

## Kreativni nasvet



## Zaposleni so najboljši in najcenejši inovatorji

**Vsakdo lahko prebudi otroka v sebi in spet postane ustvarjalen. V podjetjih se to počne z ustvarjanjem inovacijske kulture. Zaposlenim je treba dati priložnost, jih spodbuditi in primerno nagraditi. Tako profitirajo oni in podjetje samo.**

dr. Andrej Pompe

**Inovator je lahko prav vsak od direktorja do skladiščnika, od kadrovnika do vratarja, od finančnika do šoferja, od računovodje do snažilke.**

**Podjetja, ki trgu ne prinašajo novosti, so dolgočasna.**

### Inovacije so gonilo razvoja

Inovacije so pomembne za razvoj človeštva in dajejo podjetju krila, zagotavljajo tržno aktualnost in držijo konkurenco na varni razdalji. Inoviranja je sposoben vsakdo, samo spodbuditi ga je treba in mu dati priložnost. Inovativnost v podjetjih zahteva svoj temelj - inovacijsko kulturo, katere izplen bodo predlogi za izboljšave, nadgradnje, poenostavitve in prihranki. Pomeni pa še nekaj: vsak zaposleni je soustvarjalec stabilne prihodnosti.

### Predpogoj je inovacijska kultura

Inovativnost v podjetništvu presega miselnost, da morajo inovacije prinesiti velike spremembe. Vanjo se vključuje tudi minimalne korake razvoja. Pomemben je izplen: večja prodaja, večji dobiček, boljši ugled, večja stabilnost poslovanja, manjša tržna ranljivost, večja pripadnost zaposlenih, manjši stroški delovanja, skrajšani postopki dela, učinkovitejša organizacijska struktura in logistika, večja in širša družbena sprejemljivost itd. V tem smislu je inovator lahko prav vsak, od direktorja do skladiščnika, od kadrovnika do vratarja, od finančnika do šoferja, od računovodje do snažilke.

### Vse je v glavi - vsi morajo biti ZA

Človek se za spremembe odloči, če je to njemu in okolju, kjer dela, v prid. V podjetju je za spremembe (posledično inovacijsko miselnost) potrebno »pripraviti teren«. Gre za zavedanje in ozaveščanje. V podjetju morajo enostavno vsi biti ZA spremembe, ZA sodelovanje, ZA napredek, ZA dolgoročno stabilnost. To zagotavlja stabilnost delovnih mest, dolgoročno vzdržnost in konkurenčnost podjetja.

### 10 velikih korakov do velikega števila rešitev

Ker le majhen odstotek invencij postane inovacija, je v podjetju potrebno, da je idej čim več, za kaj takega pa je treba vzpostaviti ravnotežje med svobodo in pravili ter izpolniti določene pogoje:

1. podjetje mora ponotranjiti inovacijsko miselnost kot »potovanje« in ne kot »destinacijo« - ta se mora širiti od zgoraj navzdol;
2. zaposlenim v podjetju je treba pojasniti, zakaj so inovacije (od minimalnih do velikih) nujno potrebne spremembe;

3. zaposleni morajo imeti možnost, da podajo kritične pripombe na probleme ter da podajo rešitve in predloge;
4. v reševanje problemov je treba vključiti različne profile zaposlenih;
5. vsaka implementirana inovacija je »velika vest« za celo podjetje;
6. ustvariti je treba kreativno okolje, ki spodbuja k pozitivnim spremembam;
7. napake so del inovacijskega procesa in ne smejo biti predmet kritike, temveč so šola za prihodnost;
8. omogočiti je treba implementacijo idej/rešitev in vire zanjo;
9. izobraževanje, dodatno usposabljanje in občasno rotiranje zaposlenih ustvarja množico možnosti za izboljšave;
10. mešani timi naj se ukvarjajo s problemi, ne z implementacijo rešitev - seanse naj bodo kratke, rešitve naj ocenjujejo dan kasneje.

### Motivacija je mati inoviranja in oče prihodnosti

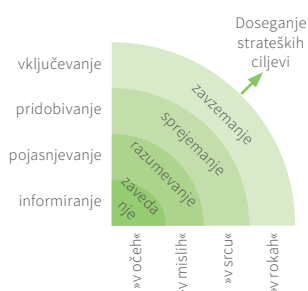
Temeljna psihologija pravi, da bolj kot je človek vključen v neko dogajanje, bolj ga zanima končni rezultat, bolj je motiviran, da se ta zgodi. Prav tako velja, da je individualna afirmacija znotraj skupine ljudi velika osebna motivacija in zmanjšuje pomen individualne samozadostnosti.

### Inovacijski procesi se ne smejo nikoli končati

Inovacije so tisto, kar trg z zanimanjem zaznava. Navadno podjetja prihajajo na trg z novostmi, izboljšavami, nadgradnjami in podobnim le od časa do časa. Za tržno stabilnost je ključno, da naj bi bil proces inovativnega razmišljanja in udejanjanja stalnica. Le tako lahko podjetje upa, da mu ne bo zmanjkalo potrebnega konkurenčnega goriva.

### Podjetja, ki trgu ne prinašajo novosti, so dolgočasna

Veliko podjetij posluje tudi brez inovacij in so večinom t. i. sledilci. S tem ni nič narobe, vendar ta podjetja nikoli ne bodo postala tržni vodje, tržna avantgarda in nikoli ne bodo pobrali »smetane«. Inovacija je dodana vrednost in zaradi nje je pogosto mogoče trgu zaračunati višjo ceno, imeti boljša pogajalska izhodišča idr. Inovacije trg opazi, sledilci pa so zanimivi predvsem, če znižujejo ceno. Kakorkoli, podjetja, ki trgu ne prinašajo novosti, so dolgočasna. gg



Ste seminar zamudili, pa vas zanima vsebina? Oglejte si posnetek na [clip2go.gzs.si](http://clip2go.gzs.si)