

9. Συμπεράσματα

Είναι φανερό ότι μία πλήρης διαχείριση της διαδικασίας της καινοτομίας, απτεί μία σαφή στρατηγική (Collins, 2001, and Collins, Porras, 1997; Mulé et. al., 1987; etc.) και με την δεύτερη (την στρατηγική) να σχετίζεται και με άλλες δραστηριότητες. Οι εταιρίες που θέλουν να είναι ή αν γίνουν πετυχημένες στον τομέα τους πρέπει να θέσουν ρεαλιστικούς αλλά και ταυτόχρονα υψηλούς και φιλόδοξους στόχους. Τα προηγούμενα απαιτούν μία συνεχζόμενη ανάπτυξη των ήδη υπάρχουσών δραστηριοτήτων με την βοήθεια μικρών καινοτομιών και ταυτόχρονα υποστήριξη για κάθε προσπάθεια που θέλει να κάνει την διαφορά με μία μεγαλύτερη καινοτομία (Sorensen, 2001). Οι εταιρίες που έχουν σχετικά προσιτούς στόχους, αντιστέκονται στις αλλαγές. Οι καινοτομικές διαδικασίες επιβραδύνονται και τελικά σταματούν. Η Audi για παράδειγμα έχει ως προϋπόθεση τον στόχο να οργανωθεί με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να έχει 50% πιθανότητες να φτάσει τον στόχο που έχει καθορίσει. (Anic, 2001).

Ένα από τα απαραίτητα πρώτα βήματα είναι η κατάλληλη εκπαίδευση εκπαίδευση η οποία είναι επίσης και μία από τις προτεραιότητες των Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων. Άλλα βήματα είναι η δημιουργία ενός κατάλληλου οργανισμού και οργανωτικού κλίματος. Πιστεύουμε ότι τα υπερβολικά έξοδα για καινοτομίες, η ελάτωση των οικονομικών πηγών και επομένως του οικονομικού ρίσκου είναι μόνο κάποιες συνέπειες της άγνοιας και των ακατάλληλων ενεργειών.

Η εταιρία η οποία επενδύει σε πηγές με έναν ακατάλληλο τρόπο και δεν έχει προσωπικό για να χειριστεί τις διαδικασίες της αλυσίδας της εφεύρεσης και της καινοτομίας και την ίδια στιγμή το οργανωτικό της σχήμα δεν είναι ευλύγιστο, θα αντιμετωπίσει κάποια στιγμή την μείωση των αποτελεσμάτων της εφαρμογής της καινοτομίας. Τα κονδύλια που επενδύθηκαν για την ανάπτυξη και την καινοτομία θα χαθούν ενώ την ίδια στιγμή το οικονομικό ρίσκο θα αυξάνεται.

Για τον λόγο αυτό οι συνθήκες θα πρέπει να προετοιμαστούν προκειμένου οι εφευρέσεις να γίνουν όντως καινοτομίες. Το πρώτο βήμα είναι ο εκσυγχρονισμός της διαχείρισης των δραστηριοτήτων σχετικά με την καινοτομία. Οι ξεχωριστές φάσεις που πρέπει να εφαρμοστούν περιγράφονται στο βιβλίο. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό οι δραστηριότητες της καινοτομίας να είναι εναρμονισμένες και ισορροπημένες. Αυτό είναι ενδεικτικό του γιατί μία χώρα αποτυγχάνει να κατακτήσει τα επιθυμητά οικονομικά αποτελέσματα παρά το υψηλό επίπεδο των καινοτομιών που εφαρμόζει (βλέπε Εισαγωγή).

Δυστυχώς δεν υπάρχει μία έτοιμη συνταγή για τους διάφορους τύπους εταιριών. Απαιτείται μία ευρεία και συστηματική προσέγγιση εφόσον η καινοτομία που παρουσιάζεται στην αγορά, είναι το τελικό προϊόν της αλυσίδας εφεύρεσης καινοτομία. Πιστεύουμε ότι η δημιουργική σκέψη είναι μία ζωτική αξία

όπως επισημάνθηκε από τον Mulej (Mulej and Ženko, 2004) και σε συνδυασμό με την γνώση και την αποφασιστικότητα είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας

Copyright

10. Βιβλιογραφία

- Altshuller, G. (1994). The Art of Inventing (And Suddenly the Inventor Appeared). Worcester, MA: Technical Innovation Center.
- Anic, D., Nauhaus, T. (2002). Bedeutung des Ideenmanagements als Führungsinstrument. Ideenmanagement.
- Baker, K. A. (2002). Chapter 14. Innovation, www.maxwell.af.mil/au/awc/awcgate/doe/benchmark/ch14.pdf
- Bateman, T. S., Zeithaml, C. P. (1990). Management: Function and Strategy. Homewood.
- Beerens, J., Goldbrunner, T., Hauser, R., List, G. (2004). Mastering the Innovation Challenge (Results of the Booz-Allen Hamilton European Innovation Survey), www.boozallen.de/content/downloads/eu_innovation_2004.pdf
- Brainstorming (2006). www.brainstorming.co.uk
- Chan, Y. C. Creativity and Innovation, www.ee.cit.yu.edu.hk/~ycchan/SemB06notes/Creativity%20&%20Innovation.ppt
- Christensen, C. M. (1997). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (Management of Innovation and Change Series). Harvard Business School Press.
- Collins, J. (2001). Why Some Companies Make the Leap ... and Others don't. Good to Great. Sidney etc., Random House Business Books.
- Collins, J. C., Porras, J. I. (1997). Built to Last. Successful Habits of Visionary Companies. New York. Harper Business.
- Comlab (2005). Product Development of Telecommunication Systems, <http://www.comlab.hut.fi/opetus/124/workshop2005.ppt>
- Cooper, R. G. (2001). Winning at New Products: Accelerating the Process from Idea to Launch, Perseus Books Group.
- Cory, R. T., Slater, T. (2003). Brainstorming Techniques for New Ideas. iUniverse.
- CSC (2005). A CSC White Paper. European Office of Technology and Innovation http://www.innovationtools.com/pdf/innovation_update_2005.pdf
- DAFTAR (2006). Project Planning and Management Tools, www.es.ui.ac.id/kuliah/MProyek/LectNotes/The%20Planning%20Cycle.doc
- David, F. (2004). Strategic Management: Concepts and Cases (10th Edition). Prentice Hall
- eCASME (2004). An online Training Needs Analysis tool for SME's, <http://ecasme.amt.ul.ie/>
- EPO (2006). Search results for (wood* AND (beam OR pillar)), <http://ep.espacenet.com/>
- EUProgrammes to SMEs (2004). WG EU Financing

- EUROCRIS (2001). News Edition, <http://ip017.niwi.knaw.nl/newsletter3newsletter.htm>
- Europa (2002). Online Technology Marketplace Promises New Business Opportunities, <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/02/199&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>
- Fatur, P. (2005). Analiza invenijsko-inovacijskega managementa v slovenskih podjetjih. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Fatur, P., Likar, B. (2006). Idea Management – Enhancing Value Added in Internal Processes. Proceedings of the Management International Conference 2006. University of Primorska, Faculty of Management Koper.
- Flynn, M., Dodey, L., O'Sullivan, D., Cormican, K. (2003). Idea Management for Organisational Innovation, International Journal of Innovation management, <http://cimru.nui.galway.ie/david/pdf/publications/Maureens.pdf>
- Frascati (1992). A Summary of the Frascati Manual – Definitions of R&D (DSTI/EAS/STP/NESTI (93)6, OECD.
- Gartner (2002). Assessment of Innovation <http://www.tarrani.net/kate/docs/Scorecard2AssessEntInnovCapabilities.pdf>
- Gellatly, G., Peters, V. (1999). Understanding the Innovation Process, Innovation in Dynamic Service Industries.
- Google (2006a) <http://www.google.com/jobs/>, Aug. 2006
- Google (2006b) <http://www.google.com/corporate/culture.html>, Aug. 2006
- Ideachampions (2006). Creating a Culture of Innovation, www.ideachampions.com/downloads/culture_of_innovation_whitepaper.doc
- IPENZ (2002). Informatory Note Eight: Managing Innovation, www.ipenz.org.nz/ipenz/forms/pdfs/Info_Note_8.pdf
- IWP (2003). Developing an Innovation Culture, Implications from Research. Institute of work psychology/ESRC centre for organisation and innovation, University of Sheffield. www.esrc.coi.group.shef.ac.uk/worlddocs/innovculture.doc
- Kotler, P. (1996). Marketing Management – Trženjsko upravljanje, Slovenska knjiga, Ljubljana.
- Likar, B., Kopač, J. (2005). Metodologija vrednotenja inovativnih, tehnoloških in raziskovalnih procesov. Les – Revija za lesno gospodarstvo.
- Likar, B. (1998). Inoviranje, Visoka šola za management, Koper.
- Likar, B. (2001). Inoviranje, Druga dopolnjena izdaja, Visoka šola za management v Kopru, Koper.
- Likar, B. (2006). Management inoviranja, Univerza na Primorskem, Fakulteta za management v Kopru, Koper.
- Markič, M. (2003). Processes Innovation: A Precondition for Business Excellence. Organizacija.
- Martin, M. J. C. (1994). Managing Technological Innovation and Entrepreneurship in Technology-Based Firms. Reston.

- Milner, E., Kinnell, M., Usherwood, B. (1995). Employee Suggestion Schemes: A Management Tool for the 1990s? Library Management.
- Mulej, M., Likar, B., Potočan, V. (2005). Increasing the Capacity of Companies to Absorb Inventions from Research Organizations and Encouraging People to Innovate. Cybern. syst.
- Mulej, M., Ženko, Z. (2002). Basics of Systems Thinking – Applied to Innovation Management, Renewed Edition 2003, University of Maribor, Faculty of Economics and Business.
- Mulej, M., Ženko, Z. (2004). Dialektična teorija sistemov in inovacijski management. Management forum, Maribor.
- OECD (1997). Organisation for Economic Co-operation and Development, Technology and Industrial Performance: Technology Diffusion, Productivity, Employment and Skills, and International Competitiveness. Paris, OECD.
- Osborn, A. (1993). Applied imagination: Principles and Procedures of Creative Thinking. Creative Education Foundation.
- Paukert, M., Niederée, C., Muscogiuri, C., Bouquet, P., Hemmje, M. (2003). Knowledge in the Innovation Process: An Empirical Study for Validating the Innovation Knowledge Life Cycle, www.informatik.fhn.uni-hagen.de/ia/de/staff/hemmje/publications/2003/conference-knowledge-management_2003.pdf
- Pervaiž, A. K. (1998). Benchmarking Innovation Best Practice. Benchmarking for Quality Management & Technology.
- Robbins, S., Coulter, M. (2005). Management. Grada Publishing.
- Roussel, P. A., Kamal, N. S., Tamara J. E. (1991). Third Generation R&D. Cambridge, Harvard Business School Press.
- Scoreboard (2004). European Innovation Scoreboard 2004 – Comparative Analysis of Innovation Performance. Secretary-General of the European Commission. SEC(2004) 1475.
- Smith, P. G., Reinisten, D. G. (1991). Developing Products in Half the Time, Van Nostrand Reinhold.
- Sorensen, D. P. (2001). Innovations, Key to Business Success. Canterbury: Financial World Publishing.
- Terziovski, M., Samson, D., Glasop, L. (2001). Creating Core competence through the management of organisational innovation, <http://www.fs.ed.org/researchprojects/FS EDPaper1.doc>
- TrendChart (2004). Innovation Policy in Europe.
- Vemuri, V. K., Kellar, G. M., Akel A. M. (2003). Innovation Strategy, IT, R&D and Profitability.
- WIPO (2006). http://www.wipo.int/patentscope/en/patents_faq.html#patent
- Young, C. (2001). Reaping Value From Knowledge and Innovation. A Framework for Extracting and Optimizing the Creative Capacity from Innovation Value Chains.