**Studija slučaja:**

**Tri kronološka koraka prema poticanju intrapoduzetništva: Lekcije iz slučaja Wehkamp**

|  |  |
| --- | --- |
| **Ključne riječi** | Intrapoduzetničko ponašanje, inovativna kultura, održavanje intrapoduzetništva |
| **Pripremio** | d-ialogo e.K. |
| **Jezik** | Hrvatski |
| **Studija slučaja** | |
| Wehkamp je 1995. započeo sa svojim prvim online eksperimentima, ali je u isto vrijeme posao stagnirao zbog starog poslovnog modela "povezanog s kataloškom prodajom zbog stalnih inkrementalnih poboljšanja i visokog fokusa na učinkovitost". Zaključno, stroge procedure i pravila za povećanje učinkovitosti mogu omesti intrapoduzetničko ponašanje, jer takvo ponašanje znači ići protiv ustaljenih i prihvaćenih načina usmjerenih na radikalne inovacije; formalizaciju, kontrolu i hijerarhiju nasuprot autonomije i unutarpoduzetničkog ponašanja..[[1]](#footnote-1)  Rezultat ove analize Deprez et al. je da je sustav temeljen na modelu važan za uspostavljanje inovativne kulture, sustav temeljen na modelu opisan je u nastavku:  **Faza 1: intrapoduzetništvo nekolicine**  Prvo, zaposlenici na prvoj liniji mogu promatrati promjene tržišta, promjene potreba kupaca i mogu pronaći rješenja. Oni su vrlo važni izvori za pronalaženje inovativnih rješenja. Za pronalaženje i uspostavljanje inovacija potrebna je sve veća razina autonomije i odlučivanja. Njih mogu dati voditelji tima, ali i poticati njegovu ili njezinu samoinicijativu. Povratna informacija o tome što se događa s njegovom ili njezinom idejom i ponuda da nastavi raditi na svojoj ideji bitna je za motivaciju i može olakšati daljnje ideje. Na kraju, potrebno je definirati zašto organizacija želi povećati intrapoduzetništvo i s kojim kapacitetom.  **Faza 2: korištenje turbulentnih vremena za poticanje intrapoduzetništva u mnogima**  Potrebno je naglasiti da je intrapoduzetništvo poželjno i zašto ga treba uspostaviti.  Najviši menadžment može obavljati pionirske zadatke i promovirati intrapoduzetništvo kao i željeno ponašanje zaposlenika. Manje barijere i manja formalizacija za komunikaciju i predstavljanje ideja mogu potaknuti predlaganje ideja. Poštena kultura također doprinosi intrapoduzetništvu. Intrapoduzetnici bi željeli da se s njima postupa humano i pošteno.  **Faza 3: održavanje intrapoduzetništva mnogih**  Mnoga istraživanja usmjerena su na otkrivanje koji organizacijski čimbenici mogu podržati intrapoduzetništvo. Postoji pet ključnih organizacijskih čimbenika za unaprjeđenje intrapoduzetništva: „autonomija, nagrade, dostupnost vremena, podrška menadžmenta i ograničenja postavljena na opseg inicijative“. Raspoloživost vremena ne znači određenu raspodjelu vremena, već poziv na korištenje prostora za slobodno vrijeme za susrete s drugima ili mentalni prekid. Nagrade mogu biti bonusi ili neizravne nagrade, kao što je zajedničko slavljenje uspjeha tvrtke. | |
| **Izvor** | Deprez, J.; Leroy, H.; Euwema, M. (2018). Three chronological steps toward encouraging intrapreneurship: Lessons from the Wehkamp case. Business Horizons, 61, p. 135-145. |

1. Deprez et al. (2018), p. 140 [↑](#footnote-ref-1)