



**HIDDEN**  
Innovation

# ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΗΠΙΑΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΓΙΑ ΜΜΕ

*Ενίσχυση Ικανοτήτων Καινοτομίας*



[www.hiddenproject.eu](http://www.hiddenproject.eu)

>> ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΗΠΙΑΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ: [www.soft-innovation.eu](http://www.soft-innovation.eu)

**Ιωάννινα**  
**2 Μαρτίου 2013**



**Καινοτομία στις ΜΜΕ**

**Δρ. Κωνσταντίνος Φούσκας**  
**Τμήμα Διοίκησης Τεχνολογίας,**  
**Πανεπιστήμιο Μακεδονίας**  
**[kfouskas@gmail.com](mailto:kfouskas@gmail.com)**

# Περιεχόμενα

- Αλλαγή και καινοτομία;
- Μορφές και τύποι καινοτομίας
- Πως δημιουργούμε και διατηρούμε την καινοτομία;
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα από την χρήση καινοτομίας
- Η καινοτομία για την ΜΜΕ

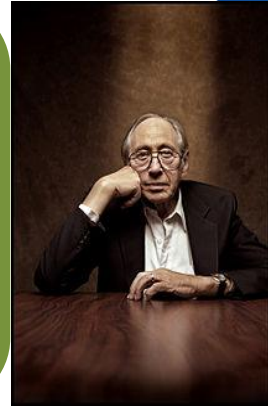
# Αλλαγή και καινοτομία

Ποιες είναι οι μεγαλύτερες  
αλλαγές στο επιχειρηματικό σας  
περιβάλλον;

Πως τις  
αντιμετωπίζετε;

Έχει αυτό αποδειχθεί  
επαρκές;

Αλλαγή είναι η διαδικασία με την  
οποία το μέλλον εισβάλλει στην  
ζωή μας  
-> Alvin Toffler



Και η αλλαγή είναι ο λόγος που  
δημιουργείται η ανάγκη για  
καινοτομία



# Αλλαγή ή καινοτομία

**Αλλαγή** είναι η **διαφορά** στην μορφή, την ποιότητα, ή εν γένει την κατάσταση ενός οργανισμού από την χρονική στιγμή T1 → στην χρονική στιγμή T2

**Καινοτομία:** Η ενσωμάτωση, συνδυασμός, σύνθεση **νέας γνώσης** και εν τέλει η **χρήση** της σε προϊόντα, υπηρεσίες και παραγωγικές διαδικασίες

**Τι είναι νέο για μια επιχείρηση;**  
οτιδήποτε νέο, καινούργιο υιοθετείται από μια επιχείρηση, ανεξάρτητα από το εάν αυτό έχει αναπτυχθεί και χρησιμοποιείται κάπου αλλού, αποτελεί για την συγκεκριμένη επιχείρηση **καινοτομία**.

# Πηγές Καινοτομίας

- Αδυναμίες της Αγοράς
- Ανάγκες για νέες διαδικασίες
- Αλλαγές στα δημογραφικά χαρακτηριστικά
- Αλλαγές στις Αντιλήψεις
- Απρόσμενα γεγονότα
- Νέα Γνώση



Μορφές  
και  
τύποι καινοτομίας

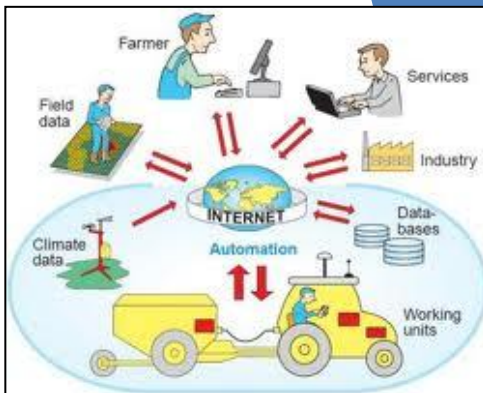
# Μορφές Καινοτομίας



Τεχνολογική  
Καινοτομία



Καινοτομία  
Διαδικασίας



Καινοτομία  
Επιχειρηματικού  
μοντέλου

Καινοτομία  
προϊόντος ή  
υπηρεσίας



# Τύποι Καινοτομίας



Ριζοσπαστική



Διαρκής



Αρχιτεκτονική



Διαρθρωτική

# Έπια καινοτομία

- Καινοτομία με έμφαση στην μη τεχνολογική χροιά
  - Διαφορετικοί τρόποι οργάνωσης
  - Διαφορετικοί τρόποι προώθησης
  - Διαφορετικοί τρόποι συνεργασίας
  - Διαφορετικοί τρόποι διοίκησης
  - Διαφορετικοί τρόποι προσέγγισης του καταναλωτή
  - Διαφορετικοί τρόποι κάλυψης των αναγκών

# Δημιουργία και διατήρηση καινοτομίας

# Δημιουργία καινοτομίας

Με απάντηση σε ερωτήματα:

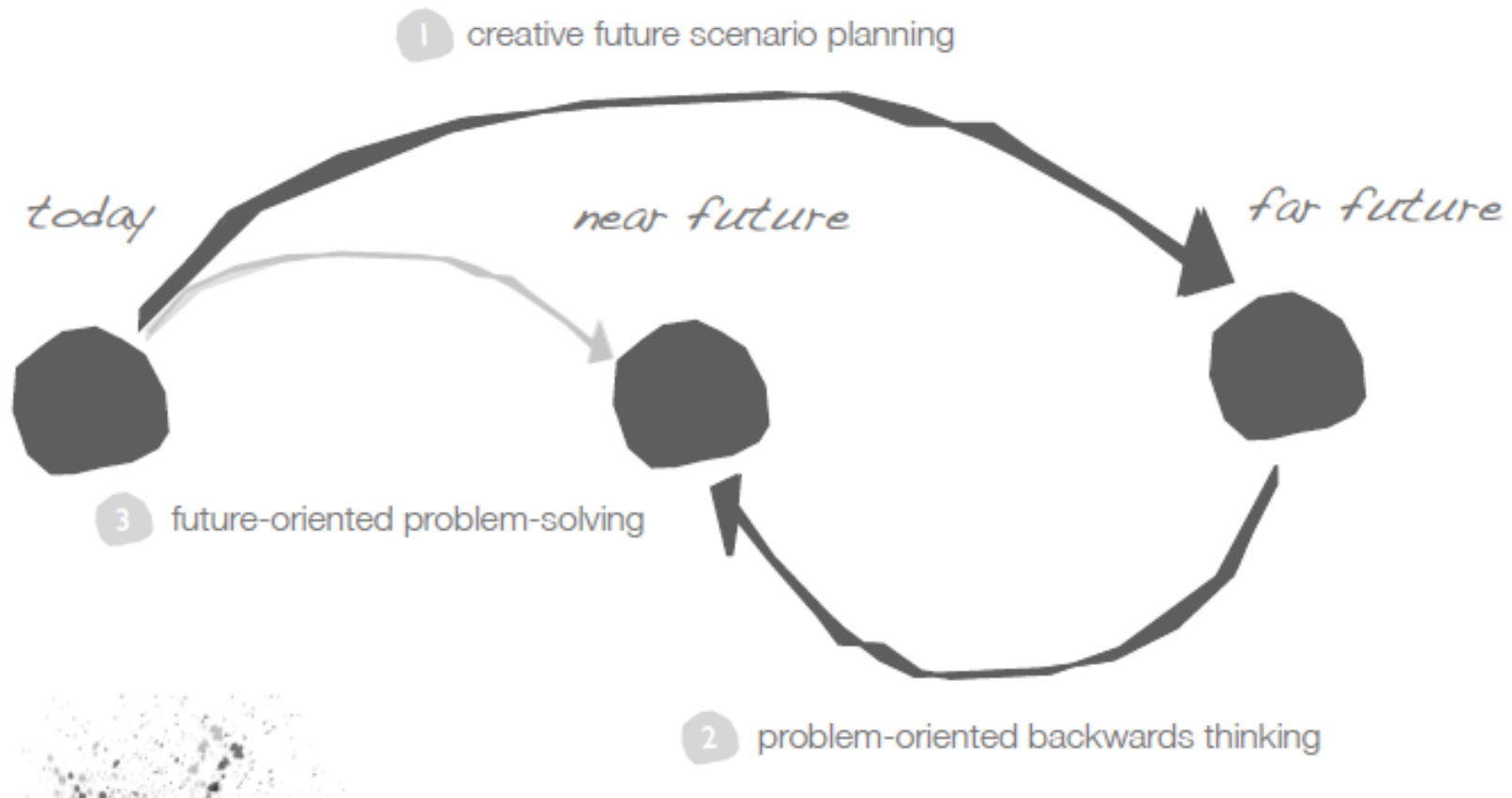
- Πώς θα αναπτυχθεί η τεχνολογία;
- Πώς θα αλλάξει η αγορά;
- Πώς θα αλλάξουν οι προτιμήσεις των καταναλωτών;
- Από πού έρχονται οι καινοτομίες;
- Ποια είναι η πρόταση αξίας μας;
- Τι χρειάζονται οι πελάτες μας;
- Ποια είναι η ιδιαίτερη αγορά μας;
- Τι μπορούμε να κάνουμε διαφορετικά από τους ανταγωνιστές μας;

# Δημιουργία καινοτομίας

Με δράσεις:

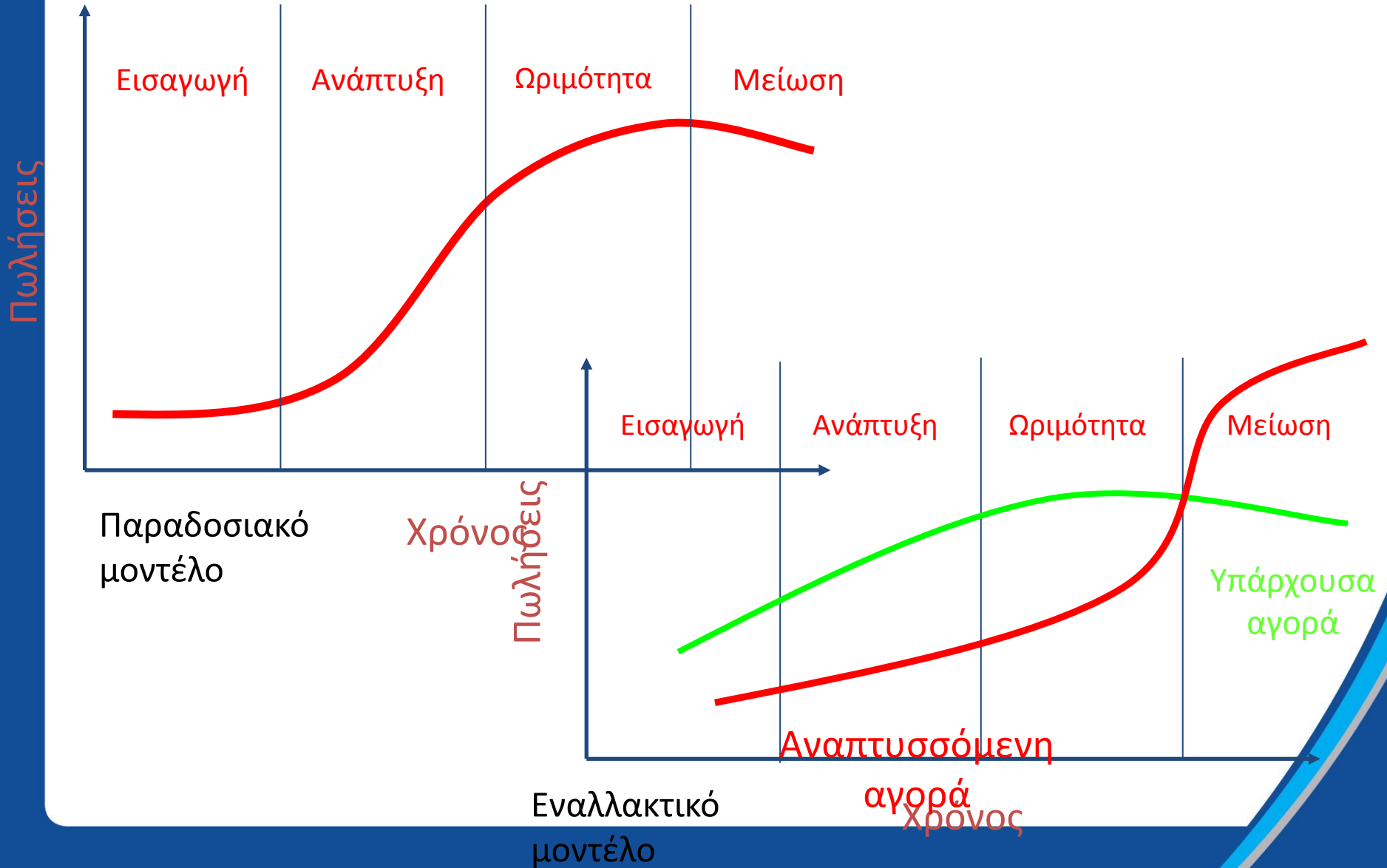
- Αναζήτηση ιδεών από διαφορετικές αγορές/εφαρμογές
- Με συνεργασία με τους πελάτες, προμηθευτές και λοιπούς παίκτες στην αλυσίδα αξία μας
- Σχεδιασμός όχι με γνώμονα τις αγορές αλλά τον αποδέκτη
- Με στόχευση στην ιδιαίτερη / μοναδική αγορά
  - Ακόμα και αν αυτή είναι εκτός συνόρων

# Σχεδιάζοντας για το μέλλον



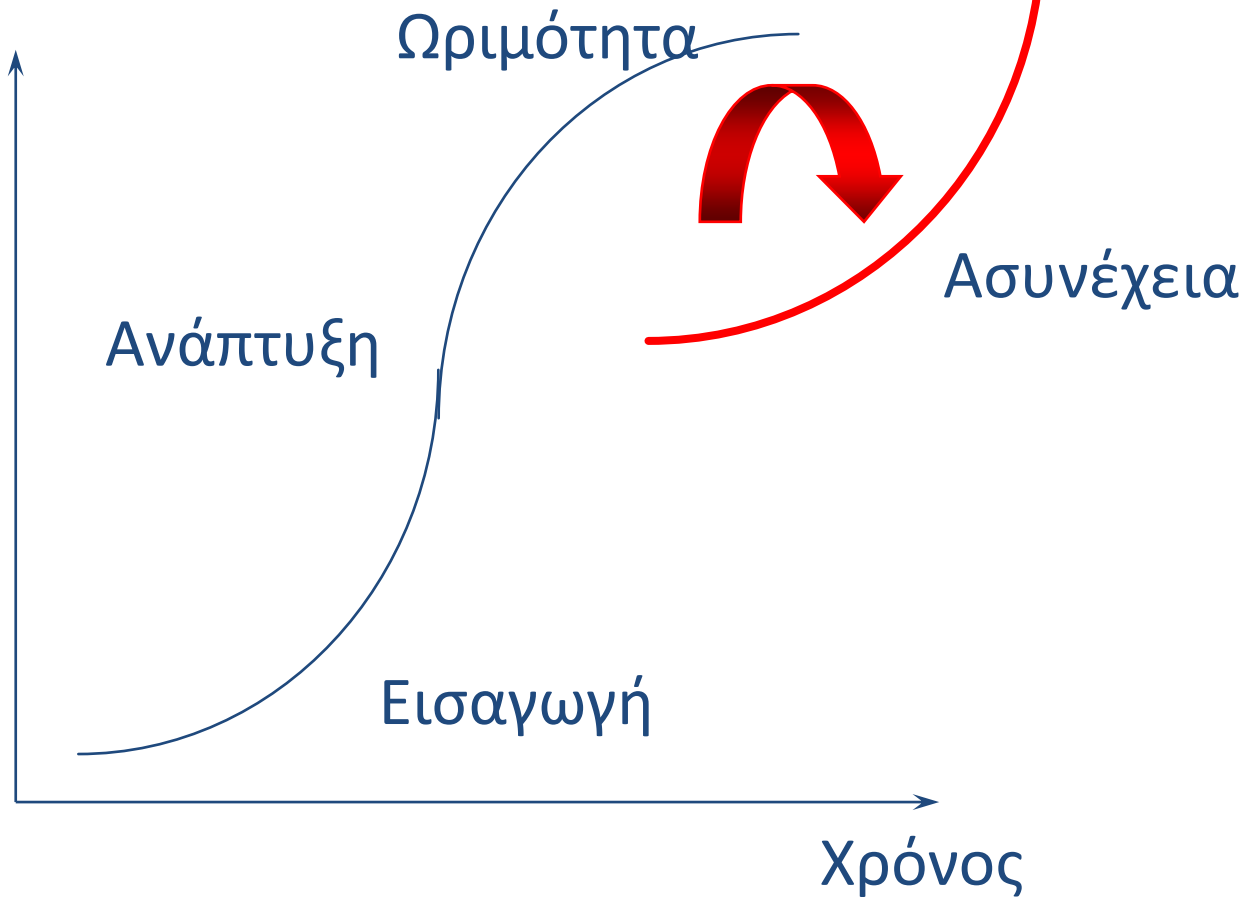


# Κύκλος ζωής προϊόντος



# Ο κύκλος Ζωής ως “S Curve”

Απόδοση



# Προστασία καινοτομίας

- Νομική Προστασία
  - κοστίζει για να αποκτηθεί αλλά και για να χρησιμοποιηθεί (π.χ. πατέντες, copyrights)
- Μυστικότητα
  - Η μυστικότητα είναι δύσκολο να διατηρηθεί
- Ταχύτητα
  - Η ταχύτητα μπορεί να αντιγραφεί

Άρα τι;

# Συμπληρωματικοί πόροι;

Πόροι που επιτρέπουν στην εταιρία να κερδίζει ακόμα και αν δεν έχει την μοναδικότητα σε μια καινοτομία.

- Η απάντηση στο ερώτημα:
  - Αν οι ανταγωνιστές μας είχαν την καινοτομία μας, εμείς θα είχαμε ακόμα κέρδη?

# Τύποι συμπληρωματικών πόρων

- Πράγματα που μπορεί να κάνει η εταιρία

- Ικανότητα παραγωγής
- Ικανότητα πωλήσεων
- Συμμαχίες
- Ικανότητες Μάρκετινγκ
- Ικανότητες Ανθρώπινων Πόρων
- Ικανότητες προσαρμογής



**Ικανότητες**

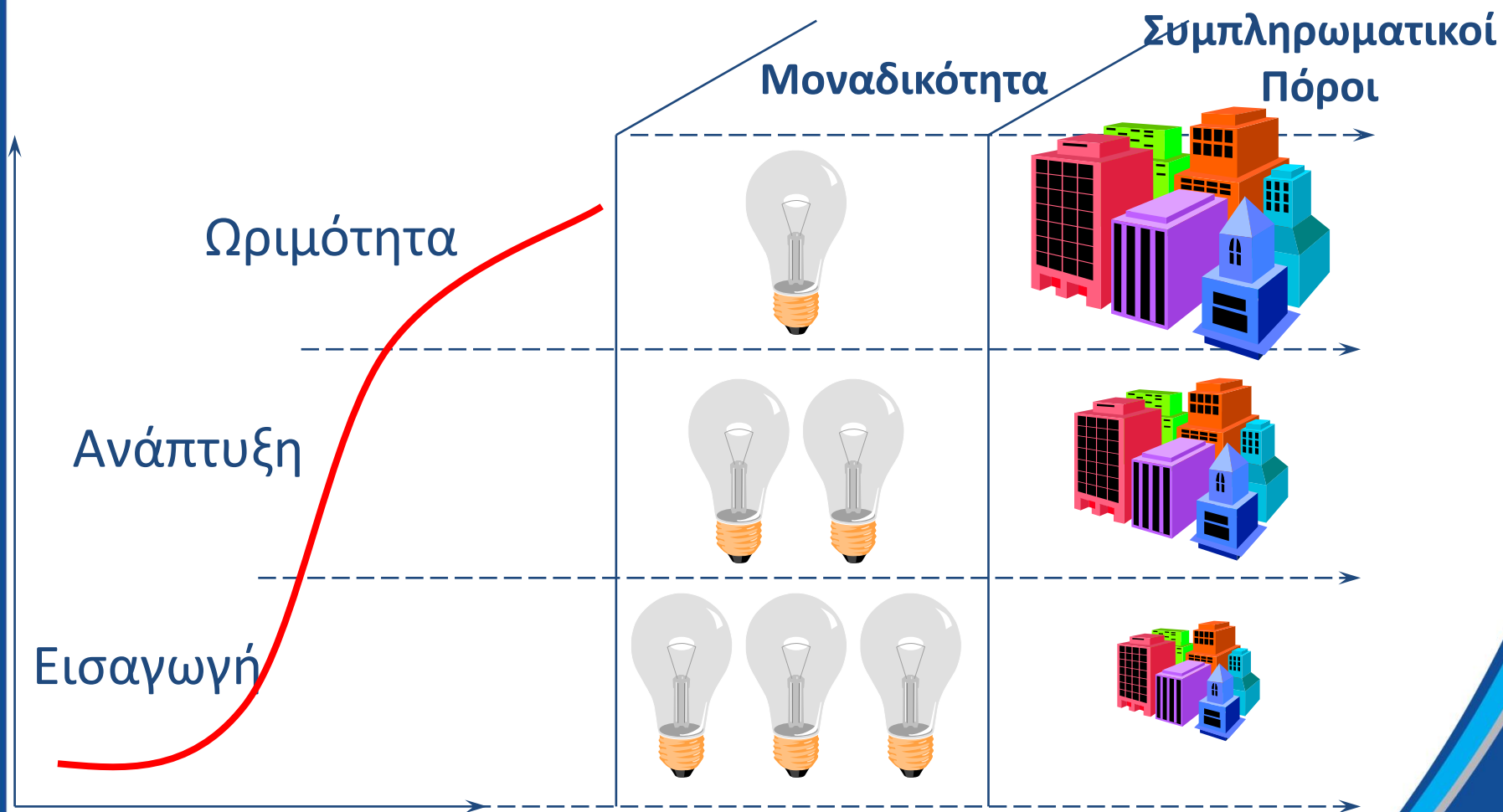
- Πράγματα που ανήκουν στην εταιρία

- Εμπορικά σήματα
- Κανάλια διανομής
- Τεχνολογίες
- Μοναδικές Τεχνικές



**Πόροι**

# Η ανάγκη για πόρους στα διάφορα στάδια του Κύκλου Ζωής:



Η διαχείριση των αλλαγών σε μια αγορά σημαίνει την διαχείριση των συμπληρωματικών πόρων:

Απόδοση



**Ανταγωνιστικό  
πλεονέκτημα από την  
χρήση καινοτομίας**



# Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα από την χρήση καινοτομίας

- Καλύτερη αξιοποίηση των πόρων:
  - Βελτιωμένο οικονομικό αποτέλεσμα από βελτιωμένη αποδοτικότητα και παραγωγικότητα
- Ανάπτυξη και ανανέωση του οργανισμού:
  - Βελτιωμένη θέση στην αγορά, καθοδήγηση εξελίξεων, θετικό επιχειρηματικό κλίμα
- Επιχειρηματική επιτυχία:
  - φήμη και προσέλκυση νέων πελατών, εικόνα δυναμικής επιχείρησης, προϊόντα διακριτά από τον ανταγωνισμό, συνεχής ανάπτυξη και δυσχέρεια για τον ανταγωνισμό να ακολουθήσει.

# Η καινοτομία για την ΜΜΕ

# Διαφοροποίηση της καινοτομίας για ΜΜΕ

- Ταχύτητα λήψης αποφάσεων
- Ανάλυση επιχειρηματικού κινδύνου
- Διάθεση επιχειρηματικών πόρων
- Αντίληψη και διαχείριση του επιχειρηματικού μοντέλου
- Διαδικασίες ή έλλειψη τους
- Αλλαγές στους κανόνες της αγοράς
- Διαφορετική αντίληψη της καινοτομίας
- Προστασία της καινοτομίας με έμφαση στους συμπληρωματικούς πόρους

# Ο δρόμος μπροστά

Ανάπτυξη ενός καινοτομικού  
οικοσυστήματος



με διαφοροποιημένη  
παγκόσμια στόχευση

# Smart Specialization



- Στρατηγική προσέγγιση στην οικονομική ανάπτυξη
- Στοχευμένη υποστήριξη στην έρευνα και τεχνολογία
- Αφορά
  - Ανάπτυξη Οράματος
  - Διερεύνηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
  - Στοχοθέτηση στρατηγικών προτεραιοτήτων
  - Αξιοποίηση έξυπνων στρατηγικών για την ανάπτυξη των περιφερειών
- Θα είναι η βάση για τις επενδύσεις των Διαρθρωτικών Ταμείων στον τομέα της E & K ως μέρος της συμβολής της μελλοντικής πολιτικής την Ευρώπη 2020



Think global –  
**Prepare for the new  
emerging markets.**

...ο κόσμος είναι πλέον  
μικρότερος, αλλά και  
μεγαλύτερος

Approximately a billion new consumers will enter the global marketplace in the next decade as economic growth in emerging markets pushes them beyond the threshold level of 5,000 in annual household income – the point where people generally begin to spend on discretionary goods. The consumers spending power in emerging economies will increase from 4 trillion today to more than 9 trillion in 2015. This is nearly the current spending power of Western Europe.

[HTTP://WWW.SYMPOSIUM.DE/?CMSLESEN/00002050\\_25720101](http://www.symposium.de/?CMSLESEN/00002050_25720101)



# HIDDEN Innovation



Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό  
Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ)

Project cofinanced by the European Regional  
Development Fund (ERDF)