

Dezvoltarea unei companii printr-un proces de inovare

1. Aspecte generale

Procesul de inovare este o succesiune de activități care încearcă să transforme una sau mai multe idei în produse sau servicii destinate pieței, adică în bani. Este evident că nu toate ideile se pot transforma în produse pe care piața să le accepte, deci să plătească pentru ele. Din acest motiv, pentru a avea un portofoliu de idei suficient de bogat, pentru a avea de unde să alegem, trebuie să dispunem de mai multe surse de idei și de un mecanism de selectare a lor, înainte de a putea spera că se vor găsi câteva care, ulterior, se vor putea transforma în bani.

Firmele inovative sunt întreprinderile care au lansat produse (bunuri sau servicii) noi sau semnificativ îmbunătățite pe piața sau au introdus procese noi sau semnificativ îmbunătățite sau noi metode de organizare sau de marketing. Termenul acoperă toate tipurile de inovatori, inovatorii de produs, de proces, de metode de organizare sau de metode de marketing, precum și întreprinderile cu inovări nefinalizate sau abandonate și se referă la întreprinderile active.

Inovarea organizațională reprezintă implementarea unei schimbări semnificative în structura întreprinderii sau în metodele manageriale în scopul îmbunătățirii folosirii cunoștințelor acumulate, a calității bunurilor și serviciilor sau a eficienței fluxurilor muncii.

Întreprinderile non-inovatoare sunt întreprinderile care nu au avut inovare în perioada analizată. Aceste întreprinderi au răspuns la un set limitat de întrebări din chestionarul cercetării statistice în legătură cu absența inovării, factori de blocare, drepturi de proprietate intelectuală, inovări organizaționale și de marketing.

2. Strategia dezvoltării unei companii printr-un proces de inovare

Prin strategia dezvoltării unei companii printr-un proces de inovare se înțelege modul în care compania respectivă își utilizează resursele în scopul realizării obiectivelor stabilite prin politică la termenele convenite.

Strategia mai este definită și ca arta de a folosi toate mijloacele disponibile în vederea realizării obiectivelor stabilite.

Dacă prin strategie se stabilește să se efectueze o inovare, în activitatea companiei **trebuie să se definească foarte precis răspunsurile** cele mai corecte la următoarele două întrebări:

- Care este modificarea optimă?
- Cum ar trebui procedat pentru a realiza această modificare cu minim efort și maxim beneficiu?

Răspunsurile la cele două întrebări sunt, în realitate, cele două fețe ale aceleiași monezi care nu pot fi separate, ceea ce implică faptul că implementarea strategiei nu poate fi separată de formularea acesteia.

Elementele componente ale unei strategii de inovare sunt:

- a. Viziunea - constă în prospecția în timp a companiei, a rezultatelor ei, a structurii și dimensiunilor acesteia. Viziunea satisface nevoia umană de a avea un țel, o țintă pentru acțiuni, prefigurează viitorul răspunzând întrebării: Care va fi viitorul companiei peste “n” ani?
- b. Obiectivele – reprezintă scopurile care sprijină misiunea și asigură atingerea viziunii, cuantificate în cel puțin unul din elementele: timp, investiții, calitate. Pentru ca obiectivele să fie realizate este necesar ca ele să fie corect înțelese de către executanți și să se creeze motivații intrinseci, întrucât este cunoscut faptul că dacă acționează numai motivațiile extrinseci s-ar putea stimula interesul pentru succes doar pe perioade scurte.
- c. Modalități de realizare a obiectivelor – se referă la abordările majore, cu implicații asupra conținutului ansamblului activităților companiei sau la componentele majore ale acesteia, pe baza cărora se stabilește posibilitatea îndeplinirii raționale a obiectivelor fixate. Printre modalitățile strategice de inovare se numără: diversificarea, specializarea sau combinarea producției, proiectarea și asimilarea de noi produse/servicii, procedee, pătrunderea pe noi piețe de desfacere, reorganizarea lanțului de distribuție, perfecționarea sistemului de comercializare, reprofilarea activităților firmei, modernizarea organizării producției și a muncii, informatizarea activităților companiei etc.

- d. Resursele – sunt prevăzute în cadrul strategiilor globale, sub forma fondurilor de investiții, eventual cu precizarea ponderilor resurselor umane și materiale.
- e. Termenele încorporate în strategie se referă, de regulă, la: data declanșării aplicării strategiei, termenele intermediare ce marchează încheierea unor evoluții semnificative în realizarea obiectivelor stabilite, termenul final al implementării strategiei.

O strategie de inovare trebuie să reprezinte **o gândire sistemică, globală și coerentă care, ținând cont de particularitățile fiecărui obiectiv stabilit, precum și de experiența acumulată în realizarea strategiilor anterioare, să asigure o armonizare a realizării obiectivelor și sincronizarea termenelor stabilite.**

Surse de informare:

<http://ro.wikipedia.org/wiki/Inova%C8%9Bie>