

»V prihodnosti je zelo pomembno biti neodvisen, ne le kot podjetnik, ampak tudi kot oseba«

John Hormann, Futurist



Naša ekonomija potrebuje nove ideje

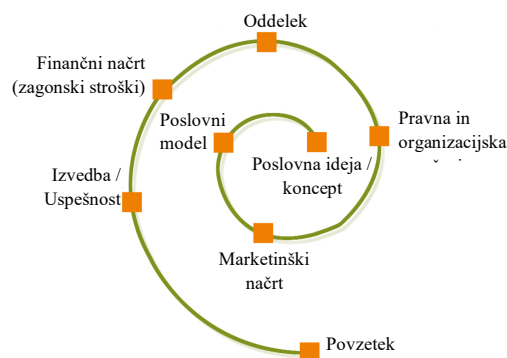
Kompetence

Ob koncu tega poglavja boš sposoben:

- analizirati poslovne ideje podjetnikov,
- poslovne ideje razlikovati od tržnih priložnosti,
- razviti lastne poslovne ideje in jih ovrednotiti glede na možnosti v prihodnosti

Sledite

Vsaka uspešna poslovna ideja se začne kot misel preden je podvržena podjetnostnim dejavnostim, kot je vrednotenje, analiza in izvedba. Prvi voz brez konjev se je imenoval *avto* in je bil tarča posmeha, skupaj s samopostrežnimi prodajalnami. Za obe ideji so govorili, da ne bosta dolgo preživele. Kljub tedanjim prepričanjem sta obe ideji bili uspešni. Vsak inovator je imel idejo, kako bo izgledala prihodnost in je to idejo spremenil v resničnost.



Dobra ideja je osnova za podjetnostni uspeh, tako za podjetja, ki so komaj bila ustanovljena, kot za druga, že obstoječa podjetja, ker se ideje razlikujejo, ni idealnih razmer, ki bi ustrezale vsem podjetjem. Konec koncev ima vsaka oseba različne spretnosti in kvalifikacije. Ko začnemo z uresničevanjem, postane vsaka poslovna ideja nekaj osebnega.

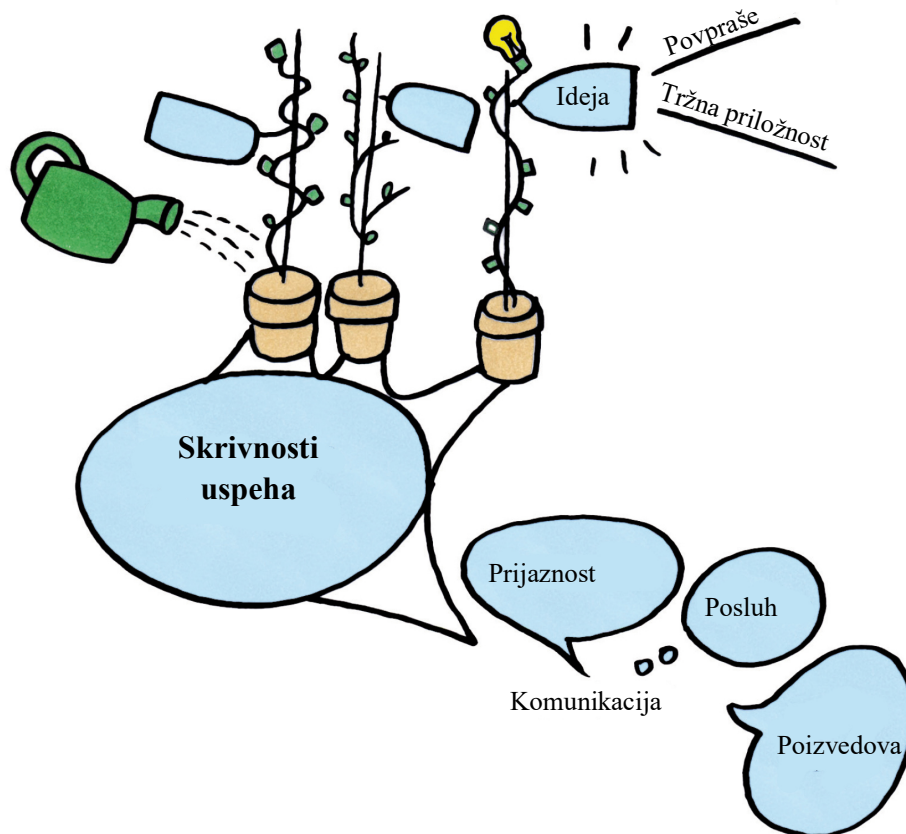
Obstajajo številne vrste poslovnih idej, kot so novi izdelki, nov način proizvodnje ali novi viri, ki so potrebni obdelave. Poslovna ideja ni nujno povezana z novim izumom. Nove ideje so gonilo našega gospodarstva in naše družbe.

Ljudi, ki uresničujejo nove ideje se imenujejo podjetniki. Ta izraz se uporablja pogosteje in se osredotoča na funkcije ustvarjalca, ki:

- priznava tržne priložnosti
- razvija nove poslovne ideje in poslovne modele
- izvaja nove poslovne ideje in modele

Naloga 1 Igra trgovanja: *Skrivnosti uspeha*

Je čisto običajen dan in vstopiš v supermarket, trgovino ali v jedilnico šole in nekaj kupiš. Izpolni naslednjo nalogo in izdelaj miselni vzorec. Opiši *Skrivnosti uspeha* z idejo, ki si jo izbral ti. Kaj opredeljuje in vpliva na uspešno ekonomijo? Kako lahko sodeluješ v uspešni ekonomiji?



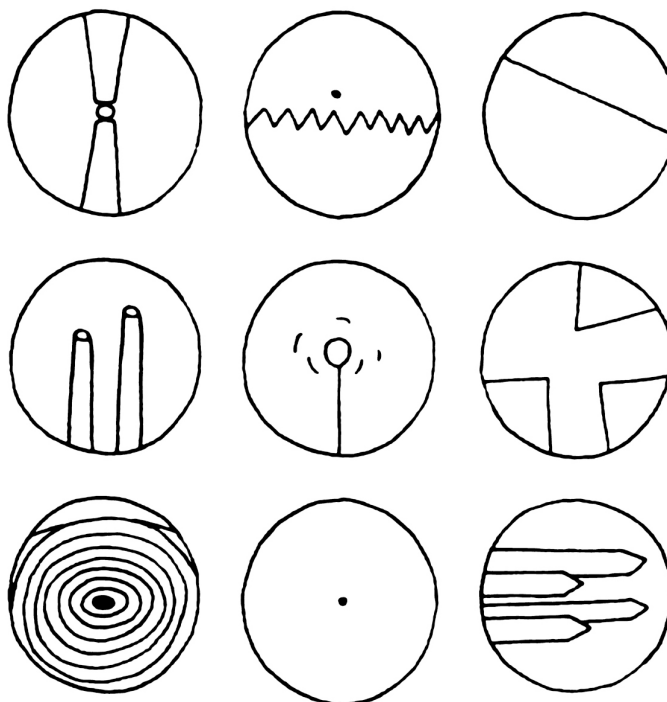
1 Uporaba ustvarjalnosti kot pobudnika za nove ideje

Naloga 2: Dejavnost

Rad uporabljaš svojo domišljijo? Pogled različne podrobnosti slik v krogih.

Razmisli o tem, kaj bi te slike lahko predstavljale in deli to s sošolci. Morda boš presenečen nad podobno predstavo tvojih prijateljev.

Pusti idejam prosto pot.



Ustvarjalnost in vztrajnost sta ključna elementa na tvoji poti

ustvarjanja lastne poslovne ideje. Naučiš se lahko ustvarjalnosti in reševanja problemov. Tisti, ki razumejo pravila in metode ustvarjalnega razmišljanja bodo našli nove ideje, kot so rešitve za težave v šoli, na trgu dela, družbena vprašanja, osebne potrebe in edinstvene rešitve za vsakodnevne izzive. Korist imaš lahko od uporabe ustvarjalnih in sistematičnih načinov za pridobivanje idej, ki bodo v nadaljevanju podrobneje pojasnjeni.

Ustvarjalnost je

- način razmišljanja, iskanja priložnosti in alternativ (divergentno razmišljanje)
- igriv in fleksibilen odnos do tradicionalnih miselnih vzorcev in struktur
- predelava znanih elementov ideje

Vsaka oseba podzavestno misli v skladu z naučenimi, znanimi vzorci, strukturami in predlogami (vertikalno razmišljanje). Zato se mnogim zdi logično razmišljanje edina možnost. Za boljše razumevanje tega pojava dokončaj naslednje vaje. Možne rešitve preveri šele, ko boš nalogo končal.



Za razvoj idej se lahko uporabijo različne tehnike ustvarjalnosti. Najbolj znana tehnika je brainstorming (viharjenje možganov). Obstajajo tudi druge metode, ki ti omogočajo svobodno razmišljanje in uporabo več perspektiv. Brainwriting (pisanje prvih idej, ki ti padejo na pamet) in kartiranje zamisli prav tako omogočata kombinacijo različnih misli za ustvarjanje novih idej.

Podjetnik kot tržno usmerjen umetnik

Podjetnike lahko razumemo kot *tržno usmerjene umetnike*. Dosegajo svoje ideje in ustanavljajo svoja podjetja. Razlika med umetnikom in podjetnikom ni količina ustvarjalnosti, temveč namen za katerega se ta uporabi. Praktična ustvarjalnost podjetnika je razvidna po tem, kako najde inovativne rešitve za reševanje skupnih problemov. Umetniška ustvarjalnost se izraža na različne načine, kot so posebne slike, glasba ali določen model.

Naloga 3: Prekrižanje rok

Nasloni se nazaj in prekrizaj svoje roke. Sedaj poskusi prekrizati roke na drugačen način, da bo na vrhu druga roka ...

Si kaj opazil? Obstaja tudi druga možnost, vendar samodejno izbereš tvoj običajni položaj, brez da bi o tem zavestno razmišljal. Ustvarjalnost pomeni tudi početi isto stvar, vendar na drugačen način.

Naloga 4: "12"

Kaj je polovica od "12"?

Večina vas bo takoj rekla "6" brez obotavljanja, vendar obstaja več načinov za izražanje možnosti, kot si mislite. Tukaj je nekaj možnih odgovorov: šest, $\frac{1}{2}$, *avan-gard*, *VI*, *ampak tudi: XX*.

Naloga 5: Vsakdanja ustvarjalnost

Razmisli o različnih načinih uporabe vsakdanjih predmetov in ideje zapiši tukaj. Dodaj še druge vsakdanje predmete, ki se jih spomniš. Uporabi tudi nekaj zanimivih idej tvojih sošolcev.

	Tvoj predlog	Ideje sošolcev
a) Steklenica za vodo		
b) Nakupovalni voziček		
c) Lonček za kavo		
d) Cilinder		

Naloga 6: Manjkajoče nogavice

Vsi poznamo problem nogavic, ki kar izginejo. Ob pranju nogavic pogosto izgine ena nogavica, nikoli par. Kakšno poslovno idejo bi lahko razvil na podlagi tega problema?



2 Nove ideje Z uporabo sistematičnega pristopa

Temelj iskanja novih idej je struktura in sistematizacija. Za razvoj idej se lahko uporabijo določene strukture, ki se nato analizirajo tako, da na njih pogledamo iz različnih zornih kotov. Dve znani metodi za to sta *Morfološka matrika* (*Morphological box*) in *Metoda 6 klobukov razmišljanja*.



Morfološka matrika je hevristična metoda in analitični pristop, s pomočjo katerega je z omejenim časom in informacijami mogoče najti dobro rešitev. Na primer, delate v pohištveni industriji in radi bi razvili nov stol. *Morfološka matrika* spodaj uporablja naslednje korake in strukturo.

1. korak: Prva analitična stopnja: problem razdeli na dimenzije
2. korak: Druga analitična stopnja: za vsako dimenzijo zberi čim več variacij
3. korak: Sintetična faza: z združitvijo variacij (glej strukturo linij), je mogoče razviti pristop.

Dimenzija	Variacije							
Število nog	0	1	2	3	4	5	100	
Material	les	steklo	plastika	papir	kovina	usnje	kamen	ratan (palma)
Višina v cm	0	10	20	35	50	70	100	200
Oblika	okrogla	štirikotna	pravokotna	ovalna	žoga			
Barva	bela	modra	rdeča	zelena	črna	naravna	roza	srebrna

Naloga 7: Nove pice

Kot zvesta stranka picerije Al Castello's Pizzeria, si vabljen k sodelovanju v delavnici za razvoj novih pic. Uporabi spodnjo Morfološko matriko in poišči čim več možnih variacij za vsako dimenzijo.

Dimenzija	Variacije				
Osnova	Npr. pica	ravna	calzone		
Vrsta testa					
Vrsta mesa / klobase					
Sadje					
Zelenjava					
Vrsta sira					

Naloga 8: Načrtovanje dopusta

Potovalni agent išče nove posebne ponudbe, ki bi jih lahko ponudil posameznim popotnikom. Uporabi Morfološko matriko za reševanje tega problema. Glej zgornji primer.







1. korak: Kateri vidiki (dimenzije) načrtovanja dopusta obstajajo?
2. korak: Katerih variacij navedenih dimenzij si lahko spomniš?
3. korak: Katera kombinacija se ti zdi privlačna?

Čeprav je **Metoda 6 klobukov razmišljanja** strukturiran pristop, je prav tako lahko zelo zabavna. Metoda predpostavlja, da se vsak problem lahko reši, če nanj gledaš iz različnih zornih kotov. Načelo te metode temelji na sprejemanju različnih zornih kotov za rešitev problema. Razmišljanje s šestimi klobuki je primerno za kompleksne probleme, ki jih je mogoče rešiti individualno ali v skupinah. Na voljo je šest klobukov, vsak simbolizira drugačen način razmišljanja. Izberi en klobuk in poskušaj razmišljati kot ta klobuk z uporabo spodnjih vodilnih vprašanj.



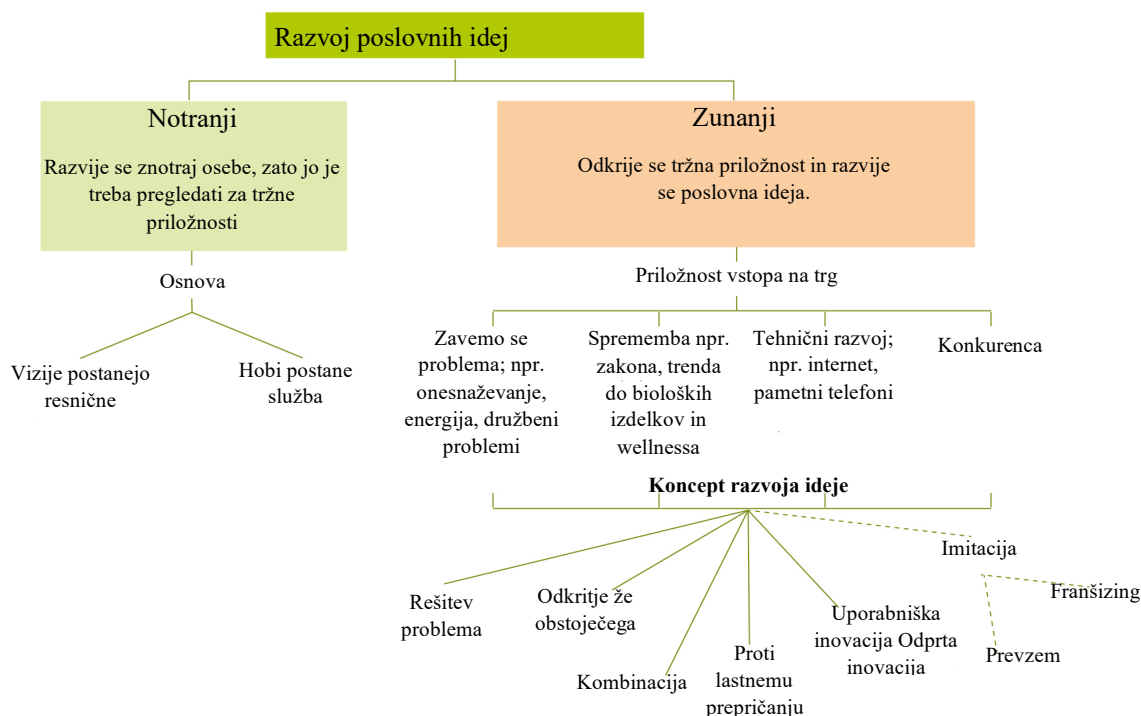
Naloga 9: Metoda 6 klobukov razmišljanja

Metoda 6 klobukov razmišljanja ponuja priložnost nadaljnjega razvoja lastne ideje z uporabo sistematičnega in ustvarjalnega pristopa. Vsak klobuk simbolizira drugačno perspektivo.

a) Izberi svojo vlogo	b) Analiziraj svojo poslovno idejo ali problem z uporabo spodnjih vodilnih vprašanj.	
Bel klobuk predstavlja objektivnost 	<ul style="list-style-type: none"> · Kateri so dejavniki? · Katere informacije imamo? · Katere informacije potrebujemo? · Kje lahko najdemo manjkajoče informacije? 	
Rdeč klobuk predstavlja osebno dojemanje 	<ul style="list-style-type: none"> · Kako se trenutno počutim? · Kaj pravi moj instinkt ali intuicija? · Kakšna bi bila moja spontana reakcija? 	
Črn klobuk predstavlja dvom, vendar ne negativnih čustev 	<ul style="list-style-type: none"> · Kaj se ne ujema z dejstvi, našimi izkušnjami, zakoni, strategijami in vrednotami? · Kakšne so možne napake? · Kakšni so možni problemi? · Kakšne so nevarnosti in slabosti? 	
Rumen klobuk predstavlja objektivnost/pozitivno – nasprotno od črnega 	<ul style="list-style-type: none"> · Kateri so pozitivni vidiki in koristi te ideje? · Kako lahko idejo uresničimo? · Kaj je dobra stran tega predloga? · Kakšne so prednosti? 	
Zeleni klobuk predstavlja ustvarjalnost/nove ideje 	<ul style="list-style-type: none"> · Katere ustvarjalne ideje imaš? · Katere stare in nove alternative imamo za doseganje tega cilja? · Kako lahko rešimo probleme, s katerimi smo se soočili pod črnim klobukom? 	
Modr tavlja nadzor/organizacijo procesa razmišljanja 	<ul style="list-style-type: none"> · Kje bomo začeli? · Kaj je na programu? · Kako povzamemo prejšnje razprave? · Kaj je naslednje treba storiti? 	

3 Tvoje ideje (notranje)

Kako nastanejo poslovne ideje? Ideje lahko razlikujemo glede na vplivni vir (notranji ali zunanji dejavniki). Notranje poslovne ideje izhajajo iz osebe same, iz hobija ali sanj in sčasoma postanejo resničnost (npr. Maks iz risanke). Zunanje poslovne ideje se razvijejo s pogledom navzven, prepoznavanjem morebitnih potreb trga in zagotavljanjem inovativnih rešitev za te potrebe. Na primer, mehanik bo morda videli svojo priložnost, ko bo v določeni regiji postala na voljo delavnica.



Naloga 10: Hobiji

Ustvarite seznam svojih hobijev in interesov.

Naloga 11: Hobi se spremeni v kariero

Izberi enega od zgoraj navedenih hobijev, ki bi se potencialno lahko razvil v poslovno idejo.

Profil podjetja:

Skupaj z enim od sošolcev poišči profil podjetja in ga predstavi čim bolj ustvarjalno. Tvoje predstavitev morajo podpirati različna vizualna gradiva. Predstavitev ne sme trajati več kot pet minut. Uporabi spodnje smernice intervjuja.



Odgovoriti je treba na naslednja vprašanja:

- ☐ Kakšno poslovno idejo ima to podjetje?
- ☐ Kako je poslovna ideja bila razvita?
- ☐ Katera oseba (skupino ljudi) je to poslovno idejo razvila?
Kakšno osebno ozadje ima ta oseba? Obstaja povezava s poslovno idejo?
- ☐ Kateri dogodki ali razvoj so privedli do njihovega uspeha? Katere ovire je bilo treba premagati?
- ☐ Katero konkurenčno prednost ima ta poslovna ideja danes?

Naloga 12: Notranja poslovna ideja

Za iskanje primerne poslovne ideje in koncepta lahko uporabiš različne strategije. Poišči sam poslovno idejo za vsak koncept že obstoječega podjetja.



Vizije se uresničujejo. Kot številni drugi južnoameriški nogometni igralci, je Lionel Messi svojo kariero začel na ulicah, kot otrok. Ulice je imenoval "druga dnevna soba". Skoraj vsak dan je žogo brcal skupaj s prijatelji, na ročno narejene gole. Kmalu je spoznal, da je talentiran in tvegati ter šel v Barcelono, ko je bil star komaj 13 let. Lionel je od otroštva trpel za redko motnjo rasti, ki je močno vplivala na njegov fizični razvoj. To mu ni vzelo poguma, da se preizkuša za nogometni klub FC Barcelona. S trdim delom in s pomočjo trenerjev mu je v starosti 17 let uspelo priti v skupino A. Danes velja za enega najboljših igralcev na svetu. Že večkrat je dobil naziv FIFA naj igralec leta. Ostaja svetovni prvak, najboljši španski strelec in najboljši strelec lige prvakov. Kljub uspehu velja za osebo, ki je stvarna in pripravljena pomagati.

Tvoj primer:

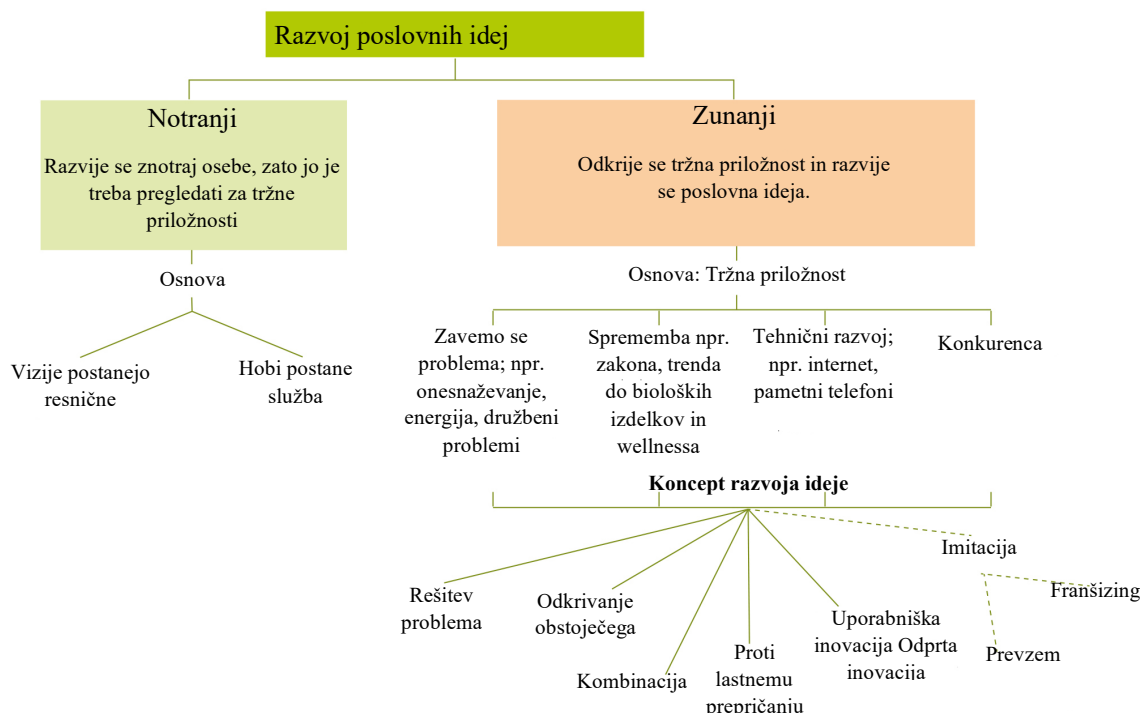
Spremeni hobi v kariero. Ta koncept se nanaša na razvoj hobija v poslovno idejo. Wolfgang Konrad iz Tirolske v Avstriji meni, da tek izboljšuje kakovost življenja. Tudi v času pripravnštva v mladosti je tek. Kasneje je postal vrhunski športnik in 17 let bil nosilec avstrijskega rekorda teka čez ovire na 3000 m. Njegova življenjska pot ga je vodila od tega, da je bil inštalater za visoke napetosti, do tega, da je postal tekač in trener teka. Z dunajskim letnim maratonom, katerega se udeleži približno 30.000 ljudi, je Konrad organizator največjega športnega dogodka v Avstriji. Večina sodelujočih teči na klasičnih 42,195 kilometrov.



Tvoj primer:

4 Ideje za tržne priložnosti (zunanje)

Številna poznana podjetja so bila ustanovljena, ker je podjetnik razvil nov izum, prepoznal tržno priložnost in razvil novo idejo.



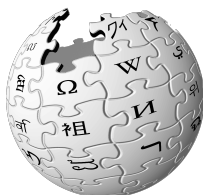
Rešitev problema. Bodisi obešanje oglasne table na najvišjo stolpnico v Avstriji ali varjenje na vetrnici za proizvodnjo električne energije; obstajajo ljudje, ki svoje delovno mesto najdejo tam, kamor si drugi ne upajo. Industrijski plezalci delajo v ekstremnih višinah in globinah; podjetja zato ne rabijo postavljati gradbenih odrov. Ta podjetja nudijo podporo pri namestitvah, čiščenju, prenovi. Industrijski plezalci združujejo ročne spretnosti z udobjem na višinah in rešujejo probleme gradbenih podjetij, kmetov in proizvajalcev energije.

Preoblikuj obstoječo idejo. Razmišljamo izven okvirjev. V drugih državah in sektorjih obstajajo številne uspešne poslovne ideje, ki jih je mogoče prenesti v druge, nove ideje. V zgodnjih 1980-ih je Dietrich Mateschitz pogosto poslovno potoval v Azijo, kjer je spoznal "Energijsko pijačo". Menedžerji so med sestanki pili sirupasto tekočino, ki jim je pomagala ostati budni in zbrani. Mateschitz je svojo novo poslovno idejo razvil na podlagi te pijače. Izdelek je prinesel v Avstrijo, razvil tržni koncept in ga uvedel na trg. Ime izdelka je sedaj zelo znano: Red Bull.



Kombinacija idej. Kombinacija že obstoječih idej je dovolj za razvoj novih poslovnih idej. Takšne kombinacije so prve internetne kavarne in PEZ figurice. Po eni strani je slaščica, po drugi strani pa igrača. Danes je PEZ globalna blagovna znamka, izvira pa iz Zgornje Avstrije iz 1920-ih. Poslovno idejo je razviti in uresničil industrialec Eduard Haas. PEZ figurice letno proizvedejo več milijonov evrov.

Proti lastnemu prepričanju. Do konca 80-ih, so ljudje iz zahodnih držav bili znani po tem, da so "posamezniki treh ur". Prvo uro so prejeli ob konfirmaciji, drugo ob prvi službi in tretjo za nagrado ob velikem dosežku. Nato je prišel gospod Swatch, Nicolas Hayek, ki se je odločil, da bo ravnal popolnoma drugače kot konkurenca. Nova plastična ura je bila predstavljena za vsak dogodek: *Hokuspokus* za klube ali *Mozart* za koncertni večer. Danes, ko je prodal že milijone Swatch ur, Nicolas Hayek velja za rešitelja švicarske industrije proizvodnje ur. Svoj koncept je prenesel tudi v druge industrijske sektorje, kot je razvoj sušilnikov za lase in preoblikovanje koncepta sesalnika z uporabo motorja za mešalnik.



WIKIPEDIA
Die freie Enzyklopädie

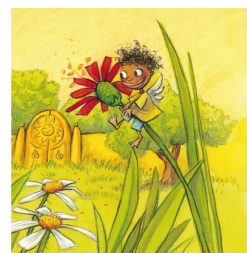
ali popolnoma študente so le veliko konkurence

Uporabniška inovacija, Odprta inovacija Pod ključno besedo *Uporabniška inovacija* se nove ideje razvijejo preko strank, zaposlenih in dobaviteljev. Ljubitelji športa, ki niso bili zadovoljni z obstoječimi možnostmi, so razvili športe, kot je gorsko kolesarjenje in naprave, ki so za to potrebne. Pod ključno besedo *Odprta inovacija* so stranke vključene tudi v izvedbo ideje. Najbolj znan primer je Wikipedija. Na enciklopediji istočasno dela 85.000 avtorjev prostovoljcev.



Imitacija. Kopira se že obstoječ koncept s podobno enako storitvijo. Številne picerije ali inštrukcije za nekaj primerov tovrstnih poslovnih idej. Obstaja in njihov uspeh je odvisen od velikosti trga.

Prevzem podjetij in franšizing. V času prevzema podjetja se poslovna ideja novega podjetja razvija naprej. Koncept franšize je zelo podoben. Ne prevzameš obstoječega podjetja ampak uvedeš že pripravljen koncept. Franšizor (franšizodajalec) da na razpolago že dokazan sistem. Franšizij (Franšizojemalec) je odgovoren za prodajo izdelkov in storitev pod blagovno znamko franšizorja. V Avstriji je na trgu približno 250 franšiznih sistemov. Nekaj znanih primerov so trgovine *Sonntor* z ekološkim pionirjem Johannesom Gutmannom ali *OMV* bencinski servisi s trgovino *Viva shop*.



Naloga 13: Od tržne priložnosti do poslovne ideje

Najprej prepoznaš tržno priložnost, nato razviješ ideje. Izvedite brainstorming vaših idej.

Situacija	Poslovna ideja
Cene goriv se podvojijo.	
V soseščini se je zaprla trgovina z zelenjavo.	
Odstotek zaposlenih žensk se poveča.	
Razvije se material, ki je narejen iz sončnih celic.	

5 Preizkusi ideje za poslovne priložnosti

Ko se poslovna ideja razvije je njena možnost za uspeh na trgu še vedno pod vprašajem. Vsaka ideja nima potenciala postati uspešno podjetje.

Svojo idejo preveri na naslednji način. Če poznaš 10 ljudi iz tvoje ciljne skupine (tvoje potencialne stranke), ki jih zanima nakup tvojega izdelka ali storitve, verjetno obstaja še več ljudi, ki bi za ta izdelek ali storitev plačali, če bi vedeli zanj/zanjo. Vzemi za primer, podjetje, ki ponuja izlete za učenje tujih jezikov za srednje šole. Tvoja ciljna skupina bi bili mladostniki tik pred poletjem.

Na splošno se ideja spremeni v poslovno priložnost če izpolnjuje merila na spodnjem seznamu. V tem primeru ideja postane zanimiva in vredno jo je razvijati naprej.

Kontrolni seznam za potencialne ideje, ki bi se lahko razvile v poslovne priložnosti

	Da	Ne	Razlog
Je zanimivo za stranke?			
Bo to delovalo v tvojem poslovnem okolju?			
So trenutne tržne razmere pomembne za izvedbo?			
Imaš znanja in sredstva za izvedbo ideje?			
Če nimaš znanja ali sredstev, poznaš koga, ki jih ima in bi z njim želel delati?			
Meniš, da bi izdelek ali storitev lahko ponujal po ceni, ki bi za stranke bila privlačna, ti pa bi še vseeno ustvarjal dobiček?			

Naloga 14: Od ideje do poslovne priložnosti

- a) Razvij dve poslovni ideji, ki temeljita na naslednjih vprašanjih: Je kaj, kar te v bližnji okolici moti? Kateri izdelek ali storitev bi ta problem rešil? Poskušaj se spomniti na zadnji dopust. Kateri izdelek ali storitev tam ni obstajal in se ti običajno zdi nujen? Razmisli o negativni spremembi, ki se je zgodila v tvoji soseski. Razmisli o možnih rešitvah kot potencialnih tržnih idejah.

- b) Poslovno idejo s pomočjo kontrolnega seznama preglej še z eno osebo in svojo vrednotenje podpri z razlogi. Je tvoja poslovna ideja dovolj legitimna, da se nadaljno delo na njej splača?

Kontrolni seznam za preverjanje idej za poslovne priložnosti

	Da	Ne	Razlog
Je zanimivo za stranke?			
Bo to delovalo v tvojem poslovnem okolju?			
Ustvarja situacija na trenutnem trgu priložnost za izvedbo?			
Imaš znanja in sredstva za izvedbo ideje?			
Če nimaš znanja ali sredstev, poznaš koga, ki jih ima in bi z njim želel delati?			
Lahko izdelek ali storitev strankam ponudiš po privlačni ceni in kljub temu ustvariš dobiček?			

Podjetniki	Ljudje, ki priznajo tržne priložnosti, razvijajo nove poslovne ideje in ustvarjajo ter izvajajo poslovne modele. Funkcionalna podjetnostna teorija temelji na osebi, ki ekonomsko ustvari nekaj novega. Zato so tudi ustvarjalni zaposleni lahko podjetniki.
Ustvarjalnost	<input type="checkbox"/> Zahteva razmišljanje v okviru priložnosti in alternativ <input type="checkbox"/> Dovzeten pristop do načinov in struktur razmišljanja <input type="checkbox"/> Ustvarja novo rešitev s kombiniranjem znanih elementov problema
Morfološka matrika	Hevristična metoda, analitičen in visoko strukturiran pristop, najbolj koristen za ustvarjanje novih idej, ko sta čas in informacije omejena.
Metoda 6 klobukov razmišljanja	Metoda, ki uporablja šest klobukov, vsak predstavlja drugačno perspektivo. Namen je, da idejo na hitro vidimo iz več perspektiv (z osebnimi občutki in dvomi kot tudi s pozitivnimi mislimi).
Notranja poslovna ideja	Ideja se razvije znotraj osebe. Treba jo je preveriti in preizkusiti za tržne priložnosti/analize. Osnova: <input type="checkbox"/> Vizije postanejo resnične <input type="checkbox"/> Hobij postane služba
Zunanja poslovna ideja	Ideja se razvije s pogledom navzven in s prepoznavanjem tržne priložnosti Osnova: Tržna priložnost: <input type="checkbox"/> Zavedaj se problema; npr. onesnaževanje, energija, družbeni problemi <input type="checkbox"/> Sprememba npr. zakona, trenda do bioloških izdelkov in wellnessa <input type="checkbox"/> Tehnični razvoj; npr. internet, pametni telefoni <input type="checkbox"/> Konkurenca Koncept razvoja ideje <input type="checkbox"/> Rešitev problema <input type="checkbox"/> Preoblikuj obstoječo idejo <input type="checkbox"/> Kombinacija idej <input type="checkbox"/> Delovanje proti lastnemu prepričanju <input type="checkbox"/> Uporabniška inovacija/Odprta inovacija <input type="checkbox"/> Imitacija (franšizing, prevzem)
Da ideja postane poslovna priložnost, mora ...	<input type="checkbox"/> Biti privlačna za stranke <input type="checkbox"/> Delovati v okolju podjetnika <input type="checkbox"/> Biti realna in izvedljiva.

Test 1: Prepoznavanje tržnih priložnosti v tiskanih medijih

Analiziraj revijo ali časopis za možne tržne priložnosti in uporabi metodo identifikacije priložnosti. Zapiši vsaj tri tržne priložnosti.

- ☐ Obstajajo kakšni problemi, ki jih je mogoče rešiti?
- ☐ Obstajajo kakšne spremembe zakonov, splošnih pogojev ali so se predstavili kakšni novi trendi?
- ☐ So prikazani kakšni novi tehnološki trendi?
- ☐ Si lahko zamisliš način kako bi lahko izboljšal obstoječo podjetje?

Test 2: Analiziraj poslovno idejo in njene možnosti na trgu

Z uporabo nalog A-C analiziraj vsako od spodnjih situacij.

- a) Kako vrednotiš poslovno idejo in njene možnosti na trgu? Napiši tri skrbi.
- b) Je ideja zanimiva za stranke? Zlasti za katere stranke?
- c) Bi to delovalo v tvojem poslovnem okolju? Svojo odločitev podpri z razlogi.

Situacija 1: Sterilizator vode na sončno energijo

Ker je pil okuženo vodo, je Martin Wesian (is Avstrije) med potovanjem v Južno Ameriko zbolel s kolero. Potreba po proizvodnji čiste pitne vode obstaja povsod. Wesian je razvil napravo *Wadi*. To je naprava opremljena s sončno celico, ki jo namestiš na plastično steklenico, da sterilizira vodo v njej. Da naprava deluje, mora sončna celica preprosto biti izpostavljena sončnemu sevanju. Naprava *Wadi* tudi zasveti, ko voda postane pitna. Ena naprava *Wadi* stane 5 EUR.



Situacija 2: Vzdušje v gledališču za otroke in odrasle

Ilustrator in grafični oblikovalec Helmut Pokornig je ljubezen do gledališča odkril, ko je bil še otrok. Že leta oblikuje kulise in obleke za gledališče. V letu 2012, je najel majhno mesto v 8. okrožju Dunaja (Josefstadt) in ga spremenil v gledališče. Skupaj s prijatelji je ustanovil neprofitno organizacijo in po nekaj mesecih priprav odprl lutkovno gledališče *Marijeli*, imenovano po svojih dveh hčerkah Marie in Jelena. Majhno gledališče ima lutkovno in marionetno gledališče za otroke in odrasle.



Situacija 3: Sadni smutiji

Nakoč so v Angliji trije prijatelji; Richard, Jon in Adam imeli idejo. Kupili so sadje v vrednosti 750 EUR, naredili smutije in jih prodajali na majhnem festivalu glasbe v zahodnem Londonu. Obesili so znak na katerem je pisalo: Naj pustimo svoje službe in delamo smutije? Pred svojo stojnico so postavili dva velika koša za prazno embalažo in na enega napisali "DA" in na drugega "NE". V nedeljo zvečer je koš z napisom "DA" bil poln s prazno embalažo. V ponedeljek so vsi trije pustili svoje službe in ustanovili podjetje



Innocent. Innocent je podjetje, ki proizvaja smutije, ki vsebujejo mešano sadje, napolnjeno v steklenice.

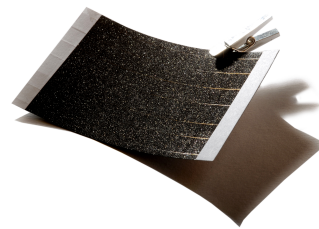
Situacija 4: Sledenje izdelku

Iz spletne platforme lahko natisneš nalepko s števkami za sledenje. Vsaka nalepka se nalepi na izdelek, ki se proda ali nekomu podari kot darilo. Nato lahko pod številko za sledenje ustvariš polje izdelka in slediš potovanju različnih izdelkov. Na koncu mora kupec na internetni strani dodati datum dostave.



Situacija 5: Steklena sprednja stran, ki služi za proizvodnjo energije

Podjetje Crystalsol Ltd., ki ima sedež na Dunaju in v Talinu (Estonija) je razvilo popolnoma novo tehnologijo fotovoltaičnega sistema na folijah za steklene prednje dele streh. Zgradbe, ki porabijo preveč energije se bodo sčasoma odločile za alternative, da bodo krile lastno porabo in z odvečno energijo napajale omrežje. Nova tehnologija ima številne prednosti. Ne uporabljajo se redke kovine kot so indij ali telur, proizvodnja pa je cenejša kot pri obstoječih sončnih celicah.



Situacija 6: Najlepša hvala, sem v redu

Modna znamka *Boginja sreče* (Göttin des Glücks) velja za kul uniseks oblikovanje. Oblikovalci nudijo zbirko *počutim se v redu* (*feel fine collection*), ki sega do zaposlenih in dobaviteljev, ki imajo od pristopa družbe prav tako korist. Pred nekaj leti so se odločili za ekološko proizvodnjo. Celotna proizvodna linija ima pečat *Fair Trade* (*pravično trgovanje*). Ta zagotavlja, da je v skladu z mednarodnimi delovnimi standardi mednarodne organizacije dela. Bombaž ekološko pridelal podjetje iz Zahodne Indije.



Situacija 7: Dog Poo Bag (vrečka za pasje kakce)

Oblikovalki Nina Dautzenberg in Andrea Gaesmann iz agencije *Jungeschachtel* sta ugotovili kako neprijetno je lahko pobiranje kakcev svojega kužka. Zato sta razvili Dog Poo Bags, ki so šaljive, papirnate vrečke z natisnjenim vzorcem in so namenjene izključno za pobiranje pasjih kakcev. Vsak paket vsebuje 16 vrečk z osmimi različnimi vzorci, stane pa 12,90 EUR.

