja**“ - brzo su se udomaćili u startap svijetu, a poslovne škole su već počele prilagođavati svoje nastavne planove i programe kako bi ih podučavale (Blank, 2013)

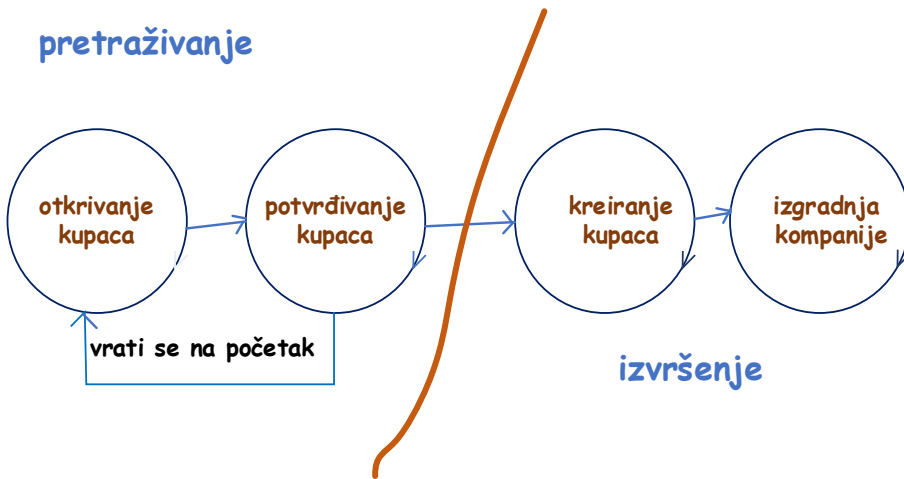


# Preduzeća *kreiraju red a ne haos*

- Koristeći Lin startup pristup, **preduzeća *kreiraju red a ne haos*** koristeći alatke koje testiraju njihovu viziju u kontinuitetu.
- Lin startup je metodologija za razvoj preduzeća i proizvoda **koja ima za cilj da skрати cikluse razvoja proizvoda i brzo otkrije da li je predloženi poslovni model održiv.** To se postiže usvajanjem kombinacije ***eksperimentisanja vođenog poslovnom hipotezom, ponovljenih izdanja proizvoda i potvrđenog učenja.***



# Iterativna izgradnju proizvoda ili usluga



Od ključne važnosti za Lin startup metodologiju je pretpostavka da kada startup kompanije ulažu svoje vrijeme u **iterativnu izgradnju proizvoda ili usluga** kako bi zadovoljile potrebe ranih kupaca, **kompanija može smanjiti tržišne rizike i zaobići potrebu za velikim iznosima početnog finansiranja projekata** i skupim proizvodima lansiranja i neuspjeha.



# Tri ključna principa Lin startup metodologije su:

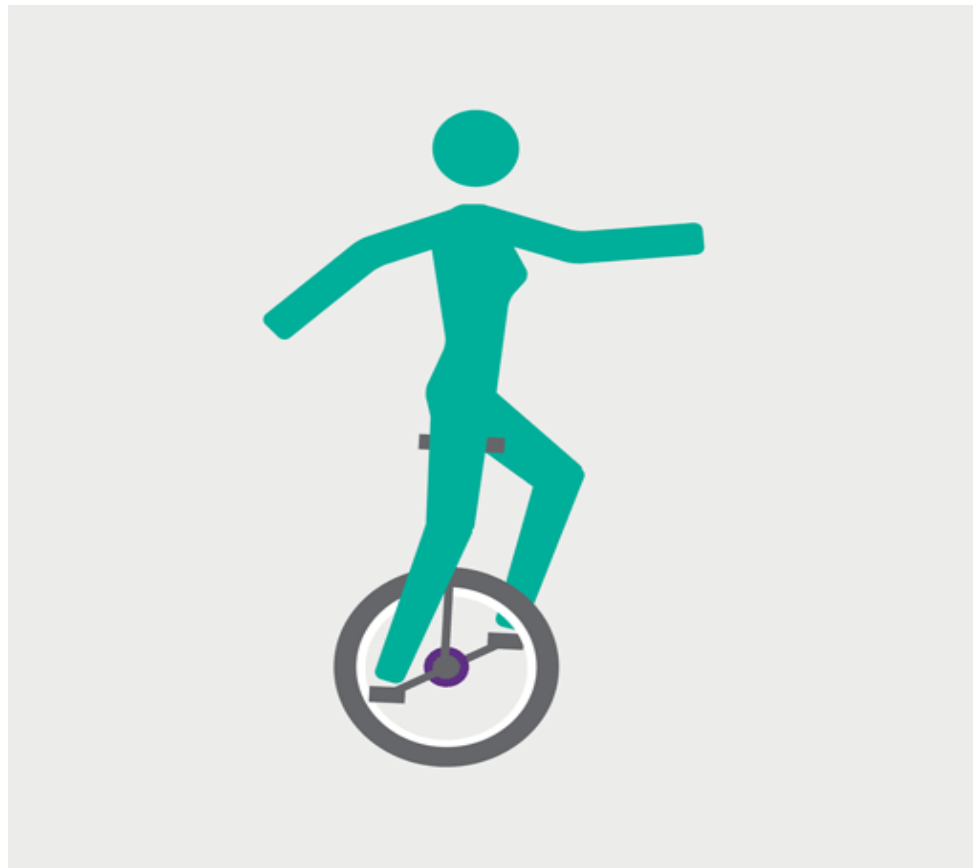
- 1) Umjesto pisanja komplikovanog biznis plana, sumirajte svoje hipoteze (pretpostavke) u okvir koji se naziva „*kanvas (slikovni) poslovni model*“.
- 2) **“Get out of the building – izađi iz zgrade”** pristup razvoja kupaca koji testiraju hipoteze. Na osnovnu mišljenja kupaca o svim bitnim elementima, model proizvoda se iterativnim postupcima unapređuje i razvija.

3) **„Agilni razvoj - agile development“** pristup koji potiče iz industrije softvera. Radi se o postupku komplementarnom sa prethodnim principom i čiji ishod je izgradnja MVP – minimalno održivog proizvoda kojeg prihvataju rani kupci.



# Lean startup u korporacijama

Primjena Lin startup metodologije u velikim korporacijama podrazumijeva i ***paralelan proces prihvatanja korporativnog preduzetništva kao poslovne filozofije*** i izmjenu organizacione kulture uz prihvatanje preduzetničke kulture.



# Studija slučaja 9 – Blue river

Na koji način funkcioniše eksperimentisanje kao sastavni dio Lin startup metodologije, predstaviceemo devetom studijom slučaja na primjeru Blue River tehnologije i njenoj primjeni u poljoprivredi.

