



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra



SWEDEN



Empowered lives.
Resilient nations.

KAKO POKRENUTI SVOJU ZAJEDNICU



**VODIČ ZA TRANSFORMACIJU
ZAJEDNICE U DESET KORAKA**

ZAHVALE

UNDP BiH, Viši rukovodilac Sektora za društveno uključivanje i demokratsko upravljanje: Armin Sirčo

UNDP BiH, Voditeljica MZ projekta/ Glavna stručna savjetnica: Majda Ganibegović

Autor: Jasmin Porobić

Vanjske saradnice: Lejla Arapčić, Melanie Kovacs i Naida Vikalo

Ova publikacija objavljena je u okviru projekta "Jačanje uloge mjesnih zajednica u BiH", kojeg finansiraju Vlada Švicarske i Vlada Švedske, a sprovodi Razvojni program Ujedinjenih nacija (UNDP) u BiH. Sadržaj ove publikacije, kao i nalazi prikazani u njoj, ne odražavaju nužno stavove Vlade Švicarske i Vlade Švedske, niti Razvojnog programa Ujedinjenih nacija (UNDP).

SADRŽAJ

PREDGOVOR	3
------------------	----------

UVOD	4
-------------	----------

1. Logika inicijative
2. Šta je zajednica i kako nam ovo pomaže?
3. Inspiracija pokretu
4. Od potreba do ideja
5. Od ideja do razvojnih učinaka
6. Kako čitati predmetni vodič?

KAKO POKRENUTI SVOJU ZAJEDNICU

AKTIVIZAM	12
------------------	-----------

- Korak 1: Pokrenite sebe
- Korak 2: Uskladite se sa svojom zajednicom
- Korak 3: Razgovarajte sa susjedima, prijateljima i porodicom

PREDVODNIŠTVO	18
----------------------	-----------

- Korak 4: Ubrzajte svoju ideju
- Korak 5: Nemojte odustati – već ste na pola puta
- Korak 6: Budite lider koji stvara druge lidere
- Korak 7: Formirajte svoj tim

PODUZETNIŠTVO	30
----------------------	-----------

- Korak 8: Privlačenje sredstava
- Korak 9: Realizirajte ideje koje su bitne vašoj zajednici
- Korak 10: Mjerite i promovirajte vaše rezultate

NEKI OD ALATA ZA INICIRANJE AKTIVNOSTI	38
---	-----------

ZAKLJUČAK	46
------------------	-----------

BIBLIOGRAFIJA ZA DALJE ČITANJE	47
---------------------------------------	-----------

PREGOVOR

“Kako pokrenuti svoju zajednicu” je vodič u deset koraka koji predstavlja savremenu paradigmu o transformaciji zajednice. Razvijen je u kontekstu osnovne postavke “ljudi su bogatstvo jedne nacije” (Ban Ki Moon, 2015). Ovaj vodič je napisan kao doprinos borbi sa izazovima razvoja i smatra ljude nezamjenjivim resursom koji će pomjeriti razvojnu agendu ka naprijed. U dokumentu se osjeća odjek principa inkluzivnog i održivog razvoja.

Vodič donosi inovativni pristup razvojnoj teoriji i praksi koja se oslanja na modernu percepciju razvoja zajednice. Dok svoj rad tradicionalno vežemo za institucije, ovaj koncept je vezan isključivo za ljude i ljudski potencijal, što je nadasve i osnovni cilj bilo koje razvojne agencije: učiniti svoj rad dostupnim ljudima u lokalnim zajednicama.

Rad u sektoru razvoja se može percipirati kao tradicionalna forma podrške zajednicama, međutim start-up pristup ima dodatnu vrijednost za zajednice i osobe sa idejama. Vodič pomaže da se start-up koncept uvede u razvojni svijet. Nudi strukturirani pristup razvoju i implementaciji profinjenih ideja osoba iz lokalnih zajednica koristeći metode koje korespondiraju start-up filozofiji.

Elegantna jednostavnost ovog dokumenta je njegova osnovna snaga. Ima univerzalnu primjenjivost i može biti kontekstualiziran kao odgovor zahtjevima bilo koje zemlje. Ovaj dokument nosi značajan doprinos naporima da osigura da su ljudi osnaženi da preuzmu vodstvo i pomjere svoje zajednice ka boljem. Uvjeren sam da će ovaj vodič dobiti pozitivne kritike od bilo koje razvojne agencije i zajednice diljem svijeta.

Armin Sirčo
UNDP BiH, Viši rukovodilac Sektora

UVOD

1. Logika inicijative

Javne ustanove obično rješavaju probleme kroz linearni proces temeljen na javnim politikama ili propisima, uz malo prostora za iteracije tokom procesa. Filozofija pokretanja, odnosno startup-a, suprotnost je ovakvim procesima, jer potiče neuspjeh i greške, razumijevajući da su uspješna startup poduzeća izgrađena upravo kroz cijeli niz iteracija ili prototipa. Startup poduzeća izgrađena su korištenjem pristupa izradi gdje se „različiti aspekti problema pažljivo seciraju, posebno mišljenja onih koji su pogođeni promjenama”.¹

Rješenja se razrađuju kao pretpostavke koje zatim bivaju testirane. Riječ je o kontinuiranom evolutivnom procesu koji razvija agilnije odgovore na probleme. Javne ustanove i vlasti mogu imati koristi od takvih iskustava i metodologija. Mogli bi i razmotriti načine kako promijeniti svoju dinamiku u testiranju i realiziranju novih ideja tako što će se ugledati na startup-e. Ovaj pristup bi omogućio razvojne aktivnosti bazirane na iskustvima privrede, a sa ciljem unapređenja zajednice.



**Nije od pomoći samo
za vas, već i za druge.
Čak i ako sve
propadne u poslovnom
smislu, barem znam da
sam jednom u živo-
tu dao svoj doprinos
boreći se za pokret
u koji sam unaprijed
vjerovao.**

Vodič je namjenjen ljudima koji dolaze iz svih sfera života sa zamislama kako pomoći transformaciju svojih zajednica nabolje. Namijenjen je i javnim ustanovama i njihovim zaposlenima koji također mogu imati koristi od vodiča. Vodič nije politički manifest, ali može poslužiti političkim strankama voljnim da pomognu svojim glasačima i građanima u razvoju ciljanih zajednica.

U suštini, dokument približava startup mentalitet i razvoj zajednice. Cilj mu je da potakne

¹ McGough, Heather. Government Says Yes to Lean Startup Methods, 2016

pojedince da pomognu svojim zajednicama da postanu bolje mjesto za život. Pokretanje inicijative prilika je za stvaranje vlastite budućnosti i osiguranja bezbjednosti za vlastite porodice, prijatelje i zajednicu. Međutim, mogućnost pokretanja inicijative koja bi utjecala na razvoj zajednice može biti istovremeno i uzbudljiva i zastrašujuća, zbog velikog broja stvari koje treba uzeti u obzir. Ovaj praktični vodič otkrit će vam nekoliko koraka za postizanje uspjeha. Vodič predstavlja putokaz za one koji su spremni da pokrenu svoje zajednice ka naprijed tako što osigurava pragmatičan i konkretan set alata s opisima načina na kojima startup aktivnosti mogu transformirati njihove zajednice.


2. Šta je zajednica i kako nam ovo pomaže?

Zajednica u smislu u kojem se ovdje koristi može biti grad, općina ili drugi oblik lokalne uprave i samouprave. Istovremeno, ne mora ni imati tako čvrstu strukturu kako bi neki mogli pomisliti. Jednako tako može biti forum, tematska zajednica i udruženje. Može biti i virtualna zajednica, kao što su društvene mreže. Može biti vrlo neformalna. Bez obzira u kakvoj se zajednici eventualno zateknete, koncept ostaje nepromijenjen. Uspjeh jedne zajednice ovisi o sposobnosti ljudi, njihovoj kreativnosti, angažmanu i aktivizmu. Ovisi o onima koji mogu pokrenuti stvari naprijed.

3. Inspiracija pokretu

Vodič je namijenjen onima koji vjeruju u snagu pozitivnosti i međusobnog dijeljenja zajedničkog puta i pravca, i dolazi iz ruku inovativnih lidera u mišljenjima i stavovima koji su sebe u nekom trenutku transformirali nabolje.

Cilj mu je osigurati unutrašnji i vanjski procvat kroz jačanje mreža ljudi i odnosa s liderima širom različitih zajednica, uz razmjenu snažnih priča i radeći posao koji je bitan. Temeljna filozofija vodiča je da svako može napraviti razliku i da strast jednog pojedinca može prerasti u pokret koji mijenja svijet.

A photograph of a group of young people outdoors. In the foreground, a man in a red baseball cap and a grey t-shirt is looking to the right. He is holding a dark green jacket. To his left, the arm and shoulder of a person in a grey long-sleeved shirt are visible. To his right, a woman with long dark hair is partially visible. The background shows a building and trees under a bright sky. A large red banner is overlaid on the middle of the image, containing white text.

Glavno pitanje koje se provlači kroz cijeli dokument jeste: „**Ako ne djelujem ja, onda ko drugi?**“. Zasnovan je na uvjerenju da približavanje ovakvih ljudi može izazvati revolucionarne aktivnosti u pravcu razvoja zajednice

4. Od potreba do ideja

Osnovni koncept vodiča predstavlja varijaciju na Kenedijev inauguracijski govor – ne pitajte koje su vam potrebe, već kakve ideje imate za zadovoljavanje takvih potreba. Ne pitajte svoju zajednicu, već se sami zapitajte kako se možete udružiti sa zajednicom da biste joj pomogli da procvate. Pitanje je kako proširiti revolucionarne ideje realizirane „ne zbog velikodušnosti države“,² već zahvaljujući zajedničkom djelovanju običnih ljudi.

Predviđa se da će vodič imati praktičnu primjenu u sprovedbi različitih društveno odgovornih ideja, primjenjujući startup metodologiju i osiguravajući razvojni napredak, bez obzira na kojoj razini se nalazi. Svi mi sanjamo o idejama, ali samo je mali postotak onih koji sprovode te ideje. Vodič pokazuje šta je to što taj mali postotak ljudi učini kako bi ostvarili svoje snove i ideje pretočili u djela, te nas uči kako postati jedan od „njih“.

Ne kažemo da je poduhvat jednostavan, ali je ostvariv. Naime, vaše ideje mogu postati stvarnost vrijedna divljenja. Za to su vam jednostavno potrebne hrabrost, struktura i upornost.



² John F. Kennedy. Inaugural Address, 1961.

5. Od ideja do razvojnih učinaka

Premda mi, kao i mnogi ljudi širom svijeta, djelujemo, veliki broj ljudi je i dalje isključen, uskraćena im je sloboda, kao i temeljna prava razvoja. Poduzimamo mjere, između ostalog, u borbi protiv siromaštva, protiv globalnog zatopljenja, zaštiti okoliša i čovječanstva u cjelini. Ovo je naš globalni razvojni program grupiran oko Ciljeva održivog razvoja.

Ovaj koncept uklapa se u naš razvojni program, a može se izravno povezati s nekoliko ciljeva iz Agende. Naprimjer, ova inicijativa „promovira razvojno orijentirane politike koje podržavaju produktivne aktivnosti, stvaranje pristojnih radnih mjesta, poduzetništvo, kreativnost i inovativnost te potiču formalizaciju i rast mikro, malih i srednjih poduzeća“.³

Također, doprinosi tome da gradovi postanu „inkluzivni, bezbjedni, otporni i održivi“.⁴ Inicijativa „smanjuje nejednakosti“⁵ te „osnažuje i promovira socijalnu, ekonomsku i političku uključenost svih, bez obzira na dob, spol, invaliditet, rasu, etničku pripadnost, porijeklo, vjeru ili ekonomski ili drugi status“.⁶

Filozofija ovog priručnika predstavlja novi oblik edukacije i prakse temeljene na zajednici, a koja može proširiti primjenu ovih ciljeva. Izravan rad s ljudima i zajednicama na inovativan način može uspješnije rješavati probleme savremene zajednice i pomoći u aktiviranju prednosti razvoja. Ovim će se pomoći u izradi programa usmjerenih na izgradnju mreža i promoviranje dijaloga među zajednicama i svim drugim elementima zajednice.

3 Održivi razvojni ciljevi. Ujedinjene nacije. Cilj 8.

4 Ibid.

5 Ibid.

6 Održivi razvojni ciljevi. Ujedinjene nacije. Cilj 10



INKLUZIVNI



BEZBJEDNI



OTPORNII



ODRŽIVI

6. Kako čitati predmetni vodič?

Pred vama je vodič u deset koraka o tome kako vaše ideje mogu oblikovati budućnost vaše zajednice i vas samih. Dokument vas vodi kroz proces razrade i realizacije vaših ideja. Cilj mu je da vam pomogne u definiranju i strukturiranju vaših ideja i prevladavanju potencijalnih izazova.

Prije nego što pređete na glavninu dokumenta, pogledajte ponovo sadržaj. Nema potrebe da se dokument iščitava od prvog do posljednjeg koraka. Koraci nisu nužno međusobno povezani i ne moraju predstavljati logički slijed. Moguće je preskakati s jednog koraka na drugi, ovisno o fazi ideje. Moguće je preskočiti s prvog na čak deseti korak. Neki od koraka se ne moraju ni pročitati ako smatrate da od njih ne biste imali koristi.

Istovremeno, vodič je zamišljen kao džepno izdanje koje će vas pratiti u svakodnevnom radu na pokretanju vaše ideje. Zamišljen je i kao stalni podsjetnik da možete uspjeti i da će vas vaša snaga volje i odlučnost dovesti do izvrsnosti.



KAKO POKRENU SVOJU ZAJEDNICU



AKTIVIZAM

KORAK 1: Pokrenite sebe

Često smo se našli u situaciji u kojoj smo svjesni problema ili smo prepoznali proces koji se mogao bolje sprovesti, ali ništa ne činimo po tom pitanju. Smišljamo ideje kako riješiti, unaprijediti ili zadovoljiti ove probleme, potrebe i procese, ali ništa ne poduzimamo. Najčešći razlog iz kojeg se ništa ne poduzima je strah. Obično je to strah od neuspjeha, nekompetentnosti ili odbijanja. Ovi se strahovi mogu roditi iz nedovoljne educiranosti o određenoj temi, nedostatka alata ili sredstava potrebnih za sprovođenje plana, procedura vlasti koje su dugotrajne, razvučene ili komplicirane, suženih linearnih procesa razmišljanja o rješenju ili bilo čega drugog.

Jedan od načina da se oslobodite straha i motivirate sami sebe na djelovanje jeste da neuspjeh počnete pozitivno percipirati kao korak u procesu učenja ka boljem rezultatu te da problem razbijete na manje, jasnije i lakše ostvarive korake.

„Tajna uspjeha je da se pokrenete. Tajna pokretanja je da svoje složene i izazovne zadatke razbijete na manje, lakše ostvarive zadatke, te da onda krenete od prvog koraka“.⁷

Percepcija igra značajnu ulogu i na nju utječu oni koji nas okružuju, stoga je vrlo važno da se okružite pozitivnim ljudima sličnih stavova koji će pružiti podršku i ohrabrenje kada bude najpotrebnije. Zapravo je ključ u prevazilaženju straha.

Ako imate ideju ili inicijativu, pokrenite se i testirajte je. Ako ne uspije, pokušajte promijeniti način ili odustanite od te ideje i smislite nešto drugo. Što je više ljudi koji steknu hrabrost da pokušavaju, ne uspijevaju i iznova pokušavaju, to je zajednica otvorenija da prihvati one „neuspješne“. Ono što je važno je duh, hrabrost i aktivnosti poduzete u pokušaju da se barem nešto učini.

„Ključno je da se pomjerite s mjesta i uradite nešto. Najjednostavnije rečeno. Puno ljudi ima ideje, ali malo je onih koji odluče uraditi nešto po tom pitanju u ovom trenutku i sada. Ne sutra. Ne sljedeće sedmice. Danas. Pravi poduzetnik je izvršitelj, a ne sanjar.“ – Nolan Bushnell

Da biste bili poduzetnik ili aktivista, morate biti spremni na neuspjeh, i to neuspjeh koji dolazi jako brzo i često i podnijeti ga dostojanstveno. Što prije počnete s neuspjehom, brže ćete doći do željenog rezultata. Reputacija

START UP

Aktivnost ili proces pokretanja nečega – novoosnovano poduzeće.

- * privremena organizacija osmišljena za traženje ponovljivog i skalabilnog poslovnog modela.
- * institucija namijenjena za isporuku novog proizvoda ili usluge u uslovima izuzetne neizvjesnosti.

nekoga ko uvijek i iznova pokušava i „daje šansu“ inicijativi mnogo se više cijeni nego da se nikad ništa ne pokuša. I kada ne uspijete, podnesite neuspjeh dostojanstveno. Niko nije kriv – jednostavno nije uspjelo. Da biste dobili poticaj ili motivaciju, utvrdite svoje ciljeve i krenite od toga što ćete sebi postaviti ova jednostavna pitanja poput:

- Treba li riješiti ovaj problem?
- Ako ne ja, ko bi drugi to mogao učiniti?
- Ako ne sada, kada?
- Imam li ambiciju?
- Jesu li moja očekivanja razumna i izvodljiva?
- Je li moguće pribaviti potrebno znanje i alate unutar zajednice ili mog okruženja koji će pomoći u pronalaženju rješenja?
- Imam li energije?
- Ima li ljudi koji bi mogli biti zainteresirani da pomognu?

Ukoliko vam je odgovor na bilo koje od ovih pitanja potvrđan, onda ste spremni da pokrenete bilo koju inicijativu. Ako pogledate one koji su to već odradili, otkrit ćete da su mnogi počeli od nule, bez puno toga što im je bilo na raspolaganju, ali s velikim ambicijama i bez straha od neuspjeha.

Iznenadujuće je koliko nas može učiniti da se dese velike stvari



Bez obzira koliko grešaka napravite ili koliko sporo napredujete, i dalje ste daleko ispred svih onih koji nisu ni pokušali.

Tony Robbins

kada shvatimo da ostvarenje cilja i nije tako teško ako ga razbije-
mo na niz manjih, realističnijih i ostvarivih ciljeva. Uz pravu ambiciju
i pravi stav, trebalo bi biti lako da pokrenete sami sebe.

Korak 2: Uskladite se sa svojom zajednicom

Ideja se ne treba razvijati izolirano od svog okruženja. Ciljna grupa
je ta koja oblikuje i za koju se ideja oblikuje. Uspješnost ideje može
ovisiti o podršci koju ćete dobiti iz zajednice, kao i specifičnim
znanjima i potrebama te zajednice. Što prije angažiramo zajednicu,
to je vjerovatnije da ćemo razumijeti specifičnosti okruženja u kojem
se razvija ideja. I u ovoj fazi malo je toga što možemo izgubiti. Bolje
nam je da riskiramo dok su rizici mali i kada nemamo ići gdje drugo
nego ka gore.

Jednostavan dopis zajednici može promijeniti vaš način djelovanja
nabolje. Svejedno je da li se pod zajednicom podrazumijeva javna in-
stitucija, privatni subjekt, neformalna skupina pojedinaca ili virtualni
svijet. Možete pronaći resurse koje niste mogli ni zamisliti da pos-
toje. Ovo će vam pomoći da utvrdite da li neko drugi govori o vašoj
ideji, proizvodu ili uslugama ili da li postoje korisnici koji su uzbuđeni
zbog vaše ideje. Učešće, javne konsultacije i povratne informacije
pomoći će vam u oblikovanju vaše ideje na način koji je više struk-
turiran. Tražite da se sastanete s javnim službenicima, menadžerima
relevantnih poduzeća i hrabro predstavite sebe i svoje ideje.

Ovo je važan korak prisutan u svim fazama razvoja ideje. Nije jed-
nokratna, već naprotiv, konstantna aktivnost proaktivne komunikacije
sa zajednicom. Čak i nakon što je ideja u potpunosti strukturirana i
razvijena, zajednica će postati ključna zainteresirana strana. Dugov-
ječnost ideje zbog toga ovisi o angažmanu zajednice i njenom in-
teresu za ideju. Stoga nam ovakav pristup pomaže da zadržimo taj
interes.

Zajednica je vaš alat za umrežavanje i marketing. Investirajte u dobru
bazu vaših potencijalnih aktera i koristite je za evidentiranje infor-
macija dobijenih kroz korespondenciju s vašom zajednicom. Traga-
jte za zajedničkim vrijednostima i uvjerenjima. Zašto? Iz razloga što
vaša ideja mora odgovarati ovim vrijednostima i uvjerenjima i ako

uspijete svojom idejom osigurati i dodanu vrijednost, ideja će postati uspješna.

Korespondencija sa zajednicom mora biti dvosmjerna ulica. Zajednice trebaju biti podešene tako da pomažu poduzetnicima i start-up-ima u ranim fazama da razviju svoje poslovne ideje. Zajednice imaju odgovornost za stvaranje poticajnog i ohrabrujućeg okruženja gdje ljudi mogu postati poduzetnici. Ovakav pristup poznat je i kao stvaranje ekosistema poticanja pojedinaca da pokrenu svoje ideje. Zajednica bi trebala biti spremna ponuditi edukacije na temu razumijevanja osnova vođenja poslovanja ili im pomoći da razmišljaju kao poduzetnici. I oni bi, također, trebali biti spremni da ulože nešto kapitala i sklope partnerstva s privatnim subjektima. Postoji i mogućnost da oni neće ulagati ili prepoznati stvarnu vrijednost vaše ideje. Nemojte se obeshrabriti, slijedite korake iz ovog vodiča i to će vas odvesti do uspjeha, ako ste u potpunosti odlučni i vjerujete u sebe i vrijednosti vaše ideje. To je investicija koja će zasigurno privući druge investicije.

Korak 3: Razgovarajte sa susjedima, prijateljima i porodicom

Da bi se bolje razumjelo okruženje i uslovi u našoj zajednici, ali i prateći resursi i priroda i obim tržišta, moramo uspostaviti odnos i razviti mrežu pojedinaca u našoj zajednici, kao i mrežu s drugim zajednicama.

Moramo pojasniti kako se naša ideja ili rješenje uklapa u sadašnje uslove u zajednici kroz odgovore na sljedeća pitanja:

- Ko je zainteresiran za isto pitanje?
- Na koga će realizacija vizije utjecati?
- Da li već postoji slično rješenje i zašto je uspješno ili neuspješno?
- Koji su nam resursi potrebni za realizaciju?
- Ko će imati koristi od toga i kako?

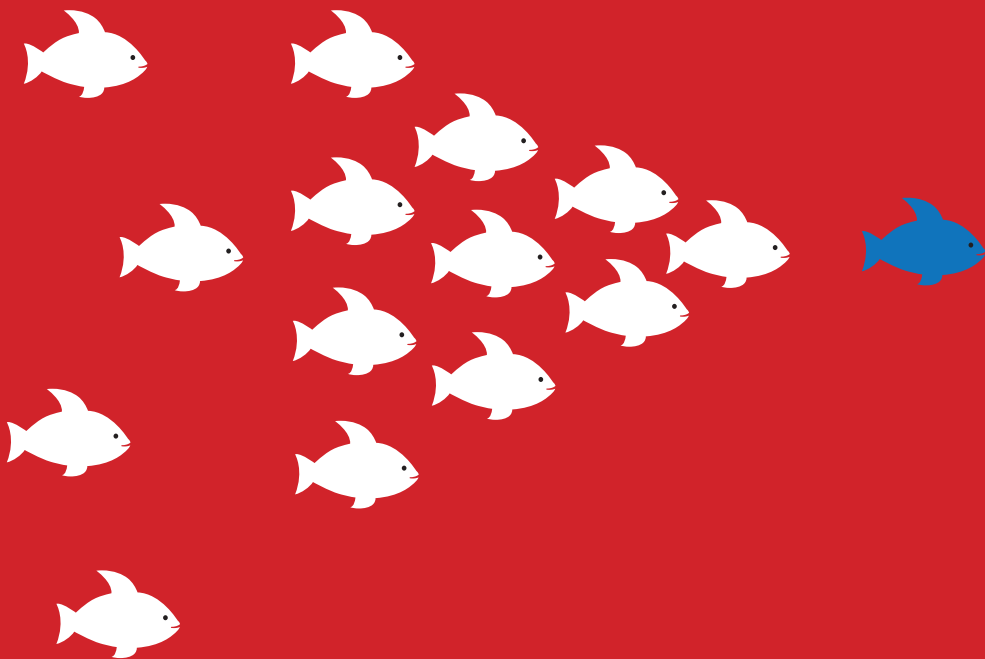
Ova ili slična pitanja pomoći će nam da uradimo istraživanje tržišta i povežemo se s onima koji imaju bilo kakve relevantne uvide u trenutne uslove na tržištu ili bilo koje iskustvo koje će nam pomoći da odgovorimo na ova pitanja.

Kada pojedinac ili neko u zajednici ima koncept, ideju, poslovni model, odnosno rješenje sa potencijalno blagotvornim ishodom za zajednicu, istraživanje tržišta postaje znatno jednostavnije iz razloga što će ishod na neki način utjecati na učesnike od kojih pribavljamo vrijedne informacije, te je stoga do njih lakše doći i spremniji su da podijele informacije. Zajednica je prepuna lidera, uspješnih mentora koji su spremni podijeliti svoja iskustva, kao i ljudi koji brinu o istim problemima kao i vi. Za bilo kojeg poduzetnika s idejom potrebno je da dođe do ovih pojedinaca. Zovite ih, pišite e-mailove, inicirajte sastanke i razmjenu mišljenja, raspitajte se o njihovim iskustvima i znanju, insistirajte na razmjeni iskustva.

Uvijek ima onih sa sličnim vizijama koji žele promijeniti zajednicu nabolje i spremni su učestvovati u unapređenju zajednice, jer će ishod biti svima od koristi. Koristite faktore koji vas povezuju kako biste dobili informacije iz zajednice, ali i podijelili svoju viziju s njima u pokušaju da ih više zainteresirate.

Ovaj pozitivan proces razmjene ideja, izražavanja mišljenja i razmjene iskustava daje ljudima osjećaj saradnje i čini ih da se osjećaju kao da već učestvuju u procesu promjene nabolje. S druge strane, poduzetnicima u njihovim počecima pomaže u prikupljanju potrebnih povratnih informacija kako bi svoju ideju unaprijedili na višu razinu.





PREDVODNIŠTVO

Korak 4: Ubrzajte svoju ideju

Koncept koji bi mogao biti koristan u procesu ubrzavanja vaše ideje koristi pristup osmišljavanja dizajna prema kojem je pojedinac u samom središtu procesa te razvija rješenja koja se temelje na kontinuirano prilagođavanjem hipotezama, pretpostavkama i prototipovima za pronalaženje najboljih rješenja. U ovom pristupu odvija se sesija brainstorming-a, gdje željena ispolirana ideja od mutnog inicijalnog starta prolazi kroz proces razrade inicijalne ideje do opsežnog seta različitih ideja (mogućih ili nemogućih), nakon čega se ideje kroz proces konvergencije svode na dvije ili tri jasnije ideje, od kojih će se krenuti u realizaciju jedne ili svih ideja. Ovaj proces zahtijeva od svakog učesnika da bude otvoren, empatičan, integrativni mislilac s optimističnim stavom, spreman na eksperimentiranje i saradnju, jer je dosta slobode i „razmišljanja izvan okvira“ ne samo potrebno, već mora biti i dobrodošlo. Ove osobine mogu se naučiti i prakticirati i na taj način svako može naučiti kako da postane i razmišlja kao dizajner (engl. design thinking approach). U ovoj fazi može se stvoriti veza između kreatora i korisnika kroz jednostavno učešće u procesu izrade ideje gdje su sve ideje dobrodošle i jednako se vrednuju. Ideje



**Ne učite hodati tako
što slijedite pravila. Učite
tako što
pokušavate i padate.**

Richard Branson

se generiraju od jedan do pedeset, sto, dvjesto novih (divergentni proces), a potom se na temelju razmatranja resursa, izvodljivosti i održivosti ideje sužavaju na dvije ili tri s kojima će se ići u realizaciju (konvergentan postupak).

Kao što je ranije spomenuto, javne institucije obično rješavaju probleme kroz linearni

proces, uz malo prostora za iteracije na putu i bez interakcije s korisnicima dok proizvod ili usluga ne bude završen, a mnogi poslovni poduhvati prate slične korake na temelju utvrđenog poslovnog plana koji ostavlja malo manevarskog prostora za poboljšanja i nimalo za neuspjeh. Čak su i konzervativni startup-i ponekad promašaj ili pogodak, ovisno o uspjehu njihovih proizvoda na tržištu, kada se isporuka proizvoda isključivo temelji na „redovnim“ metodama, kao što su: istraživanje tržišta, identificiranje kupaca, stvaranje proiz-

voda, pribavljanje investitora, a zatim i prodaja proizvoda bez povratnih informacija konzumenata. Takav pristup može biti vrlo rizičan, a ponekad i vrlo skup te postoji bolji, predvidljivi i jeftiniji načini korištenja resursa u zajednici da bi se došlo do željenog rezultata. Poduzetnici, zajednice i vlasti imaju potpuno različite

dinamike, rade drugačije i koriste drugačiji pristup sprovedbi procesa i ideja. Poduzetnici rade odozdo prema gore, oslanjajući se na sebe da obavljaju posao u svijetu sazdanom mreža, dok vlasti rade vrh prema dolje, oslanjajući se na druge da obavljaju posao djelujući u hijerarhijskom svijetu. Svejedno, promjena tradicionalnih unutrašnjih procesa u pravcu racionalnijih procesa ili čak samo manje prilagodbe procesa ili njegovih dijelova pretvarajući ih u više „minimalističke s maksimalnim učinkom“ kroz njihovo usporavanje, seciranje u manje faze i omogućavanje interakcije zajednice čak i u manjem dijelu, stvara promjenu i pomak u shvaćanju da se stvari uvijek rade na isti način.

Čini se da startup pristup korištenja minimalnih resursa za postizanje maksimalne vrijednosti (engl. lean start-up approach) omogućava poduzetnicima upravo to, dakle, da smanje rizik dok istovremeno štede novac i osiguravaju proizvod ili uslugu koja je ugodnija za namjeravnog potrošača. Kod „lean“ startup procesa razlikuje se način na koji se odvijaju njihov proces inovacija. Umjesto da se slijedi određeni skup koraka, bilo da je riječ o proceduri, poslovnom planu ili nacrtu, proces se raščlanjuje u različite faze s fleksibilnim mogućim ishodima. Fokus je na stvaranju ugodnijeg doživljaja ili proizvoda kroz duže čekanje i poliranje „krajnjeg rezultata“, uz istovremeno uključivanje povratnih informacija zajednice ili kupaca te mišljenje autora u različitim etapama razvoja ideje, odnosno proizvoda. U samom procesu, proizvod ili usluga (ili inicijalna ili trenutna verzija proizvoda) gura se u smjeru potrošača koji neprekidno učestvuje u kontinuiranom procesu preispitivanja, povratnih informacija i unapređenja svake faze. Davanje vremena sebi i omogućavanje korisnicima, zajednicama ili developerima da vam daju povratne informacije, tako da možete preoblikovati svoje ideje, rekonstruirati usluge ili riješiti probleme koji se javljaju i na taj način uštedjeti vrijeme, trud i novac, dok se istovremeno osigurava da će ishod biti veći, bolji i od veće vrijednosti za one kojima je namijenjen da od njega imaju koristi. Ideja je da potrošači postanu partneri u tom procesu.

Ovaj proces također se može primijeniti u fazi prototipa, gdje se paralelno radi na nekoliko ideja u cilju donošenja konačne odluke koja od tih ideja će se konkretizirati. Razrada, testiranje i prikupljanje povratnih informacija o prototipovima odličan je način testiranja poželjnosti, kao i izvodivosti ideje, a time i dodatno pomaže u izboru s kojom idejom nastaviti u konačnici. Sa svakom novom etapom, ponovo se uspostavlja pravac u kojem će se inicijativa kretati, a postupak se ponavlja.

Kada se kristalizira konačna vizija inicijative, a proces implementacije utvrdi, isti je potrebno podijeliti sa svijetom s namjerom stvaranja tima koji ćete povesti na svom putu.

Korak 5: Nemojte odustati – već ste na pola puta

Vjerovanje u sebe da možete i ispravno utvrđivanje vlastitih ciljeva već vas je dovelo na pola puta. Ignoriranje savjeta kao što je „odustani sada, nikada nećeš uspjeti“ vas je i dovelo do ovdje. Ovo je trenutak kada se počinjemo pitati: „Šta je sve ovo, da li je ikome uopće stalo do svega ovoga?“. Tada si moramo reći: „Uredu, zaboravi na to i samo idi naprijed“.

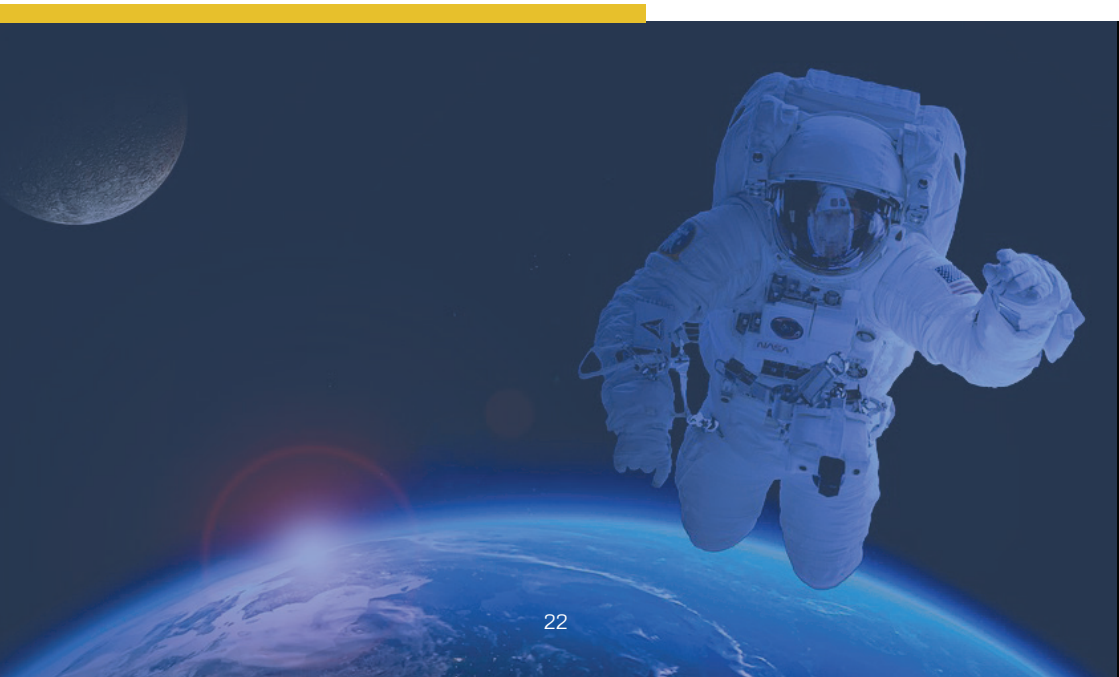
Sada se nalazimo u kritičnoj fazi. Ali ako ste došli dovdje, onda je i izvodljivo. Zajednica pozdravlja ideju, ima određenu strukturu, a tu je i tržišna niša. Ali to je trenutak kada prilike postaju složenije. To je i trenutak kada ljudi odustaju jer razrada ideje uzima sve više i više njihovog vremena, utječe na njihov porodični život ili posao ili uspjeh tokom studija. Postaje teško. Dobra vijest je da i treba biti teško. Doslovno ne postoji mogućnost postizanja značajnijeg uspjeha bez jako puno napornog rada. Tako živimo na ovoj planeti.



Koketirali smo s idejom, a sada je vrijeme da vidimo prve rezultate, što može potrajati i potencijalno vas obeshrabriti. Nije kraj svijeta ako dođe do kašnjenja. Trčite brže i uhvatite korak sa svojom dinamikom. Ali nemojte odustati. Umjesto toga, budite nezaustavljivi. To vam je najbolja vještina koju ste ikada mogli naučiti. Morate imati hrabrosti

da je steknete, prigrlite i zadržite. Možda ste jednostavno preblizu onome što ste čekali sve vrijeme. Uzvratite svim preprekama u duhu entuzijazma. Današnji izazovi donose sutrašnji uspjeh, a uspjeh je neumorna jurnjava za svojim snovima. U tome nema ništa posebno. Svi mi posjedujemo tu osobinu. Ponekad zahtijeva od nas da je potražimo u sebi, ali je sigurno tamo. To je stvar našeg osobnog rasta i napora koje ulažemo u svoje snove, izravno i bez uvijanja. To su vrijednosti superheroja koji čuči u nama. Superheroji ne rade stvari dopola. Daju se u cijelosti, a ne tek toliko koliko je dovoljno ili osrednje. Bez obzira na zadaću koju ste preuzeli na sebe, morate je do kraja ispratiti. To je ultimativna tajna uspjeha. U poslu ima dosta ideja, ali poduzeća ne uspijevaju u izvršenju. Pravi lideri prepoznaju važnost izvršenja plana. Dakle, usredotočiti svoju energiju, postaviti realne ciljeve, zahtijevati odgovornost i utvrditi dinamiku.

Sve poteškoće s kojima se danas susrećemo već sutra će biti „dobra stara vremena“. Ako stvarno naiđete na probleme, imajte na umu dvije stvari. Prva je da je vaš posao da probleme riješite i prevladate, inače ne biste bili tu gdje jeste. I druga je da pomislite na Elona Muska, čovjeka koji pokušava smanjiti troškove letova sa planete Zemlje na Mars za 5.000.000%, kako bi ljudska bića postala multiplanetarna vrsta. Je li vaš problem ove veličine i obima? Ako nije, ne zaboravite proslaviti svoj uspjeh.



Korak 6: Budite lider koji stvara druge lidere

Za učinkovito vođenje organizacije, zajednice, projekta ili poslovanja potrebno je razviti jasan osjećaj vlastite sposobnosti, strasti, snage i slabosti i pronaći način za njihovo povezivanje s našim okolišem. Okruženi smo prilikama da vodimo i budemo vođeni, a povezivanje naših talenata i interesa s ovakvim prilikama može donijeti iskustva i rezultate s trajnim efektom učenja kod nas, onih koji nas okružuju i samog našeg okruženja. Kroz takva iskustva možemo akumulirati povratne informacije i razmišljanja koja unapređuju našu sposobnost za stvaranje vrijednosti u našim zajednicama. Ova sposobnost, odnosno praksa prepoznavanja vlastitih talenata također pomaže u prepoznavanju talenata u drugim ljudima, što je od ogromne koristi u izgradnji utjecaja i planiranju aktivnosti kada možemo delegirati poslove i efikasnije i učinkovitije raspodijeliti potrebni rad. Uspješno povezivanje ljudi s njihovim potencijalima i odgovarajućim ulogama i zadacima može potaknuti produktivnost, unaprijediti fokus, potaknuti veću razinu napora i osjećaj zadovoljstva nakon dobro obavljenog posla te dovesti do snažnijeg osjećaja ostvarenja, što u konačnici dovodi do okruženja prepunog pozitivne energije.

Pravi lideri djeluju kao uzori, dijele svoja iskustva i motiviraju druge da ostvare svoje potencijale, oslobode svoje talente i ostvare svoje ciljeve. Lideri pomažu drugima da i sami postanu lideri i koristi od ove vrste liderstva su rasprostranjenije i učinkovitije u stvaranju pozitivne zajednice.



Liderstvo je umjetnost služenja drugih dajući im trening, alate, osobe, energiju i emocionalnu interligenciju tako da sami shvate njihov puni potencijal, lični i profesionalni.

Daphne Mallory
je ekspertica u oblasti
porodičnog biznisa u
Daphne Mallory Company.

U nastavku se navode neki savjeti kako biti lider koji potiče liderstvo i saradnju:

- prepoznajte i razvijte jasan osjećaj vlastitih talenata i slabosti, prihvatite ih;
- napravite plan koji će vam pomoći da zadržite ili produbite svoje snage i sposobnosti te vam pomoći da upravljate i koristite slabosti;
- promovirajte i koristite ono što je dobro i nemojte skrivati loše, već o njemu razgovarajte i upravljajte lošim;
- unaprijedite vještine i sposobnosti koje su vam potrebne kako biste povećali učinkovitost;
- saznajte kako povezati kompetenciju s odgovarajućim izborom za dužnja;
- saznajte kako iskoristiti svoje iskustvo kako biste uvijek promovirali učenje;
- budite inkluzivni, otvoreni, fleksibilni i osjetljivi;
- pokažite i promovirajte otvorenost za timski rad, saradnju, razumijevanje i prihvaćanje sposobnosti i slabosti jedni kod drugih;
- stvarajte pozitivno i vrijedno okruženje u kojem svi mogu napredovati.

“Izvanredni lideri daju sve od sebe da poboljšaju samopoštovanje kod svog osoblja. Nevjerovatno je šta sve ljudi mogu postići samo ako vjeruju u sebe”.⁸

Svako ko želi postati veliki lider trebao bi koristiti ove korake kao smjernicu za bolje ispitivanje i razumijevanje pojedinaca kojima je mentor ili s kojima radi, te razgovarati o tome koja je to potrebna vrsta razvojnog coaching-a kako bi se ljudi, vizija, talenat i realizacija ideja uskladili. Ozbiljan fokus na razvojni coaching oslobađa potencijale i talente kod ljudi i omogućava im da daju više zauzvrat.



Ne možete očekivati da vaši zaposlenici nadmaše očekivanja vaših klijenata, ako vi niste nadmašili očekivanja svojih zaposlenika u rukovođenju.

Howard Schultz

Živimo u vremenu „povezanosti“ i koristit ćemo jedni druge kao vrijedne resurse, što je moguće samo kroz saradnju, otvorenost, toleranciju, timski rad i prihvatanje međusobnih snaga i slabosti. Razumijevanje međusobnih sposobnosti omogućit će nam da nadograđujemo ideje jedni od drugih na učinkovit način te stvorimo obostrano koristan odnos učenja koji nam omogućava da bolje razumijemo probleme koji nas okružuju, kao i koji su to resursi koji mogu pomoći u pronalaženju rješenja za te probleme.

Veliki lideri sa značajnim iskustvom i uspješnim projektima iza sebe uvijek djeluju kao oni koji daju svoj doprinos u startup-u zajednice i planiraju djelovati kao savjetnici na duže staze kreativnim pokretačima koji imaju isti poduzetnički duh, ali ne i puno iskustva. Pravi mentori uložiti će svoje vrijeme i energiju, bez očekivanja osobne ekonomske nagrade i reći će istinu, koliko god da je to teško.



Liderstvo je sposobnost ne samo da razumijete i iskoristite svoje urođene talente, već i da učinkovito iskoristite prirodne snage vašeg tima za ostvarivanje misije.

Katie Christy, osnivačica
Activate Your Talent.

Za lidere je vrlo važno da budu inkluzivni i ne igraju igru pobjednika i gubitnika. Bez obzira na njihovo porijeklo, obrazovanje i iskustvo, svako bi trebao moći da dâ svoj doprinos u pokretanju zajednice te ga treba pozdraviti i ohrabriti da podijeli ono što ima za ponuditi. Vrata moraju uvijek biti otvorena, a svi koji bi željeli da se uključe trebaju i imati mogućnost da doprinesu. Pobjednika će biti puno kako se uključivanje bude širilo i mnogi će se uključivati dugoročno. Jedan projekat vodi do drugog, jedan posao do drugog.

Generiranje više aktivnosti i učešća stvara promjenu od koje veća skupina ljudi može imati koristi, te ovo u konačnici može postati temelj za dalji rast. Uključivanje se ne bi trebalo zaustaviti na individualnoj razini, već proširiti i na druge zajednice, razvijati mreže s drugim gradovima, doprijeti do online zajednice itd. Bilo koja vrsta ograničavanja na geografske ili druge granice može paralizirati rast napretka i usporiti širenje rasta mreže.

Korak 7: Formirajte svoj tim

Uspostavljanje i izgradnja tima ključni je element u uspješnoj realizaciji bilo koje inicijative. Jedan od najtežih izazova je pronalaženje odgovarajućeg sastava za kulturu koju želite stvoriti sa svojim timom. Puno je onih koji su talentirani i kvalificirani, ali ako nema podudarnosti između talenta i uloge, biće nemoguće izvući postojeći talenat i potencijal. Kako bi se pronašla odgovarajuća podudarnost, vizija i kultura koju planirate stvoriti trebaju biti jasno istaknuti. Vizija je ono „zašto“ i „kako“ kod vaše inicijative. Trebalo bi biti jasno zašto ste se otisnuli na ovaj put, gdje želite stići u bliskoj i daljoj budućnosti te kako tamo planirate stići. Razlog za inicijativu ostaje u određenoj mjeri nepromijenjen, ali način na koji stižete do cilja ovisit će o kulturi koju stvarate, brzini kojom se krećete naprijed i promjenama u okruženju u kojem djelujete. Kultura koju stvarate ovisit će o timu koji uspostavite, stoga će angažiranje članova vašeg tima stvoriti tu kulturu i određivati smjer u kojem se krećete naprijed.

Da biste privukli pravi talent i odabrali pravi pripadajući par, moguće je iskoristiti mreže uspostavljene tokom početnih faza osmišljavanja ideje, brainstorming, razradu prototipova, umrežavanje s kreativnim i obrazovanim ljudima koji su pokazali istinski interes za vašu inicijativu i zainteresirani su za dugoročno uključivanje. Stvaranje zabavnog i interesantnog pritiska i okretanje ka drugim zajednicama može pomoći ukoliko vam nedostaje ljudi koji bi odgovarali potrebama u vašoj zajednici. Važno je da ne žurite i posvetite vrijeme pronalaženju pravih osoba.



**Moj model poslovanja su
Beatlesi – četiri momka
koji jedan drugom drže
negativne tendencije pod
kontrolom.
Jedan drugom su bili
ravnoteža. A ukupan zbir je
veći od zbira njegovih dijelova.**

Steve Jobs

Drugi važan element u pronalaženju pravih podudarnosti jeste definiranje jasnih uloga. Bez obzira na talenat, set vještina, iskustvo ili ambicije osoba koje se pridružuju vašem timu, ako uloge nisu jasno definirane, onda bi bilo nemoguće procijeniti da li će osoba koju angažirate moći biti uspješna u onome što radi. Ako nema osjećaja



ostvarenja ili uspjeha, moral i entuzijizam brzo padaju, što uzima danak na cjelokupnu kulturu, kao i održivost tima. Ovo je posebno važno prilikom zapošljavanja baze vašeg tima, vaših glavnih saradnika koji su temelj vašeg tima i teže ih je zamijeniti. Vaši angažirani zaposlenici također bi trebali biti živahni, kreativni, različiti po vještinama koje posjeduju i uzbuđeni oko vaše vizije jednako kao i vi. Jednako kao što je važno pronaći prave ljude, isto tako je važno razići se s onima koji se nisu pokazali kao pravi ljudi za posao. Da bi bilo koja inicijativa napredovala i rasla namjeravanom brzinom, potrebni su pravi ljudi u timu kako bi osigurali rast. Imajući u vidu vrijeme i trud koji je potreban za pronalaženje pravog tipa i zaživljavanje inicijative, može biti od pomoći ako pronađete partnera kako bi se teret startup-a raspodijelio ili odmijenio. Razmatranje mogućnosti partnera kod vaše inicijative može olakšati vođenje svakodnevnih aktivnosti i omogućiti objema stranama da vrijeme ulažu u stvari koje su bitne, umjesto što pokušavaju upravljati svime.

Bez obzira za koga se odlučite kao člana tima, izazov je naučiti kako da zajednički radite. Svaka osoba ima drugačiji stil rada i komuniciranja te različitu dinamiku rada. Isplatit će vam se ulaganje u učenje o vašem timu, kako funkcioniraju i komuniciraju, imajući u vidu da ćete komunikaciju sa svojim timom imati na svakodnevnoj osnovi, što će postaviti temelj za buduće dugoročne odnose. Prilikom utvrđivanja stila rada ili radne dinamike pojedinačnih članova tima, pogotovo ako nisu vični verbalnoj komunikaciji, bilo bi korisno za svakog člana tima da prođe testove za specifične dinamike rada, poput alata za procjenu kompetencija i potom razmijeniti rezultate tako da svako dobije priliku da se upozna sa stilovima drugih. Veće razumijevanje i međusobna svijest o dinamičnim stilovima rada dovodi tim na novu razinu, gdje mogu ugodnije i otvorenije sarađivati i pomagati jedni drugima u izgradnji bolje komunikacije. Otvorenost i izravnost također pomažu kod poboljšanja dinamike tima, ako se sprovode na pravi način. Pozitivno poticanje, iskrene povratne informacije i pravi oslonac pomažu u izgradnji timskog morala i svaki značajniji napredak na neki način se nagrađuje. Treba nagraditi svaki dobro urađen posao, stjecanje dodatnih vještina vezanih za unapređenje rada i stvaranje rasta u bilo kojem smislu.

Nagrade ne moraju uvijek značiti nešto opipljivo ili materijalno, već također mogu doći i u formi verbalnog ili pisanog priznanja te ih treba

svesrdno posvetiti članovima tima ili timu u cjelini, ako su njihovi naponi pomogli u realizaciji inicijative.

Ovisno o budžetu predviđenom za okupljanje, održavanje i rast tima, pravac rasta uvijek može izgledati onako kako smo zamislili. Ako je potrebna dodatna pomoć, a nema raspoloživih sredstava, uvijek se može tražiti dodatna pomoć izvan organizacije kroz angažman pripornika koji traže iskustvo, bez obzira na naknadu. Mnogi mladi ljudi željni su sticanja iskustva iz stvarnog života, ali nemaju za to priliku jer su u procesu obrazovanja ili možda bez prilika za zapošljavanje. Kada im se dà prilika mogu stvoriti čuda. Zauzvrat, inicijatori kreiraju okruženje u kojem se pripravnici mogu educirati, steći vrijedno iskustvo, rasti, osjećati se korisno i uvažavano. Obično je to situacija u kojoj su obje strane na dobitku, bez previše ulaganja. Što se tiče dodatnih savjeta, možemo planirati formiranje vlastitog tijela savjetnika koji će djelovati kao mentori i pratiti napredak naše inicijative. Također, možemo tražiti saradnike i mentore na univerzitetima i drugim obrazovnim institucijama, kao i tražiti savjet od etabliranih poduzetnika koji su spremni podijeliti svoja iskustva. Ti ljudi, u dosta slučajeva, djeluju kao članovi savjetodavnih tijela drugih preduzeća, nevladinih organizacija i poduzetnika, te mogu eventualno biti spremni da vam pomognu da oformite vlastiti odbor savjetnika.

POKRET

- * Niz aktivnosti i događaja koji se dešavaju tokom određenog vremenskog razdoblja kako bi se promoviralo načelo ili politika.
- * Skupina ljudi koji zajednički rade na unapređenju njihove zajedničke i radne političke, društvene ili umjetničke ideje.

Tim je osnova inicijative i prva i osnovna determinanta uspjeha inicijative, tako da odabir pravog tima i kontinuirana briga za svakog člana tima treba biti fokus i prioritet bilo koje organizacije, tima ili poduzeća. Ne zaboravite, vi ste oni koje zapošljavate!



PODUZETNIŠTVO



Korak 8: Privlačenje sredstava

Finansiranje je vjerovatno najteža prepreka za preskočiti. Legitimno postavljamo pitanje „gdje da tražim finansiranje i kako mogu plasirati svoju ideju, proizvod ili usluge na tržištu?“. Za manje inicijative neki autori preporučuju model tri „F“ ili na engleskom „family, friends, fools“, odnosno porodica, prijatelji i budale. Ovaj model može biti dobar početak, ali za razradu ideje potreban je dobar model inicijative i besprijekorna prodajna taktika. Prototip također predstavlja i razinu predanosti i mnogi ga smatraju jako bitnim.

Dakle, šta nam je činiti? Ovo je trenutak kada vaša ideja više nije samo ideja, već postaje model projekta. Dobija svoju strukturu, imate tim i ulažete svoje vrijeme i energiju na stvaranje mreže potencijalnih investitora ili korisnika, pokušavate prodati vaš poduhvat što većem broju ljudi i početi ostvarivati povrat na vaša ulaganja, bilo novčana ili nenovčana. Vi ste u „go-go“ fazi, kako je naziva Adizes.

Finansijska injekcija u vaš projekat bila bi fantastična stvar u ovoj fazi. Možete razmotriti mogućnosti poput javno-privatnog partnerstva, crowdfunding/crowdsourcing, kao i dobru staru prodaju od vrata do vrata. Investitori ili korisnici žele velike ideje, s potencijalom da promijene svijet, ponašanje, kulturu ili način razmišljanja. Također, i modele projekata koji će zadovoljiti njihove potrebe ili im pomoći da pokrenu svoj projekat učinkovitije i troškovno učinkovito. Najbolja opcija za isticanje u odnosu na druge je prikazati na koji način investitor, društvo ili zajednica mogu imati koristi od toga i kako oni mogu dobiti povrat. U idealnom okruženju treba tražiti one koji mogu osigurati nešto za vaš model, osim novca, poput osobe ili zajednice koji pomažu u snažnijem rastu vašeg projekta, bilo kroz savjete, know-how ili jednostavno veze u industriji. Svakako je bolje imati aktivnog saradnika, umjesto nekoga ko će samo dati novac i ništa osim toga. Za osobu koja je nova u ovakvom obliku djelovanja, ključna je vještina znati šta tražite kod investitora. Želite najbolje investitore za vaše poslovanje, a ne samo njihovu novčanu podršku.

CROWDSOURCING

Korištenje kolektivne pameti javnosti, putem interneta, društvenih medija i aplikacija za pametne telefone, za potrebe pronalaženja posla, informacija ili mišljenja.

Kvalitetna i dobro razrađena prodajna taktika povećava vaše mogućnosti za privlačenje sredstava. Da biste jasno prenijeli svoju viziju drugima, kako biste ih mogli angažirati u korisne diskusije te ih motivirati da se uključe u saradnju s vama u nekom obliku ili formi, potrebno je usavršiti finalnu prodajnu taktiku. Općenito, sažetije je i bolje. Već ste na pola puta ako može sažeti svoju ideju u jednu intrigantnu rečenicu. Mnogi investitori odluku donose u prvih 30 sekundi ili jednoj minuti. Međutim, možete imati dobre šanse ako pratite ove preporuke i ako znate:

- ko je vaša publika;
- ko su vaši korisnici i koje su vaše slabosti;
- koncizno objasnite o čemu se radi u vašem projektu i koji je vaš cilj;
- budite entuzijastični, ali i realni.

Kao novajliji, ovo će vam pomoći kod uvjeravanja svojih potencijalnih investitora. Također je važno dobro savladati korespondenciju u njenom najjednostavnijem obliku, tako da ljudi znaju da vas mogu nazvati u bilo koje doba ili da ćete im brzo odgovoriti na upit. Iskrenost se apsolutno podrazumijeva. Zavest ćete vašu publiku ako svoje ideje projicirate na autentičan i iskren način. Također je važno moći razviti razumnu procjenu vašeg poslovanja. Ništa ne odbija potencijalne saradnike kao pretjerana procjena. Stoga, budite realni.

Iskoristite online tržište za prikupljanje sredstava. Izravna i osobna veza jeste bitna, ali vaša lokacija ne treba biti ograničavajući faktor. Tragajte za online platformama za prikupljanje sredstava i pokušajte tamo prodati svoj projekat. Ako imate kvalitetnu i vrijednu ideju, to će privući investitore i sljedbenike.

CROWDFUNDING

Metoda finansiranja projekta ili poslovnog pothvata kroz prikupljanje manjih iznosa novca od većeg broja ljudi, obično putem interneta.

Korak 9: Realizirajte ideje koje su bitne vašoj zajednici

Ljudi širom svijeta zabrinuti su za svoje zemlje, zajednice ili društva. Mnogi misle da društvene zabrinutosti trebaju biti važan segment njihovog rada. Okruženi smo urušenim sistemima sačinjenim od neučinkovitih starih procesa. Znamo da neke stvari jednostavno ne funkcioniraju te da bi njihova promjena ili poboljšanje promijenilo način življenja. Poboljšanje načina življenja kroz iznalaženje rješenja za probleme koji su od društvenog značaja postaje fokus mnogih pojedinaca, preduzeća i organizacija širom svijeta. Socijalno poduzetništvo podrazumijeva iznalaženje novih prilika za odgovor na društveni problem i stvaranje novih načina njegovog rješavanja, eventualno uz korištenje resursa koji su lakše dostupni i pokazuju određeni stepen predvidljivosti. Možda zvuči teško ako na to gledamo iz perspektive šire slike, ali kao što je već rečeno, suština je u razvrstavanju na manje elemente i kretanju od manjeg obima, pod uslovom da je moguće raditi u manjem obimu, a tek potom se širiti. Ako je ideja bitna i ako popravlja nešto u vašem životu, onda će najvjerovatnije poboljšati živote drugih koji vas okružuju.

Umjesto razmišljanja kako promijeniti cjelokupni urušeni sistem obrazovanja, bolje je razmišljati kako poboljšati jedan sat u jednom danu vaših učenika i studenata. Umjesto razmišljanja kako zaštititi prirodne resurse u cijeloj zemlji, bolje je razmišljati o načinima kako poboljšati i zaštititi svoj vrt. Dokazani modeli koji funkcioniraju i donose promjene na manjoj razini također se mogu replicirati na veću razinu. Suština je u osiguravanju promjene, bez obzira koliko je promjena mala. Tu promjenu potom treba podijeliti sa zajednicom koja bi mogla prihvatiti ideju i ponoviti je kao sredstvo za unapređenje svog okruženja i načina življenja.

Jedan od izazova sprovedbe ovih održivih ideja jeste u osiguravanju potrebne saradnje i podrške vlasti te iznalaženju zajedničkog sredstva za rješavanje problema. Projekti se bave izravno korisnicima, dok vlasti dolaze do stanovništva putem različitih vrsta organa, uglavnom neizravno. Premda neki od ciljeva mogu biti isti, poput kreiranja pozitivnog utjecaja na lokalne zajednice, sredstva za mjerenje utjecaja mogu se uveliko razlikovati. Potrebno je da predstavnici vlasti i projekta imaju međusobnu interakciju, saradnju i da pronalaze načine na



“

Sve se može dobiti ako postoji spremnost da se drugima pomogne da dobiju ono što žele.

Zig Ziglar

koje će povećati korištenje međusobnih resursa, znanja i stručnost za sprovođenje ideja i procesa od koristi za društvo. To je situacija gdje se zajednički jezik može prepoznati po mjerljivim rezultatima. Ako projekat ima dokazani model koji djeluje i pokazuje pozitivne rezultate u manjem obimu, vlasti će biti otvorene za mogućnost učenja o ovakvim inovativnim načinima putem kojih poduzetnici mogu stvarati utjecaje te preuzeti ovakve projektne modele prilikom donošenja strateških odluka, ali i inicirati podršku tim projektima i javnosti putem odgovarajućih poticaja.

Ideje koje su bitne vašoj zajednici su društveno svjesne ideje koje pružaju podršku vrijednim uslugama u zajednici, a koje se mogu grupirati u „ekološke, socijalne i usluge uprave“, također poznate kao ESG (engl. environmental, social, governance) investicije. Teme iz ovih oblasti mogu se ticati zagađenja, čišćenja rijeka ili parkova, organiziranja sportskih događanja do zdravstvene zaštite, obrazovanja, korupcije, rodnih pitanja, ljudskih prava i tradicionalnih općinskih usluga. Ovdje je riječ o izgradnji etičke organizacije koja uključuje vrijednosti različitosti, zajednice i javnog dobra na dobrovoljnoj osnovi.

Pored toga, tu su globalne inicijative koje zahtijevaju projektni angažman u razvoju. Projektni poziv na djelovanje primjer je multilateralnog savezništva koje „poduzeća izaziva da unaprijede osnovne poslovne djelatnosti koje uključuju siromašnu populaciju i doprinose ostvarivanju Ciljeva održivog razvoja“.⁹ Najjednostavnije rečeno, naša je odgovornost da se brinemo za druge i to je naš globalni cilj. Zapamtite, mi smo lideri i trebamo sprovoditi ideje koje su bitne i potrebne u zajednici. Cilj nam je napraviti razliku. Cilj je da se okupimo sa svim predstavnicima naše zajednice u stvaranju rješenja za transformaciju zajednice.

I to je nešto što će vam pomoći da pokrenete svoju zajednicu. Nakon što je zajednica razvijenija i kada okruženje vaše projektne ideje postane zdravije, vrijednosti vaše ideje će se jednako tako multiplicirati.

⁹ Inclusive Business as a Key Contributor to Development Agenda. UNDP, 2015.

Korak 10: Mjerite i promovirajte vaše rezultate

Rezultati se mogu mjeriti na brojnim različitim razinama poput aktivnosti, rezultata i ishoda, što bi značilo da prije nego što počnemo mjeriti rezultate, trebamo odlučiti na kojoj razini će se rezultati mjeriti. Naprimjer, Harvard Business Review u svom članku „Budimo realni kod mjerenja rezultata“ analizirao je tri organizacije i njihovo mjerenje učinka, i to „Acumen Fund“, „Robin Hood Foundation“ i „Millennium Challenge Corporation“ (MCC). Naprimjer, „Acumen Fund“ mjeri neposredne rezultate poput broja proizvedenih i distribuiranih mreža protiv komaraca. „Robin Hood“, pak, mjeri ishode, a „MCC“ širi utjecaje na društvo. Da bi se bolje razumjelo pitanje, „Acumen“, naprimjer, može također mjeriti smanjenje slučajeva malarije umjesto jednostavne mjerljive mjere broja proizvedenih mreža.

Stoga, za mjerenje naših rezultata, moramo razumjeti naše potrebe za informacijama o rezultatima i odabrati odgovarajući alat za mjerenje. Preporučuje se da steknemo osnovna znanja o alatima za monitoring i evaluaciju. Relativno je lako steći osnove i to je važan alat za monitoring napretka i krajnjeg rezultata. Također nam može biti potrebna ekspertiza za istraživanje i predanost longitudinalnim studijama i resursima. Jednostavno rečeno, planirajte, djelujte i provjeravajte i tako ćete proširiti svoje mogućnosti za uspjeh.

S druge strane, oglašavanje rezultata suštinski je dio mnogih projekata. Pomaže vam da privučete pažnju korisnika na svoj projekat, proizvod ili uslugu ili u privlačenju novih korisnika. Danas postoje brojne mogućnosti za promociju vaših rezultata, od digitalnih medija do tradicionalnih printanih medija. Znete li šta ljudi govore o vašoj ideji, proizvodu ili uslugama? Velika poduzeća ulažu značajna sredstava u oglašavanje, ali mala poduzeća isto tako moraju biti svjesna percepcije kupaca. Besplatni društveni mediji ili blogovi čine se kao dobar izbor za početak. Popularni su i masovno korišteni. Zahtijevaju kontinuiran angažman s publikom i ustrajnost, ali u cjelini vas mogu odvesti u dobrom smjeru kod oglašavanja vaših proizvoda ili usluga.

NEKI OD ALATA ZA INICIRANJE AKTIVNOSTI



S pokretanjem sebe prema gore navedenim koracima, spektar mogućnosti za ubrzanje ideje postaje neizmjereno veći. Naoružan vještinama koje su u skladu sa zajednicom i kao lider koji stvara druge lidere i odlučan je da ne odustane, spreman je za stvaranje tima koji može privući sredstva i sprovesti društveno odgovorne ideje u svojoj zajednici.

S obzirom na poduzetničku filozofiju djelovanja koju ohrabruje ovaj alat mentorstva, koncept međusobno povezanih inovativnih aktivnosti poput startup dana, hakatona, mentorstva i idejatona kroz transformacijski model zajednice nastoji potaknuti novu, inovativnu i poduzetničku kulturu u lokalnim zajednicama.

Ovaj skup aktivnosti osmišljen je da namjerno izbjegne ponavljanje tradicionalnog formata edukativnih događaja koje su lokalne zajednice već imale priliku iskusiti. Ove aktivnosti imaju potencijal rezultirati inovativnim poboljšanjima unutar jedne zajednice zasebno ili kada su strateški povezane.

1. Startup dešavanja (također poznati kao startup sedmice ili startup dan)

Okupljaju obične građane iz svih sfera života koji imaju interes za socijalno poduzetništvo i aktivizam, predstavnike najaktivnijih lokalnih i regionalnih organizacija, predstavnike lokalne uprave, lokalne i regionalne poduzetnike, uspješne startup-e iz njihove zajednice i motivacijske govornike koji su iskusili dobre poduzetničke prakse i svi oni su pozvani na ova šestosatna dešavanja. Svi ovi učesnici imaju jedinstvenu priliku umrežavanja s drugima i inspiraciju od drugih aktivnih članova svoje zajednice. Osim toga, koncept startup dešavanja nudi mogućnosti za umrežavanje svih navedenih lokalnih aktera, njihovo educiranje na temu startup-a i socijalnog poduzetništva, motiviranje za planiranje i realizaciju vlastitih ideja bilo pojedinačno ili u timu, njihovo mentorstvo u stvaranju ideje i nagrade za njihove inovativne napore.

Dnevni red startup dešavanja uključuje edukaciju učesnika o definiranju startup-a putem stvarnih primjera i motivacijskih govornika, konceptu brainstorming-a ideja u timovima sačinjenim od ljudi ra-

zličitih dobi i društvenih i profesionalnih iskustava, o konceptu učinkovite prodajne taktike za one iste ideje pred publikom sastavljenom od različitih aktera, o konceptu i kriterijima za glasanje o najboljim socijalnim poduzetničkim idejama, o važnosti profesionalnog speed dating-a i umrežavanja s ljudima koji dolaze iz različitih sfera, kao i o značajnim elementima koji čine jednu ideju socijalnog poduzetništva uspješnom.

U idealnom slučaju, ova aktivnost educira publiku o tome šta je startup, prikazuje ih kroz praktične primjere kako funkcionira proces stvaranja startup-a i motivira ih da prodaju ideju njihovog potencijalnog startup-a ili socijalnog poduzetništva. Nakon glasanja publike, oni čija ideja ide u drugi krug postaju vođe tima. Navedeni tim sastoji se od ljudi čija ideja nije prošla, ali koji su motivirani praktičnim primjerima i žele se pridružiti procesu razrade tuđih ideja. Ovi timovi pod mentorstvom su stručnjaka iz poduzetništva tokom cijelog događaja. Mogu se naći na dobrovoljnoj osnovi iz lokalnih, regionalnih ili nacionalnih kontakata. To je ono što čini koncept startup dešavanja učinkovitim. Naime, tu svi uče od čega se sastoji uspješna ideja, s tim da se ne isključuje nikoga u tom procesu i zapravo ih se uči snazi zajedničkog rada u kasnijim fazama. Najbolje ideje nagrađene su ovisno o poklonima sponzora, izravno povezane s potencijalnim investitorima i mentorima u publici (lokalnim i regionalnim poduzetnicima) koji funkcioniraju u oblasti stručnosti u kojima će se razvijati pobjedničke startup ideje ili koje su spremni podržati jednu od ideja jer jednostavno u tome imaju osobni interes. A ako postoje potencijalno učinkovite ideje koje nisu došle do pobjedničkih krugova jednostavno zato što je potrebno više raditi na njima, haka-toni i idejatononi će biti dovoljni da zadovolje ove potrebe.

2. Hakaton

Hakaton je natjecanje gdje učesnici uče kako generirati nevjerovatnu ideju iz ničega, bez da znaju programske jezike. Njegova važnost leži u educiranju lokalnog stanovništva o komunikacijskim alatima, znanju i trikovima za oživljavanje ideje zajedno s drugima iz svoje lokalne zajednice. Hakaton je natjecanje koje jasno definira problem u zajednici i okuplja učesnike podijeljene u timove koji se međusobno natječu kako bi pronašli jedno jedinstveno i najbolje rješenje za ovaj problem. Jednostavno rečeno, hakaton predstavlja jasan izazov otvorenog tipa u formi pitanja. Natjecatelji se razvrstavaju u timove i potom zajedno rade na rješavanju jednog, jedinstvenog zadatog problema. Izravno su pod mentorstvom stručnjaka odabrane stručnosti ili teme događaja. Ovisno o temi hakatona, zainteresirana poduzeća i organizacije trebaju biti pozvani kao gosti i/ili sponzori. Hakatoni su obično odličan način za povezivanje poslodavaca s grupom entuzijasta i inovativnih potencijalnih zaposlenika. Međutim, od velike je važnosti promovirati događaj tako da je otvoren za sve, neovisno o iskustvu ili uzrastu učesnika, usmjeren na problem koji se pokušava riješiti na hakatonu i interes njegovih učesnika.

Natjecatelji su podijeljeni u timove. Predloženi broj članova tima je od tri do pet, što ovisi o ukupnom broju učesnika i fizičkoj veličini prostora gdje se događaj održava. U idealnom slučaju, ovaj događaj se odvija u prostoru u javnom vlasništvu, tako da organizator događaja ne mora platiti za prostor, već uključuje lokalne samouprave ili poduzeća da izravno sponzoriraju dešavanje kroz osiguranje prostora za kreativno dešavanje usmjereno na rješavanje problema, kao što je ovaj događaj.

Svrha mu je izravno mentorstvo, educiranje, rješavanje problema, održivost projekta i umrežavanje. Štaviše, cilj mu je upoznati lokalnu zajednicu (i širu publiku) sa konceptom brainstorming-a i njegove važnosti u stvaranju održivog društvenog razvoja. Organiziranjem hakatona, članovi lokalne zajednice dobijaju priliku da se sastanu i zajedno razvijaju nove ideje, iako su možda ranije vjerovali da u njihovoj zajednici nije bilo aktivnih članova s istom vizijom u rješavanju problema.

Praktičan primjer je angažiranje lokalne fabrike hrane kao sponzora jednog hakatona s glavnim zadatkom izrade i dizajna nove am-

balaže za kiselo vrhnje koje prodaju, ali kojem je potrebno inovativno osavremenjavanje. Na taj način poslodavac ima koristi od pribavljanja novog dizajna proizvoda i učesnici su izloženi svojim potencijalnim poslodavcima/investitorima/mentorima.

3. Idejaton

Uključuju inovativne edukativne koncepte. Svi edukatori na idejatonima će biti izravni mentori učesnicima tako što će ih podučavati novim vještinama i teorijama. Idejaton je dešavanje gdje se učesnicima predstavljaju inspirativni primjeri iz prakse tokom prvog sata događaja, a tokom naredna tri sata učesnici primjenjuju isti set alata koji se koristi u ovim primjerima kako unaprijediti svoje ideje na licu mjesta tokom učešća i idejatona.

Pristupi edukatora na idejatonu obuhvataju sve elemente u zajednici i temelje se na sljedećem:

3.1. Hakerski pristup zajednice

Način rješavanja transformacijskih izazova jeste da projektna aktivnost može okupiti ljude koji nisu zaraženi narativnom kolektivnom apatijom i koji imaju iskustvo, znanje, vještine, liderske sposobnosti i kapacitete za umrežavanje kako bi se olakšala transformacija koja će „probuditi zajednicu“ i „hakirati“ svijest kolektiva da preuzme odgovornost za kvalitetu vlastitog života i proaktivno uspoređivanje s postojećim pasivnim načinom rada. Svi programi i aktivnosti će biti osmišljeni na način da stimuliraju „efekat hakiranja“.

3.2. Startup pristup

Aktivnosti će također promovirati startup pristup u kojem nema odustanja. Korištenjem ovog pristupa educirate ljude o tome kako osigurati održivost njihovih ideja i inicijativa, kao i kako primijeniti pametne vještine planiranja koje će privući investitore. Startup koncept unosi se u razvoj zajednice, kao i koncept transformacije, jer bi taj model mogao biti primjenjiv na bilo koji subjekt koji teži održivom, učinkovitim, djelotvornom i relevantnom funkcioniranju. Još jedan od razloga je što smo kao zajednica i struktura dužni stvarati i njegovati temeljne vrijednosti (društvene, ekonomske i kulturne).

3.3. Pristup odozdo prema gore

Uspostavljanjem infrastrukture i afirmativnog okruženja za pristup odozdo prema gore u kreiranju i sprovedbi politika također promovi-
rate participatornu demokratiju i građanski angažman u životu zajed-
nice.

34. Strateški pristup usmjeren na pojedinca

Stavljanje pojedinca u središte njegovog rada kao najvrjednijeg re-
sursa; pristup u čijem središtu je pojedinac osigurava prilagođene
intervencije.

3.5. Socijalni pristup

Bavi se povjerenjem zajednice, vlasništvom i predanošću članova
zajednice vezano za transformaciju zajednice. Također je široko pre-
poznato da se transformacija zajednice, kao i razvoj na lokalnoj razini
dešava ako članovi zajednice razviju visoku razinu povjerenja, dijele
zajedničke vizije i vlasništvo nad samim procesom.

3.6. Neformalni pristup obrazovanju

Edukatori na svim tim dešavanjima koristit će visoko participativan
i interaktivni pristup u učenju koji će se temeljiti na ciklusu iskust-
venog učenja. Ovaj pristup omogućava kritičko, inovativno i kreativno
razmišljanje i jača vještine refleksije. Ovaj pristup doprinosi transfor-
mativnom učenju.

3.7. Participativni pristup

Svi procesi temeljit će se na širokim konsultacijama s javnim i drugim
subjektima u zajednici kako bi osigurali njihov angažman tokom cijel-
og procesa. Participativni pristup osigurava bolje lokalno vlasništvo.

4. Mentorstvo

Mentorstvo se odvija u različitim oblicima i na različitim razinama ukl-
jučenosti. Zajednice su složeni i promjenjivi sistemi sastavljeni od ra-
zličitih subjekata koji, u određenim uslovima, trebaju zadovoljiti osobne
potrebe i interese kroz individualne i grupne aktivnosti. Ta složenost
također se odražava na proces transformacije koji se mora desiti u

određenoj zajednici.

Potencijal mentorstva treba tražiti kod pojedinaca/organizacija/poduzeća koja imaju:

- spremnost za uključivanje u proces transformacije zajednice – predanost, visoka razina povjerenja zajednice i izgradnje vlasništva, pristup razvoju koji u svom središtu ima pojedinca;
- dovoljno kapaciteta za učešće i doprinos transformaciji zajednice – (upravljanje promjenama) – što će utjecati na umrežavanje i osnaživanje lokalnih lidera da vode transformaciju od najniže razine, odnosno pristup odozdo prema gore;
- inspirativno i inovativno mjesto/prostor za međusobnu saradnju (utjecati na uspostavljanje fizičkih mjesta okupljanja subjekata u zajednici za susrete i razgovor);
- interes za održive programe na razini politika te institucionalnoj i finansijskoj razini.



ZAKLJUČAK

Predmetni vodič nudi koncept načina kako transformirati zajednicu u ugodnije mjesto življenja. Temelji se na povezanosti između startup filozofije i osnova teorije i prakse razvoja. Fokusira se na aktivnosti i aktivizam ljudi i slavi moć ideja. Tendencija mu je da prenosi pozitivne vibracije i sadrži inspirativne ideje o tome kako osigurati iskorake u radu po pitanjima od nečijeg interesa. Nudi strukturu idejama o kojima se sanja i potiče ljude da stvaraju svoje pokrete ili modele projekata. Cilj vodiča je pomoći ljudima da žive bolje i prosperitetnije živote u svojim zajednicama.

Koncepcijski, ovaj dokument strukturiran je u tri dijela. Prvi o aktivizmu obuhvata korake od 1. do 3. Ovi koraci potiču pojedince na djelovanje, da postanu aktivisti i faktori promjene. Drugi obuhvata korake od 4. do 7. i govori o liderstvu. Predstavlja poziv na preuzimanje vodstva i omogućavanje pozitivnog razvoja u zajednici. I posljednji dio je o poduzetništvu, pomaže razumijevanju samih osnova poduzetničkog ponašanja koje su itekako primjenjive na modele projekata, dajući inovativan zaokret u tradicionalnom projektnom razmišljanju, a kako bi postigli bolje rezultate.

Ovo je edukativni materijal sa stvarnim potencijalima za praktičnu primjenu. Tokom godina, otkrili smo da su osnaživanje ljudi i edukacija neophodni za razvoj. Ovaj dokument osposobljava ljude sa znanjem da nije na drugima već na njima samima da naprave razliku koja je bitna. Govori o ljudima kao društvenim bićima. Riječ je o zbližavanju ljudi kako bi napravili razliku. Naš opstanak ovisi o sposobnosti povezivanja s drugim ljudima. Naši životi, projekti i zajednice ovise o toj interakciji. Poduzetničko uključivanje čini se od presudne važnosti i ima potencijal da bude katalizator razvoja i daje smisao ovom izvješću.

Predviđa se da će ovaj dokument služiti kao putokaz i alat za mentorstvo za sve koji su spremni djelovati u pravcu transformacije zajednice i vlastite dobrobiti.



BIBLIOGRAFIJA I LITERATURA ZA DALJE ČITANJE



Al Ries, Jack Trout.
"Positioning: The Battle for Your Mind."
The McGraw-Hill Companies, 2001.



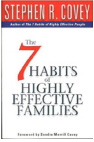
Amstrong, Michael.
"How to be an Even More Effective Manager."
Kogan Page, 1994.



Bernadette, Jiwa
"Meaningful: The Story of Ideas that Fly".
Perceptive Press, 2015.



Burke G, Clarke L, Molian D and Barrow P.
"Growing Your Business."
Routledge, 2008.



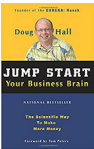
Covey, Stephen.
"Seven Habits of Highly Effective People."
Simon&Schuster, 1999.



Craven, Robert.
"Kick-Start Your Business."
Virgin Books, 2005.



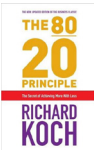
Feld, Brad.
"Startup communities: building an entrepreneurial ecosystem
in your city." Hoboken, NJ: Wiley, 2012.



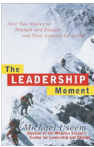
Hall, Doug.
"Jump-Start Your Business Brain."
Cherisey Press, 2004.



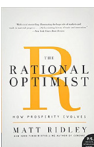
Kevin J. Boudreau, and Karim R. Lakhani.
"Using the Crowd as an Innovation Partner."
Boston, Mass: Harvard Business School Press, April 2013.



Koch, Richard.
"80/20 Principle: The Secret of Achieving More with Less".
Crown Publishing Group, 2011.



Michael Useem.
"Four Lessons in Adaptive Leadership."
Boston, Mass: Harvard Business School Press, November
2010.

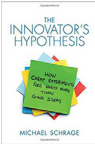


Ridley, Matt.
"The Rational Optimist: How Prosperity Evolves." Harper Col-
lins, 2010.



Rumelt, Richard.

“Good Strategy/Bad Strategy: The difference and why it matters.” Profile Books, 2011.



Schrage, Michael.

“The Innovator’s Hypothesis: How Cheap Experiments Are Worth More Than Good Ideas.” Massachusetts Institute of Technology, 2014.



Scott Brin, and Thad Allen.

“You Have to Lead from Everywhere.” Boston, Mass: Harvard Business School Press, November 2010.



Sinek, Simon.

“Leaders Eat Last: Why Some Teams Pull Together and Other Don’t.” Penguin, 2014.



Skarzynski, Peter, and Rowan Gibson.

“Innovation to the core: a blueprint for transforming the way your company innovates.” Boston, Mass: Harvard Business School Press, 2008.



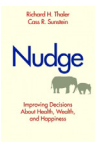
Steve Blank.

“Why the Lean Start-Up Changes Everything.” Boston, Mass: Harvard Business School Press, May 2013.



Sull, Donald. Kathleen M. Eisenhardt.

“Simple Rules: How to Thrive in a Complex World”. Houghton Mifflin Harcourt, 2015.



Thaler, Richard H, Sunstein, Cas R.

“Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness.” Yale University Press, 2008.

“

**Uradi. Ne
uradi. Nema
pokušaja.**

”

Yoda,
Jedi Master

Lined writing area with horizontal white lines on a yellow background.



A series of horizontal white lines for writing, with a small piece of lined paper taped to the bottom right.

“

Ovaj vodič uzima nešto različitiji kurs u objašnjenju svih nivoa u razvoja ideje u poduzetnički poduhvat. Predstavlja priču inspirisanu ljudima i njihovim potencijalima za unaprijeđenje blagostanja zajednice.

Majda Ganibegović,
Voditeljica MZ projekta/ Glavna stručna savjetnica:

”

“

Redefinirajte vlastitu slabu istrajnost u ostvarivanju svoje ideje. Prihvatite da u vašoj zajednici i u vama samima čuči neiskorišten potencijal. Pročitajte vodič „Kako pokrenuti svoju zajednicu“ i počnite s inovacijama.

Edin Mehić,
Suosnivač Network-a

”

“

Ovaj vodič je neprocjenjiv za svakoga ko želi promijeniti svoj život i život zajednice i zemlje nabolje. Prestanite čekati znak. To je to. Počnite čitati i pokrenite se.

Melanie Kovacs,
Suosnivačica 21 Master Academy

”

