

### 7.1. Podnikanie, tvorivosť a inovatívnosť

#### 7.1.1. Implementácia nápadov

Predtým než sa bližšie pozrieme na vývoj podnikateľského zámeru, ktorý je vždy potrebný pri implementácii nového inovatívneho výrobku alebo služby, poďme si najskôr definovať rozdiely a vzťahy medzi podnikaním, tvorivosťou a inovatívnosťou.

Najdôležitejšie pre podnikateľa je využívať výstupy a tvorivých a inovatívnych procesov na riešenie problémov a urobiť ich dostupnými na trhu. Tvorivosť je proces rozvoja nových nápadov a vyhľadávania nových riešení, zatiaľ čo inovatívnosť je proces aplikácie nových nápadov na vyriešenie problémov a na vytvorenie nových podnikateľských príležitostí. Tvorivosť a inovatívnosť sú v tomto zmysle v blízkom príbuzenskom vzťahu a tvoria integrovanú časť podnikania.

Tvorivosť je čosi prístupné takmer pre každého, aby sa učili ako sa rozvíjať. Zaoberá sa tým, ako sa chovať a ako pracovať v rôznych situáciách a ako využívať tú správnu časť mozgu. Toto je tiež dôvod prečo všetci ľudia v rámci organizácie musia byť zainteresovaní a podieľať sa na rozvoji nových nápadov a inovácii. Podnikatelia sú špecifickí ľudia v organizácii, ktorí zlepšujú a starajú sa o tvorivosť v rámci organizácie, prostredníctvom zamestnancov a v určitom rozsahu taktiež prostredníctvom samých seba. Podnikateľ môže stimulovať tvorivosť mnohými rozličnými spôsobmi prostredníctvom povzbudzovania ľudí, tolerovaním chýb a poskytovaním podpory, atď., ale taktiež tým, že bude nepredpojatý, zaznamenávajúci nápady, atď.

#### 7.1.2. Strategický manažment

Je nutné vypracovať strategický plán, kde sa znázorní, nakoľko je nová inovácia zabezpečená, že bude cenná na trhu a na rozpoznanie konkurencie. Je nevyhnutné zistiť, či nová inovácia môže vytvoriť konkurenčnú výhodu na trhu, v opačnom prípade nestojí zato pokračovať, a to aj v prípade, že vlastníte "tú najlepšiu inováciu" aká bola kedy vymyslená.

Proces strategického plánovania musí byť vypracovaný v rôznych krokoch. Strategický plán má byť dost krátky a jednoduchý na pochopenie a vyžaduje si zainteresovanosť zamestnancov.

Nižšie sú vymenované niektoré kroky/položky, ktoré by mali byť zahrnuté a brať do úvahy pri formovaní strategického plánu:

- Vyhlásenie poslania je najdôležitejší krok. Toto je vidina nového inovatívneho produktu, alebo služby, ktoré boli vyvinuté.
- Kompetencie/zdroje potrebné pre výrobok.
- Ktoré sú silné/slabé stránky/príležitosti/hrozby? SWOT analýza.
- Konkurencia od iných podnikov?
- Faktory úspechu alebo neúspechu? Ktorý je/sú najdôležitejšie faktory úspechu?
- Ciele a úlohy podnikateľských príležitostí, ktoré vie nový výrobok/služba vytvoriť.
- Akčný plán v závislosti na strategickom pláne, ktorý poskytne konkrétnejší opis krokov, ktoré je nutné vykonať, časový plán atď.

Pravdepodobne existujú ešte iné faktory, ktoré je nutné zvážiť, v závislosti na tom, aký výrobok/službu by ste chceli uviesť na trh. Na strategické plánovanie netreba nazerať ako na jeden krátky proces, ale viac ako na prebiehajúci proces, kde zodpovednosť spočíva na podnikateľovi v rámci organizácie.