Imate ideju. Odlična vijest. Raspolažete uštođevinom dobra vijest. Vjerujete u projekt i uložite uštođevinu, vjerujući da je to dosta Â – loša vijest. Postoje mnoge nepoznanice koje valja identificirati i naši primjerene odgovore da se vaša ideja pokaže kao dobitna kombinacija. Nisu u pitanju samo ekonomske nepoznanice. U pitanju su, prvenstveno, tehnološke nepoznanice, potom, pravne i tako dalje. Posebnu pažnju valja posvetiti državi i njezinoj politici. Čuvajte se optimalne i sveobuhvatne politike, jer je to smokvin list kako bi se prikrile manjkavosti koje čini stranka koja tako ocjenjuje svoju politiku.

Kada je riječ o osnivanju tvrtke, temeljem vaše ili kupljene kreacije, morate odgovoriti na pitanje što, kako i za koga proizvodite. Vaš proizvod može biti poznat na tržištu kao što su to, primjerice, keksi ali vi imate „formulu“, koju smatrate nadmoćnom drugim formulama, koja omogućuje proizvodnju najboljeg keksa na svijetu. Prvo je pitanje kako znate da se odista radi o najboljem keksu na svijetu? Ako istraživanjem ustanovite da vaš keks baš i nije najbolji na svijetu ali je to odličan keks, istražit ćete tržište, definirati svog potencijalnog kupca i, ako primjereno odgovorite na ostala pitanja, vi ste zreli da pokrenete posao. Drugim riječima, da bi investirali morate napisati „vjerojatni scenarij“ (poslovni plan) koji očekujete da će se - ostvariti. Da bi to učinili potrebna su kompleksna znanja. Prisutna priča o EU fondovima nametnuta je od strane bruxellesove i naše domaće birokracije. Birokracija nije naučila stvarati dodanu vrijednost, ona je odlučan čimbenik njezine raspodjele. To je dodatan problem koji morate zadovoljiti ako računate na fondovska sredstva ali to nije dovoljno. (Zato je politika najbolja poslovna kombinacija u Lijepoj Našoj.) Kratko rečeno, ako ste se odlučili proizvoditi proizvod koji već postoji na tržištu tada morate voditi brigu o vašim troškovima koji su uvijek previsoki (cost menagement). Navedeno izgleda jasno samo po sebi. To je privid. Desetljećima se je raspravljalo da li je važnije što se ili kako proizvodi. Danas je jedino važno što proizvoditi. Kad je Japan ostvarivao najveće stope gospodarskog rasta važno je bilo odgovoriti na pitanje kako se proizvodi.

Ukoliko imate novi proizvod tada su vaše prednosti pred budućom konkurencijom (sadašnje nema jer ne postoji takav proizvod). Ako imate patent ili bilo kakvu drugu pravnu zaštitu tada ste u ozbiljnoj prednosti. Ako napišete realni scenarij velika je šansa da ćete uspjeti ostvariti velike ekstra profite. To je razlika između poslovne kombinacije koja se temelji na postojećem asortimanu gdje poduzetnik uspijeva učinkovito realizirati svoju poslovnu kombinaciju koju danas zovemo konkurentnost. Kada je riječ o novom proizvodu manje ćete, bar u početku, razmišljati o troškovima, daleko ćete više pažnje posvetiti da li će tržište prihvatiti vašu potpuno novu kreaciju. To je velika opasnost i zato je važno prije konačne odluke ispitati tržište. Te i takve poslovne kombinacije danas zovemo – sart up tvrtke. Ne treba zaboraviti kako je definicija marketinga – procese prepoznavanja i anticipiranja potreba potrošača.

To je bilo polazište Veleučilišta Baltazar. Naprosto studenti su od samog početka studija kreirali svoje poslovne planove, pojedinačno i u timovima, i tako su se učeći pripremali za životne izazove. Nije nastavni plan poslovne škole u izučavanju ekonomskih zakona. Poslovna škola ih kritički preispituje i preuzima, kao polazište, da bi osposobila studente da zarađuju novac.

Citiram izreku po sjećanju: Nismo bogati jer imamo, bogati smo jer smo sposobni stvarati bogatstvo. To je pristup za koji se je zalagalo Veleučilište Baltazar. Taj će se princip ponovno ustoličiti kada se revidira postojeće poslovanje Veleučilišta Baltazar i, temeljem toga, restrukturira.

U slijedećoj raspravi slijedi – kada kupiti tvrtku.