



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



PRVO POGLAVLJE – PREDUZETNIŠTVO U ERI 4.0 – DRUGI DIO

III godina: Preduzetnička ekonomija/Preduzetništvo i inovacije

Akadska 2025/2026. godina

Prof. dr Saša Petković

sasa.petkovic@ef.unibl.org



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



III SEMICA – DRUGI DIO: VRSTE PREDUZETNIŠTVA

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

Entrepreneurship Types:

Solopreneur

Serial

Social

Lifestyle



Ishodi učenja

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

- klasifikujete i objasnite različite tipove preduzetništva, njihov značaj i ulogu u ekonomskom razvoju
- objasnite i razumijete koncepte preduzetništva u velikim korporacijama



1.6. Zašto ljudi postaju preduzetnici?



Prema mišljenju Baringera i Ajrlanda (Barringer & Ireland, 2016, str. 7), “tri osnovna razloga zbog kojih ljudi postaju preduzetnici i osnivaju sopstvene firme su:

- 1) da budu sami sebi šef,
- 2) da slijede svoje ideje, i
- 3) ostvare finansijske nagrade”.

8 DOSTOJANSTVEN
RAD I EKONOMSKI
RAST



1.6. Zašto ljudi postaju preduzetnici?

Razlozi zašto ljudi pokreću vlastiti biznis su mnogobrojni, i zavise od niza *prelomnih životnih događaja*, dobrih ili loših, *neshvaćenosti i nezadovoljstva* na postojećem radnom mjestu, **gubitkom radnog mjesta, sticajem srećnih okolnosti**, ali i želje da se iskoristi stečeno znanje, vještine i kompetencije.



1.6. Zašto ljudi postaju preduzetnici?



- Ako za trenutak ostavimo po strani samozaposlenje iz nužde, uvijek postoji motiv za pokretanje novog posla, i to može **biti prilika za inovacije ili za uvođenje nove tehnologije** (Shane et al., 1991).
- Ali najčešći razlog za pokretanje novog posla je **šansa za inovaciju** (Scheinberg & Macmillan, 1988; Blaise et al., 1990, citirano u Danish et al., 2019, str.3).

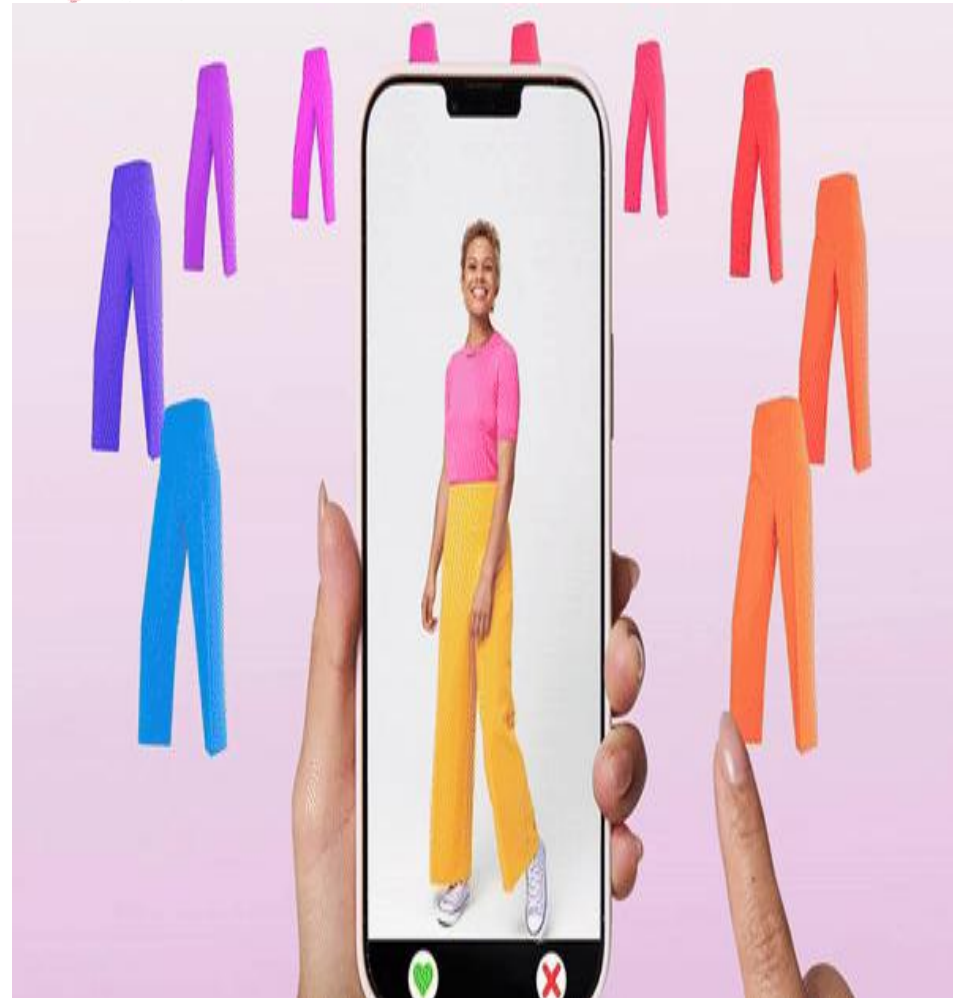
Preduzetništvo nije ekskluzivno vezano za male biznise i novoosnovana mala i srednja preduzeća!!!



- ❑ Naprotiv, sa preduzetništvom se susrećemo i u biznis sektoru, vladinom sektoru i neprofitnom sektoru, u bolnicama, ustanovama kulture, fakultetima, sportskim klubovima.

Preduzetništvo nije ekskluzivno vezano za male biznise i novoosnovana mala i srednja preduzeća!!!

- ❑ **Mali biznisi** prave značajan doprinos preduzetništvu zato što su *izvor značajnih inovativnih aktivnosti, i to posebno radikalnih inovacija* i stoga predstavljaju značajan agent ekonomskih promjena.



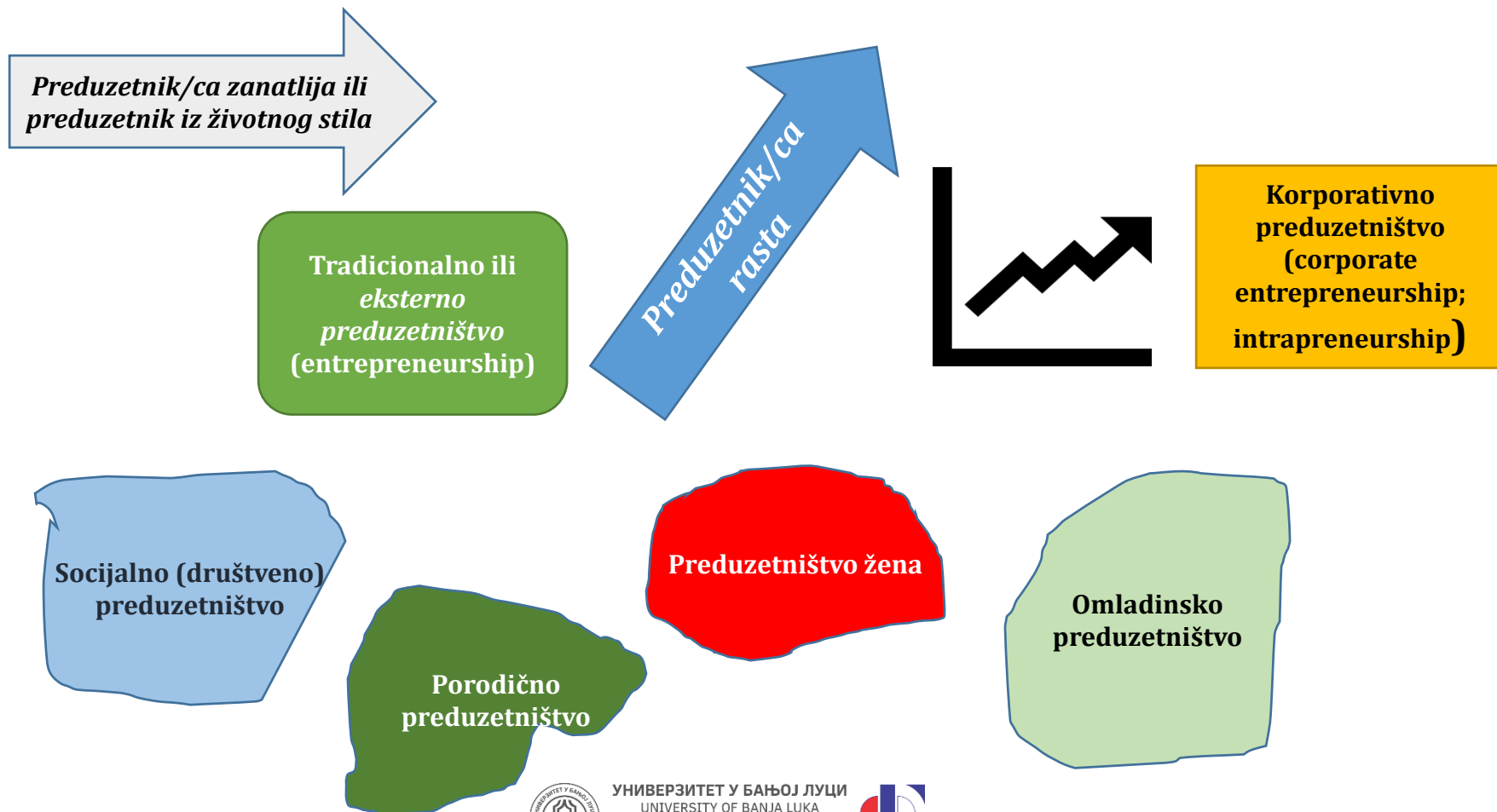
Za ekonomski rast i razvoj, veoma je značajno da stare ideje budu zamijenjene **novim idejama**



.....i da se stari proizvodi, usluge i procesi ***zamijene novim, koji su bolji i efikasniji.***

- Nove ideje i inovacije često su kreirane u novim i malim biznisima koji su rapidno rasli i često kreirali i nove industrije.
- U većini slučajeva, ***takve kompanije su nastavile da primjenjuju koncept preduzetništva*** i da se i dalje mijenjaju i bore za leadersku poziciju na globalnom tržištu.

Najčešće podjele preduzetništva



1.7.1. Tradicionalno (eksterno) preduzetništvo

“Najbolji način za predviđanje budućnosti je njeno stvaranje”

— Peter Drucker (1909 – 2005)



PREDUZETNIŠTVO NIJE NI NAUKA
NI UMJETNOST. TO JE PRAKSA.


PETER DRUCKER



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



1.7.1. Tradicionalno (eksterno) preduzetništvo

 Pokretanje vlastitog biznisa, najčešće u formi preduzeća, vezuje se za tradicionalno (individualno) ili eksterno preduzetništvo (entrepreneurship, engl.).

 Početak od nule ima svoje brojne prednosti, ali i nedostatke.



1.7.1. Tradicionalno (eksterno) preduzetništvo



Naziva se još i **individualno preduzetništvo** jer se odnosi prvenstveno na preduzetnika pojedinca koji je istovremeno i *vlasnik preduzeća, upravljač preduzećem i nosilac rizika u poslovanju.*



1.7.1. Tradicionalno (eksterno) preduzetništvo



Individualno preduzetništvo utiče na razvoj privrede jer:



povećava konkurenciju i efikasnost privređivanja,



utiče na snižavanje cijena,



prisiljava velika preduzeća na promjenu ponašanja na tržištu,



omogućava povećanje zaposlenosti,



omogućava lakše zadovoljavanje preduzetničkih inicijativa, te



omogućava tehnološki razvoj i primjenu inovacija



**U zavisnosti od motiva pokretanja vlasitog biznisa,
zavisiće i osnovne konture poslovnog modela
novoformiranog preduzeća!!!**



*Preduzetnik/ca iz
nužde*



Preduzetnik/ca
mogućnosti (prilike)



Preduzetnici mogućnosti



Najčešće takvi preduzetnici imaju **želju za otjelovljenjem vlastite ideje** i kreiranjem takvog poslovnog modela koji će obezbijediti rast i razvoj preduzeća. Takve preduzetnike pogoni **samoaktualizacija, fokusiranost na ciljeve i određena postignuća.**

Preduzetnici iz nužde

- U zemljama čiji se razvoj, prema GEM klasifikaciji (GEM, 2020), bazira *na prirodnim resursima ili na proizvodnoj efikasnosti* (kao što je slučaj sa svim zemljama bivše Jugoslavije, osim Slovenije), a ne na *inovacijama*, kao što je slučaj sa razvijenim ekonomijama, postoji velika većina **potencijalnih preduzetnika iz nužde**.




Preduzetnici iz nužde




Ljudi koji pripadaju toj kategoriji, vide samozaposlenje kao jedinu preostalu karijernu opciju. Često **nemaju adekvatnu poslovnu ideju**, već **kopiraju postojeće biznise**, bliske znanju, vještinama i kompetencijama koje posjeduju ili za koje smatraju da će ih ovladati.



Preduzetnici iz nužde

 Brojne su male zanatske radnje, kao što su trgovci, stolari, električari, tapetari, obućari, moleri, **pokrenute na osnovu prethodnog radnog iskustva** osnivača biznisa.

 Česte greške osnivača takvih poslovnih aktivnosti je **ulazak u privatni biznis bez pažljivo urađenih poslovnih analiza formalizovanih u formi *kreiranog poslovnog modela i poslovnog plana.***



Preduzetnici zanatlije – preduzetnici životnog stila

- To su preduzetnici čiji je ***cilj održavanje određenog životnog stila i rad za prihode dovoljne*** za obezbjeđivanje dovoljnog nivoa prihoda za održavanje pristojnog životnog stila.
- Takvi preduzetnici **uglavnom nemaju želju za rastom biznisa**, jer sa rastom biznisa i diverzifikacijom, stiču se uslovi za gubitak kontrole nad privatnim životom. Zbog toga, neki autori ove preduzetnike nazivaju ***preduzetnicima životnog stila*** (Barringer & Ireland, 2016, str. 18)



Preduzetnici iz hobija

- U modernim urbanim zajednicama teško je zamisliti život bez časovničara, frizera, autopraona, restorana, kafića, ali i raznih fitness centara, instruktora skijanja, teniskih trenera, i tome slično. Ovi posljednji su u glavnom zaposlene osobe, koje imaju hobije ili posjeduju specifične vještine, i pokreću biznise s ciljem sticanja dodatnih prihoda.

Te preduzetnike nazivamo ***preduzetnicima iz hobija.***



Ne možemo svako malo preduzeće smatrati preduzetničkim

- ➔ Preduzetništvo u MSP podrazumijeva da preduzeća konstantno traže način da se razvijaju, ponovno rasplamsavaju ili održavaju određene preduzetničke karakteristike, kao što su:
 - ➔ spremnost na preuzimanje inicijativa i proaktivnost;
 - ➔ spremnost na konstantno preuzimanje rizika;
 - ➔ orijentisanost na traženje i korišćenje prilika;
 - ➔ kreiranje podsticajnog kreativnog okruženje koje podstiče inovativnost zaposlenih;
 - ➔ brzo djelovanje i reaktivnost;
 - ➔ agresivna konkurentnost i fleksibilnost.



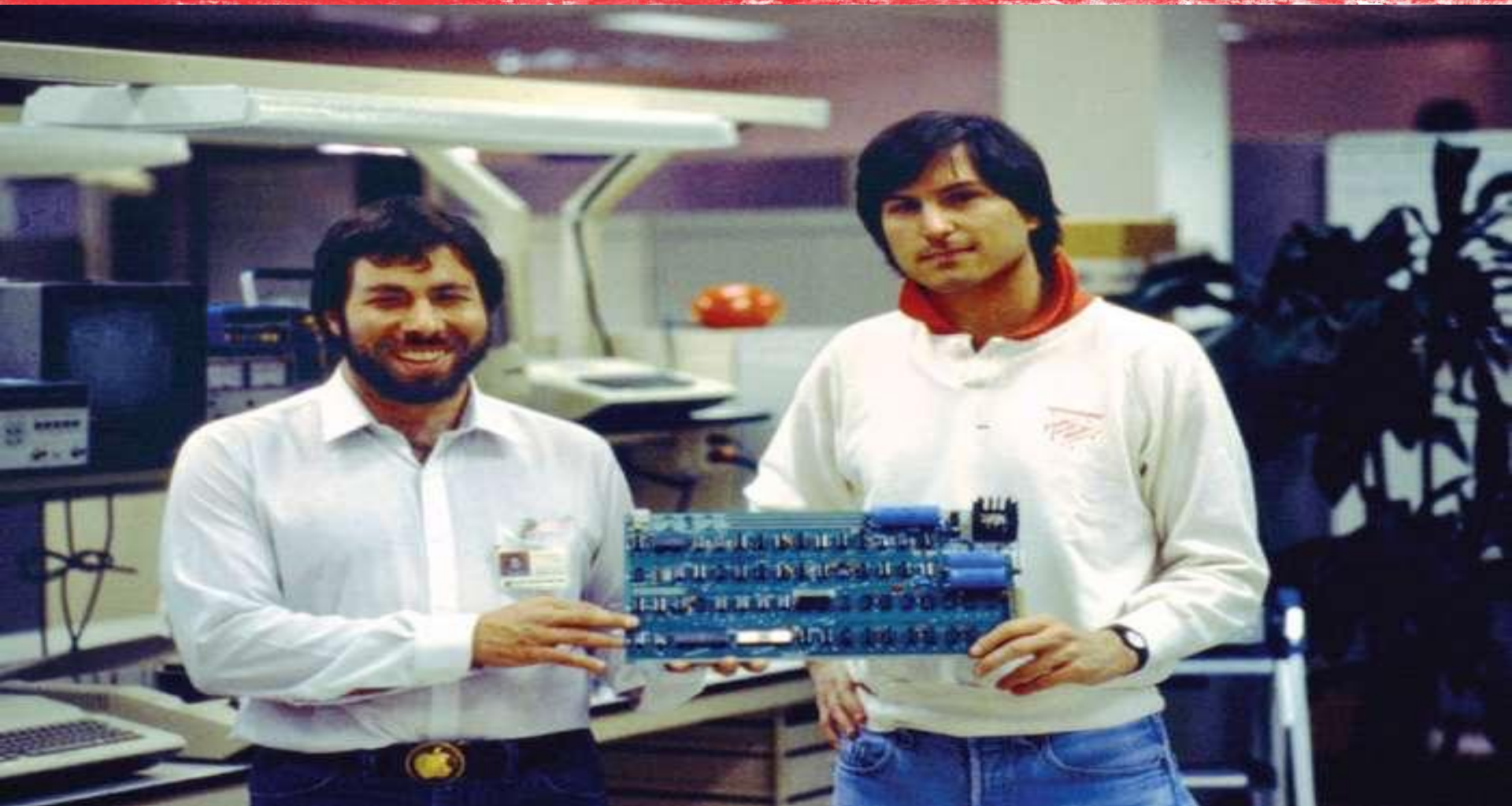
Preduzetnička firma



- ❑ Preduzetničko malo preduzeće je takvo preduzeće koje uz *zadovoljavanje uočenih i stvorenih potreba i prilika*, stvaranju novih vrijednosti u očima kupaca, **doživljava dramatične promjene**, koje se ogledaju u vlastitom rastu i razvoju, i po pravilu ispoljava **eksponencijalni rast i razvoj**, mjereno povećanjem investicija, uvođenjem novih, inovativnih proizvoda i usluga, poslovnih modela, procesa i marketinških rješenja, *uz otvaranje novih radnih mjesta i skokovitim rastom profita*.
- ❑ Jedan od najboljih primjera preduzetničkog preduzeća je nakadašnji startup, a sada međunarodna korporacija Apple.



Zašto je Apple najvrijednija preduzetnička kompanija na svijetu?

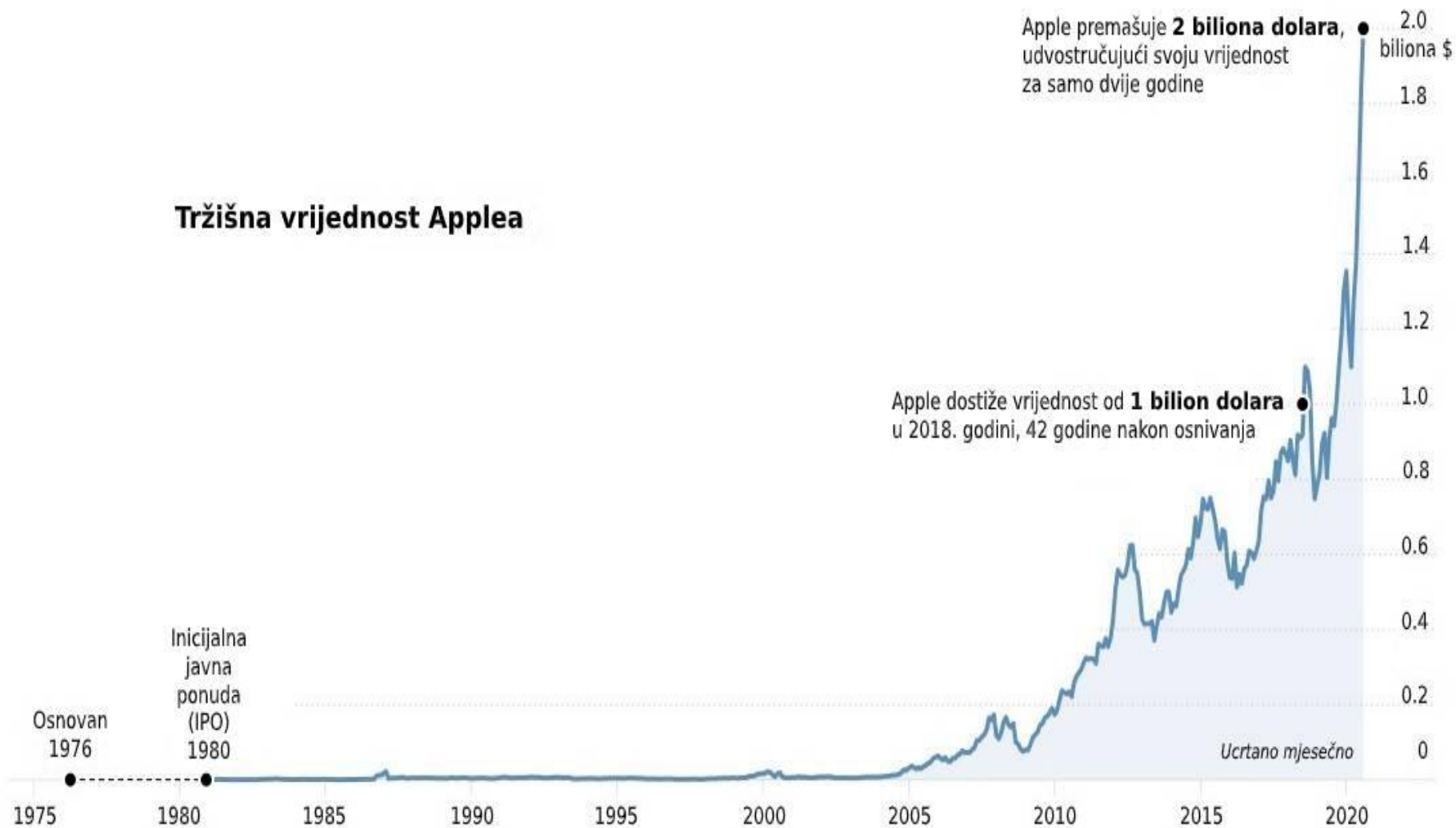


УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ
UNIVERSITY OF BANJA LUKA
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
FACULTY OF ECONOMICS



Apple je prva američka kompanija koja je dostigla tu vrijednost, zapanjujući uspon koji je započeo u pandemiji.

Tržišna vrijednost Applea



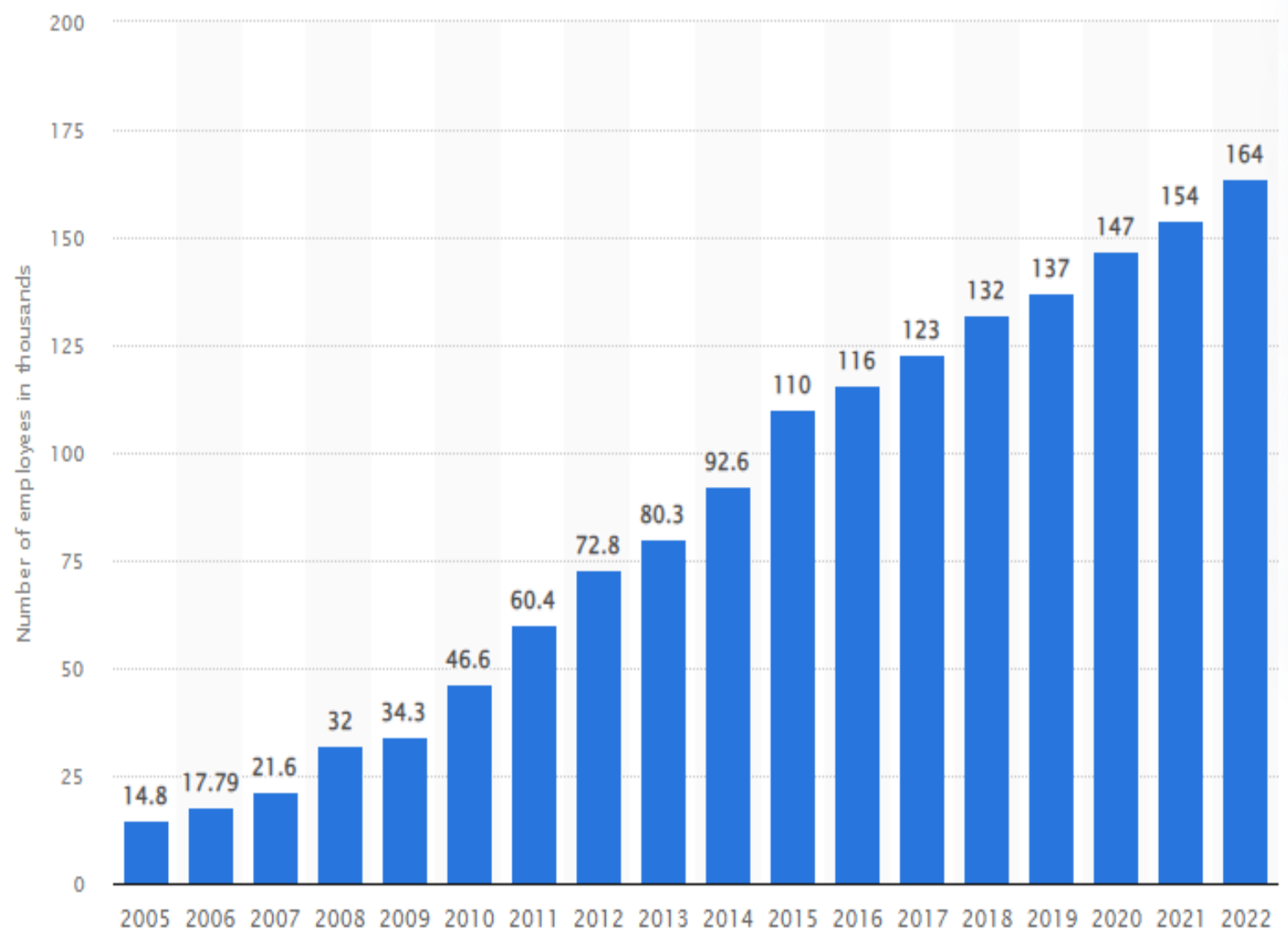
Kako je Apple rastao

Tržišna vrijednost



Apple's number of employees in the fiscal years 2005 to 2022

(in 1,000s)



- ★
- 🔔
- ⚙️
- 🔗
- “ ”
- 🇪🇸
- 🖨️

Pet velikih stvari koje su stvorile Apple

**1. Stiv Džobs – brend
za sebe**



Pet velikih stvari koje su stvorile Apple

2. iPhone revolucija



iPhone 17



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

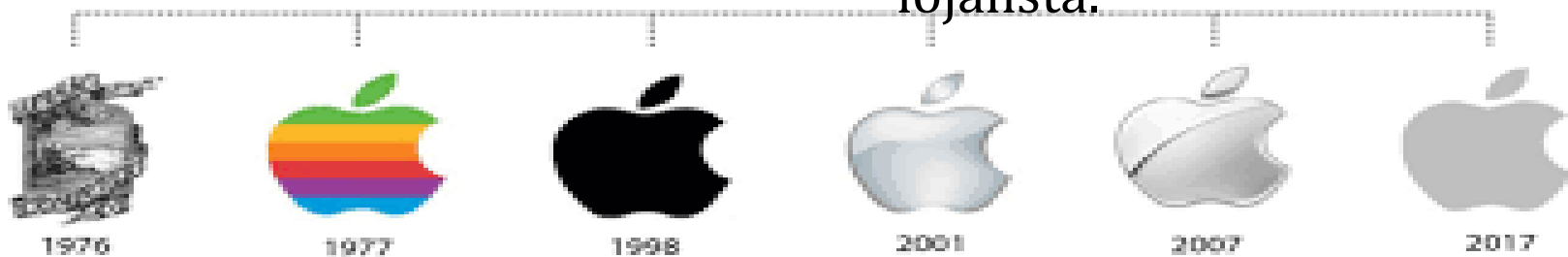


Pet velikih stvari koje su stvorile Apple

3. Apple usluge – i lojalnost brendu

- Pomislite na *iTunes ili Apple Music, App Store, iCloud i Apple Pay*. Ovo su samo neke stvari koje čine Apple-ovo **poslovanje sa uslugama** - i smatraju se najvažnijim i najbrže rastućim pokretačima prihoda kompanije.

- To je finansijski genije koji leži u tom brendu - **natjerati potrošače da nastave da kupuju hardver**", kaže Paul Nelson, generalni direktor BrandMatters.
- "Snažni brendovi imaju klijente koji jednostavno nisu zainteresovani za alternative - i tu leži snaga Apple-a. Činjenica da ste upravo postali lojalista."



Apple Logo History

Pet velikih stvari koje su stvorile Apple

4. Kina – i rast

- Bez Kine, najvećeg svjetskog tržišta pametnih telefona, Appleov uspjeh izgledao bi sasvim drugačije. Kontinentalna Kina generiše oko četvrtine Apple-ove dobiti. Pored toga, većina Appleovih iPhonea proizvodi se u Šenženu na jugu Kine.
- iPhone je postao **simbol bogatstva i prestiža** među rastućim kineskim stanovnicima velikih gradova



Pet velikih stvari koje su stvorile Apple

5. Apple brend danas

Forbsova lista, koja mjeri vrijednost brenda kompanije gledajući njene finansijske brojeve, svrstala je Apple u najvrijedniji brend u posljednjih osam godina zaredom. 2018. procijenjen je na **182,8 milijardi US\$**. Vrijednost Brenda u 2021. godini narasla je na **612 milijarde US\$**. **Trenutno je 574.5 milijardi US\$ (kraj 2024).**




1.7.2. Korporativno preduzetništvo




✓ Zašto je došlo do tako velike **suštinske promjene u poslovnoj filozofiji velikih kompanija i multinacionalnih korporacija?**

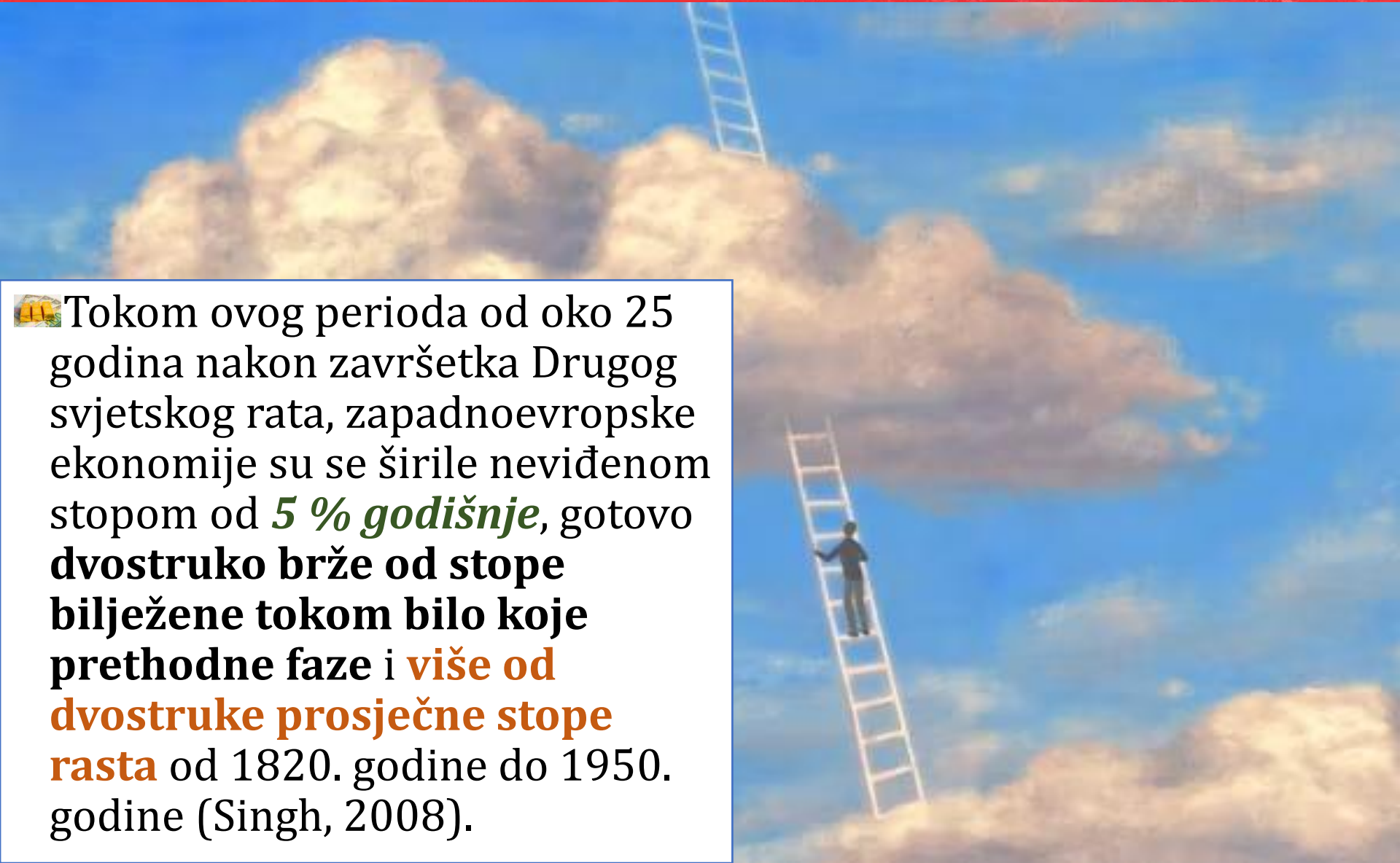
✓ Sve je više korporacija i velikih transnacionalnih kompanija koje **preuzimaju preduzetništvo kao *koncept i filozofiju poslovanja.***


1.7.2. Korporativno preduzetništvo – period nakon Zlatnog doba kapitalizma



 Zlatno doba, za koje se generalno smatralo da traje od 1950. do 1973. godine, bilo je **jedinstveno razdoblje u zapadnoevropskoj ekonomskoj istoriji.**

1.7.2. Korporativno preduzetništvo – period nakon Zlatnog doba kapitalizma

A photograph of a person climbing a tall white ladder against a bright blue sky filled with large, fluffy white clouds. The ladder extends from the bottom right towards the top left, with the person standing on one of the lower rungs.

 Tokom ovog perioda od oko 25 godina nakon završetka Drugog svjetskog rata, zapadnoevropske ekonomije su se širile neviđenom stopom od **5 % godišnje**, gotovo **dvostruko brže od stope bilježene tokom bilo koje prethodne faze i više od dvostruke prosječne stope rasta** od 1820. godine do 1950. godine (Singh, 2008).

1.7.2. Korporativno preduzetništvo – period nakon Zlatnog doba kapitalizma – razlozi promjene poslovne paradigme u velikim kompanijama

- Naftni šokovi,
- globalne finansijske krize krajem XX i krajem prve decenije XXI vijeka,
- porast globalne konkurencije,
- restrukturiranje privrede razvijenih zemalja u vidu jačanja sektora malih i srednjih preduzeća,
- rast nezaposlenosti,
- opadanje rasta životnog standarda stanovništva u razvijenim zemljama svijeta,
- porast troškova života,
- stvaranje novih globalnih ekonomskih sila, kao što su Kina, Južna Koreja i Indija
- **doprinijeli su ubrzanju mijenjanja poslovnih filozofija velikih korporacija.**



KORPORATIVNO PREDUZETNIŠTVO

Sa rastom i razvojem, **preduzeća se birokratizuju**, postaju sve konzervativnija, tako da u svom ponašanju sve više **ispoljavaju odbojnost prema riziku**, a time gube jedan od osnovnih pokretača daljeg rasta i razvoja.

Gubitak preduzetničkog duha, odnosno **birokratizacija preduzeća**, jedan je od zaključaka brojnih teorijskih i empirijskih istraživanja procesa rasta preduzeća, **razlog je gubitka konkurentske prednosti.**



Kompanije koje ne inoviraju jednostavno nemaju nikakvu šansu da prežive na tržištu!!!



Velike kompanije sve više počinju da **razmišljaju na preduzetnički način**.
Traže ***nove organizacione forme, restrukturiraju svoju organizacionu strukturu*** i „razbijaju“ velike divizije u manje strateške poslovne jedinice.

Krajem osamdesetih godina XX vijeka javlja se nova, takozvana ***postbirokratska paradigma***, koja podrazumijeva uvođenje ***organističke strukture***, a sve više odstupa od ***mehanističke organizacione strukture***.



Mehanistička struktura


U praksi izbor između organičke i mehanističke strukture, odnosno **preduzetničkog** i **birokratskog** stila upravljanja, nije, međutim izbor između dva ekstrema, već prije predstavlja izbor između **velikog broja kombinacija elemenata** ovih ekstremnih rješenja.


Mehanistička organizaciona struktura i birokratski stil upravljanja **podstiču efikasnost**, ali *guše*, ako ne i ubijaju **preduzetničku inicijativnu i ponašanje**.



Organička struktura



 *Organičkoj* organizacionoj strukturi ***odgovara preduzetnički stil upravljanja***, odnosno slobodniji i adaptivniji stil upravljanja. Preciznije karakteristike organičke organizacione strukture teško se mogu definisati budući da se ona stalno oblikuje i mijenja, **kako bi se prilagodila promjenama u okruženju.**

 Organička organizaciona struktura i preduzetnički stil upravljanja podstiču ***efektivnost*** i **preduzetničko ponašanje preduzeća.**

Inovacija je izvor konkurentske prednosti



INNOVATION 🖱️ Današnje organizacije moraju kontinuirano redefinisati svoja tržišta, restrukturisati svoje poslovanje i **remetiti svoje poslovne modele**.

INNOVATION 🖱️ Sposobnost kontinuiranih inovacija (uključivanje u stalni proces preduzetničkih akcija) **postala je izvor konkurentske prednosti** (Kuratko et al., 2018, str. 3).



Korporativno preduzetništvo



„Korporativno preduzetništvo je strategija i praksa **osmišljavanja, podsticanja, pokretanja i upravljanja novim preduzećima** - ne samo novim proizvodima ili uslugama - koji se razlikuju od njih, **ali značajno koriste trenutna osnovna sredstva kompanije**, položaj na tržištu ili mogućnosti“ (Wolcott & Lippitz, 2010, str. 7)



- Preduzetničke korporacije velike konglomerate „razbijaju“ u manje strategijske poslovne jedinice koje **ponovo umrežavaju na projektnoj osnovi.**


Unutrašnje preduzetništvo (Intrapreneurship)


-predstavlja tip korporativnog preduzetništva koji se zasniva na spremnosti i sklonosti pojedinaca zaposlenih u velikom preduzeću da se **ponašaju na preduzetnički način.**
- Izraz “unutrašnje preduzetništvo” prvi je upotrijebio Gifford Pinčot 1985. godine u istoimenoj knjizi.

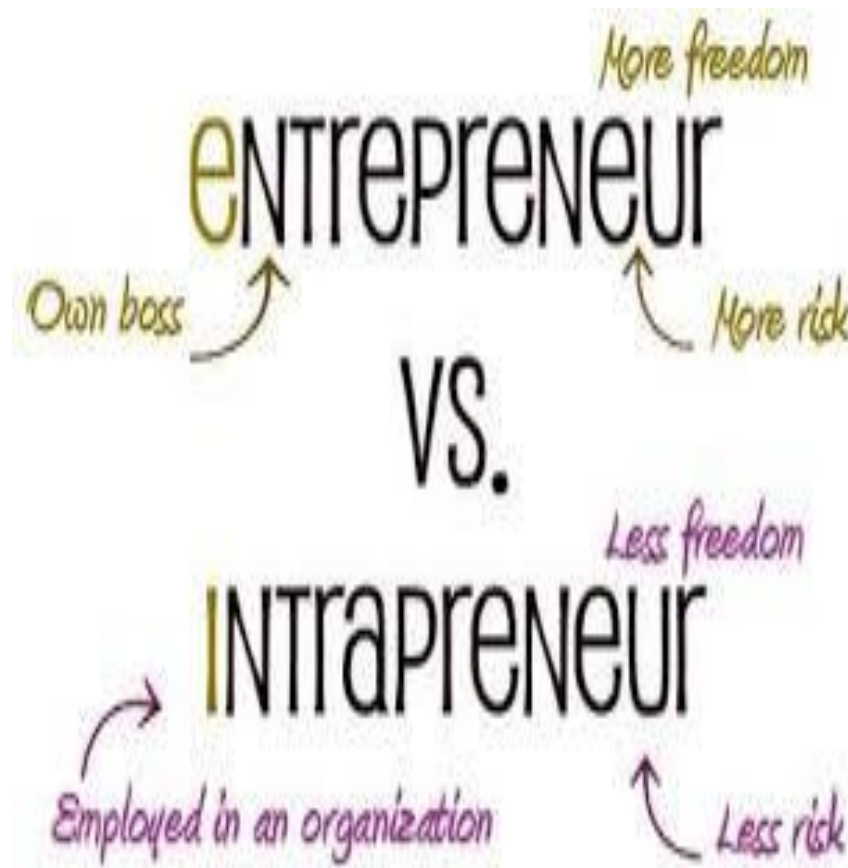


Gifford Pinchot

Intrapeneur vs entrepreneur

 Intrapreneri ili unutrašnji preduzetnici djeluju na identičan način kao i eksterni preduzetnici, osnivači privatnih preduzeća, sa **jednom značajnom razlikom**.

 Ne rizikuju gubitak vlastite imovine i imaju na raspolaganju resurse kompanije čiji nisu vlasnici.



Intrapreduzetnici nisu inovatori, mada to mogu i da budu.

- ❑ Oni su **alokatori prvenstveno ljudskih resursa** spremnih da u okviru korporacije **ponude nova inovativna rješenja** od kojih veliku korist mogu da imaju ulagači u korporacije.
- ❑ Najčešće imaju svoje **„sponzore“ iz reda srednjeg ili višeg sloja menadžmenta** koji prezentuje svoje ideje top menadžerima, odnosno ključnim donosiocima odluka u velikim korporacijama.

ARE YOU TOO BUSY TO INNOVATE?



Savremene korporacije



Kircner (Kirzner, 1979, str. 105) tvrdi da savremene korporacije predstavljaju „genijalan, neplaniran uređaj koji olakšava pristup preduzetničkom talentu velikim izvorima finansiranja“.

Konzervativna vs preduzetnička korporativna kultura

Vodeće direktive tradicionalne korporativne kulture su:

👤 drži se daljih uputstava,

👤 ne griješi,

👤 nemoj ne uspjeti,

👤 ne preuzimaj inicijativu, nego čekaj uputstva,

👤 drži se svog teritorija, te štiti svoja leđa.



Konzervativna vs preduzetnička korporativna kultura



Ovakvo ograničavajuće okruženje **nije pogodno** za kreativnost, fleksibilnost, nezavisnost, vlasništvo ili riskiranje - vodeće principe korporativnih preduzetnika.



Konzervativna vs preduzetnička korporativna kultura

Ciljevi preduzetničke kulture prilično su različiti:

- 🏆 razvijanje vizija, ciljeva, akcijskih planova;
- 🏆 biti nagrađivan za preduzete korake;
- 🏆 predlagati, pokušavati i eksperimentisati;
- 🏆 kreirati i razvijati bez obzira na područje;
- 🏆 preuzimati odgovornost i vlasništvo.





Preduzetnički stil upravljanja

Preduzetnički stil
upravljanja **mnogo
je tolerantniji**
prema
neizvijesnostima i
nejasnoćama, a
zaposleni se
ohrabruju da
prihvate razumne
rizike.



Preduzetnička kultura omogućuje pojedincima unutar organizacije da ispolje svoje kreativne potencijale

 Kako talasi prekida dolaze sve brže, jedini način da kompanija bude konkurentna je **da se ponaša kao startup**.

 U knjizi *Dilema inovatora*, profesor s Harvarda Klejton Kristensen (Christensen, 2011) otkrio je da su **velike kompanije odlične u održavanju inovacija, ali u velikoj mjeri propadaju u remetilačkim inovacijama** (disruptive innovation).

 Startapi uspijevaju stvarajući remetilačke ili disruptivne inovacije.



Efikasnost vs inovativnost



....su **često međusobno suprotstavljeni** jer se povećanje efikasnosti često ostvaruje na uštrb inovativnosti, a inovativnost podrazumijeva izvjestan stepen **organizacione "opuštenosti"** koja utiče na smanjenje efikasnosti.

Strateško repozicioniranje i djelovanje

Koncept internog ili korporativnog preduzetništva ne podrazumijeva samo identifikovanje pojedinaca unutar korporacije koji će se baviti isključivo inovacijama, već se tu radi o **procesu strateškog repozicioniranja**, razmišljanja i djelovanja velikog preduzeća.



Elementi korporativnog preduzetništva

- 1) *novi poslovni poduhvati,*
- 2) *inovativnost,*
- 3) *samoobnova,*
- 4) *proaktivnost*



Novi poslovni poduhvati

- ...odnose se na *stvaranje novog poslovanja unutar postojeće organizacije*.
- Te preduzetničke aktivnosti sastoje se od stvaranja nečeg novog i vrijednog, bilo *redefinisanjem* kompanijinih trenutnih proizvoda i usluga, *razvojem novih tržišta* ili formiranjem **formalno autonomnih ili poluautonomnih jedinica ili preduzeća**.



Organizaciona inovativnost (inovacija proizvoda vs procesna inovacija)

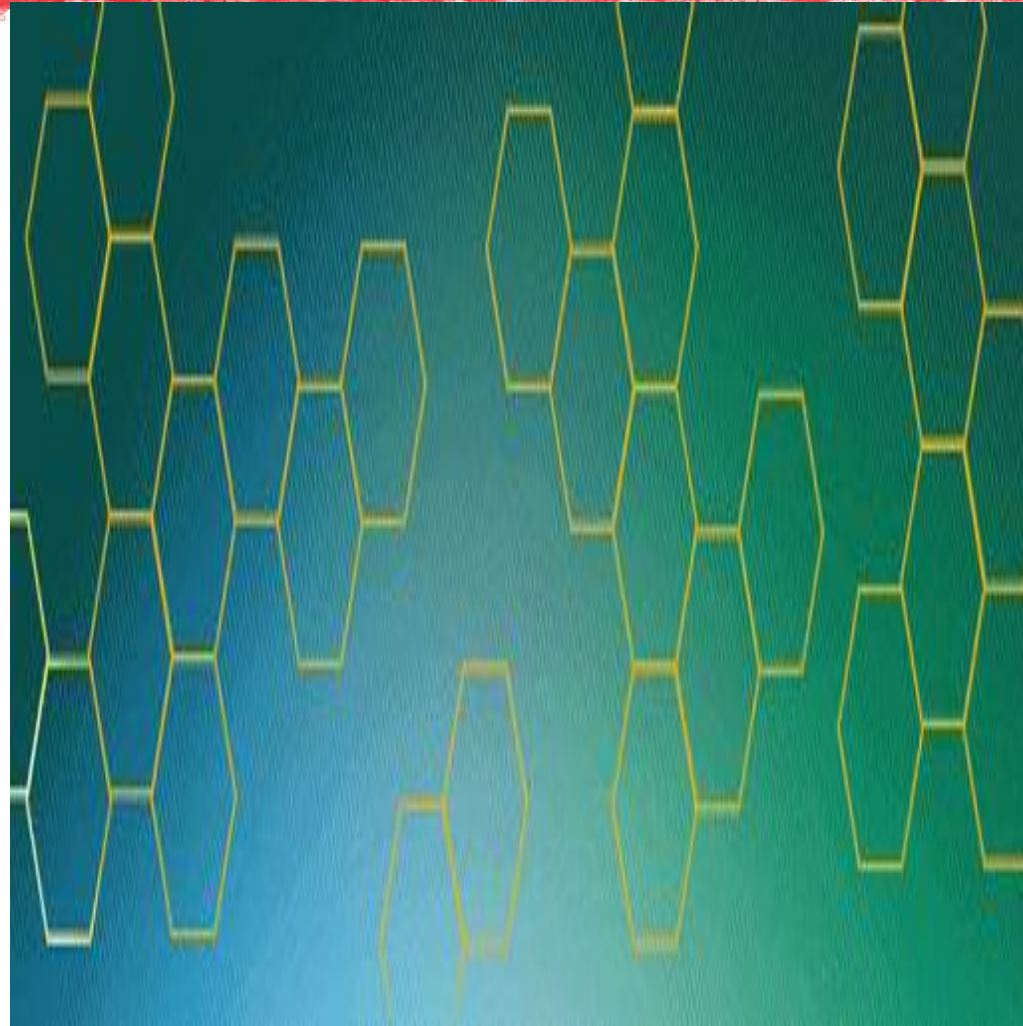
....odnosi se na
**inovaciju proizvoda
ili usluga (inovacija
proizvoda), s
naglaskom na razvoj i
inovaciju u
tehnologiji
(procesna inovacija).**

Uključuje razvoj novih
proizvoda, poboljšanje
proizvoda, kao i nove
metode i postupke
proizvodnje.



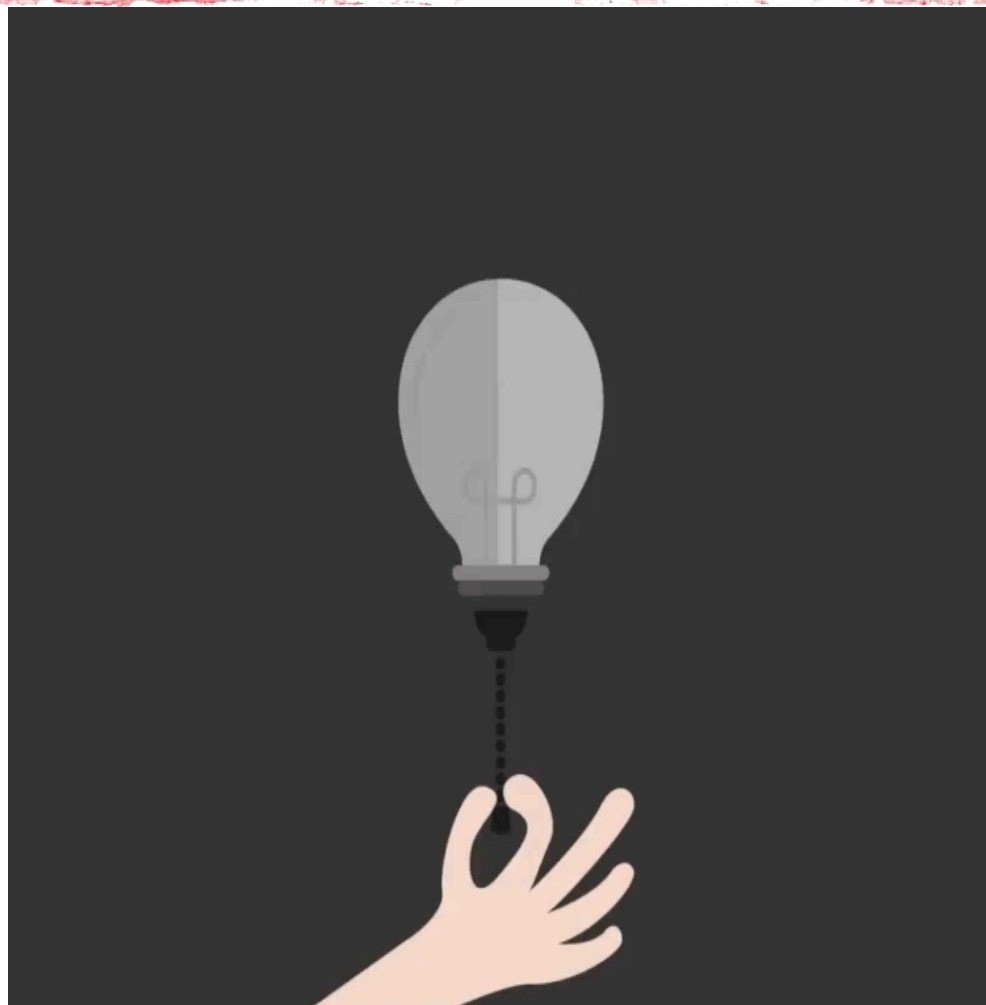
Samoobnova

.... je transformacija organizacije preko obnove ključnih ideja na kojima je izgrađena. Sadrži konotacije ***strateške i organizacione promjene*** te uključuje **redefiniciju poslovnog koncepta, reorganizaciju i uvođenje** uzduž čitavog sistema kako bi se povećala inovativnost.



Proaktivnost

.... uključuje preuzimanje inicijative i rizika, kao i konkurentsku agresivnost i odvažnost, što se posebno odražava u orijentacijama i aktivnostima top menadžmenta.



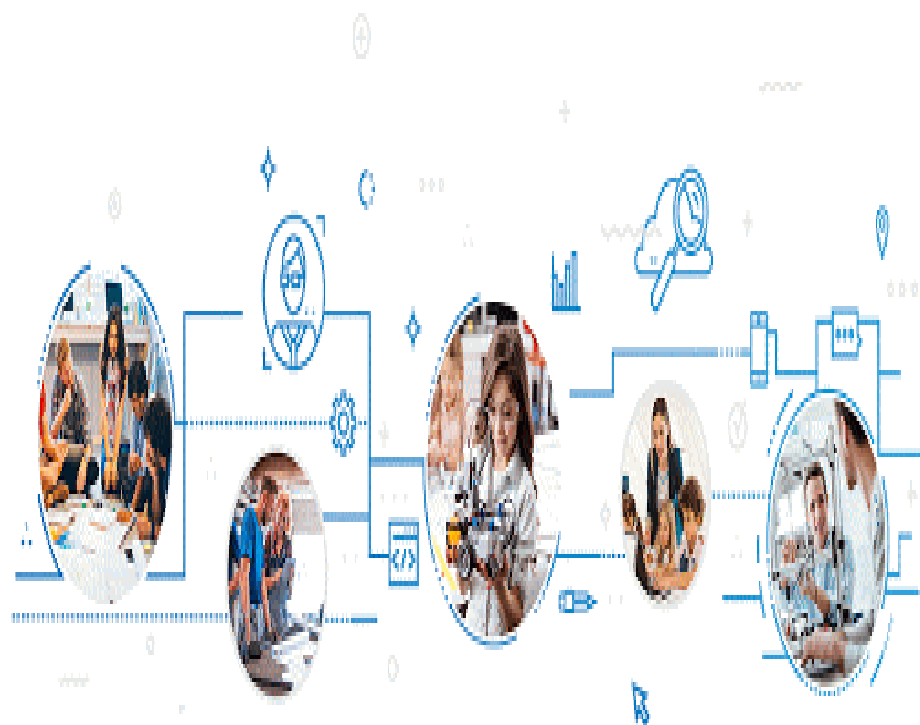
Ekonomija dijeljenja i digitalno preduzetništvo

- Digitalne tehnologije omogućile su **rast ekonomije dijeljenja**, povezivanjem vlasnika i korisnika i narušavanjem prethodnog dualizma preduzeća i kupaca.
- Zelena ekonomija i održivo preduzetništvo lagano preuzimaju primat na globalnom nivou.



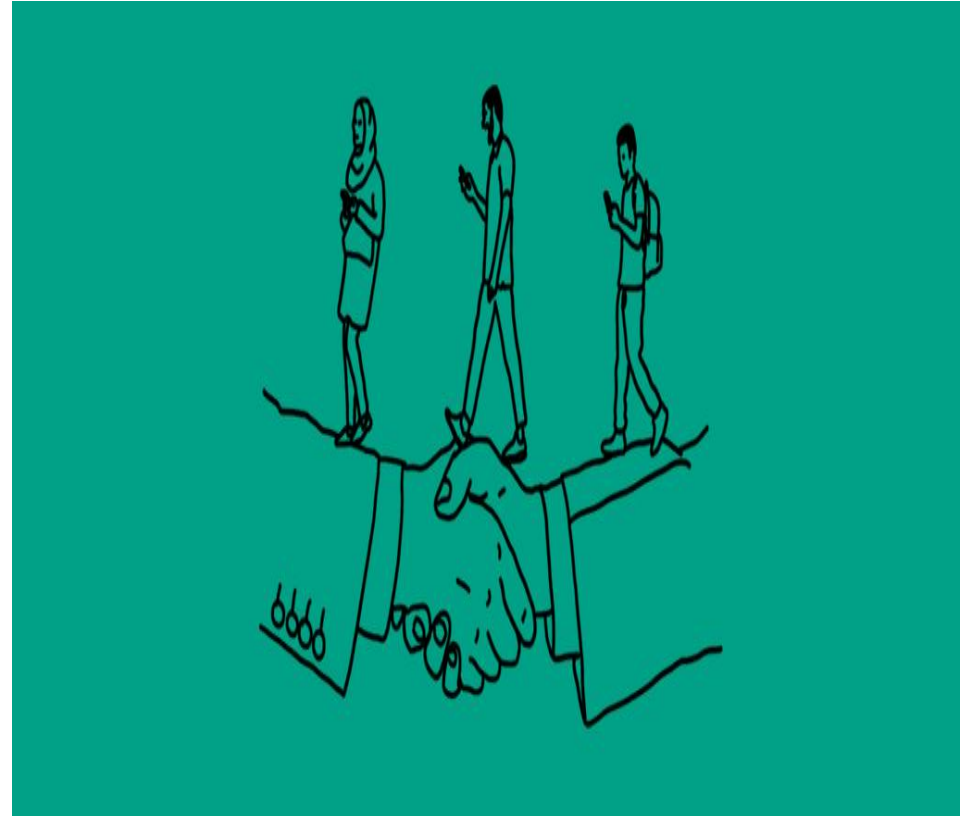
Digitalne usluge – kreativna destrukcija

- ❑ Veliki broj najvrijednijih svjetskih kompanija danas se koncentriše **na pružanje digitalnih usluga bez posjedovanja** povezanih proizvoda ili njihove proizvodnje.
- ❑ Novi digitalni poduhvati poput eBaya, Amazona, Facebooka, Ubera, Alibabe, Airbnb-a ili Netflix-a, iskoristili su ovaj masovni prelazak sa **opipljivih proizvoda na nematerijalne digitalne usluge i poremetili čitava tržišta** (van Alstyne et al., 2016).



Postdigitalna era

- Međutim, post-digitalna era je takođe nova realnost, a podrazumijeva **povratak ili prelazak sa onlajn na oflajn mod**, odnosno fizički način poslovanja, koji podrazumijeva stvarni, a ne samo virtuelni kontakt ili na oba moda istovremno, odnosno **hibridno poslovanje**.
- Neki startapi koji su poslovali isključivo preko interneta otvaraju svoje prve prodajne salone, grade distributivne centre, ulažu u logistiku.
Povratak direktnog kontakta sa kupcima postaje novi trend.



THE ORIGINS OF

one



JOB INTERVIEWS

R I D H E J S T I N G S
I E R I N M E J E R

Knjiga o Netfliksu

NE PRAVILIMA

S A Z N A J T E S V E
O D T V O R C A L I Č N O

HVALA NA PAŽNJI!

