

Príloha A

Inovačná diagnostika podniku HBP, a. s.:

Vykonáva vaša organizácia strategické inovácie? Je vaša organizácia nastavená na strategické inovácie? Nasledujúce krátke hodnotenie nie je náhradou za hĺbkovú diagnostiku inovácií. Poskytne však „čistý pocit“ z toho, ako hodnotíte svoju organizáciu v niekoľkých kritických dimenziách. Ešte dôležitejšie je, že to môže spochybniť vaše predpoklady o tom, čo je potrebné na vytvorenie kultúry, procesov a štruktúr, ktoré podporujú inovácie, a inšpirovať vás, aby ste sa na vašu organizáciu pozreli bystrejším okom. Ohodnoťte svoju organizáciu na základe nasledujúcich otázok pomocou týchto pokynov: 1 = rozhodne nesúhlasím, 2 = nesúhlasím, 3 = súhlasím, 4 = rozhodne súhlasím

1. Riadený inovačný proces

Prístup mojej organizácie k stratégii, vývoju nových produktov a zlepšovaniu procesov presahuje tradičné metódy plánovania a zaujíma externe zameraný, vysvetľujúci prístup, ktorý spochybňuje status quo a kreatívne inšpiruje nové myslenie

2. Strategické zosúladenie

Naše vedenie podporuje (a aktívne riadi) kultúru spolupráce, ktorá povzbudzuje rôzne oddelenia, ktoré pracujú medzi funkčne s cieľom identifikovať a vyvinúť inovatívne riešenia.

3. Priemyselná prognóza

Moja organizácia má systematický proces aktívneho monitorovania a skúmania nových trendov a vývoja alternatívnych scenárov, ktoré predstavujú buď hrozby alebo príležitosti

4. Prehľad spotrebiteľov/zákazníka

Moja organizácia priamo zapája spotrebiteľov/zákazníkov (existujúcich aj potenciálnych) ako neoddeliteľnú súčasť inovačného procesu ako prostriedkov na identifikáciu formulovaných aj neformulovaných potrieb zákazníkov/spotrebiteľov

5. Základné technológie a kompetencie

Moja organizácia jasne chápe svoje kľúčové kompetencie a explicitne načrtla prepojenie medzi jej dlhodobými strategickými cieľmi a jej krátkodobými a strednodobými investíciami do výskumu a vývoja a technologickými stratégiami. Moja organizácia aktívne skúma nové spôsoby, ako rozšíriť naše existujúce kompetencie

6. Kultúrna pripravenosť

Moja organizácia demonštruje inovatívne myslenie, zaujatosť pre spoluprácu, inkluzívny, nebyrokratický štýl rozhodovania, ochotu prijať zmeny a záľubu v konaní.

7. Procesná a štruktúrna pripravenosť

Moja organizácia má (alebo prejavuje) zmýšľanie, ktoré je ochotné rozvíjať) vhodné prevádzkové procesy a funkčné štruktúry a prideluje adekvátny personál, financovanie a podporu manažmentu vysoko prioritným inovačným iniciatívam.

8. Disciplinovaná implementácia

Moja organizácia dôsledne preukazuje svoju schopnosť vytvárať merateľný obchodný vplyv tým, že disciplinovane pristupuje k implementácii strategického myslenia

9. Ciele a metriky inovácií

Moja organizácia si stanovila ciele a opatrenia súvisiace s inováciami (napríklad: X % príjmov musí pochádzať z produktov/služieb predstavených za posledných Y rokov)

10. Kapacita pre udržateľné inovácie

Moja organizácia potrebuje čas na to, aby sa poučila zo svojho inovačného úsilia a je odhodlaná zámerne vybudovať kultúru založenú na inováciách a zaviesť súbor metodológií zameraných na inovácie.

Konečné skóre (maximum = 40)

35-40: Strategický inovátor

Vaša organizácia rozumie základným prvkom strategickej inovácie a má dobrú pozíciu na to, aby zostala popredným inovátorom. Strategické inovácie sú neoddeliteľnou súčasťou vašej kultúry a môžete si byť istí svojimi súčasnými stratégiami rastu. Čo urobiť ďalej? Zabezpečte, aby vaša organizácia naďalej hľadala prelomové príležitosti „za špičkou“, predvída potreby spotrebiteľov/zákazníkov, svoje vlastné produkty a služby a riadi priemyselné štandardy. Pokračujte v začleňovaní svojich vedomostí a zdokonaľovaní procesov pre udržateľné inovácie.

29-34: Inšpirovaný inovátor

Vaša organizácia demonštruje niekoľko solídnych inovačných postupov, ale existujú aj slabé stránky. Váš „príležitostný kanál“ môže byť relatívne plný, hoci sa možno zameriavate na postupné inovácie. Čo urobiť ďalej? Zamerajte sa na slabé miesta a začnite definovať proces udržateľnej inovácie. Posúďte pomer „veľkých nápadov“ k „malým nápadom“, aby ste zistili, či ste sa pozerali dostatočne široko.

24-28: Ašpirujúci inovátor

Iskry inovácie existujú, aj keď vaše výsledky môžu byť skôr skreslené smerom k postupným zlepšeniam než k inováciám, ktoré menia hru. Rovnako váš prístup môže byť ad hoc a neštruktúrovaný. Čo urobiť ďalej? Urobte si systematický pohľad na hlavné strategické, na spotrebiteľa/zákazníka zamerané a organizačné faktory potrebné pre strategickú inováciu a hľadajte príležitosti „nízkeho ovocia“. Nájdite si čas na začlenenie svojich vedomostí a začnite definovať proces udržateľnej inovácie. Posúďte pomer „veľkých nápadov“ k „malým nápadom“, aby ste zistili, či ste sa pozerali dostatočne široko.

< 23: Vyzvaný inovátor

Aj keď možno uznávate, že inovácie sú dôležité, kultúra, štruktúra a procesy vašej organizácie nepodporujú strategické inovácie. Inovácie sú ad hoc a neštruktúrované a vaše výsledky môžu byť neinšpirujúce.

Čo urobiť ďalej? Venujte zdroje na malú, cielenú inovačnú iniciatívu s merateľnými výsledkami. Nájdite si čas na začlenenie svojich vedomostí a začnite definovať proces udržateľnej inovácie.