

Podnikanie

Je to základná hnacia sila ekonomickej hodnoty a tvorby pracovných miest, či už sa prejavuje vo forme nového startupu alebo ako regeneračná sila v rámci zavedenej spoločnosti.

Podnikanie je o konaní v **podmienkach neistoty** a pri absencii vypočítateľného rizika.

Keď podnikatelia objavujú alebo využívajú príležitosti a mobilizujú zdroje potrebné na to, aby s nimi konali, uvoľnili sily tvorivej deštrukcie spôsobmi, ktoré transformujú existujúce odvetvia a vytvárajú úplne nové.

Podnikatelia môžu tiež slúžiť ako arbitri, ktorí sú schopní priniesť trhy späť do konkurenčnej rovnováhy.

Podnikateľské financovanie

Rozsah zdrojov financovania pre podnikateľské subjekty sa rozšíril

Pre začínajúce podniky je teraz k dispozícii niekoľko rôznych typov financovania. V počiatočných fázach môžu získať počiatočné financovanie a využiť takzvané „**3F**“ - ***priatelja, rodina a blázni***.

Podnikatelia sa môžu uchádzať o programy akceleračtora, ktoré môžu poskytnúť finančné prostriedky (*niekedy výmenou za rovnosť*), okrem pracovných priestorov, uľahčeného vytvárania sietí, mentorstva a vzdelávacích seminárov.

Jeden z najslávnejších programov na svete so sídlom v Kalifornii, sa podľa globálneho akceleračtora často započítaval do šírenia rozširujúcich sa urýchľovačov, ktorých počet sa do roku 2017 zvýšil na viac ako 500 (*pričom väčšina z nich bola uvedená na trh až od roku 2014*). Iniciatíva vzdelávania. Samotný Y Combinator pomohol vyvinúť viac ako **1 400 technologických projektov** vrátane Dropbox a Airbnb.

V neskoršej fáze môžu podniky získať peniaze od firiem s rizikovým kapitálom, ktoré majú zvyčajne minimálny prah pre veľkosť svojich investícií a často hľadajú výrazné výnosy za stanovené obdobia.

Známy investor v oblasti rizikového kapitálu Fred Wilson napísal, že jeho firma očakáva, že bude generovať väčšinu svojich výnosov z jednej tretiny svojho portfólia startupov, čo musí v priemere dosiahnuť 7,5-násobný výnos za desať rokov.

Podnikateľské financovanie

Investori anjelov sú ďalším zdrojom financovania, ktorý majú podnikatelia k dispozícii.

Zvyčajne to sú jednotlivci, ktorí investujú osobné peniaze do podnikania a môžu tiež podnikateľom poskytovať strategické poradenstvo a prístup k sieťam alebo iným zdrojom. Okrem pomerne tradičných foriem kapitálu sa v podnikateľskom prostredí začali osídľovať aj nové typy poskytovateľov finančných prostriedkov.

Crowdfundingové platformy, ako sú napríklad Kickstarter alebo Indiegogo, sa stali dôležitým zdrojom financovania mnohých podnikateľov tým, že im umožnili priamy prístup k sieťam potenciálnych investorov prostredníctvom internetu.

K dispozícii je niekoľko druhov platforiem vrátane platforiem crowdfunding založených na darovaní, kde ľudia darujú malé množstvo peňazí, platforiem crowdfunding založených na odmeňovaní, do ktorých ľudia investujú peniaze za odplatu (ktorá môže zahŕňať kredit na film alebo produkt), alebo akciové platformy crowdfunding, kde ľudia investujú peniaze výmenou za vlastnícky podiel v startupe.

Okrem toho v posledných rokoch sa ako zdroj financovania začínajúcich spoločností stali významnejší aj investori s „**dopadom**“.

Cieľom týchto investorov je dosiahnuť pozitívny sociálny alebo environmentálny vplyv v dôsledku ich financovania, ako aj návratnosti.

Sociálne podnikanie

Podnikatelia hľadajú nové spôsoby, ako mať pozitívny sociálny a environmentálny vplyv

Zvyšujúci sa tlak na rozpočty verejného sektora a rastúci záujem o využívanie nekonvenčného podnikania na riešenie problémov viedli k rastúcej popularite sociálneho podnikania.

Podnikatelia čoraz viac vnímajú podniky ako potenciálne hlbšie pozitívne vplyvy na spoločnosť a chcú, aby sa ich organizácie presunuli zo silného zamerania na zisky na zlepšenie svojho sociálneho a environmentálneho vplyvu.

Výsledkom je, že nové „**sociálne podniky**“, ktoré vytvárajú, pôsobia na križovatke obchodu a širšej spoločnosti a často sledujú viaceré organizačné ciele súčasne kombináciou svojho úsilia o generovanie výnosov a sú komerčne sebestačné a majú zásadnejší cieľ prispieť na sociálne alebo environmentálne účely.

Fairphone je sociálny podnik, ktorý vyvíja smartfóny, ktoré sú navrhnuté a vyrobené s minimálnym poškodením ľudí a planéty pomocou zodpovedne získaných a recyklovaných materiálov na výrobu telefónov s dlhou životnosťou a presadzovaním práv pracovníkov.

Spoločnosť uviedla na trh prvý model v roku 2013 a nasledovala s ostatnými modelmi, ktoré obsahujú nekonfliktný cín a volfrám a recyklovali meď a plasty.

Sociálne podnikanie

Smartfóny spoločnosti Fairphone majú zhruba rovnakú funkčnosť a rovnaký vzhľad ako ostatné smartfóny, aj keď sa líšia od konkurentov tým, že ich spoločenské a environmentálne poslanie je za ich komponentmi, ich obhajobou za zlepšenie pracovných podmienok a recykláciou elektronického odpadu.

Novú triedu sociálnych podnikateľov, ktorej príkladom je spoločnosť Fairphone, umožňujú investori pôsobiaci v oblasti dopadu a filantropovia, ktorí uplatňujú disciplínu tradičného investovania do rizikového kapitálu, ale sú ochotní akceptovať nižšie finančné výnosy výmenou za to, že majú väčší vplyv.

Šírenie uvedomejších spotrebiteľov zaujímajúcich sa o sociálne, environmentálne a etické otázky by malo iba ďalej urýchliť rozvoj sociálneho podnikania a sociálnych podnikov.

Tento trend podporili aj nové organizačné formy, ako napríklad takzvané „**Zbory B**“ a „**Benefit Corporations**“, ktoré sú certifikované tak, aby spĺňali normy sociálneho a environmentálneho správania, a ktoré zohľadňujú ľudí, planétu a zisk.

V súčasnosti existujú tisíce registrovaných zborov B a Benefit Corporations, vrátane outdoorovej odevnej spoločnosti Patagonia a crowdfundingovej platformy Kickstarter.

Podnikové podnikanie

Veľké podniky prijímajú viac podnikateľských prístupov a postupov

Výskyt technológií, ako je umelá inteligencia a nanotechnológia, v kombinácii so zavedením nových a inovatívnych obchodných modelov narušil celé priemyselné odvetvia a napadol predtým zavedené podniky.

Napriek ich dominantnému postaveniu na trhu a významným finančným zdrojom bolo veľa podnikových spoločností narušených do tej miery, že stratili príležitosti na rast z dôvodu neschopnosti držať krok s agilnejšími začínajúcimi podnikmi.

Tieto veľké firmy často strácajú kvôli neochote prijať inovácie, ktoré môžu kanibalizovať ich existujúce výrobky a služby.

Medzitým mnohí strácajú špičkových talentov, ktorí pokračujú v zakladaní vlastných podnikov alebo pri vstupe do rýchlo rastúcich startupov.

S cieľom udržať krok a udržať si konkurencieschopnosť zavedené spoločnosti stále viac zavádzajú iniciatívy vnútorného podnikania, ktoré dopĺňajú ich podniky. Tým, že tieto spoločnosti opätovne preskúmajú svoje organizačné usporiadanie a obchodné modely, dúfajú, že budú spoločne využívať osvedčené postupy začínajúcich firiem. Spravidla sa to deje vytvorením štruktúr alebo jednotiek oddelených od hlavnej činnosti.

Viacere spoločnosti čoraz viac využívajú podnikové inkubátory, urýchľovače a inovačné laboratóriá, aby túto inováciu vytlačili mimo hlavného podnikania.

Podnikové podnikanie

Jedným z prvých podnikových inovačných laboratórií na podporu úsilia v oblasti výskumu a vývoja oddeleného od hlavného podnikania bol Bell Labs, legendárna jednotka výskumu a vývoja, ktorú kedysi vlastnila spoločnosť AT&T a priniesla tranzistor a laser.

V poslednej dobe poskytujú hackatóny a akcelerátory a inkubačné programy sponzorované spoločnosťou rôzne typy podpory podnikania. Spoločnosti tiež založili svoje vlastné investičné fondy rizikového kapitálu, iba v škandinávskych krajinách sa počet správcovských investícií podnikov medzi rokmi 2014 a 2018 **viac ako zdvojnásobil na 109**, podľa správy uverejnenej spoločnosťou Oxford Research.

Medzitým sa navrhujú podnikové podniky, ktoré sledujú podnikateľské príležitosti, ale sú začlenené do prostredia spoločnosti. Napríklad nemecká nadnárodná strojárka a technologická spoločnosť Bosch zvyšuje svoje investície do programov na podporu podnikových aktivít.

Jedným z ich najúspešnejších príkladov je systém Bosch eBike, ktorý bol založený v roku 2009 ako podnik v rámci spoločnosti Bosch a následne sa vyvinul v jedného z popredných výrobcov pohonných systémov pre elektrické bicykle (elektrické bicykle, v ktorých motor pomáha šliapať jazdca).

Podnikateľské ekosystémy

Inovačné centrá vytvorili konkurenčné výhody

Keď sa globálna konkurencia stáva čoraz viac stimulovanou inováciami, môže pulzujúce inovačné prostredie predstavovať kritickú výhodu.

Silicon Valley, Tel Aviv a Berlín ilustrujú potrebné prvky úspešného ekosystému: **univerzity a verejné výskumné laboratóriá**, ktoré nielen získavajú špičkové vedomosti, ale uľahčujú aj komercializáciu prostredníctvom udeľovania licencií alebo udeľovania dotácií, *skúsení anjelskí investori a spoločnosti rizikového kapitálu* v počiatočnej fáze, *veľké, dynamické spoločnosti*, ktoré sú ochotné spolupracovať so začínajúcimi podnikmi tak, že poskytujú podnikové financovanie podniku, ako aj kupujú produkty a služby týchto menších firiem, **a kultúrny kontext**, v ktorom je zlyhanie všeobecne akceptované.

Zásadné sú tiež politiky, ktoré pomáhajú chrániť práva duševného vlastníctva, ako aj účinné zákony o bankrote, aby sa uľahčilo sériové podnikanie. Tam, kde chýbajú alebo sú nedostatočne rozvinuté kritické prvky, môže účasť na vládach pomôcť vyplniť medzery vo forme schém spolufinancovania na stimuláciu investovania anjelov a verejných dotácií pre inkubátory a programy urýchľovania startupov.

V minulosti bolo uprednostňovanou stratégiou na podporu podnikania zriadenie geograficky zameraného ekosystému.

V posledných rokoch sa však digitalizácia zásadne zmenila a rozšírila spôsoby vzájomného pôsobenia podnikateľov, firiem, vlád a akademických inštitúcií na rôznych miestach.

Podnikateľské ekosystémy

Sociálno-ekonomické a technologické trendy viedli k úplnému prekresleniu podnikateľského prostredia.

Ekonomiky založené na službách a podniky založené na technológiách sa stali významnými, vytvárajú nové typy práce a nové formy organizácie. Ide o reštrukturalizáciu existujúcich podnikateľských ekosystémov a potrebu nových digitálnych nástrojov a zdrojov, keďže údaje pre podnikateľov stále viac slúžia ako základný kameň, ktorý im vytvára prostredie, ktoré im rovnako uľahčuje železnice, cesty a lodné prístavy.

Online platformy teraz poskytujú podnikateľom prístup k talentom, sieťam, znalostiam a kapitálu bez ohľadu na ich umiestnenie. Tieto platformy zohrávajú rozhodujúcu úlohu pri pretváraní miestnych a globálnych podnikateľských ekosystémov a pri vyrovnávaní rovnakých podmienok pre podnikateľov všade.

*Všeobecnejšie povedané, **digitalizácia môže pomôcť rozšíriť a katalyzovať iniciatívy vlády a súkromného sektora zamerané na vytvorenie holistickejšieho globálneho podnikateľského ekosystému, pretože umožňuje väčšie zdieľanie, vzdelávanie a prístup v masovom meradle a pri nižších jednotkových nákladoch na transakciu a pri spájaní miestnych a regionálnych podnikateľských ekosystémov na celom svete.***

Podnikateľské vzdelávanie

Vyžadujú sa nielen správne zručnosti a schopnosti, ale aj správny výhľad

Podnikateľské zručnosti ako napríklad schopnosť efektívne predkladať nápady, poskytovať druh inšpiratívneho vedenia, ktoré môže prilákať talenty, a rozvíjať operatívne činnosti potrebné na rozšírenie podnikania sa musia rozšíriť.

Rovnako dôležité ako sprostredkovanie zručností je starostlivosť o podnikateľské zmýšľanie.

Mladí ľudia sa všeobecne musia viac zbadať v hľadaní príležitostí, keď ostatní vidia problémy, ochotnejší riskovať a ochotnejší akceptovať zlyhanie.

Vlády, súkromné spoločnosti, univerzity, inkubátory a urýchľovače sa stále viac usilujú kultivovať budúcu generáciu podnikateľov (*počet začínajúcich urýchľovačov založených v USA určených na podporu začínajúcich spoločností s výhodami, ako je vzdelávanie a mentorstvo, vzrástol zo 16 na viac ako 170 medzi rokom 2008 a 2015, podľa Brookingsovej inštitúcie*).

Z historického hľadiska sa to väčšinou deje prostredníctvom programov zameraných na myšlienky a ihrisk alebo prostredníctvom učebných teoretických školení.

Mnoho vzdelávacích programov však prijíma čoraz inovatívnejší prístup k rozvoju bohatšieho „ľudského kapitálu“ a podpore väčšieho podnikania. Vo všeobecnosti sa v podnikateľských vzdelávacích programoch zdôrazňujú tri základné aspekty.

Podnikateľské vzdelávanie

***Po prvé,** podnikateľské programy sa zameriavajú na rozvoj individuálneho myslenia na osobnú, psychologickú a transformačnú cestu, ktorú musí jednotlivec podniknúť, aby si vytvoril pevné presvedčenie a vôľu potrebnú na uskutočnenie podnikateľskej životnej cesty.*

Tieto programy to robia napríklad prezentáciou relatívnych vzorov rolí, ktoré sú čo najviac podobné potenciálnym podnikateľom, aby sa prelomili mentálne bloky v rámci tohto procesu je nevyhnutné zastúpenie vzorov žien a príslušníkov menšinových skupín.

***Po druhé,** podnikateľské programy zdôrazňujú dôležitosť rozvoja vhodných zručností a osvedčených postupov poskytovaním kontrolovaného alebo sprostredkovaného prostredia, ktoré môže začínajúcim podnikateľom poskytnúť ponorný vzdelávací zážitok, ktorý simuluje podnikateľskú cestu.*

Tieto programy napokon uznávajú význam zavedenia potenciálnych podnikateľov do miestnych spoločenstiev investorov, mentorov, spoločností a odborníkov.

Programy oboznamujú potenciálnych podnikateľov so širšími mechanizmami na vnútroštátnej aj regionálnej úrovni, ktoré možno využiť na podporu podnikania a predstavujú týchto mladých ľudí nástrojom a zdrojom potrebným na zvýšenie rozsahu ich podnikania.

Zdroje

- World Economic Forum's Expert Network and is curated in partnership with Dr. Lien de Cuyper, Postdoctoral Researcher, Chair of Entrepreneurship at ETH Zurich.