

U poduzetništvo se ne kreće bez dobro osmišljenog plana aktivnosti koji pomaže da se jasnije sagleda situacija. Važno je biti poduzetan i strastven, ali odluke se ne smiju donositi bez analize dostupnih podataka. Ispravnu odluku moguće je donijeti jedino na temelju informacija, znanja i iskustva. Intuicija i korištenje postojećih očitih šansi trebaju biti samo dodatak postojećim znanjima o tržištu, kupcima, proizvodima i uslugama.

Osobe koje su skeptične u svezi poduzetništva, često razmišljaju da veliko poduzeće uvijek može «pojesti» malog poduzetnika. Međutim, uspješna mala i srednja poduzeća na hrvatskom tržištu su dokazala da i «mali» uvijek imaju svoje mjesto pod suncem, ukoliko se pobrinu da «velikima» konkuriraju na nekoliko načina:

1. specijaliziranjem na uski tržišni segment (nišu)
2. fleksibilnošću poslovanja i prilagođavanju potrošačima
3. osiguravajući superiornu uslugu potrošačima
4. omogućavajući interakciju s kupcima i potrošačima.

mr.sc. Elvira Mlivić Budeš

Za one koji žele znati više od poduzetništva, menadžmentu, prodaji, marketingu ili poslovnoj komunikaciji, više informacija mogu potražiti na [www.filaks.hr](http://www.filaks.hr)