

Podnikatelské projekty

Ústředním konceptem podnikatelských projektů je postup vývoje určitého modelu podnikání od myšlenky k projektu. Studenti si mohou vyzkoušet, v chráněném, hravém a realistickém prostředí, co to obnáší stát se podnikatelem. V ideálním případě pracují v interdisciplinárních týmech a snaží se vypořádat s reálnými problémy v praxi za použití podnikatelského přístupu.

V průběhu tohoto inkubačního procesu jsou doprovázeni odborníky, kteří mají roli mentorů nebo koučů. Formát spolupráce umožňuje účastníkům, aby se sami rozhodli, jestli pak budou dál s projektem pokračovat až k jeho realizaci nebo jestli budou kurz považovat jen za cennou vzdělávací zkušenost.

První fáze – Plánování & Příprava

Definujte vstupní podmínky pro studenty – spolehlivým kritériem je například konkrétní plán v rámci týmu. K pečlivému výběru účastníků může být použit motivační dopis s popisem jejich nápadu nebo oblasti jejich zájmu.

Zapojení partnerů z praxe může proběhnout prostřednictvím výběru odpovídajících osobností z kontaktní sítě vyučujícího nebo za pomoci spolupráce s externistou, který zajistí startovací podporu, například inkubátor. Formát spolupráce se může lišit v závislosti na dostupnosti, oblasti aktivity, či místa. Může být inspirován například přednáškami pozvaných hostů nebo exkurzemi.

Druhá fáze – Zahajovací fáze

Zahajovací fáze je klíčová pro atmosféru a dynamiku celé skupiny. V ideálním případě začněte se zahajovací akcí (kick-off), při níž se účastníci setkají a která zviditelní jejich přítomné nápady. To je čas, kdy si všichni vyjasní, jak začít a o co usilovat. Co se týče konečného cíle kurzu, je několik možností: reálný model podnikání (minimální požadavek), proveditelný podnikatelský plán, zdokumentovaný prototyp nebo detailní návrh financování.

Odjezd z obvyklého (univerzitního) prostředí na 3 – 5 dní za účelem pracovat na podnikatelském projektu, například někde na venkově, zvyšuje pozornost a koncentraci na projekt. Kromě zintenzivnění vzdělávacího procesu, takový „Start-up Camp“ vytváří zvláštní atmosféru, buduje důvěru a posiluje zapojení účastníků.

Třetí fáze – Vývoj obchodního modelu

Cesta od nápadu k podniku je ve znamení iterativního procesu vývoje. Obchodní model Canvas (the Business Model Canvas, Osterwalder and Pigneur 2010) je oblíbeným nástrojem na podporu tohoto procesu. Ambros a Schmitz do něj v roce 2015 zapracovali ekologický a sociální dopad a upravili jej na Udržitelný obchodní model Canvas (the Sustainable Business Model Canvas).

Studenti pracují na všech částech svého podnikatelského modelu současně, přemýšlejí o jejich vzájemném propojení a udržují jejich spojitost. Holistický pohled na podnikatelské aktivity zahrnuje reflexi na ekologický



a sociální dopad. Tyto formy dopadu mohou být analyzovány a prokázány za použití nástroje CASE Sustainability Performance Tool nebo metodou input-output-outcome-impact (iooi)¹.

Zásadním krokem je testování hypotéz v rámci podnikatelského modelu. Podle časových možností se provádí reality-check formou krátkých rozhovorů nebo vývoje prototypů. Prototyp je realistický model ústředního produktu a/nebo služby v malém měřítku. Testované aspekty jsou hodnoceny a slouží ke zlepšení podnikatelského modelu.

Čtvrtá fáze – Plánování podnikání

Minimálním výsledkem podnikatelských projektů by měl být proveditelný podnikatelský model. Může následovat další krok, kterým je přepracování modelu na podrobnější a uskutečnitelný podnikatelský plán. Podle toho, z jakých částí se skládal podnikatelský model, mohou pak v tomto plánu být obsaženy další milníky, jako důkladný finanční plán a jasná komunikační strategie.

Pátá fáze – Závěrečná prezentace

Závěrečná prezentace je většinou zlatým hřebem kurzu. Zviditelňuje všechno úsilí a nabízí další příležitost, jak získat zpětnou vazbu od širšího publika. Proto je ideální veřejná akce, která také může přilákat hosty z venku (např. investory) a potenciální budoucí účastníky.

„Studenti si uvědomí, že podnikání je o emocích. Není to jenom o počítání kolik nebo jestli je to ziskové“.
Učitel, University of Gothenburg, Švédsko

Přínosy

- Nalézání, hodnocení a realizování inovativních podnikatelských nápadů.
- Podpora podnikatelského myšlení
- Učení se chápat a zvládat rizika
- Podporuje kreativitu a vynalézavost
- Nakažlivé nadšení mezi studenty a kouči

Faktory úspěchu

- Důraz na implementaci myšlenek studentů
- Otevřený prostor propagující kreativitu v rámci jasného rámce
- Diverzita vědomostí a kompetencí partnerů/koučů
- Podnikatelský duch partnerů v rámci spolupráce

Výzvy

- Přřazování studentských projektů k relevantním spolupracujícím partnerům
- Určení limitů kurzu a mimoškolních aktivit
- Ukotvování udržitelnosti a podobných konceptů
- Integrace „start-up skupiny“ (několik dní mimo univerzitu)

¹ Metoda pro měření sociálního dopadu, kterou vyvinuli Riess, Birgit (ed.) (2010). Používá se například v Plan and Benchmark Corporate Citizenship, Bertelsmann Stiftung.

