

APRIL 1, 2023



Skills and Innovation for Adult Social Care

PROMOTING INNOVATION LEADERSHIP IN CARE: DIGITAL LEARNING PROGRAMME

MODULE 1, PART 1: DEVELOPING A SHARED VIEW OF INNOVATION

LAPIS RESEARCH PROJECT
LEARNING FOR ADULT SOCIAL CARE PRACTICE INNOVATIONS AND SKILL DEVELOPMENT
Project no: 2020-1-UK01-KA202-078960

Ανάπτυξη κοινής αντίληψης για την καινοτομία

Περιεχόμενα

Μαθησιακοί Στόχοι.....	2
Ορίζοντας την Καινοτομία	2
Τι είναι καινοτομία;	2
Ορισμός της Καινοτομίας	3
Παραδείγματα Καινοτομίας	5
Κουίζ: Δοκιμάστε την κατανόησή σας.....	7
Σημασία της εμπλοκής των ενδιαφερόμενων μερών	8
Πώς να αναγνωρίσετε και να συνεργαστείτε με τα ενδιαφερόμενα μέρη	9
Δραστηριότητα: Αναγνωρίζοντας Καινοτόμες Πρακτικές.....	11
Δραστηριότητα: Αναστοχασμός	11
Αναγνώριση και Ιεράρχηση Ευκαιριών Καινοτομίας.....	12
Γιατί χρειάζεται να θέσετε ως προτεραιότητα την καινοτομία;	14
Κουίζ: Δοκιμάστε την κατανόησή σας.....	16

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Μαθησιακοί Στόχοι

Στο τέλος της ενότητας οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να:

- Να ορίζουν την καινοτομία μαζί με τους διαφορετικούς τύπους καινοτομίας
- Να προσδιορίσουν τη σημασία της εμπλοκής των ενδιαφερομένων μερών στην ανάπτυξη μιας κοινής άποψης για την καινοτομία.
- Να εντοπίζουν πιθανές ευκαιρίες καινοτομίας και τον τρόπο ιεράρχησής τους
- Να χρησιμοποιούν μια κοινή γλώσσα για την καινοτομία και να έχουν ένα κοινό όραμα

Ορίζοντας την Καινοτομία

Τι είναι καινοτομία;

Ορισμένοι πιστεύουν ότι η καινοτομία είναι συνώνυμο της δημιουργικότητας, αλλά αυτό είναι μια κοινή παρανόηση. Δημιουργικότητα σημαίνει να βρούμε μια νέα ιδέα για ένα νέο προϊόν, έναν νέο τρόπο εφαρμογής κάποιου πράγματος ή μια νέα τεχνική. Από την άλλη πλευρά, καινοτομία είναι να πάρεις αυτή τη νέα ιδέα και να τη χρησιμοποιήσεις για να δημιουργήσεις αξία για τους πελάτες και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Οποιαδήποτε καινοτομία προέρχεται από μια νέα ιδέα, είτε πρόκειται για μια βελτιωμένη έκδοση προϊόντος, μια νέα υπηρεσία, μια ενημερωμένη μεθοδολογία για τη λειτουργία μιας επιχείρησης ή ένα εντελώς νέο επιχειρηματικό μοντέλο. Όπως μπορείτε να δείτε, οι δύο αυτοί όροι πάνε μαζί χωρίς να είναι το ίδιο.

Μια άλλη κοινή παρανόηση είναι αυτό που σας έρχεται στο μυαλό όταν σκέφτεστε την καινοτομία. Οι περισσότεροι άνθρωποι φαντάζονται ένα φανταχτερό νέο gadget ή μια τεχνολογική εξέλιξη, αλλά η αλήθεια είναι ότι η καινοτομία είναι κάτι πολύ περισσότερο που εκτείνεται πολύ πέρα από την τεχνολογία και τα προϊόντα που θα βρείτε σε ένα κατάστημα. Οι καινοτόμες λύσεις δεν χρησιμοποιούνται μόνο στην τεχνολογία αλλά και σε επιχειρηματικούς, κοινωνικούς και άλλους τομείς. Μπορούν επίσης να είναι τόσο απλές όσο μια μικρή λειτουργική αλλαγή ή τόσο πολύπλοκες όσο η αλλαγή ενός ολόκληρου συστήματος στον πυρήνα του. Το νόημα πίσω από κάθε καινοτομία δεν είναι πάντα να είναι εξωφρενική ή μια τεράστια ανακάλυψη, αλλά αντίθετα, να λύνει προβλήματα.

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Μέχρι στιγμής, θα πρέπει να είναι σαφές ότι δεν υπάρχει κοινή αντίληψη για την καινοτομία, ενώ ταυτόχρονα είναι ευρέως γνωστό ότι για κάθε επιτυχημένη επιχείρηση, η βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών, η μείωση του λειτουργικού κόστους και η υψηλότερη ποιότητα των υπηρεσιών η καινοτομία είναι το κλειδί. Αυτός είναι και ένας από τους κύριους λόγους για τους οποίους η κοινή αντίληψη για την καινοτομία είναι ζωτικής σημασίας όχι μόνο στις επιχειρήσεις αλλά και σε τομείς όπως ο τομέας της κοινωνικής φροντίδας ενηλίκων.

Ορισμός της Καινοτομίας

Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί ορισμοί για την καινοτομία που έχουν προκύψει από το 1967, όταν ο Knight (1967, σ. 478) έδωσε τον ορισμό της καινοτομίας ως "η υιοθέτηση μιας αλλαγής που είναι νέα για έναν οργανισμό και για το σχετικό περιβάλλον". Όλοι οι διαφορετικοί ορισμοί έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό τη διαφοροποίηση στη χρήση της λέξης "νέο". Πολλοί μελετητές που χρησιμοποιούν τη λέξη "νέα" εννοούν νέα για τον οργανισμό που την υιοθετεί, ενώ άλλοι μπορεί να εννοούν ότι η καινοτομία είναι αντικειμενικά νέα για το αντίστοιχο περιβάλλον. Άλλες διαφορές υπάρχουν στην έκταση της καινοτομίας, όπου κάποιος μπορεί να αναφέρονται σε καινοτομίες που αλλάζουν δραστικά κάτι όταν εφαρμόζονται πλήρως, ενώ άλλοι αρκούνται σε έναν ορισμένο βαθμό αλλαγής.

Λαμβάνοντας υπόψη το εκάστοτε περιβάλλον και τον τομέα, οι ορισμοί ενδέχεται να προσαρμοστούν. Ωστόσο, ένας γενικά αποδεκτός ορισμός μπορεί να είναι ότι η καινοτομία είναι μια διαδικασία με την οποία ένας τομέας, ένα προϊόν ή μια υπηρεσία ανανεώνεται και επικαιροποιείται με την εφαρμογή νέων διαδικασιών, την εισαγωγή νέων τεχνικών ή την καθιέρωση επιτυχημένων ιδεών για τη δημιουργία νέας αξίας.

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η δημιουργία αξίας αποτελεί καθοριστικό χαρακτηριστικό της καινοτομίας.

Μερικές από τις πιο διάσημες εφαρμογές καινοτομίας είναι:

- ✓ Προϊόντα και απόδοση προϊόντων
 - Ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος
 - Βελτίωση της απόδοσης ενός υπάρχοντος προϊόντος
- ✓ Τεχνολογία
 - Νέες τεχνολογίες όπως το διαδίκτυο, τα κινητά τηλέφωνα κ.ά.
- ✓ Επιχειρηματικά Μοντέλα
 - Καινοτομία στα επιχειρηματικά μοντέλα
 - Νέα κανάλια, τεχνολογίες και αγορές που οδηγούν σε προστιθέμενη αξία για τους πελάτες
 - Ψηφιακά οικοσυστήματα
- ✓ Οργανισμοί
 - Βελτιωμένη διαχείριση πόρων και περιουσιακών στοιχείων
- ✓ Διαδικασίες
 - Βελτίωση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας των υφιστάμενων μεθοδολογιών
 - Νέες διαδικασίες που αφορούν την παραγωγή, την αλληλεπίδραση με τον πελάτη και την παράδοση
- ✓ Marketing
 - Μέθοδοι συγκράτησης της προσοχής των πελατών, όπως νέες έννοιες και βελτιωμένα κανάλια επικοινωνίας
- ✓ Δικτύωση
 - Σύνδεση διαφορετικών ομάδων ατόμων και ενδιαφερομένων
- ✓ Συναναστροφή με πελάτες
 - Αυξημένη δέσμευση των πελατών
 - Βελτιωμένα ποσοστά διατήρησης

Τέλος, η καινοτομία γενικά διέρχεται από τρία στάδια: σχεδιασμός, δοκιμή και κλιμάκωση:

- a) Σχεδιασμός



- ✓ Αυτό είναι το στάδιο στο οποίο οι ιδέες και οι λύσεις θα προκύψουν προσεκτικά σχεδιάζοντας ένα "πρωτότυπο" που θα είναι σε θέση να προσελκύσει επενδυτές ή/και πρώιμους χρήστες.

b) Δοκιμή

- ✓ Εδώ θα δοκιμαστούν τα διάφορα "πρωτότυπα" ή λύσεις για να οριστικοποιηθεί και να προσαρμοστεί η λύση με βάση τις ανάγκες. Αυτό είναι το στάδιο όπου μπορούν να γίνουν αλλαγές πριν γίνει πολύ περίπλοκο.

c) Κλιμάκωση

- ✓ Μόλις ολοκληρωθεί ο σχεδιασμός και οι δοκιμές, η καινοτόμος λύση είναι έτοιμη να επεκταθεί, δηλαδή να αναπτυχθεί ένα σχέδιο για το πώς το προϊόν, η υπηρεσία ή η λύση εν γένει θα είναι διαθέσιμη σε μεγαλύτερο αριθμό ατόμων, οργανισμών και ενδιαφερομένων

Παραδείγματα Καινοτομίας

Ένα λεπτομερές παράδειγμα είναι οι εταιρείες μόδας που παραδοσιακά χρειάζονταν περίπου 12 μήνες από τον αρχικό σχεδιασμό μέχρι την πώληση των προϊόντων τους στα καταστήματα. Ο μεγάλος χρόνος ανάπτυξης είχε ως αποτέλεσμα μεγάλα αποθέματα. Οι εταιρείες μόδας δεν ήταν σε θέση να αντιδράσουν γρήγορα στις αλλαγές της αγοράς και έπρεπε να προσφέρουν εκπτώσεις προκειμένου να πουλήσουν τα προϊόντα τους. Αυτές οι προκλήσεις ανάγκασαν ορισμένες εταιρείες μόδας να εντοπίσουν μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία. Η νέα ιδέα ήταν η από κοινού ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων των ρούχων και των μηχανών παραγωγής. Στους τελικούς πελάτες προσφέρθηκε η δυνατότητα να αναπτύξουν τον δικό τους σχεδιασμό ρούχων και στις εταιρείες παραγωγής ζητήθηκε να αναπτύξουν μηχανές που θα μπορούσαν να παράγουν μικρότερες ποσότητες ρούχων με κερδοφόρο τρόπο. Η ανάπτυξη των νέων μηχανών ήταν απαραίτητη για να εξασφαλιστεί ότι οι τελικοί πελάτες θα μπορούσαν να παραλάβουν το νέο τους σχέδιο σε σύντομο χρονικό διάστημα. Η συνδημιουργία αυτής της καινοτομίας προσέφερε σε όλα τα εμπλεκόμενα μέρη τη δυνατότητα να μειώσουν το ρίσκο τους και ένα από τα βασικά οφέλη ήταν η αυξημένη ικανοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών.

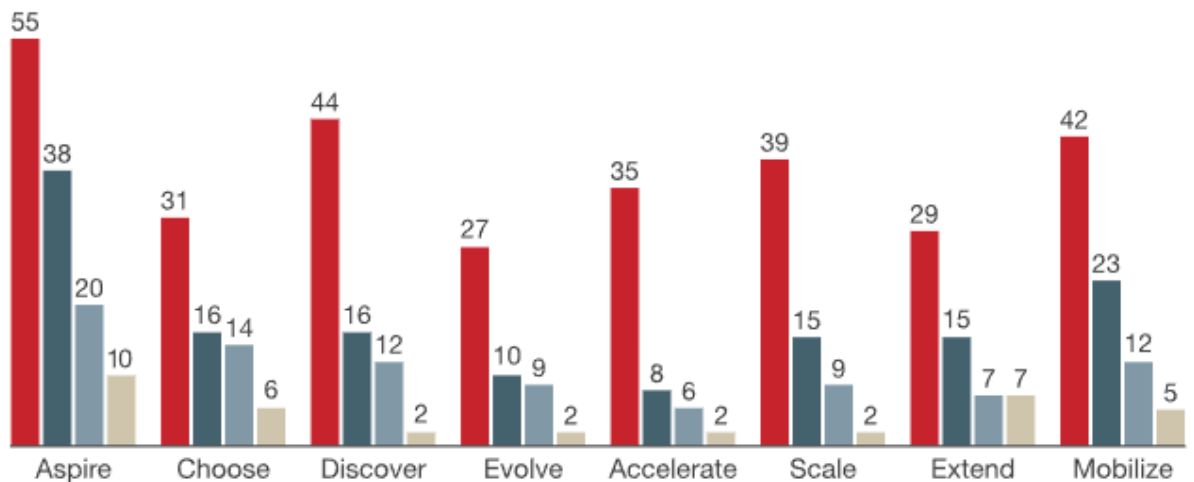
Ορισμένα από τα ακόλουθα παραδείγματα καινοτομίας προέρχονται από τα μεγαλύτερα επιτεύγματα της ανθρωπότητας ή από τα πιο αποτελεσματικά εμπορικά προϊόντα που καλύπτουν τις ανάγκες των καταναλωτών. Για παράδειγμα:

- ✓ Προσγείωση στο φεγγάρι
- ✓ Γάλα βρώμης ή άλλο φυτικό γάλα
- ✓ Μη επανδρωμένα αεροσκάφη
- ✓ Εικονική πραγματικότητα
- ✓ Επιχειρηματικό μοντέλο γρήγορης μόδας
- ✓ Κτίρια Απορρόφησης Ρύπανσης
- ✓ Ηλιακοί συλλέκτες
- ✓ Μολύβια που γίνονται δέντρα αφού τα φυτέψετε
- ✓ ChatGPT

What innovation leaders say they do right

% of respondents by performance quartile¹

■ Top quartile ■ 2nd ■ 3rd ■ 4th



The survey tested for 27 innovation practices spread across eight essentials

¹N = 623. Performance defined as a weighted index of measures for organic growth (% of growth from new products or services developed in-house) and innovation performance (% of sales from new products and self-assessment of innovation performance). Respondents who answered "yes to some degree," "no," or "don't know/not applicable" are not shown.

Source: McKinsey survey of 2,500 global executives, Nov 2012

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Testing for innovation

Do you really innovate?	
Aspire	Do you regard innovation-led growth as critical, and do you have cascaded targets that reflect this?
Choose	Do you invest in a coherent, time- and risk-balanced portfolio of initiatives with sufficient resources to win?
Discover	Do you have differentiated business, market, and technology insights that translate into winning value propositions?
Evolve	Do you create new business models that provide defensible and scalable profit sources?
Accelerate	Do you beat the competition by developing and launching innovations quickly and effectively?
Scale	Do you launch innovations at the right scale in the relevant markets and segments?
Extend	Do you win by creating and capitalizing on external networks?
Mobilize	Are your people motivated, rewarded, and organized to innovate repeatedly?

Source: McKinsey analysis

Κουίζ: Δοκιμάστε την κατανόησή σας

Q1: Ο όρος καινοτομία αναφέρεται σε gadgets και προϊόντα τελευταίας τεχνολογίας.

Σωστό

Λάθος

Q2: Ο ορισμός της καινοτομίας προσαρμόζεται πάντα με βάση το εκάστοτε περιβάλλον.

Σωστό

Λάθος

Q3: Η βελτίωση του τρόπου αλληλεπίδρασης με τους πελάτες δεν αποτελεί αποτελεσματική λύση καινοτομίας.

Σωστό

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Λάθος

Q4: Ποιο από τα παρακάτω είναι μια διάσημη εφαρμογή καινοτομίας;

- a) Επιχειρηματικό Μοντέλο
- b) Marketing
- c) Δικτύωση
- d) Όλα τα παραπάνω

Ανάλυση απαντήσεων

Q1: Λάθος, η καινοτομία αναφέρεται σε διάφορους τύπους λύσεων καινοτομίας, ανεξάρτητα από τη φύση τους.

Q2: Σωστό

Q3: Λάθος, η βελτίωση της δέσμευσης των πελατών/εργαζομένων είναι ένας από τους πιο γνωστούς τομείς εφαρμογής της καινοτομίας.

Q4: D) Όλα τα παραπάνω

Σημασία της εμπλοκής των ενδιαφερόμενων μερών

Σε κάθε οργανισμό, τα περισσότερα έργα ή εργασίες περιλαμβάνουν πολλούς διαφορετικούς ενδιαφερόμενους, ο καθένας με τη δική του οπτική γωνία και το δικό του αντίκτυπο στην εξέλιξη του έργου. Όσον αφορά τις εφαρμογές καινοτομίας, τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να μην είναι εκείνα που ηγούνται αυτής της πρωτοβουλίας που αναλαμβάνει ο οργανισμός, αλλά η ανατροφοδότησή τους είναι ζωτικής σημασίας για να διασφαλιστεί ότι δημιουργείται αξία μέσω των πρακτικών καινοτομίας.

Είναι σύνηθες να εντοπίζονται πρόωρες αποτυχίες σε έργα καινοτομίας λόγω του ότι τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη έχουν παθητικό ρόλο καθ' όλη τη διάρκεια της εφαρμογής, καθώς δεν τα εντοπίζουν, δεν τα συμβουλεύονται και δεν τα εμπλέκουν αρκετά νωρίς. Ως αποτέλεσμα, υπάρχει παρεξήγηση σχετικά με τους στόχους της καινοτομίας και τον αναμενόμενο αντίκτυπο που θα έχει σε ένα συγκεκριμένο έργο. Οι επικεφαλής της καινοτομίας πρέπει να εντοπίζουν, να συμβουλεύονται και να εμπλέκουν τα

ενδιαφερόμενα μέρη νωρίς στη διαδικασία, διότι αυτά θα υποστηρίξουν, θα επηρεάσουν ή ακόμη και θα τερματίσουν ένα έργο με βάση τις πεποιθήσεις και τους στόχους της ομάδας.

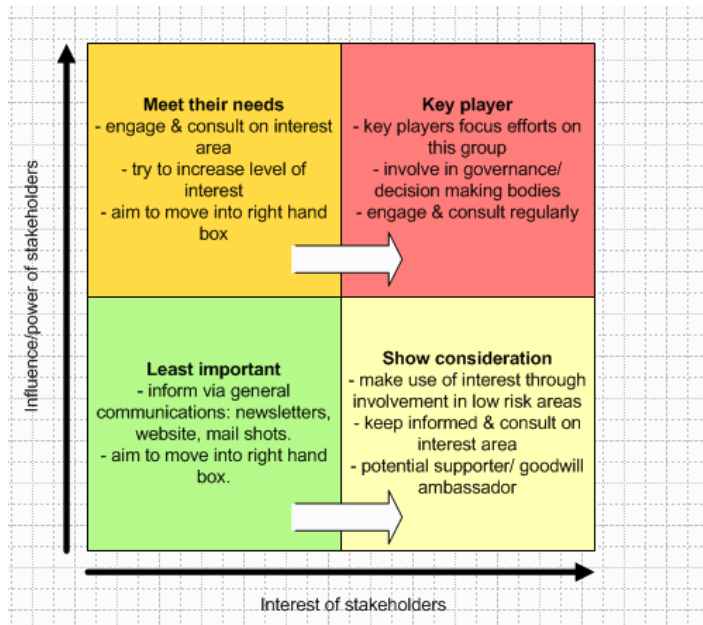
Τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να εμπλουτίσουν τη διαδικασία με πληροφορίες και γνώσεις που μπορούν να βοηθήσουν την πρακτική της καινοτομίας να προχωρήσει με διάφορους τρόπους. Για παράδειγμα, εάν ένας ενδιαφερόμενος σε άλλη επιχειρησιακή μονάδα έχει αναπτύξει στο παρελθόν μια καινοτόμο λύση παρόμοια με αυτή που αναπτύσσεται, μπορεί να βοηθήσει στην αποκάλυψη περιοχών κινδύνου, στην αποφυγή διπλής εργασίας ή να προσφέρει τις γνώσεις του για την επιτάχυνση του ρυθμού του έργου. Επιπλέον, με τη συμμετοχή διαφορετικών ενδιαφερομένων μερών, το έργο μπορεί να επωφεληθεί από τα οφέλη των διαφορετικών ιδεών, των περισσότερων ομάδων ματιών, της πρόσθετης υποστήριξης και της αυξημένης αξιοπιστίας της αναπτυχθείσας πρακτικής καινοτομίας.

Πώς να αναγνωρίσετε και να συνεργαστείτε με τα ενδιαφερόμενα μέρη

Ο εντοπισμός και η συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να ακούγεται εύκολη υπόθεση, ωστόσο δεν είναι πάντα σαφές ποιος πρέπει να συμμετέχει ή ποιος θα επηρεαστεί από την ίδια την καινοτομία. Αυτό σημαίνει ότι η δημιουργία ενός λεπτομερούς σχεδίου σχετικά με το ποιον πρέπει να εμπλέξετε πριν καν ξεκινήσετε τη διαδικασία υλοποίησης είναι ζωτικής σημασίας.

Για να το κάνετε αυτό, μπορείτε να σκεφτείτε το πρόβλημα που η καινοτομία σας στοχεύει να λύσει και φυσικά να προσδιορίσετε όλα τα πιθανά μέλη ή μονάδες που μπορεί να εμπλέκονται. Χρησιμοποιώντας αυτές τις πληροφορίες, μπορείτε να αναπτύξετε τον δικό σας χάρτη ενδιαφερομένων (βλ. παρακάτω- Πλέγμα ισχύος έναντι ενδιαφέροντος προσαρμοσμένο από Eden and Ackermann, 1998: 121-5, 344-6) και ένα εξατομικευμένο σχέδιο για την εκπαίδευση ή την ενημέρωση των ατόμων/οργανισμών που περιλαμβάνονται σε αυτόν τον κατάλογο σχετικά με το τι προσπαθείτε να επιτύχετε. Οι περισσότερες μεθοδολογίες σχετικά με τη χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων γενικά χωρίζουν τα ενδιαφερόμενα μέρη σε τέσσερις κατηγορίες που μπορούν να απεικονιστούν

σε ένα πλέγμα τεσσάρων τετραγώνων.



Αυτή η εικόνα απεικόνισης δείχνει ποιος θα έχει σημαντική επιρροή στην καινοτομία σας, ποιος θα είναι υποστηρικτικός και ποιος έχει τον αντίκτυπο να τερματίσει το έργο σας. Κατά το σχεδιασμό θα πρέπει επίσης να χαρτογραφήσετε το ιδανικό χρονοδιάγραμμα στο οποίο θα εμπλέξετε αυτούς τους ενδιαφερόμενους φορείς και πόση προσοχή θέλετε να εστιάσετε σε κάθε άτομο ή οργανισμό. Συμμετέχοντας σε δραστηριότητες συνδημιουργίας, όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη φέρνουν συγκεκριμένες ικανότητες και ανοίγουν νέες δυνατότητες για καινοτομία. Τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να αναπτύξουν ικανότητες οι οποίες διαφορετικά θα ήταν δαπανηρές ή θα απαιτούσαν μεγάλο χρονικό διάστημα για να αναπτυχθούν, ενώ παράλληλα μπορούν να αναπτύξουν ιδιαίτερα καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες με λογικό κόστος.

Συνολικά, το θέμα συνοψίζεται στη δύναμη, στην επιρροή και στο κατά πόσον τα ενδιαφερόμενα μέρη ενδιαφέρονται για τα προβλήματα που επιδιώκετε να λύσετε με την καινοτομία σας. Η ανάπτυξη καινοτομιών συνδέεται συχνά με υψηλό ενδεχόμενο αποτυχίας της ανάπτυξης ή ακαταλληλότητας του προϊόντος ή της υπηρεσίας για τους τελικούς χρήστες. Η επισήμανση ότι η συνδημιουργία καινοτομιών μειώνει τους κινδύνους για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς μπορεί να αυξήσει τα κίνητρα για συμμετοχή σε τέτοια έργα.

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Δραστηριότητα: Αναγνωρίζοντας Καινοτόμες Πρακτικές

Συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα με τυχόν καινοτόμες πρακτικές που έχετε βιώσει ή ακούσει, να είστε όσο το δυνατόν πιο συγκεκριμένοι και να δώσετε παραδείγματα όπου μπορείτε. Αφού δημιουργήσετε τον κατάλογό σας, σκεφτείτε τα οφέλη και τις προκλήσεις που σχετίζονται με αυτές τις καινοτόμες πρακτικές και εξετάστε πώς θα μπορούσαν να εφαρμοστούν ευρύτερα. Τέλος, σκεφτείτε πώς θα μπορούσατε να εφαρμόσετε αυτές τις γνώσεις στη δική σας εργασία.

Καινοτόμες πρακτικές (με παραδείγματα):	Οφέλη και προκλήσεις που συνδέονται με την πρακτική:	Πώς θα μπορούσε αυτό να εφαρμοστεί ευρύτερα;	Πώς θα μπορούσατε να το εφαρμόσετε αυτό στη δουλειά σας;

Δραστηριότητα: Αναστοχασμός

Αναλογιζόμενοι τον πιθανό αντίκτυπο των καινοτόμων πρακτικών, σκεφτείτε κριτικά τα οφέλη και τις προκλήσεις αυτών των πρακτικών και εξετάστε πώς θα μπορούσαν να εφαρμοστούν ευρύτερα για τη βελτίωση ενός τομέα. Παρακαλούμε γράψτε μια απάντηση σε κάθε μία από τις παρακάτω ερωτήσεις:



- Πώς θα μπορούσαν οι καινοτόμες πρακτικές που συζητήσαμε σε αυτή την ενότητα να επηρεάσουν διαφορετικά πεδία ενδιαφέροντος; Ποια οφέλη θα μπορούσαν να βιώσουν και ποιες προκλήσεις θα μπορούσαν να αντιμετωπίσουν;
- Ποιες προκλήσεις μπορεί να προκύψουν κατά την ευρύτερη εφαρμογή αυτών των καινοτόμων πρακτικών; Πώς θα μπορούσαν να αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις αυτές;
- Ποιος είναι ο ρόλος των ηγετών καινοτομίας και των βασικών ενδιαφερομένων στην πρόωση και εφαρμογή καινοτόμων πρακτικών στην κοινωνική φροντίδα ενηλίκων;
- Πώς θα μπορούσαν να εξελιχθούν οι καινοτόμες πρακτικές στο μέλλον;

Αναγνώριση και Ιεράρχηση Ευκαιριών Καινοτομίας

Ο εντοπισμός νέων ευκαιριών αποτελεί σημαντικό μέρος της καινοτομίας. Το να γίνετε προνοητικός σημαίνει να εξετάζετε τις τάσεις για να προσδιορίσετε πώς διαμορφώνουν τον οργανισμό ή τον τομέα ενδιαφέροντός σας τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά. Όταν χρησιμοποιείται σωστά, αυτή η στρατηγική καινοτομίας μπορεί να είναι αποτελεσματική στο να σας βοηθήσει να εντοπίσετε νέες ιδέες που ζουν έξω από τα όρια της συμβατικής σκέψης.

Το κλειδί για την επιτυχία της καινοτομίας είναι η συστηματική διερεύνηση πολλαπλών οπτικών γωνιών και πηγών πληροφόρησης για τον εντοπισμό των πιο πιθανών εξελίξεων σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο: αυτό που υπάρχει, αυτό που πρόκειται να συμβεί και αυτό που συμβαίνει γύρω σας.

Πίσω από κάθε μεγάλη καινοτομία βρίσκεται κάποιος που εντόπισε μια μεγάλη ευκαιρία.

Αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι όλες οι καινοτομίες προέρχονται από μια ξαφνική έμπνευση-

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

αυτό απλώς αποτελεί μια καλή ιστορία για δημοσίευση. Αυτό που πραγματικά είναι το κοινό σημείο μεταξύ κάθε εμπνευσμένου καινοτόμου είναι η ικανότητα να βλέπει μια ευκαιρία εκεί που οι άλλοι δεν την βλέπουν, να συνδέει τις τελείες μεταξύ αυτού που είναι τώρα, αυτού που έρχεται και αυτού που συμβαίνει αυτή τη στιγμή γύρω του. Αυτό σίγουρα δεν σημαίνει ότι δεν χρειάζεται δημιουργικότητα για να εμπνευστεί μια μεγάλη καινοτομία, η δημιουργικότητα και η φαντασία είναι τα δύο θεμέλια στα οποία θα στηριχθούν οι ιδέες σας. Πώς μπορείτε λοιπόν να εντοπίσετε τις καλύτερες καινοτόμες λύσεις; Πώς πρέπει να ξεκινήσετε;

1. Ο κενός χώρος μπορεί να γεμίσει γρήγορα.

Πολλοί καινοτόμοι ενθαρρύνονται να ξοδεύουν το χρόνο και τους πόρους τους αναζητώντας να καλύψουν ένα "κενό" σε έναν τομέα, δηλαδή να καλύψουν μια ανάγκη ή να αναπτύξουν ένα προϊόν που δεν υπάρχει ακόμη. Αυτό ακούγεται σαν μια εξαιρετική προσέγγιση, αλλά υπάρχει ένα σημαντικό πρόβλημα με αυτήν: είναι εύκολο να τα ανακαλύψει κανείς! Και αν μπορείτε εύκολα να ανακαλύψετε αυτό το κενό χώρο, τότε είναι βέβαιο ότι και άλλοι άνθρωποι θα το κάνουν το ίδιο εύκολα. Η εκμετάλλευση αυτού του "κενού χώρου" έχει σίγουρα νόημα, αλλά τις περισσότερες φορές δεν θα είναι αρκετά μοναδική ώστε να ξεχωρίζει από μόνη της.

2. Εντοπίστε τυφλά σημεία.

Διαφοροποιούμενα από τα κενά σημεία, τα τυφλά σημεία είναι αυτές οι εντάσεις, οι φιλοδοξίες και οι παρακάμψεις που, αν μείνουν άλυτες, θα γίνουν αδύναμα σημεία της λύσης σας. Ως αποτέλεσμα, προσφέρουν ακόμη μεγαλύτερες δυνατότητες ανάπτυξης από ό,τι τα περισσότερα κενά σημεία, επειδή το πρόβλημα και η λύση είναι πιθανό να κλιμακωθούν. Παρόλο που είναι πολύ δύσκολο να εντοπιστούν αυτά τα τυφλά σημεία, ένας επιτυχημένος ηγέτης καινοτομίας οφείλει να πειραματιστεί με νέα εργαλεία, τεχνικές, μεθοδολογίες και τύπους μάθησης για να φέρει περισσότερες ευκαιρίες για καινοτομία, ενώ παράλληλα φιλτράρει, συνθέτει και ξεκλειδώνει συνδέσεις χρησιμοποιώντας πολύτιμες γνώσεις από τα ενδιαφερόμενα μέρη.

3. Στοιχεύστε στο μέλλον.

Το πιο σημαντικό είναι ότι οι μεγάλοι ηγέτες καινοτομίας μοιράζονται την ικανότητα να βλέπουν πέρα από το σήμερα. Να βλέπουν επίσης **τι θα μπορούσε να επιτευχθεί** και όχι μόνο τι έχει επιτευχθεί. Χωρίς την ικανότητα διερεύνησης μελλοντικών δυνατοτήτων και ευκαιριών, η καινοτομία παγώνει και εγκλωβίζεται καθορισμένη από τις σημερινές συμπεριφορές, τάσεις, στάσεις, κατηγορίες προϊόντων και φυσικά την κουλτούρα. Για να έχετε ουσιαστική καινοτομία, πρέπει να έχετε ανοιχτό μυαλό που να παίρνει αυτά τα δεδομένα και να τα μετασχηματίζει για να οραματιστεί κάτι καλύτερο, κάτι νέο.

Γιατί χρειάζεται να θέσετε ως προτεραιότητα την καινοτομία;

Όταν υπάρχει καινοτομία, ο θετικός αντίκτυπος είναι αναπόφευκτος. Οι οργανισμοί συχνά επικεντρώνονται σε πρωτοβουλίες και στρατηγικές που οδηγούν στην καινοτομία, όπως η ενίσχυση των ηγετικών δεξιοτήτων και η προώθηση της ποικιλομορφίας της σκέψης. Αλλά μόνο όταν η καινοτομία προσεγγίζεται ως στόχος και όχι ως προνόμιο ή παρενέργεια, οι οργανισμοί μπορούν να αξιοποιήσουν το πλήρες δημιουργικό δυναμικό τους και να εκπληρώσουν τις φιλόδοξες δηλώσεις αποστολής που επιφέρουν μεγάλες βελτιώσεις στο "status quo". Και όταν πρόκειται για επιχειρήσεις, ποιος δεν θέλει να το κάνει "καλύτερα" και να είναι πιο ανταγωνιστικός από τους άλλους;

Οι καινοτόμες λύσεις δίνουν απαντήσεις σε ορισμένα κρίσιμα ερωτήματα όπως:

- Πώς μπορούμε να συμβαδίσουμε με τον ανταγωνισμό μας;
- Πώς μπορούμε να δεσμεύσουμε, να προσελκύσουμε και να διατηρήσουμε τους εργαζομένους μας;
- Πώς μπορούμε να παρέχουμε τα καλύτερα προϊόντα ή υπηρεσίες;
- Πώς μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την τεχνολογία για να βελτιώσουμε τη λειτουργία και τις διαδικασίες μας;
- Πώς μπορούμε να βρούμε διέξοδο από μια κρίση;
- Πώς μπορούμε να προωθήσουμε τη βιωσιμότητα και τη μακροζωία της εταιρείας;

Γιατί λοιπόν οι οργανισμοί πρέπει να δίνουν προτεραιότητα στις καινοτομίες; Τα απτά αποτελέσματα περιλαμβάνουν:

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

✓ **Περισσότερη δραστηριοποίηση**

Οι ταλαντούχοι άνθρωποι θέλουν την ευκαιρία να βγουν από τον τροχό του χάμστερ και να βουτήξουν στο δικό τους δημιουργικό δυναμικό. Αυτό μπορεί να γίνει μόνο μέσω καινοτόμων πρακτικών. Όταν οι ηγέτες ή οι διευθυντές επικοινωνούν την καινοτομία ως στόχο ή πρόθεση, οι εργαζόμενοι τείνουν να εστιάζουν στα δυνατά τους σημεία για να κάνουν βελτιώσεις και να δημιουργούν καλύτερους τρόπους να κάνουν πράγματα.

✓ **Περισσότερη ανάπτυξη**

Το πιο σημαντικό ερώτημα για την καινοτομία είναι: "Γιατί κάνουμε αυτό που κάνουμε;". Η απάντηση είναι τις περισσότερες φορές για να βελτιώσουμε ένα προϊόν ή μια υπηρεσία βρίσκοντας καλύτερους τρόπους για να εξυπηρετήσουμε τους άλλους, είτε πρόκειται για πελάτες, είτε για δικαιούχους, είτε για την κοινωνία γενικότερα. Φυσικά, κάθε είδους βελτίωση οδηγεί σε ανάπτυξη- στο παράδειγμα των πωλήσεων, τα καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες οδηγούν σε περισσότερες πωλήσεις. Η καινοτομία έχει τη δύναμη να προάγει την ανάπτυξη τόσο στο κέρδος όσο και στις προσπάθειες προσλήψεων, καλύπτοντας τις ανάγκες των εργαζομένων και των πελατών που προκύπτουν, και είναι σημαντικό για τους ηγέτες να αναγνωρίζουν τότε ο παλιός τρόπος που κάνουν τα πράγματα δεν συμβαδίζει με τη ζήτηση. Η ικανότητα προσαρμογής σε αυτές τις εξελισσόμενες ανάγκες είναι βασικός παράγοντας για τη μακροζωία της εταιρείας και η προτεραιότητα στην καινοτομία είναι ο καλύτερος τρόπος για να συμβαδίσετε. Έτσι, δεν πρόκειται μόνο για το κέρδος αλλά και για την ικανοποίηση των πελατών και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών ή προϊόντων.

✓ **Περισσότερος σκοπός**

Η καινοτομία απαιτεί δημιουργικότητα, υπέρβαση των προκαταλήψεων, και να φέρουμε "όλο το άτομο" στο τραπέζι. Απαιτεί την εγκατάλειψη του status quo και του τρόπου σκέψης για την εργασία "απλά κάνε το και πήγαινε σπίτι σου". Απαιτεί κατανόηση της μεγάλης εικόνας και του "γιατί" πίσω από αυτό που κάνουμε. Η καινοτομία απαιτεί να σκεφτούμε τα ίχνη που αφήνουμε και τι αφήνουμε στο πέρασμά μας.



Ρωτήστε τον εαυτό σας: "Ποιος είναι ο σκοπός του οργανισμού μου; Πώς μπορούν οι νέες βελτιώσεις και οι νέοι τρόποι λειτουργίας να εκπληρώσουν καλύτερα αυτόν τον σκοπό;"

Οι οργανισμοί που αποτυγχάνουν να δώσουν προτεραιότητα στην καινοτομία θα μείνουν τελικά πίσω σε σχέση με άλλους οργανισμούς που ΔΙΝΟΥΝ προτεραιότητα. Αν η καινοτομία δεν αποτελεί προτεραιότητα στον οργανισμό σας, κάντε μια συζήτηση για να εμπλέξετε και άλλα μέλη της ομάδας και να την κάνετε συλλογικό στόχο!

Κουίζ: Δοκιμάστε την κατανόησή σας

Q1: Οι καινοτόμες πρακτικές στους οργανισμούς θα πρέπει να είναι:

- a) Υποχρεωτικό
- b) Προτεραιότητα
- c) Επιλογή του εργαζομένου
- d) Κανένα από τα παραπάνω

Q2: Ποιο από τα παρακάτω ΔΕΝ είναι ένας καλός τρόπος για να εντοπίσετε τα ενδιαφερόμενα μέρη σας:

- a) Ένα λεπτομερές σχέδιο
- b) Χάρτης των ενδιαφερομένων μερών
- c) Μια συνεδρία συνδημιουργίας
- d) Τίποτα από τα παραπάνω

Q3: Η καινοτομία ως προτεραιότητα εξαρτάται αποκλειστικά από τον τομέα ενδιαφέροντος (π.χ. κοινωνικές επιστήμες, επιχειρήσεις κ.λπ.)

- a) Σωστό
- b) Λάθος

Q4: Γιατί ένας οργανισμός πρέπει να δώσει προτεραιότητα στην καινοτομία;

- a) Ικανοποίηση των εργαζομένων
- b) Χαμηλότερα ποσοστά αποχώρησης
- c) Περισσότερα κέρδη

- d) Αυξημένη ανταγωνιστικότητα
- e) Όλα τα παραπάνω

Ανάλυση Απαντήσεων:

Q1: b, Οι καινοτόμες πρακτικές δεν μπορούν σε καμία περίπτωση να είναι υποχρεωτικές ή επιβεβλημένες, αλλά πρέπει να αποτελούν προτεραιότητα για όλους τους λόγους που αναφέρθηκαν κατά τη διάρκεια αυτής της ενότητας.

Q2: d, τίποτα από τα παραπάνω. Όλοι οι αναφερόμενοι τρόποι αποτελούν εξαιρετικούς τρόπους για τον εντοπισμό πιθανών ενδιαφερομένων μερών και την αξιολόγηση του ενδιαφέροντός τους για τις καινοτόμες λύσεις σας.

Q3: False, η καινοτομία θα πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα ανεξάρτητα από τον τομέα ή το πεδίο ενδιαφέροντος.

Q4: d, η ύπαρξη καινοτόμων πρακτικών στον οργανισμό σας θα ενδυναμώσει τους υπαλλήλους σας και θα οδηγήσει σε υψηλότερα ποσοστά διατήρησης, θα αυξήσει τα κέρδη της εταιρείας, ενώ παράλληλα θα παραμείνει ανταγωνιστική στην αγορά.