

MANAGEMENTUL INOVĂRII

INOVARE PENTRU ÎNTREPRINDERILE
DIN ECONOMIA CIRCULARĂ



CUPRINS

Introducere _____	3
Expected Learning Outcomes _____	4
Exercițiu de autorefecție _____	5
Ce este managementul inovării? _____	6
Managementul inovării în întreprinderile din economia circulară _____	9
Tipuri de inovare _____	13
Punerea în aplicare a inovării _____	18
Ciclul PDCA și modelele iterative _____	21
Sarcina de evaluare finală _____	24
Test final _____	27
Lecturi și resurse suplimentare _____	29
Anexa I - Matricea de inovare _____	31



INTRODUCERE

În acest material video, veți face cunoștință cu managementul inovării, cu rolul pe care îl are în dezvoltarea întreprinderilor din economia circulară și cu beneficiile managementului inovării. Veți afla, de asemenea, despre diferitele tipuri de inovare, despre strategiile pe care le puteți utiliza pentru a le implementa în afacerea dvs. și despre ciclul PDCA.



EXPECTED LEARNING OUTCOMES

CUNOȘTINȚE	<ul style="list-style-type: none">• Cunoașterea rolului managementului inovării în crearea/dezvoltarea unei întreprinderi de economie circulară• Cunoașterea diferitelor tipuri de inovare• Cunoașterea ciclului PDCA și a modelelor iterative în contextul economiei circulare
COMPETENȚE	<ul style="list-style-type: none">• Discutați importanța gestionării inovării pentru a realiza afaceri în circuit închis.• să definească și să discute diferitele tipuri de inovare și să identifice cele mai potrivite pentru propria afacere sau idee de afacere• Descrieți principiile, etapele și aplicarea procesului PDCA la managementul ciclului de viață pentru afaceri circulare durabile.
ATITUDINI	<ul style="list-style-type: none">• să recunoască rolul unui management inovator în realizarea schimbării și în răspunsul la economia ecologică• Deschis la diferite tipuri de inovare• dorința de a pune în aplicare un ciclu de îmbunătățire continuă pentru a-și îmbunătăți gestionarea inovării



EXERCIȚIU DE AUTOREFLECȚIE

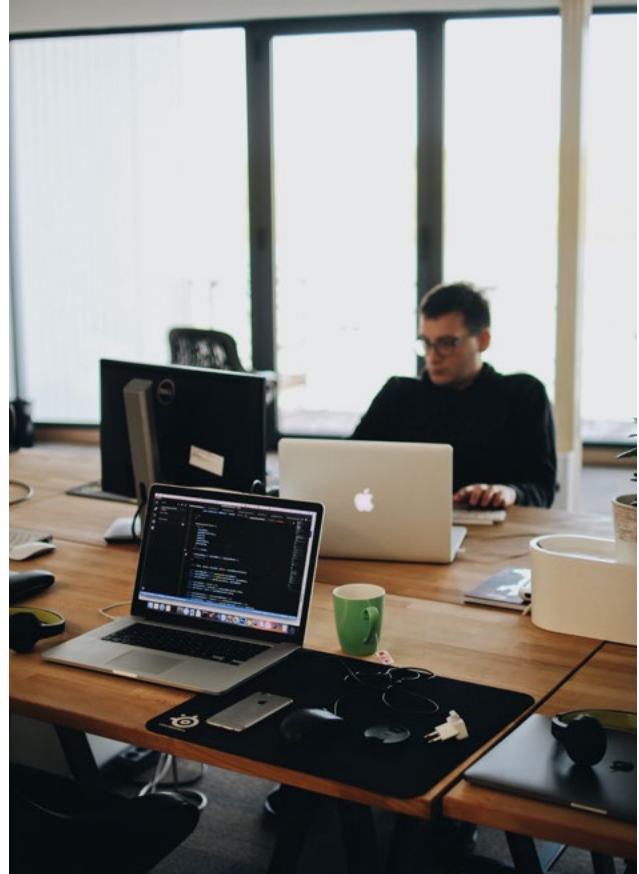
Acest exercițiu de autoevaluare vă va ajuta să reflectați asupra cunoștințelor pe care le aveți în prezent despre managementul inovării.

[Faceți clic aici pentru exercițiu.](#)



CE ESTE MANAGEMENTUL INOVĂRII?

Inovarea - indispensabilă pentru a menține competitivitatea și durabilitatea afacerilor - este unul dintre cele mai relevante aspecte din lumea corporatistă de astăzi. Dar inovarea nu este suficientă pentru a avea rezultate bune. Este necesar să se realizeze și un management al inovării, care să transforme potențialul inovator al companiei dumneavoastră într-o realitate concretă și profitabilă.



Practic, a inova înseamnă a crea ceva neobișnuit din ceva preexistent, care poate fi o tehnologie, un proces, un produs, un serviciu sau un model de afaceri, generând valoare din creativitate, deschizând noi piețe și oportunități de afaceri.

Procesul de inovare profită de ceva care are deja viabilitate și cerere și îl face și mai viabil și mai interesant pentru consumatori, maximizând profitul.

Managementul inovării reprezintă planificarea și structurarea unui proces de inovare, cu un început (intrări), un mijloc (procesare) și un sfârșit (ieșiri și generarea de rezultate). Pe scurt, managementul inovării constă în stabilirea de mijloace și metode pentru a genera valoare și pentru a concretiza ideile.



Managementul inovării a apărut pentru a permite companiilor să inoveze într-un mod sistematic, în loc să lase totul la voia întâmplării. Numai prin consecvență și o oarecare predictibilitate, inovarea poate deveni un instrument pentru a obține o poziție mai avantajoasă pe piață.

La rândul său, inovarea sistematică este un răspuns la creșterea concurenței. Aceasta permite unei întreprinderi să câștige mai mulți clienți, să exploateze noi nișe și să reducă costurile. Companiile care nu inovează sunt în cele din urmă depășite, exemple fiind înlocuirea taxiurilor cu Uber sau a hotelurilor tradiționale cu Airbnb.

În practică, managementul inovării parcurge următoarele etape:

- Identificarea oportunităților
- Dezvoltarea ideilor
- Punerea în aplicare eficace și eficientă
- Generarea de valoare



**MANAGEMENTUL
INOVĂRII ÎN
ÎNTRERINDERILE DIN
ECONOMIA CIRCULARĂ**

Rolul managementului inovării în cadrul companiilor care adoptă modele de economie circulară este strategic, deoarece este legat de aspectele legate de sustenabilitatea afacerilor. Prin urmare, conducerea acestor companii trebuie să fie direct implicată în practicile de inovare.

Managementul inovării este important pentru a evita stagnarea sistemică a organizațiilor și pentru a pune accentul pe durabilitatea afacerilor.

Cu cât compania dvs. demonstrează mai mult că inovează, valorificând aspectele economice, sociale și de mediu în gestionarea afacerii, cu atât mai mult se va putea evidenția pe piață și va obține o mai mare vizibilitate și prestigiu în rândul clienților, investitorilor și partenerilor de afaceri.



Beneficiile managementului inovării pentru întreprinderile din economia circulară

Nu este greu de înțeles ce este managementul inovării și cât de important este acesta în cadrul unei organizații. Managementul inovării aduce multe beneficii pentru întreprinderile din economia circulară:

- Crearea unei culturi a inovării - Prin promovarea unei culturi care permite fiecărui angajat să contribuie la inovare, conducerea deschide ușile pentru ca întreprinderea să găsească mai multe soluții.
- Motivația angajaților - Motivația apare atunci când aceștia simt că pot ajuta compania să se dezvolte și, în același timp, să urce pe scara carierei. Lucrul cu managementul inovației arată că firma se concentrează pe o creștere pe termen lung, care este controlată și planificată și de care vor beneficia angajații.
- Generarea de idei - Aplicarea managementului inovării poate facilita și accelera procesul de ideare. Numai acest avantaj poate asigura faptul că inovația ajunge rapid la beneficiarii săi, umplând lacunele existente.
- Aduge valoare produsului sau serviciului - Produsele inovatoare au valoare adăugată. Prin urmare, acestea au și o marjă de rentabilitate mai mare.



Exemple de inovare în domeniul economiei circulare

- **BIOHM** este o companie de biotehnologie care revoluționează industria construcțiilor circulare prin crearea de materiale de construcție și metode de fabricație din materiale naturale și durabile. Obiectivul companiei este de a permite utilizarea de materiale circulare sănătoase și ecologice și de a crea soluții în industriile de proiectare și de construcții. În acest fel, BIOHM speră să elimine conceptul de deșeuri.
- **Wasteless** îi ajută pe comercianții cu amănuntul de produse alimentare să reducă risipa de alimente și să își crească veniturile prin vânzarea produselor perisabile cu o durată de valabilitate mai scurtă și la prețul optim.



TIPURI DE INOVARE

Există trei tipuri de inovare: radicală, incrementală și disruptivă. Acestea pot varia în funcție de nișă, de piață, de esența mărcii, de serviciile și produsele oferite.

Inovație radicală

După cum sugerează și numele, inovația radicală este ceva care aduce o schimbare semnificativă, fie pe piață, fie într-o afacere.

Aceasta poate avea loc printr-o schimbare completă a structurii unei companii, a modului în care aceasta lucrează, a proceselor, a serviciilor sau produselor oferite sau a modului în care se angajează cu clientul.

Exemplu: iPhone de la Apple



Când a apărut, smartphone-urile existau deja, dar Apple a inclus caracteristici care au schimbat și popularizat piața.



Inovare progresivă

Inovația incrementală adaugă noi caracteristici, fie că este vorba de produs, de marcă sau de metode de producție, fără o schimbare foarte bruscă.

În general, este vorba de o evoluție a unei inovații deja realizate de întreprindere, astfel încât aceasta să completeze și să ofere îmbunătățiri, fie pentru angajați, fie pentru clienți, fie pentru întreprindere.

Exemplu: Gmail



A apărut cu scopul de a livra rapid e-mailuri și, în timp, i s-au adăugat diverse caracteristici pentru a îmbunătăți experiența utilizatorului și, de asemenea, pentru a-l face mai util și mai competitiv.



Inovare disruptivă

Inovarea disruptivă este un proces prin care o tehnologie, un produs sau un serviciu este transformat sau înlocuit cu o nouă soluție inovatoare.

Noua soluție este percepută de consumatori ca fiind mai accesibilă, mai simplă sau mai convenabilă, ceea ce duce la o schimbare a comportamentului de consum al publicului larg. Rezultatul este că soluția anterioară devine depășită și dispare.



Exemplu: Netflix

În trecut, piața se baza pe închirierea sau cumpărarea de filme sau seriale pentru vizionare. Apoi, Netflix a decis să inoveze și a început să ofere servicii de streaming video prin intermediul unui abonament lunar și, astfel, a scos Blockbuster de pe piață.

Unde puteți aplica aceste tipuri de inovare?

Inovarea poate fi aplicată la diferite aspecte ale unei întreprinderi.



Inovarea produselor

Inovația de produs aduce ceva nou pe piață. Televizorul, de exemplu, a fost ceva inovator, aducând imaginea, sunetul și divertismentul în casele oamenilor.

A fost o inovație radicală, care ulterior a devenit disruptivă și, în timp, s-a transformat în inovație incrementală.

Inovarea serviciilor

Un exemplu de inovare în domeniul serviciilor este livrarea de alimente. Multă vreme, consumatorii mâncau ceva de la o unitate doar dacă mergeau acolo sau dacă luau ceva la pachet. Apoi, piața a inovat și a oferit servicii de livrare, astfel încât, printr-un apel telefonic, o aplicație sau un site web, clientul poate plasa comanda și o poate primi oriunde.

Inovare în procesele de producție

Acest tip de inovare este deosebit de relevant pentru modelele de afaceri din economia circulară.

Atunci când se inovează procesele de producție, se obișnuiește să se adopte procese mai durabile și mai prietenoase cu mediul. Multe mărci de cosmetice, de exemplu, inovează în procese fără cruzime, fără teste pe animale.

Inovarea modelului de afaceri

Inovarea în modelele de afaceri este foarte frecventă în cazul întreprinderilor nou-înființate. Un exemplu foarte bun este cazul piețelor - magazine online precum Amazon sau Etsy, care intermediază între cumpărători și vânzători.

Inovația tehnologică, logistică, de marketing și organizațională sunt alte aspecte care pot contribui la dezvoltarea unei întreprinderi.



Strategii de inovare

O strategie de inovare presupune sistematizarea resurselor, desemnarea persoanelor responsabile și organizarea proceselor. Este un set de activități și misiuni interne, desfășurate de diferite persoane și departamente, cu scopul de a dezvolta idei inovatoare pentru îmbunătățiri specifice în cadrul întreprinderii.

Fie că vizează lansarea de noi produse sau servicii, fie că vizează optimizarea procedurilor, strategia are ca scop modelarea ideii și punerea ei în practică. Cu toate acestea, pentru ca ea să funcționeze, este necesar să se organizeze tot ceea ce stimulează acțiunile de inovare pe termen scurt, mediu și lung pentru a atinge obiectivele stabilite.

Un alt aspect foarte important care trebuie luat în considerare atunci când se elaborează o strategie de inovare este cultura de inovare a companiei. Atunci când este elaborată împreună cu planul de acțiune, rezultatele sunt îmbunătățite. Astfel, stimularea ideilor devine parte din rutina angajaților și nu se întâmplă doar în perioada prevăzută pentru activitățile de inovare planificate.

Există diferite tipuri de strategii de inovare.

Strategie proactivă

Organizațiile care utilizează strategia proactivă au procese de inovare constante. Denumite și early adopters, tind să investească masiv în soluții noi și sunt, în general, pionieri în domeniul lor.

Aceștia își asumă riscuri mari și fac investiții mari. Ele utilizează cunoștințele dobândite din diverse surse de-a lungul anilor pentru a-și îmbunătăți din ce în ce mai mult produsele, procesele și serviciile.



Strategia reactivă

Această strategie se aliniază cu companiile care reacționează prompt la inovațiile din industria lor. De îndată ce o idee nouă este validată de piață, compania acționează rapid pentru a se adapta, a o implementa și a culege roadele.

Este un exemplu de inovație cu risc mediu spre scăzut, cu investiții mai puțin agresive și mai conservatoare.



Strategia pasivă

Întreprinderile care folosesc această strategie implementează inovații doar atunci când consumatorii lor le cer. Industria pieselor auto, de exemplu, este cunoscută pentru faptul că răspunde așteptărilor publicului doar atunci când există o nevoie stringentă a consumatorilor, fără a se aventura prea mult.

CICLUL PDCA ȘI MODELELE ITERATIVE

Ce este ciclul PDCA?

PDCA (Plan, Do, Check, Act) este o metodologie care promovează o cultură a îmbunătățirii continue în cadrul unei întreprinderi. Este un tip de metodă de management iterativ, utilizată atât pentru control, cât și pentru îmbunătățirea constantă a produselor, serviciilor și proceselor.

PDCA este un exemplu de model iterativ compus din 4 pași, ceea ce înseamnă că acești pași se repetă în mod continuu, ceea ce duce la o perfecționare și o îmbunătățire constantă, ceea ce poate fi extrem de benefic pentru orice afacere.



1. Plan

- Cercetare
- Analiza datelor
- Stabilirea obiectivelor

2. Faceți

- Pregătirea și formarea angajaților și a managerilor implicați
- Executarea tuturor planurilor stabilite în faza 1
- Colectarea datelor pentru evaluarea ulterioară

3. Verificați

- Comparați obiectivele planificate cu rezultatele obținute
- Identificați lacunele care trebuie acoperite și oportunitățile de îmbunătățire
- Evaluați metodologia de lucru adoptată

4. Act

- Actualizarea și corectarea acțiunilor privind procesele de planificare, execuție și audit
- Revizuirea activităților și planificarea



SARCINA DE EVALUARE FINALĂ

TITLUL SARCINII:

Inovare în afaceri

SCOPUL ACTIVITĂȚII:

În cadrul acestei activități, veți reflecta asupra inovației din afacerea dumneavoastră, asupra inovațiilor pe care le-ați implementat deja și asupra celor pe care le puteți adăuga.

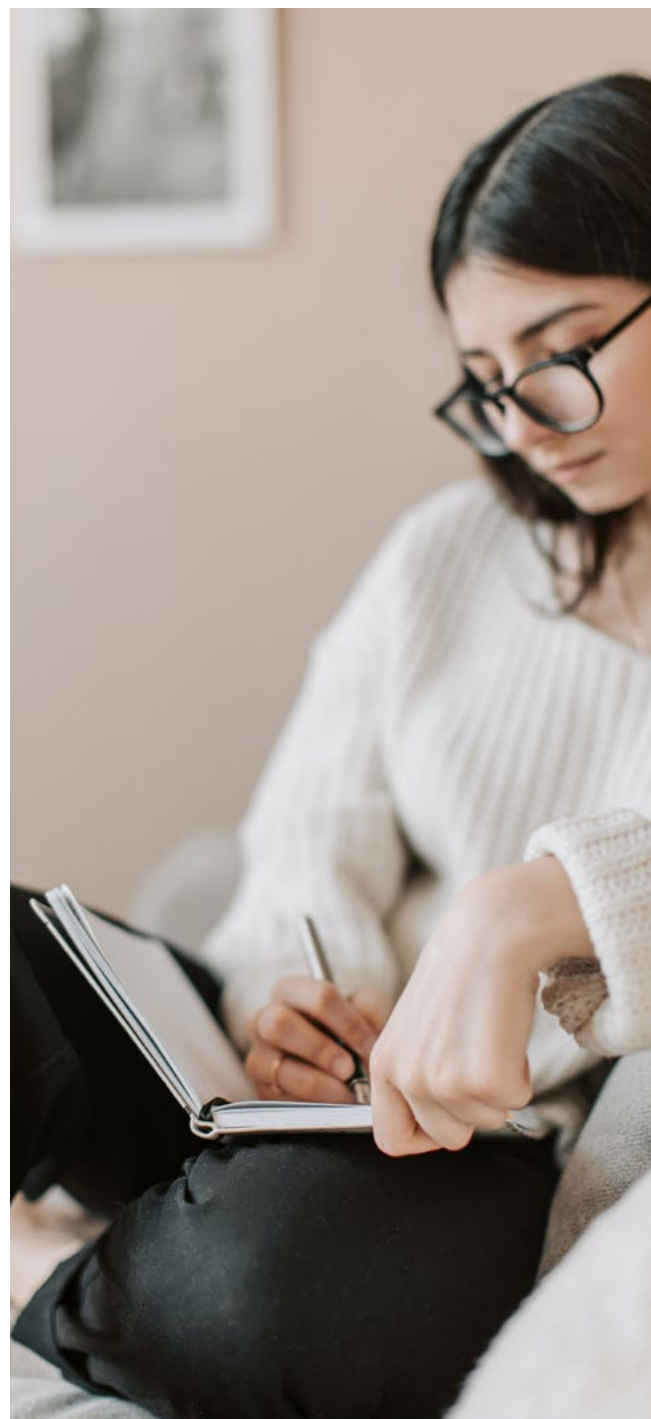
TIMP NECESAR:

90 de minute

MATERIALE NECESARE:

Dispozitiv cu acces la internet
pentru cercetare

Matricea inovării (anexa 1) tipărită
sau în format digital



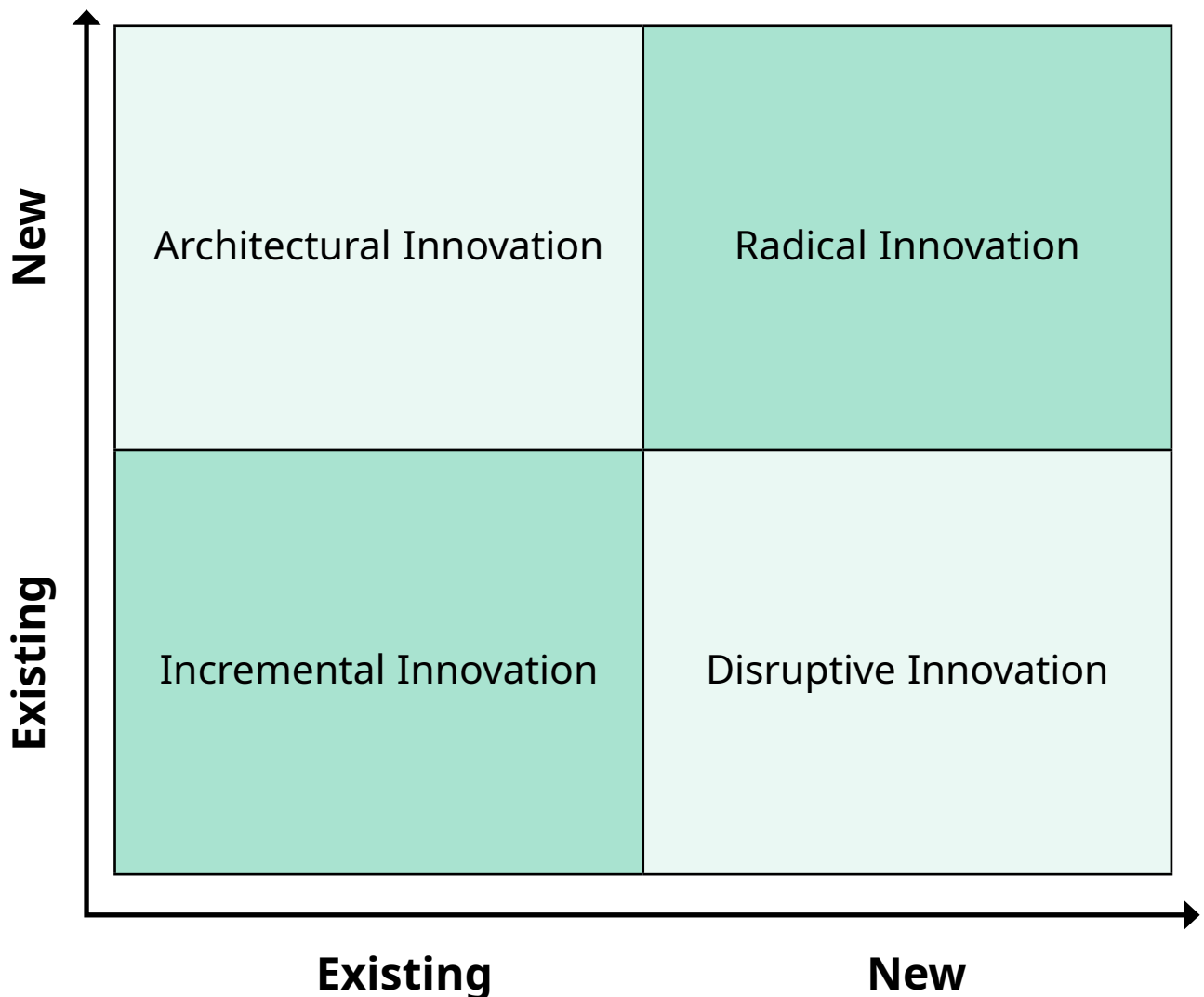
FORMATUL PENTRU PREZENTARE:

Matrice de inovare tipărită sau digitală. Alternativ, puteți crea și o prezentare de diapozitive.

PAȘI PENTRU ÎNDEPLINIREA SARCINII:

Reflecțați asupra inovațiilor pe care le-ați implementat până acum în afacerea dumneavoastră și asupra inovațiilor pe care le puteți adăuga pentru a vă dezvolta afacerea.

Completați matricea de inovare disponibilă în anexa I, cu inovațiile arhitecturale, radicale, incrementale, disruptive pentru afacerea dumneavoastră.



TEST FINAL

Acest test are ca scop evaluarea cunoștințelor dumneavoastră despre Managementul inovării la finalizarea EduZine. Verificați cât de mult ați învățat de la exercițiul de autoevaluare de la început.

[Faceți clic aici pentru exercițiu.](#)



LECTURI ȘI RESURSE SUPLIMENTARE

Managementul inovării

<https://innovationmanagement.se/>

Tipuri de inovare

<https://www.visualcapitalist.com/10-types-of-innovation-the-art-of-discovering-a-breakthrough-product/>

Tipuri de inovare

<https://theworldwecreate.net/insights/four-types-of-innovation-in-business>

Aveți nevoie de o strategie de inovare - Harvard Business Review

<https://hbr.org/2015/06/you-need-an-innovation-strategy>

Valorificarea inovării pentru economia circulară

<https://unece.org/circular-economy/news/leveraging-innovation-circular-economy>

Cunoașterea ciclului PDCA și a modelelor iterative în contextul economiei circulare

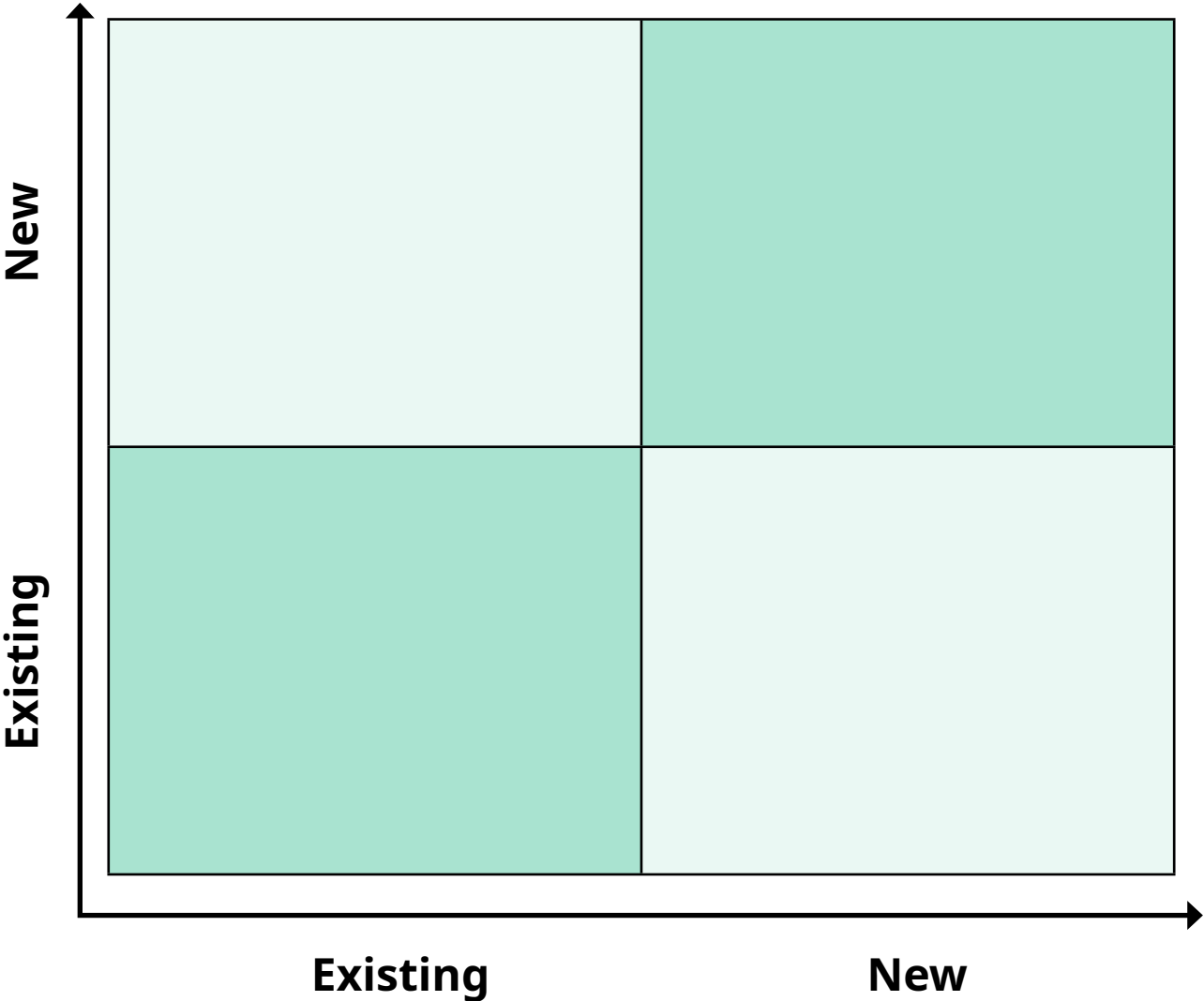
<https://www.youtube.com/watch?v=qz-XdI89vUM>

Matricea inovației: cum să ridici nivelul de dezvoltare a produselor în cadrul companiei tale

<https://miro.com/blog/innovation-matrix/>



ANEXA I - MATRICEA DE INOVARE





LEARNING CIRCLE



cantabria
perma
cultura



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



"The European Commission's support of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission can not be held responsible for any use which may be made of the information therein." Project Number: 2020-1-UK01-KA226-VET-094435