

Ωρα για καινοτομία

Του Δρα Κώστα Γ. Κονή *

Πολλά έχουν γραφτεί για το θέμα της καινοτομίας και της σημασίας της. Προσωπικά, έχουμε καταπιαστεί, αρθρογραφικά, για πολύ περισσότερο από τα τελευταία δέκα πέντε χρόνια. Τόσο η ΕΕ όσο και η κυβερνήσεις των μελών, συμπεριλαμβανομένης εκείνης της χώρας μας, έχουν αρχίσει, η κάθε μια με το δικό της ρυθμό, να παίρνουν το θέμα πολύ στα σοβαρά. Στη άλλη πλευρα του Ατλαντικού, ο νεοκλεγής πρόεδρος Ομπάμα, αξιοποίησε όσο κανένας άλλος υποψήφιος σε προεδρικές αναμετρήσεις την τεχνολογία και την καινοτομία. Όχι όμως μόνο αυτό. Οι προκριματικές θέσεις, του Προέδρου τώρα Ομπάμα, στο θέμα της καινοτομίας συγκέντρωσαν τα εγκωμιαστικά σχόλια πολλών ειδικών και εμπλεκομένων. Όμως, εκείνο που θα κάνει την πραγματική διαφορά, σε ολόκληρο τον κόσμο είναι η άμεση αντίδραση και ευαισθητοποίηση των ίδιων των επιχειρήσεων. Αυτό είναι το κύριο ζητούμενο. Ιδιαίτερα αυτών τους δύσκολους καιρούς.

Οι ίδιες οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αντιληφθούν, και να κάνουν πράξη, ότι η καινοτομία είναι εκείνη που θα τους επιτρέψει να διατηρηθούν στο νέο οικονομικό παιχνίδι αλλά και να ανταγωνιστούν με αξιώσεις στη δύσκολη αυτή περίοδο. Η δυνατότητα τους να καινοτομούν και να ελίσσονται και όχι να συνεχίζουν να κάνουν εκείνο που πάντα ήξεραν έστω και αν προσπαθούν να το κάνουν καλύτερα. Πολύ χειρότερα, κάνοντας ότι κάνουν όλοι στον τομέα μας, δεν μας οδηγεί σε τίποτα διαφορετικό και σε καμιά καινοτομία.

Πολλοί επιχειρηματίες μας, ασχολούνται απλά με την καθημερινή επίλυση προβλημάτων και την επαναληπτική καθημερινή δραστηριότητα. Δεν υπάρχει δυστυχώς χρόνος για αμφισβήτηση, για προβληματισμό και για διερεύνηση άλλων εναλλακτικών τρόπων και δυνατοτήτων. Κί όμως. Θα πρέπει να φροντίζουμε να βρίσκουμε χρόνο για να διερωτούμαστε τι και γιατί το κάνουμε. Πώς αλλιώς θα μπορούσαμε να το κάνουμε ; Τι άλλο θα μπορούσαμε να παράξουμε η να προσφέρουμε ; Ποιές άλλες διαδικασίες, τρόπους προβολής και διάθεσης των προϊόντων και υπηρεσιών μας θα μπορούσαμε να υιοθετήσουμε ; Πόσο διαφορετικοί και σε τί είμαστε ή θα μπορούσαμε να είμαστε απο τον ανταγωνισμό ; Πώς θα μπορούσαμε να γίνουμε ;

Η διαφοροποίηση (differentiation) θα πέπει να είναι στρατηγικός και μόνιμος στόχος των επιχειρηματιών μας. Με ποιό τρόπο θα μπορούσαμε να προσφέρουμε κάτι το ξεχωριστό και μοναδικό ; Ποια άλλη αξία θα μπορούσαμε να προσδώσουμε στο δικό μας προϊόν η υπηρεσία για να διαφοροποιηθούμε ; Δεν είναι πάντοτε ανάγκη η αξία αυτή να έχει άμεση σχέση με το ίδιο το προϊόν η την υπηρεσία μας. Εκείνο που έχει σημασία είναι ο πελάτης να εκτιμά ότι αυτή η διαφοροποίηση μας του προσφέρει κάτι το οποίο έχει σημασία και έχει αξία γιαυτόν !

Από τον μεγάλο γκούρου της καινοτομίας, Edward de Bono, είχε ζητηθεί κάποτε να προτείνει τρόπους αύξησης των πωλήσεων μια μεγάλης Αγγλικής εταιρείας αυτοκινήτων. Ενώ λοιπόν όλοι ανέμεναν, στα πλαίσια παραδοσιακού τρόπου σκέψης, να

ακούσουν περί νέων πρακτικών διαφήμισης και marketing, τον άκουσαν με έκπληξη να εισηγείται στην εταιρεία « να αγοράσει, στο Λονδίνο αρχικά, χώρους στάθμευσης που θα χρησιμοποιούνταν αποκλειστικά από τους ιδιοκτήτες και μόνο των αυτοκινήτων της» ! Παρολο δηλαδή που η εισήγηση δεν αφορούσε άμεσα το ίδιο το προϊόν εντούτοις για τον πελάτη είχε ιδιαίτερη αξία – λόγω βέβαια του τεράστιου υπαρκτού προβλήματος στάθμευσης ! Πόσες επιχειρήσεις μας θα μπορούσαν να καινοτομήσουν εφαρμόζοντας αυτή την απλή ιδέα. Να διερωτηθούν δηλαδή τί είναι εκείνο που για τους πελάτες τους είναι πρόβλημα ή το έχουν ανάγκη και θα μπορούσε να προσδώσει αξία στο προϊόν ή την υπηρεσία τους και να βρουν τρόπο να το συνδιάσουν.

Πώς λοιπόν μπορεί η καινοτομία να αποδώσει αποτελεσματικά σε μια επιχείρηση ; Μόνο με την αξιοποίηση του πολυτιμότερου κεφαλαίου που οι επιχειρήσεις μας διαθέτουν και που δυστυχώς πολύ λίγες το αξιοποιούν. Το ανθρώπινο δυναμικό ! Το μόνο δυναμικό από το οποίο μπορούν να προέλθουν αλλαγές, εισηγήσεις, νέες ιδέες, βελτιώσεις, καινοτομίες.

Όσο λοιπόν σημαντική είναι η υιοθέτηση συστημάτων ποιότητας , άλλο τόσο σημαντική –αν όχι περισσότερο – είναι η υιοθέτηση, το συντομότερο δυνατό συστημάτων καινοτομίας. Συστημάτων δηλαδή εμπέδωσης μιάς σωστής κουλτούρας η οποία θα προάγει την παραγωγή, αναγνώριση και την αξιοποίηση ιδεών. Οχι όμως περιστασιακά αλλά στα πλαίσια ενός συγκεκριμένου στρατηγικού προγράμματος για την καινοτομία. Ενός προγράμματος για ανάπτυξη κατάλληλης κουλτούρας και εκπαίδευσης , και την παραγωγή, αντικειμενική αξιολόγηση , υλοποίηση και αναγνώριση ιδεών. Αυτά απο την πλευρά των επιχειρήσεων. Συνοπτικά βέβαια.

Απο την πλευρά της πολιτείας, τώρα υπάρχει άμεση ανάγκη σχεδιασμού και υλοποίησης προγραμμάτων πρακτικής στήριξης της καινοτομίας. Με σωστή διαφώτιση, με προγράμματα επιχορήγησης, προγράμματα κατάρτησης και εκστρατεία ευαισθητοποίησης, ενεργοποίησης και αξιοποίησης του νοητικού κεφαλαίου της χώρας μας. Σε όλα τα επίπεδα και σε όλους τους χώρους.

Θα πρέπει όλοι μας να αντιληφθούμε ότι η καινοτομία δεν είναι πολυτέλεια, όπως παλιά την θεωρούσαν πολλοί αλλά μια αναγκαιότητα ύψιστης σημασίας και προτεραιότητας. Ιδιαίτερα αυτούς τους δύσκολους καιρούς.

* konis@innovageconsulting.com