

PODJETNIŠKI PROCES

USTANOVITEV
IN RAZVOJ PODJETJA
DO ZRELOSTI

Ponovitev

PODJETNIŠKI PROCES

PODJEM

PODJETNIK

SREDSTVA
IN VIRI

NOST

Podjetnikova vizija

Modeli podjetniškega procesa

Ponovitev 3. enote:

Podjetniška priložnost

- *Kakšen je pomen ideje v poslovnem svetu?*
- *Kako ideje oplemenitimo in kaj nanje vpliva?*
- *Kako oplemenitimo podjetniško idejo?*
- *Kje iskati vire za nove ideje?*
- *Kateri miselni proces je pri generiranju idej najpomembnejši?*
- *Kaj je priložnost in kdaj definiramo podjetniško priložnost?*
- *Kako vrednotimo podjetniško priložnost?*
- *Kako rešujemo podjetniške probleme?*
- *Opišite proces reševanja problemov po avtorjih Newelu in Simonu!*



Ponovitev 3. enote:

Podjetniška priložnost - 2

- *S katerimi tehnikami si je smiselno pomagati pri reševanju problemov?*
- *Kaj je proces ustvarjalnega reševanja problemov in kakšno vlogo ima v podjetništvu?*
- *Navedite ključne pojme pri definiciji ustvarjalnosti!*
- *Katere tri sposobnosti moramo razvijati za ustvarjalne dosežke?*
- *Kakšna je razlika med ustvarjalnim in originalnim dejanjem?*
- *Navedite nekaj lastnosti ustvarjalnega podjetnika!*
- *Kaj so po vašem mnenju inovacije, kako jih razumevamo?*
- *Kako najbolje pospešujemo inovacijsko klimo, s kakšnimi ukrepi in pogoji?*
- *Kaj je namen tehnik ustvarjalnega reševanja problemov?*



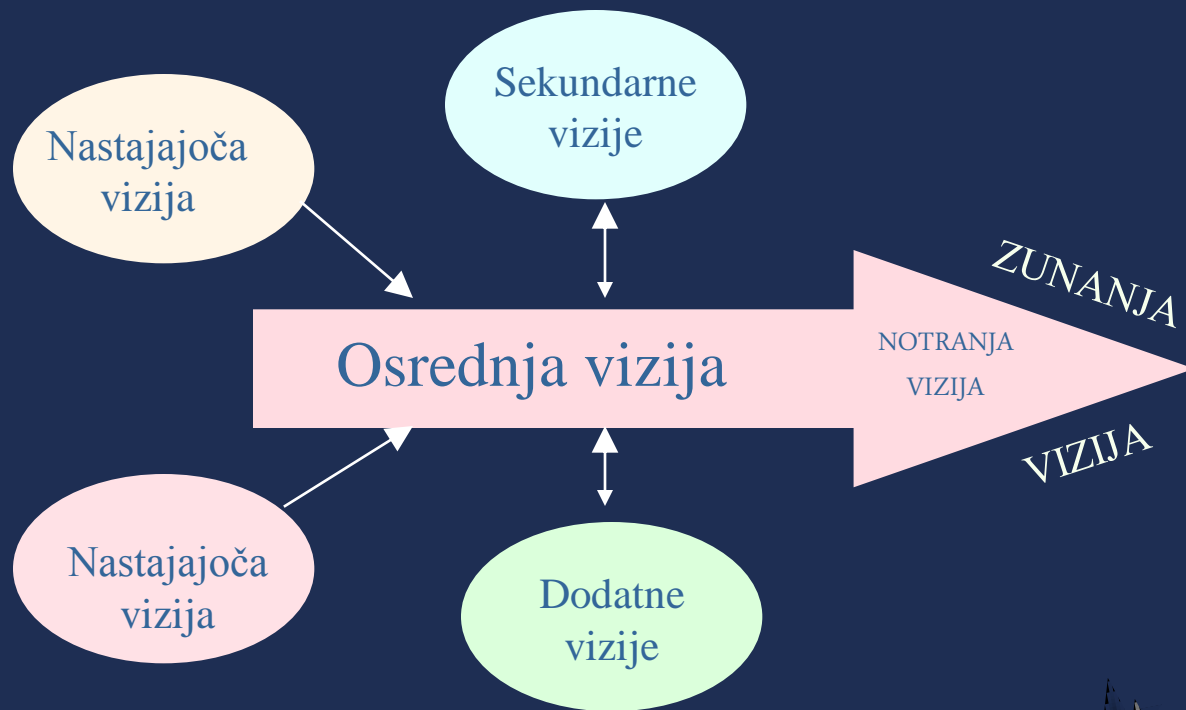
Podjetnikova vizija

Klikni za proces vizioniranja



Proces oblikovanja vizije

*Proces oblikovanja vizije imenujemo vizioniranje.
Proces ima več stopenj in se ne konča dokler traja podjem.*



Filion, 1991



28.3.2013

Prosojnice Pšeničny 07-08



Nastajajoča, ali tudi začetna vizija:

- Podjetnik se ponavadi v začetni fazi ukvarja z več vizijami.
- Nobena od njih ni nujno del osrednje ali tudi drugotne vizije, ki nastopi v kasnejšem obdobju razvoja podjetja.
- Nastajajoča vizija predstavlja začetne zamisli o izdelkih ali storitvah, kot si jih zamišlja podjetnik -vizionar.



Osrednja, ali tudi drugotna vizija:

- Podjetnik izmen več ali povsem mimo nastajajočih vizij razvije osrednjo vizijo podjetja.
- Osrednja vizija postane del kulture podjetja in vedenja zaposlenih, ne le podjetnika samega.
- Najpogosteje podjetniki najprej razvijejo zunanjo in zatem šenotranjo sestavino osrednje vizije.



Sekundarne, dodatne vizije:

- Dopolnjujejo in sooblikujejo osrednjo vizijo podjetnika.
- Podjetnik spodbuja nastajanje dodatnih vizij v podjetniškem in menedžerskem timu, med zaposlenimi.
- Dodatne vizije podpirajo podjetnikovo razvijanje osrednje vizije.



Notranja sestavina osrednje vizije:

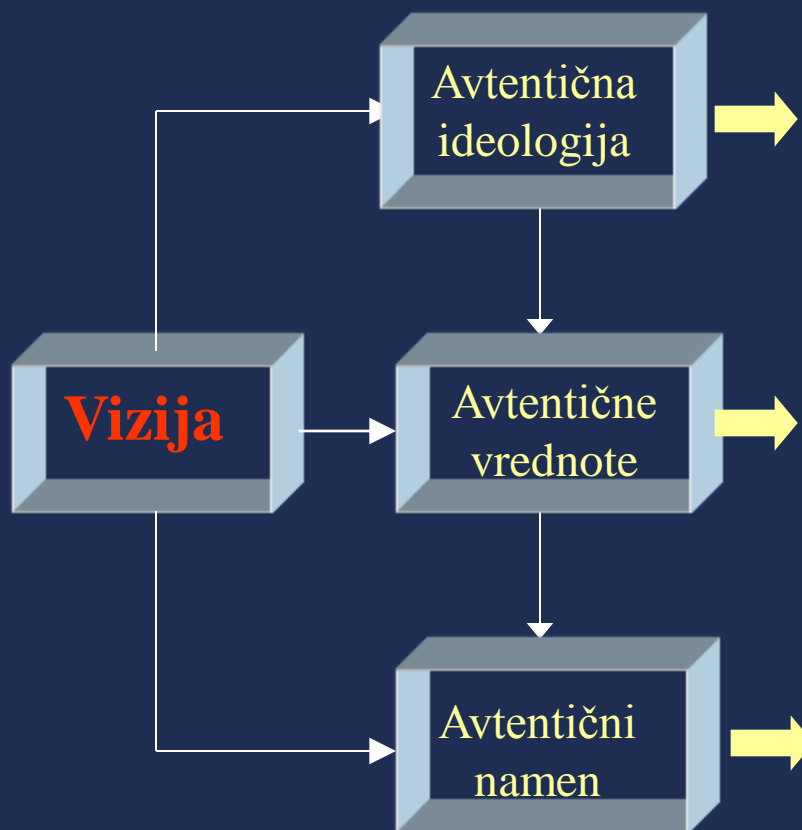
- Z notranjo vizijo razumemo podjetnikovo predstavo o potrebni organizaciji za uresničitev podjetja.

Zunanja sestavina osrednje vizije:

- Z zunanjo vizijo razumemo realistično in uresničljivo predstavo o podjetju v prihodnosti.



Sestavine vizije in proces



- Principi in načela uravnavanja podjetja
- Filozofija oz. ideologija posla in življenja
- Načela, ki naj bi ostala večno neoskrunjena
- Razširitev osebnega vrednostnega sistema ključnih ljudi na podjetje

- Temeljni razlog za obstoj podjetja - zakaj?
- "Genetska koda podjetja"
- Kot vodilna zvezda, vedno spredaj, nikoli dosegljiva
- Lahko "vodi" podjetje sto in več let.

- Jasen in drzno postavljen namen podjetja
- Ima jasno postavljene cilje, kot npr. "povzpeti se na goro", vendar še predno smo eno osvojili, že si postavljamo nove cilje
- Ne enačiti s poslanstvom(mission statement) kot dolgoročnim ciljem

Zamišljanje bodočega razvoja podjetja

*Z živim opisovanjem prihodnosti razvijemo
slikovito podobo prihodnosti*

- *Kakšna bo pozicija našega podjetja na trgu čez 5, 10 ali 20 let?*
- *Kakšno bo podjetje v organizacijskem smislu?*
- *Kako se bodo zaposleni v njem počutili?*
- *Za kakšne cilje se bo podjetje takrat borilo?*
- *Ali lahko narišemo na papir podobo našega podjetja čez 20 let?*



Poslanstvo

- *Poslanstvo je vsesplošni cilj podjetja, ki generira spremembe, da bi se približali zamišljeni viziji podjetja oz. podjetnika*
- *Poslanstvo lahko izrazimo v kratko opredeljenem stavku - “mission statement”*



Modeli podjetniškega procesa

- Podjetnik mora skozi podjetniški proces povezati vrsto sredstev in virov, jih oplementiti z nečim, kar to kombinacijo potem pomembno razlikuje od drugih, da bi tako ustvaril novo (dodano) vrednost.

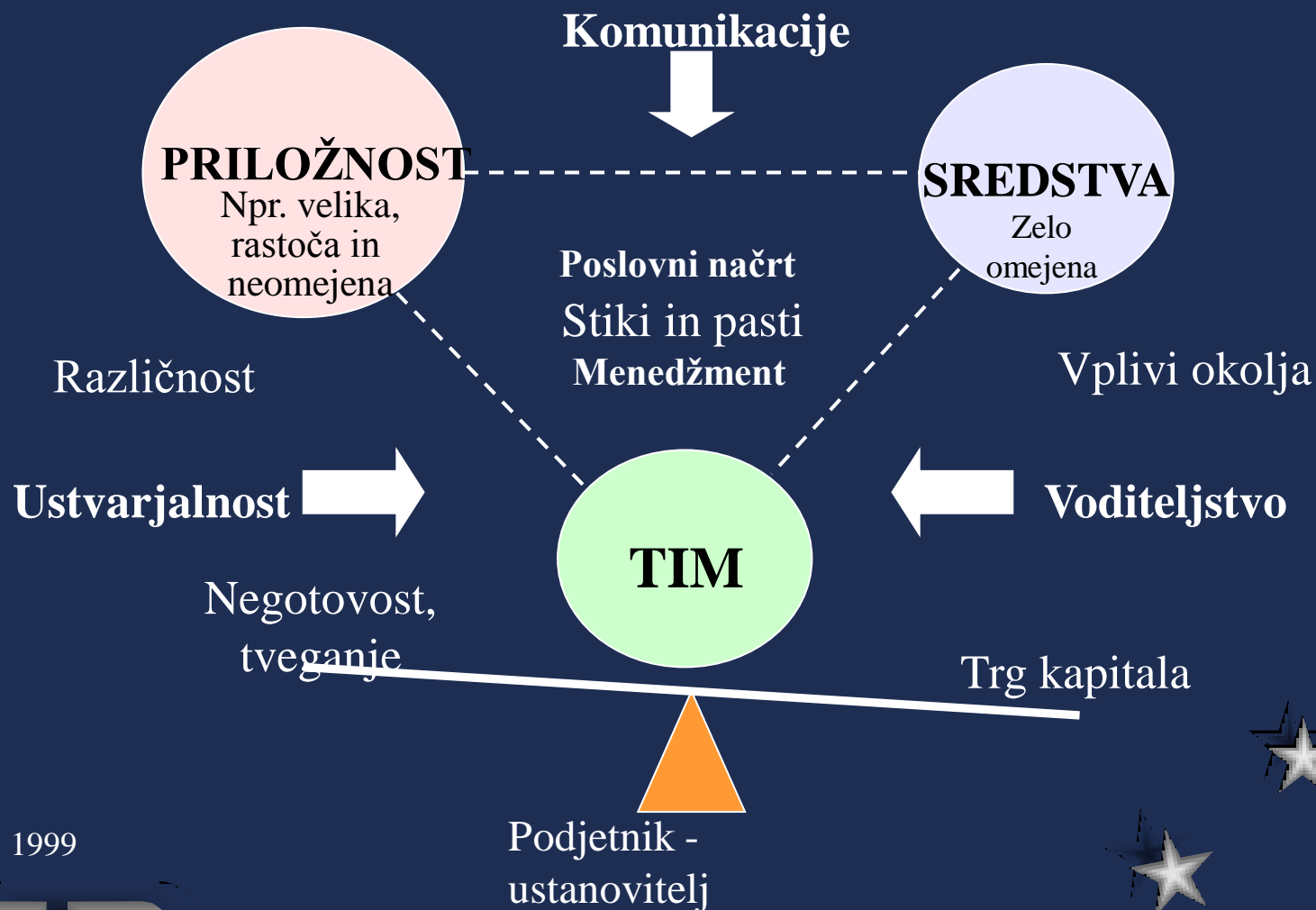


Tri gonilne sile podjetništva

- **Timmons:**
osnovno razmerje
podjetniškega
procesa je razmerje
med **lastniki -**
ustanovitelji na eni
strani, **podjetniškimi**
priložnostmi na drugi
strani ter potrebnimi
sredstvi in viri na tretji
strani.



Model podjetniškega procesa



Timmons, 1999

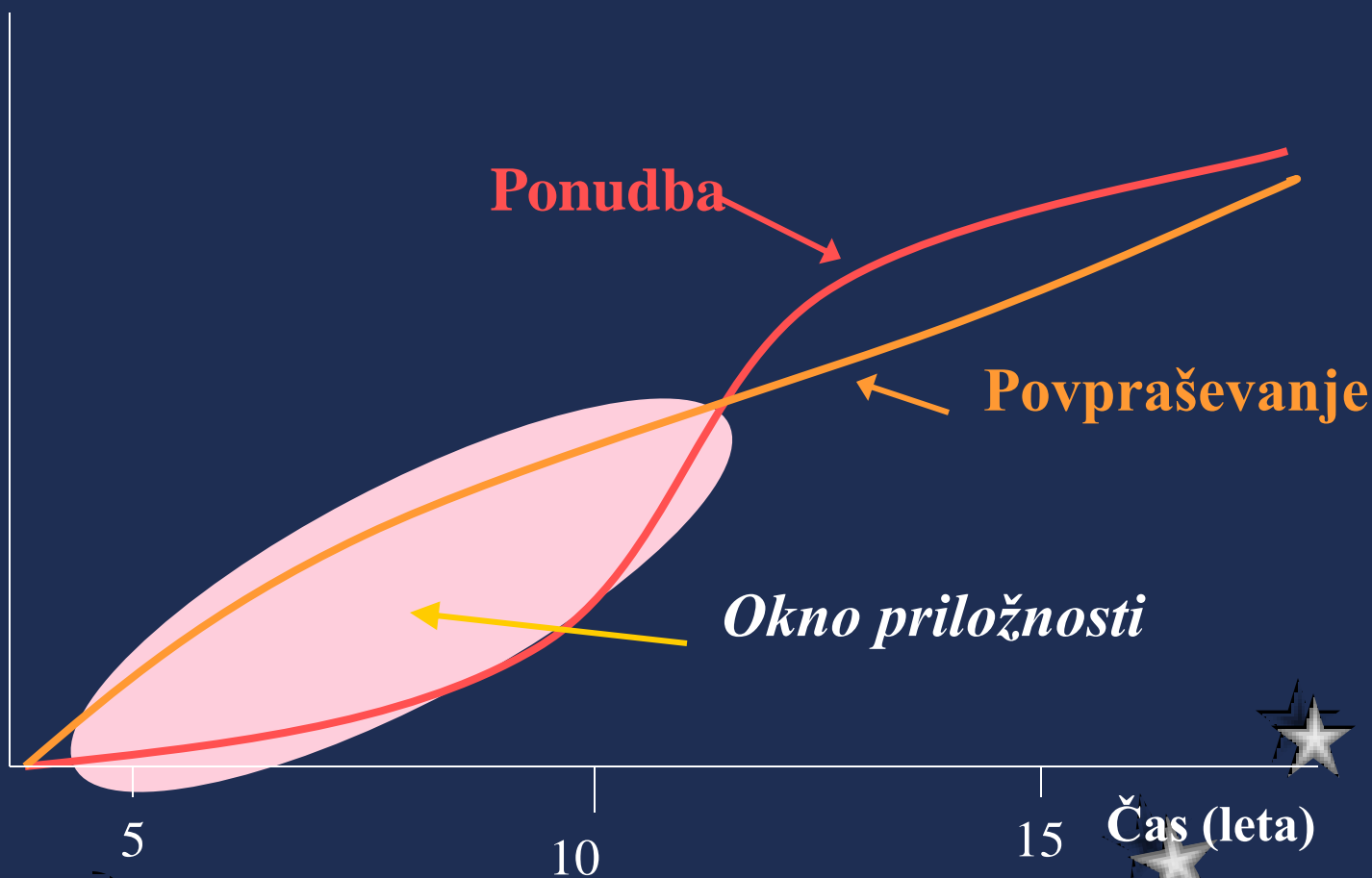
28.3.2013

Prosojnice Pšeničny 07-08

15

Okno priložnosti za uresničitev podjetja

Velikost
trga



Dinamični model podjetniškega procesa



Moore, 1994

Multidimenzionalni model

Rezultat:

- *podjetnik prepozna podjetniško priložnost*
- *podjetnik zbere potrebne resurse*
- *podjetnik trži proizvode in storitve*
- *podjetnik proizvede proizvod oz. storitev*
- *podjetnik zgradi organizacijo, ki proizvaja*
- *podjetnik daje državi in družbi*

Življenjski cikel podjetja

- Vsak proizvod ali storitev ima svoj življenjski cikel. Tudi podjetje je neke vrste proizvod delovanja podjetnika...
- Ponavadi življenjski cikel podjetja in proizvoda nista enaka. Podjetnik običajno razvije več proizvodov ali storitev v okviru enega podjetja.



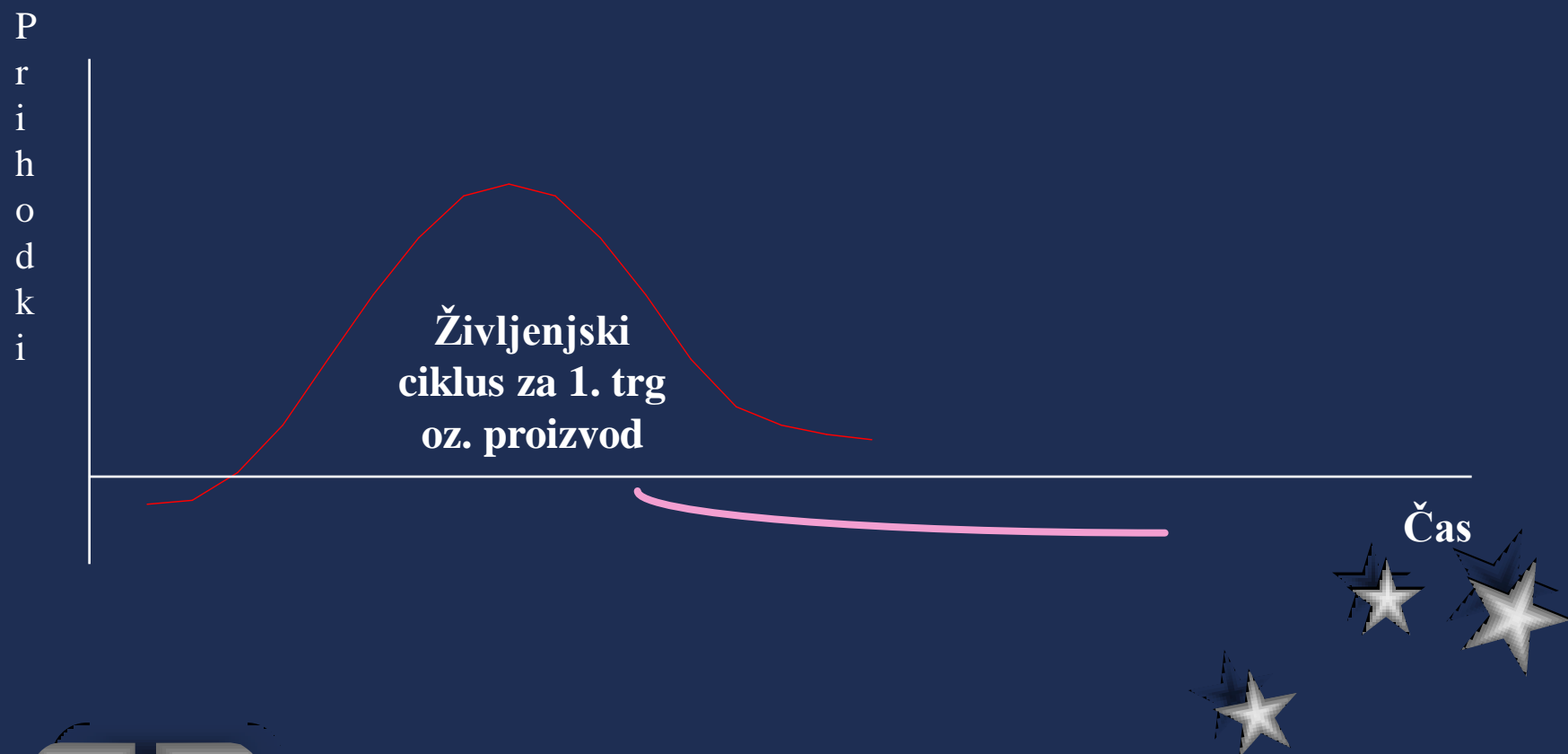
Življenjski cikel podjetja in cikli proizvodov / storitev



Fazni model razvoja podjetja

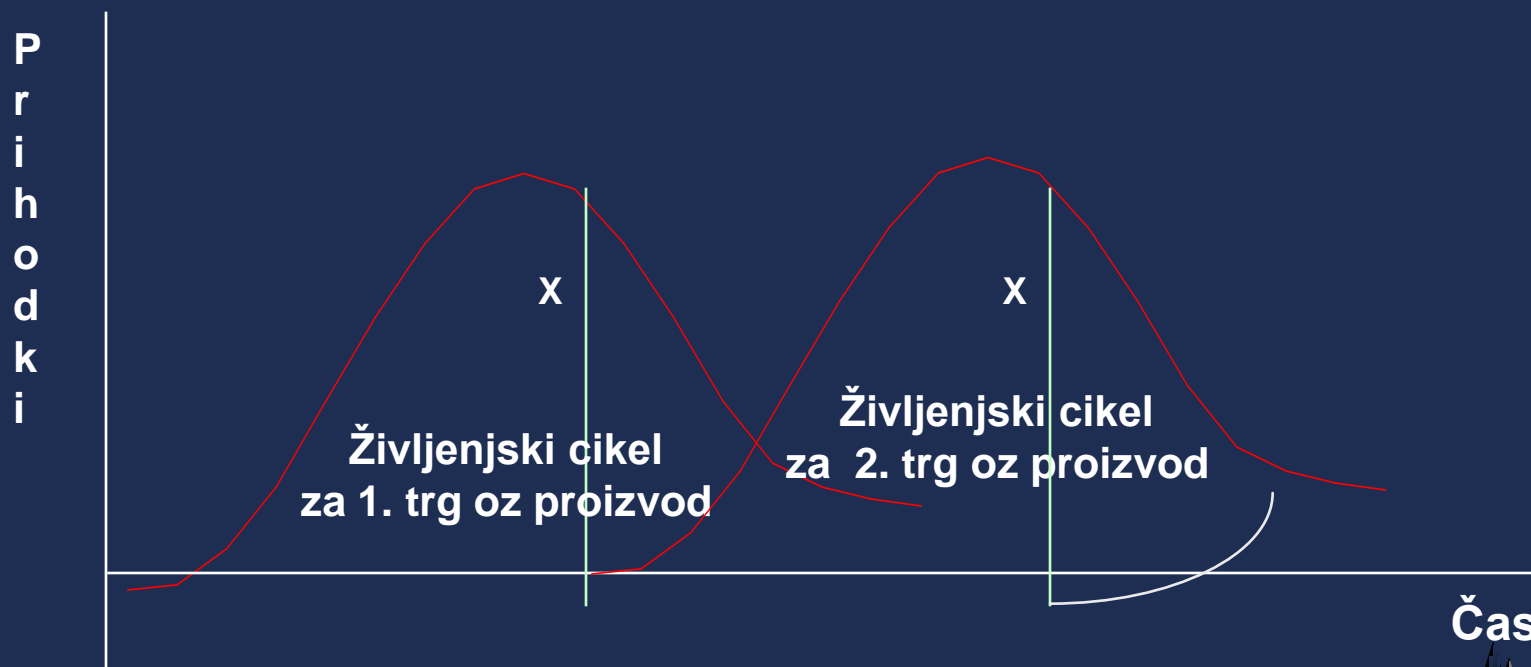


En proizvod = podjetje



Podjetje življenjskega stila

X : zavedanje potrebe po spremembi in pričetek razvoja in uvajanja novega produkta ali razvoj novega trga

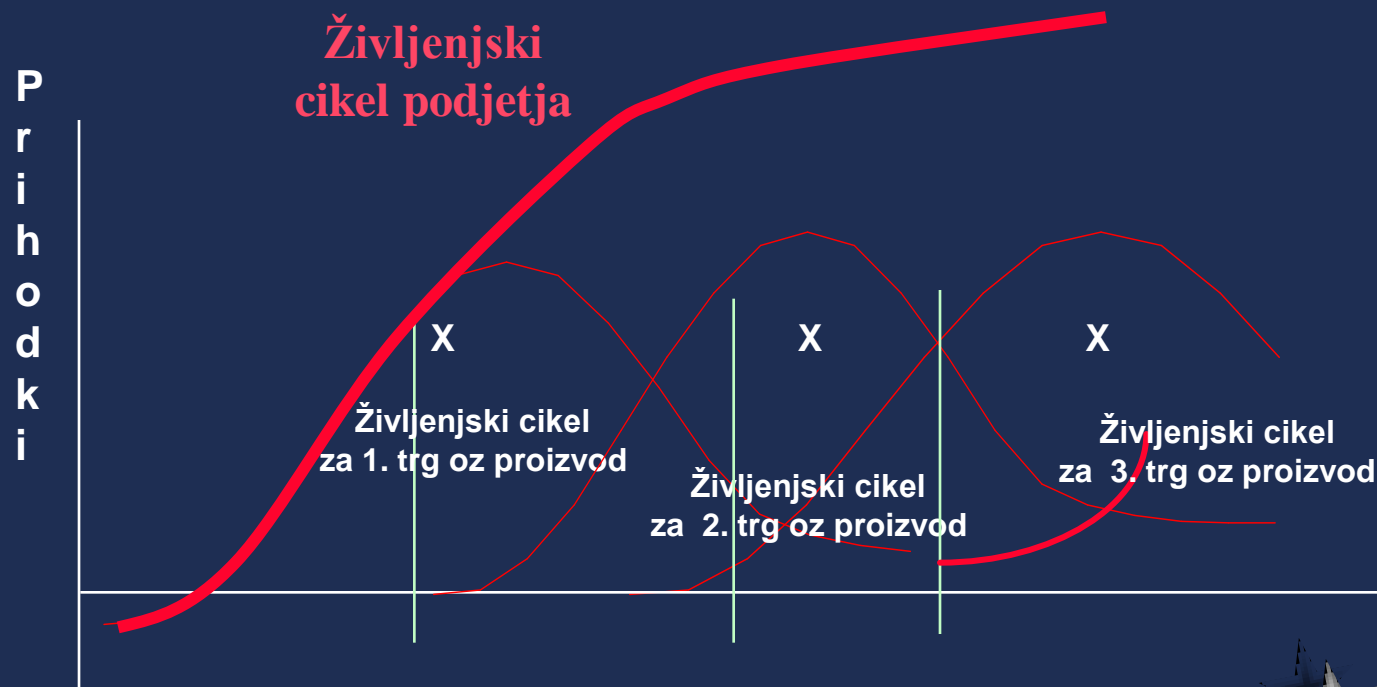


Čas



Podjetje, ki razvija in raste

X : zavedanje potrebe po spremembi in pričetek razvoja in uvajanja novega produkta ali razvoj novega trga



Vizionarsko, dinamično podjetje

X : zavedanje potrebe po spremembi in pričetek razvoja in uvajanja novega produkta ali razvoj novega trga

