

ABORDAREA INOVATIVĂ UN INSTRUMENT ÎN CREȘTEREA EFICIENȚEI UNEI ÎNTREPRINDERI

drd. Roman SOMNIC

Universitatea Tehnică a Moldovei

***Abstract:** Inovarea este un ingredient vital pentru succesul oricărei afaceri. Inovarea te poate ține în fruntea competitorilor. Introducerea de noi tehnologii și produse aduc unei firme mai multe oportunități ca oricare alte mijloace. Numai că atingerea acestor avantaje necesită gestionarea unor activități și procedee cu un anumit grad de incertitudine, de multe ori chiar foarte ridicat.*

***Cuvinte cheie:** inovare, idee, nou, eficiență.*

Dezvoltarea de noi produse este fără îndoială o activitate complexă și este cunoscut faptul că nu toate inovațiile au efecte imediate sau la nivelul așteptărilor privind comercializarea. Este foarte important să dezvoltăm produse care asigură avantaje competitive reale, astfel încât să se detașeze de celelalte marci. Produsele noi, de succes trebuie să aibă caracteristici deosebite ca să prezinte și atractivitate, alături de beneficiul principal legat de utilitatea lui. Cu creativitate și viziune poți descoperi noi piețe, cu oportunități și posibilități nelimitate. Chiar dacă există și multe necunoscute și conjuncturi nepredictibile, cu un management inteligent orice risc poate fi identificat și minimizat.

„Inovația este procesul de transformare a ideilor în forme fabricabile și comercializabile.” Watts Humphrey. În ultimul deceniu toate economiile au început să acorde o importanță crescândă cercetării și în special uneia din componentele acesteia, **inovarea**, alături de cercetarea fundamentală, cercetarea aplicativă și transferul tehnologic. În acest sens, în toate documentele care se constituie ca acorduri internaționale sau în documentele europene se acordă un spațiu distinct inovării care este considerată ca factor motor al competitivității produselor și serviciilor. Inovarea se află în centrul creșterii economice, fiind catalizatorul cheie pentru creștere. **Companiile care au succes și înregistrează creșterea cea mai rapidă sunt acele companii care introduc în mod regulat inovarea.** Crearea progresului tehnic se bazează pe cercetarea științifică susținută de stocul de cunoștințe tehnico-științifice acumulat și are ca efect invenția.

În perioada secolului 21 există o nouă abordare asupra inovării care se bazează, pe de o parte, pe delimitarea sensului inovării de cel al schimbării, iar pe de altă parte, pe abordarea inovării ca un element de introducere a “noului” într-un domeniu, ca o noutate. Ulterior, pe măsura amplificării concurenței și a percepției inovării ca o importantă sursă de creare și susținere a avantajelor competitive, s-a observat oportunitatea extinderii domeniului competențelor de la produsele realizate la modul de obținere a acestora, implicând astfel în lupta concurențială toate activitățile implicate în obținerea produsului într-o întreprindere, ceea ce a generat amplificarea considerabilă a sensurilor atribuite termenului “inovare”. De aceea se poate afirma că inovarea prin invenție rămâne să aibă un rol important în avansul cunoașterii și al evoluției societății de astăzi.

Mărirea unei firme nu este un impediment în calea unei inovații. Se poate începe cu lucruri mici și simple. E bine ca problema inovării să se pună atunci când organizația este “înfloritoare și sănătoasă”. Obstacolele pot fi depășite, astfel încât actualul și noul, maturitatea și începutul pot să beneficieze și să prospere împreună. Sistemul inovativ și inovația pot fi învățate, dar asta cere timp și muncă. Dacă sunt privite ca o datorie pentru care oamenii sunt instruiți, pentru care muncesc și pe care o practică, ele generează reușite. În condițiile accelerării ritmului schimbărilor tehnologice, a accentuării presiunilor concurențiale și pe fondul modificării exigențelor consumatorilor, care solicită într-un timp din ce în ce mai scurt, o varietate de produse noi personalizate, de calitate ridicată, la un preț scăzut și care să prezinte siguranță în exploatare, o companie tradițională nu poate răspunde unor asemenea provocări. Se apreciază că compania inovativă, bazată pe informație și cunoaștere, va fi compania viitorului: o companie flexibilă și performantă. Compania inovativă se caracterizează prin următoarele:

- un grad ridicat de receptivitate la fluctuațiile cererii;
- flexibilitate și capacitate de adaptare rapidă atât la variațiile privind natura materialelor cât și a condițiilor de prelucrare a acestora;
- capacitatea de a fabrica o gamă largă de produse de calitate, cu costuri mici și într-o perioadă scurtă de timp;

- abilitatea de a integra noi tehnologii de succes în sistemul existent, în condițiile unui timp de întrerupere și a unor costuri minime.

În cadrul companiei inovative, performanța în domeniul fabricației se bazează pe adoptarea permanentă și rapidă a elementelor de progres tehnic. Apariția calculatorului a însemnat imediată integrare în activitățile de concepție, proiectare, fabricație și distribuție a produselor. Complexitatea schimbărilor nu permite trecerea directă de la abordarea tradițională a companiei, la caracteristicile unei companii inovative, aceasta implicând o perioadă de tranziție. Schimbările cu care se confruntă întreprinderile aflate în perioada de tranziție, de la caracteristicile companiei tradiționale la cele ale companiei inovative, pot fi cel mai bine sintetizate de conceptul de “companie bi-modală”. Acest concept arată ca întreprinderea trebuie să funcționeze coerent în condițiile manifestării unor tendințe contradictorii: centralizare–descentralizare; stabilitate–schimbare; uniformitate–diversitate. Pentru a fii competitive companiile inovatoare trebuie să își fructifice cât mai bine potențialul și resursele astfel încât să obțină sursele unui avantaj competitiv durabil.

Succesul într-un mediu de afaceri extrem de competitiv cum este cel de azi, necesită excelență în toată organizația, nu numai în zona de concepție a produsului. Toate domeniile din activitatea firmei, de la marketing, conducerea producției, design și dezvoltare, procesare, vânzare și service, contribuie la succesul unui nou produs.

Trăsăturile distinctive pe care trebuie să le întrunească o organizație inovativă:

Reducerea timpilor de lansare a produsului și de **introducere** pe piață este un factor esențial pentru competitivitatea companiei. În toate departamentele, de la marketing la dezvoltare, există posibilități de îmbunătățire. De aceea, planificarea, măsurarea și controlul sunt activități importante pentru creșterea ritmului de lucru și îmbunătățirea proceselor.

Simplificarea. Structurile organizaționale prea încărcate, logistica și procedurile complicate au consecințe directe asupra rezultatelor și a costurilor. Companiile de talie internațională se remarcă și prin procesele de producție bine structurate, clare și concise, la toate nivelele organizației.

Cooperarea. Echipele, comitetele, grupurile de lucru și reuniunile lor periodice trebuie să fie parte inevitabilă a vieții cotidiene dintr-o întreprindere. Reprezentanții fiecărui departament din lanțul de proces pot să-și prezinte problemele lor și să le înțeleagă pe ale celorlalți, evitându-se astfel conflictele și comportamentele partinice care pot caracteriza competiția internă. Obiectivul cel mai important al unei echipe este colaborarea și performanța.

Cercetarea – Dezvoltarea pentru proiectarea de noi produse și inovarea celor existente sunt mijloacele fundamentale prin care un business poate deveni mai profitabil și mai productiv. Acestea necesită timp și bani investiți mai întâi în activitatea de cercetare pentru definirea cerințelor și caracteristicilor care se implementează apoi în noi produse și servicii dezvoltate în firmă și lansate pe piață.

Concluzie: Inovarea nu înseamnă doar să ai idei bune ci să știi să le gestionezi, să înțelegi rolul și funcționarea noilor tehnologii și să anticipezi evoluțiile și tendințele de pe piață. Istoria evoluției economice a arătat că nu se poate garanta o dezvoltare continuă producând numai ceea ce are succes la un moment dat.

Bibliografie:

1. <http://events.bxb.ro/workshop-inovare/>
2. <http://www.cariereonline.ro/articol/inoveaza-si-vei-ramane-pe-piata>
3. <http://www.cityaudit.ro/webview/files/Strategii%20de%20dezvoltare%20a%20micilor%20afaceri%20Metode%20interactive%20pentru%20cresterea%20profitului.pdf>
4. http://ro.wikipedia.org/wiki/Managementul_inov%C4%83rii