

Določanje inovacijske moči podjetja

Marjan Leber

1. Inovacijska moč organizacije

Inovacijska moč podjetja je danes eden najpomembnejših dejavnikov uspešnosti podjetja. Kako pa definiramo inovacijsko moč podjetja in kako jo lahko merimo? Inovacijska moč podjetja je sestavljena iz inovacijske kompetence in inovacijskega potenciala (Skupina avtorjev, 2005, 52-54). Inovacijska kompetenca odraža sposobnosti zaposlenih, inovacijski potencial pa predstavlja v podjetju obstoječe osnovne pogoje za inovacije ter razpoložljive vire. V nadaljevanju predstavljamo analizo orodje iScan, razvito v kooperacijskem projektu s partnerji iz univerzitetnih in zunaj univerzitetnih krogov v podjetju Innovation Service Network.

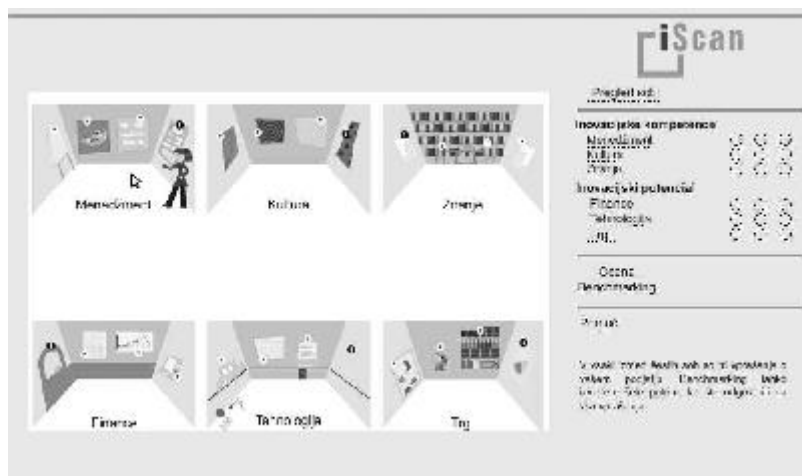
Na mrežni povezavi temelječi instrument se uporablja za analizo in hkrati omogoča primerjavo inovacijskih moči in organizacij.

iScan® je zastavljen tako, da je koristen za podjetja vseh velikosti, panog in inovacijskih moči: kot instrument občutljivosti in učenja za začetnike na področju inovacij, kot spodbuda za inovacijam naklonjena podjetja in kot instrument benčmarkinga za podjetja s poudarkom na raziskovanju in razvoju (Willfort, 2001).

2. Ugotavljanje inovacijske moči organizacije

Virtualna gospodična »Miss iScan« uporabnika v »Hiši inovacij« vodi skozi šest prostorov (Slika 1), ki so usklajeni z obema komponentama inovacijske moči – inovacijsko kompetenco in inovacijskim potencialom: inovacijska kompetenca je predstavljena v sobah Menedžment, Kultura in Znanje podjetja, inovacijski potencial pa v sobah Finance, Tehnologija in Trg (Leber, 2009).

Slika 1: Virtualne sobe v Hiši inovacij



V vsaki sobi so trije sklopi vprašanj, na katera uporabnik odgovarja tako, da izbere eno od navedenih trditev (slika 2).

Slika 2: Vprašanja v eni izmed 6 virtualnih sob iScan

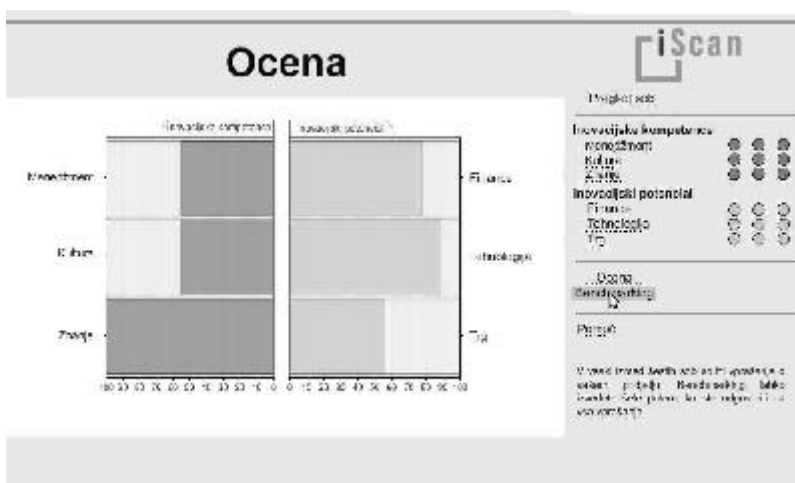


Ko uporabnik odgovori na vsa vprašanja v desnem navigacijskem oknu, sledi prikaz rezultatov v stolpičnem diagramu in Benchmarking pregled v portfoliju.

3. Rezultati analize

Na sliki 3 je prikazan graf rezultata analize iScan za srednje veliko storitveno podjetje, ki izkazuje zelo visoko inovacijsko kompetenco v znanju zaposlenih ter velik potencial z dobro tehnološko opremljenostjo in sposobnostjo financiranja. Vodstvene sposobnosti in kultura ter obvladovanje tržnih aktivnosti predstavljajo potencial za izboljšave, saj se le sodelavci s kulturo zaupanja zavedajo nujnosti komunikacije, delitve znanja in priznavanje deficitov znanja.

Slika 3: Rezultat analize inovacijske moči



Orodje iScan pa omogoča tudi primerjavo rezultatov med podjetji ali v branži (slika 4).

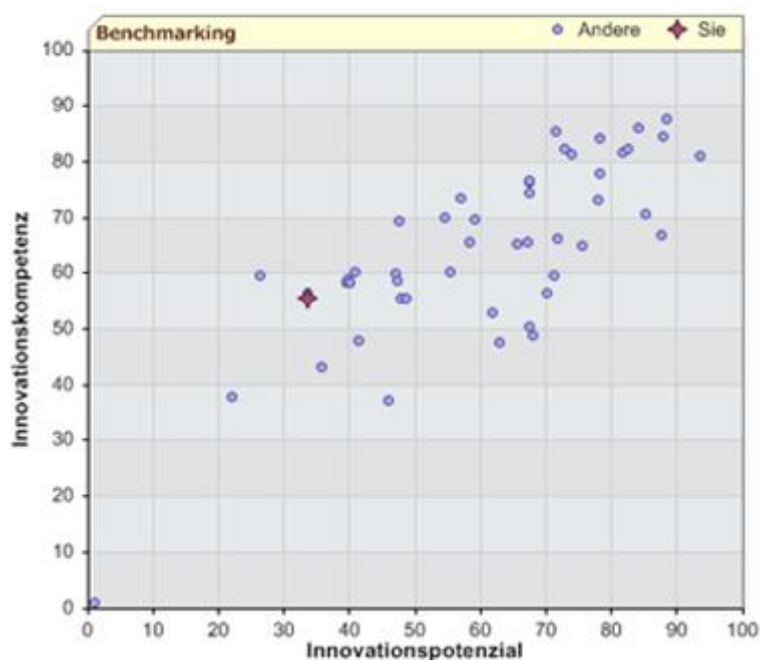
4. Zaključek

Rezultati doslej izvedenih analiz so pokazali, da so naša proizvodna podjetja tehnološko sicer dobro opremljena, vendar je v veliki meri prisoten deficit znanja. Ostale inovacijske kompetence so v povprečju boljše od inovacijskega potenciala, kar pomeni, da so podjetja notranje sorazmerno dobro organizirana, vendar ne razpolagajo z dovolj sredstvi za uporabo boljše tehnologije ter promocijo izdelkov na trgu. Zato je potrebna zunanja pomoč v obliki svetovanja in subvencij. V podjetjih, ki imajo boljši potencial kot kompetence, pa je seveda potrebno povečati obseg usposabljanja. Reorganizacija poslovnega sistema je potrebna v podjetjih, ki imajo slabe kompetence in nizek potencial.

Za evropska mala in srednje velika podjetja je pri doseganju konkurenčnih prednosti ključna učinkovita uporaba znanja in višanje inovacijskega potenciala. Tako postaja ustvarjalnost in upravljanje lastnega intelektualnega kapitala v razvojno usmerjenih podjetjih vse pomembnejše.

Predstavljeno analizo orodje omogočajo hiter in natančen pregled nad obstoječim stanjem organizacije v povezavi z ustvarjalnostjo in inovativnostjo v podjetju. Tu se potrjuje pravilo učinkovitosti "od grobega k podrobnostim", saj je ta groba analiza namenjena za pridobitev občutljivosti in je osnova za izvajanje ukrepov ali nadaljnjih podrobnih analiz.

Slika 4: Benchmarking analiziranega podjetja med konkurenti v branži



Z relativno majhnim stroškom lahko tako pridobimo prvi vpogled v menedžment znanja in zanj tako pomembno kulturo podjetja ter ugotovimo nivoje razvitosti posameznih poslovnih področij. Kvantitativno ocenjevanje privede k zelo dobri pripravljenosti za spremembe, upošteva potrebe vključenih ter daje osnovo za učinkovito izboljšanje motivacije zaposlenih, izkoriščenosti virov znanja ter na osnovi izvedenih ukrepov vodi k boljšim poslovnim rezultatom.

Zaradi velike ponudbe in konkurence padajo cene opreme in tehnologij, cene človeškega kapitala in znanja pa vse hitreje rastejo. Po napovedih strokovnjakov predstavlja menedžment znanja v naslednjih letih vse večji tržni potencial. Že zdaj je jasno, da je znanje za inovativnost potrebno na vseh stopnjah delovanja organizacije: od načrtovanja, izvedbe do prodaje. Menedžment znanja se spreminja v trdno celoto znanja, tehnologije in modernega pristopa k poslovanju. To vodi k sklepu, da je znanje, ustvarjalnost in inovativnost zaposlenih nujno potrebno za uspeh in obstoj vsakega podjetja, ki želi konkurenčno prisostvovati na trgu spreminjajočega se poslovnega sveta.

5. Literatura in viri:

- Skupina avtorjev 2005. Menedžment znanja 3. del, Fakulteta za strojništvo Maribor.
- Willfort R. 2001. Wissensmanagement mit Innovations-dienstleistungen, Techno-ökonomische Forschung und Praxis, Hrsg.: U. Bauer, H. Biedermann, W. Wohinz, Wiesbaden.
- Willfort R. 2001. Knowledge management as basis for innovation, 2. European Conference of Knowledge management, Zbornik konference, Bled.
- Leber M. 2009. Podporna orodja za izdelavo izkaza intelektualnega kapitala, Gospodarski izzivi, Štajerska gospodarska zbornica, 2(4), 10-12.

O avtorjema

Marjan Leber, Univerza v Mariboru Fakulteta za strojništvo, marjan.leber@uni-mb.si
Conny Christl, ISN d.o.o., isn@isn.si