

Sihtasutus Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus - 21.08.24

tasemel 1

skoor **1.7 / 5****Uuenduste huviline***Inspiratsioon*

Teie ettevõtte tunneb huvi innovatsiooni vastu, otsib pidevalt inspiratsiooni ning olete tõenäoliselt plaaninud uuendustele senisest enam tähelepanu pöörata. Millest alustada?

Arenguhüppe tegemiseks ning järgmisele innovatsioonitrepil astmele tõusmiseks tõstke oma organisatsioonis teadlikkust innovatsiooni erinevatest tahkudest ja suurendage mõistmist, miks on innovatsioonivõimekuse suurendamine vajalik. Juhtkonna uuenduslikkuse ambitsioon ja eestvedamine on olulised eeldused järgmisele tasemele edasi liikumiseks.

Tase 1

Uuenduste huviline

Inspiratsioon

Tase 2

Üksikute uuenduste katsetaja

Algteadmised ja pealehakkamine

Tase 3

Juhtud protsessiga uuendaja

Protsessid ja organisatsiooni kaasamine

Tase 4


Strateegiline uuendaja

Uurimis-arendustegevuse ja investeringute mahukus

Tase 5

Ökosüsteemi kujundaja

Globaalne mõju ja haare

 Ambitsioon, juhtimine ja strateegia

Tase 2

2

Sinu jaoks ei ole Turuambitsioon, Skaleerimine / müügivõimekus hetkel oluline, kuid soovitus on need valdkonnad siiski konsultandiga läbi rääkida – ehk muutuvad need teemad sulle oluliseks tulevikus.

Juhtimine 2/5

Uenduslikkuse ambitsioon 2/5

Turuambitsioon

Skaleerimine / müügivõimekus

Tagasiside

Üksikute uuenduste katsetaja

Ettevõtte tegutseb peamiselt koduturul ja/või üksikutel välisurgudel. Tooted/teenused on suunatud kindlatele kliendisegmentidele. Teenindate regulaarselt ka olemasolevate välisklientide tellimusi, kuid süsteemset ning aktiivset müüki sihtturgudele ei tehta.

Ettevõtet iseloomustab innovatsioonihuvi ja on tehtud ka esimesed sammud (nt teostatud on mõned innovatsiooniprojektid) uute lahenduste testimiseks ja turule toomiseks.

Äristrateegia on suunatud arengule ning taktikalised arenguplaanid on tavapäraselt tehtud 1-2 aasta perspektiivis. Juhtkond usub, et teatud määral riskide võtmine ja uuenduslike toodete/teenuste arendamine võimaldab jõuda ka uutele välisurgudele.

Soovitused: Milline on ettevõtte pikaajaline visioon ning uuenduslikkuse ambitsioon? Rahvusvaheliseks skaleerimiseks on oluline selge sihtturgude valik, sinna sobiva toote/teenuse loomine ning seejärel süsteemselt müügi kasvatamine. Tugev ekspordile suunatud müügivõimekus võiks olla teie järgmine eesmärk. Seda eesmärki toetab rahvusvahelise kaubamärgi ja tuntuse loomise ambitsioon.

Järgmine samm: Mõelge pikemale arenguhorisonidile ning 2-5. aasta strateegia loomisele. Kasutage innotrepi teenusepakujate kataloogi ekspordivõimekuse tõstmise ja innovatsioonistrateegia loomise teenuste leidmiseks.

Inimesed	2/5
Innovatsioonikultuur	2/5

Tagasiside

Üksikute uuenduste katsetaja


Ettevõttes ei ole veel välja kujunenud teadlikku innovatsiooni kultuuri, kuid on väike rühm eestvedajaid, kes on uuendusliku mõtteviisiga. Nad väärtustavad avatust muutustele ja valmisolekut riske võtta. Neil on julgust esitada küsimusi, märgata väljakutseid ning teha ettepanekuid uute ideede kohta.

Juhtkond väärtustab uuenduslikkust ja initsiatiivi. Soovi korral on võimaldatud inimestele ka innovatsiooniga seotud tööülesanded.

Soovitused: Kindlasti leidub ettevõttes uuenduste eestvedajaid rohkemgi. Neid tasub sel teel veelgi enam võimendada ja toetada ning parimatest luua innovatsioonimeeskond. Innovatsiooniga seotud ülesanded tasub lisada erinevatele ametikohtadele, et kasvatada üldist uuenduslikkust toetavat meelsust.

Järgmine samm: Radikaalsemate muutuste elluviimisel arvesta muudatuste juhtimise väljakutsetega. [Muutustekõver](#) ehk muudatuste juhtimise ja juurutamise 6 etappi (*The Change Curve*) on mudel, mis aitab mõista isikliku kohanemise ja organisatsioonimuutuste juurutamise etappe. See võimaldab prognoosida inimeste reaktsioone muutustele ja toetada neid nende kohanemisprotsessis, tagades, et neile on tagatud vajalik tugi ja juhendamine.

[Innovatsiooniliidrite Klubi](#) koondab innovatsioonihuvilised ettevõtted ning jagab parimaid praktikaid ja [kogemuslugusid](#).

 Väärtuspakkumise uuenduslikkus

Tase 1 1

Äriprotsesside uuenduslikkus	2 / 5
Omatoote / teenuse uuenduslikkus	3 / 5
Tehnoloogia uudsus	1 / 5
Ärimudeli uudsus	2 / 5
Intellektuaalomandi kaitse	2 / 5

Tagasiside

Uuenduste huviline

Ettevõtte kaupleb täna turul peamiselt üldlevinud toodete/teenustega ning tegutseb tõenäoliselt hinnatundlikul ning konkurentsitihedal turul. Ärimudel ja/või tehnoloogiline tase veel suuri konkurentsieeliseid ei paku. Eristuvad eelised baseeruvad peamiselt protsesside parendamisel ja headel kliendisuhetel. Brändi, ärisaladuse ning intellektuaalomandi kaitsmisega ei ole ettevõtte teadlikult tegelenud.

Soovitus: Ettevõtte tooteid-teenuseid ja ärimudelit tasub süsteemselt võrrelda konkurentidega. Ärimudeli ja väärtuspakkumise pidev mõtestamine ning turuvajadustele vastavaks uuendamine loob konkurentsieelise. Oma tooteid ja teenuseid tuleb pidevalt parendada ning äriprotsesside uuendamiseks otsida võimalusi uudsete tehnoloogiate kasutuselevõtuks. Üksikute protsesside järk-järguline digitaliseerimine ja automatiseerimine võimaldab äriprotsessid efektiivsemaks teha.

Järgmine samm: Kasutage [ärimudeli](#) ja [väärtuspakkumise](#) lõuendit oma konkurentsieelise hindamiseks. Hinnake, kas teie ärisaladus on konkurentide eest piisavalt kaitstud, vajadusel täiendage töölepinguid vastavate sätetega.

Tootearendus	3 / 5
Ideevoo juhtimine	2 / 5
Innovatsiooniportfelli juhtimine	3 / 5
Innovatsioonijuhtimine	2 / 5

Tagasiside

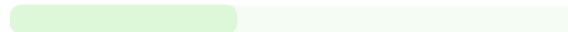
Üksikute uuenduste katsetaja

Sinu ettevõtte uued ideed tulenevad turunõudlusest ja on suuresti seotud äriprotsesside parendamisega (efektiivsuse suurendamisega). Töötajatel on võimalus oma ideid ja parendusettepanekuid esitada, kuid seda võimalust ei kasutata süsteemselt ja regulaarselt.

Teie ettevõttel on olemas mõningane toote/teenuse arenduse kogemus. Tooteid/teenuseid on kohandatud kliendisoovidele vastavaks või loodud väikesemahulisi modifikatsioone. Uuenduste eestvedajatel on baastadmised innovatsioonijuhtimisest ja on alustatud innovatsioonijuhtimise protsessi kirjeldamisega. Kuid protsessi ei ole lõplikult praktikasse rakendatud ning uuenduste ellu viimine toimub seni veel projektipõhiselt vastavalt tekkinud vajadusele.

Soovitused: Innovatsiooni süsteemseks juhtimiseks on vajalik eristada uuendusprojekte tavapärasest äritegevusest. Selleks tuleb kokku leppida vastavad protsessid, tegeleda pidevalt ideekorjega ning ideid testida.

Järgmine samm: Rakendage ideede korje ettevõtte erinevatel tasanditel, regulaarsusega vähemalt 1 kord aastas (nt. strateegiapäeva, hackathoni või ajurünnaku raames). Kirjeldage innovatsioonijuhtimise strateegia ja protsess tervikuna – kuidas ideedest saavad projektid, sh turutestimine, riskide hindamine ja skaleerimine. Hinnake, kas toote/teenuse arendus on süsteemne ja kliendikeskne, vajadusel pange ka see protsess paika.

 **Finantsid****Tase 2** 2**Investeeringud innovatsiooni** 2/5**Finantsvõimekus** 2/5

Tagasiside


Üksikute uuenduste katsetaja

Teie ettevõtte uuendustegevuste kulutused on seni olnud pigem juhuslikud, peamiselt turuolukorrale reageerivad. Innovatsiooniprojektide kulusid ei eristata ega eelarvestata eraldiseisvalt.

Seni tehtud parendusprojektide rahastamine on toimunud peamiselt omavahenditest. Teil on tõenäoliselt võimekus kaasata projektide rahastamiseks välis- ja omavahendeid ning riiklikke toetusmeetmeid (inno-osakud ja -teenuseid (koolitused, nõustamine).

Soovitused: Innovatsiooni süsteemseks juhtimiseks (ja rahastamiseks) alustage äriprotsesside digitaliseerimise ja automatiseerimise ning tootearendusega seotud projektide kulude eristamisest ettevõtte eelarves.

Järgmine samm: Uuendusmeelsed ettevõtted määravad süsteemseteks innovatsiooniinvesteeringuteks vähemalt 2% käibest, mis on kättesaadav ka alustajale või VKE-le.

 Partnerlus ja avatud innovatsioon

Tase 1

1

Koostöövõimekus 1/5

Avatud innovatsioon 2/5

Tagasiside

Uuenduste huviline

Teie ettevõttel on olemas oma valdkonna turuteadmised. Innovatsioonile suunatud koostööd teiste ettevõtete või organisatsioonidega ei toimu, kuid kogute turult informatsiooni oma valdkonna trendide ja uuenduste kohta.

Teie ettevõtte võib küll omada uuendustega seotud spetsiifilist teadmust, kuid ei jaga seda teiste osapooltega. Väliseid eksperte olete seni kasutanud minimaalselt ja seotult kitsa valdkonna nõustamisega.

Soovitus: Hinnake, kellega tasuks uuenduste tegemisel teha tihedamat koostööd? Innovatsioonile suunatud koostöö algab tihedamast suhtlusest klientide ning tarnijatega. Ettevõtte teadmuse teadlik juhtimine ning jagamine koostööpartneritega suurendab võimalusi murranguliseks innovatsiooniks.

Järgmine samm: Õppige oma klienti senisest paremini tundma, nii saate väärtuslikku infot tulevasteks tooteuuendusteks või lisateenuste pakkumiseks. Hinnake oma võimalusi senisest uuendusmahukamate koostööprojektide loomiseks.

Innovatsioonivõimekuse radardiagramm ja võrdluse filter

Innovatsioonivõimekuse radardiagramm võimaldab testi tulemusi visualiseerida erinevate kategooriate lõikes ja võrrelda arengu progressi varasemate testi tulemustega. Radardiagramm võimaldab ettevõttel näha enda poolt hinnatud võimekusi ja lisada võrdluse filtrisse teised ettevõtted sama piirkonna, tegevusala või suuruse alusel. See aitab teha teadlikke valikuid, nähes ettevõtte tugevusi ja nõrkusi mitmes kategoorias ja seades fookuse.

Kui soovid testi tulemuste personaalset nõustamist

[VALI KONSULTANT](#)

Leia teenus taseme tõstmiseks

[VALI FOOKUSTEEMAD](#)

